ISSN 2618-3498

ZONA MILITAR

DESDE LA SOCIEDAD POR LA DEFENSA

ESPECIAL COMUNICACIÓN Y SEGURIDAD INTERNACIONAL



LA OPINIÓN PÚBLICA Y LAS FUERZAS ARMADAS

ACCESO A LA INFORMACIÓN MILITAR: SEGURIDAD VS LIBERTAD

LA IMPORTANCIA DE LOS PUBLIC AFFAIRS OFFICERS (PAO) DENTRO DE LAS ESTRUCTURAS MILITARES

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y LA RELACIÓN PRENSA-MILITAR EN LA GUERRA DE IRAK

LA PROPAGANDA: NUEVO FRENTE DE BATALLA EN LA GRAN GUERRA

LA COMUNICACIÓN EN TORNO A LA GUERRA FRÍA

OPINIÓN Y FUERZAS ARMADAS

AÑO 6 Nº22 2020

ZONA MILITAR
DESDE LA SOCIEDAD POR LA DEFENSA
revista digital gratuita de tirada trimestral

Dirección:

Mariano Gonzalez Lacroix

Carlos Borda Bettolli

Diseño Editorial:

Roberto Digiorge

Equipo de Redacción:

Juan Carlos Benavidez

Jennifer Perez Olivera

Juan José Roldán

Colaboran:

1era. Cohorte del Programa Ejecutivo en Comunicación y Seguridad Internacional (UCA)

Contacto:

info@zona-militar.com

Contacto comercial y publicitario:

comercial@zona-militar.com

ISSN 2618-3498

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción parcial o total del contenido sin autorización del grupo editorial.

Imagen de Portada: *"Composición Especial Comunicación y Seguridad Internacional"* **Fotos:** *AdobeStock y Ejército de Tierra Español*

© 2020, WWW.ZONA-MILITAR.COM

Fe de erratas Edición N° 21: *En la leyenda de la imagen de página 7, la misma corresponde al Hospital reubicable de la Fuerza Aérea Argentina que se emplazó en el Hospital Aeronáutico Central y no a Campo de Mayo.*

powered by issuu

EDITORIAL

*Por **Carlos Borda Bettolli***

Esta nueva edición de la Revista Zona Militar nos encuentra en una situación particular, marcada fuertemente por los tiempos de emergencia sanitaria y distanciamiento social. Sin embargo, también nos sitúa ante los frutos de una iniciativa que se gestó hace más de un año, cuando comenzábamos a dar los primeros pasos para impulsar una agenda referida a la interacción entre las Fuerzas Armadas y los medios de comunicación, en la cual no solo pretendíamos abordar antecedentes, lecciones aprendidas y sobre cómo se debería encarar el futuro de esta relación sino que también pretendíamos avanzar sobre cuestiones puntuales en lo que a la comunicación especializada se refiere.

Con la amalgama de ámbitos como el académico, militar y comunicacional intentamos allanar el camino en la búsqueda de los puntos en común de cada sector participante, con la meta puesta en introducirnos en su realidad, haciendo énfasis en sus virtudes y defectos, pensando en cómo materializar las herramientas para construir y fortalecer aquellos lazos que permitieran afianzar la relación entre ellos.

Ante esta propuesta, la recepción y respuestas fueron más que positiva considerando los tiempos que corren, contando con una participación de lo más variada que terminó por proporcionarnos una completa mirada multidisciplinaria de la cuestión planteada y cuyas conclusiones plasmamos en esta edición.

De esta manera Zona Militar logró hacerse con una serie de hitos en lo que al periodismo especializado se refiere, no solo por el alcance pretendido y resultado de esta experiencia sino también por el grado y variedad de la participación alcanzada, situación que de alguna manera condicen con nuestra razón de ser: Desde la Sociedad por la Defensa.

ÍNDICE

04 **Opinión y Fuerzas Armadas,** *por Daniel Symcha.*

12 **La Propaganda: nuevo frente de batalla en la Gran Guerra,** *por Martina Piatti.*

18 **Acceso a la información militar: seguridad vs libertad,** *por Florencia Reigosa.*

24 **Los medios de comunicación masivos y la relación prensa-militar en la Guerra de Irak,** *por Victoria Pierucci.*

32 **La importancia de los Public Affairs Officers (PAO) dentro de las estructuras militares,** *por Fernando de la Vega.*

39 **La Comunicación en torno a la Guerra Fría,** *por Daniel Arístides.*

46 **La Opinión Pública y las Fuerzas Armadas,** *por Lucas Julian Eloy.*

Introducción

Por ***Mariano Gonzalez***

Todo aquello que no se conoce, no se quiere o por lo menos no se entiende. En un siglo XXI caracterizado por la extrema conexión brindada por el auge de las tecnologías de comunicación e información diversas problemáticas sociales pugnan por captar la atención de las sociedades-audiencias.

Lo urgente desplaza a lo importante de manera diaria, embebida quizá por contextos de crisis constantes en distintos ámbitos de la vida social que terminan por convertir en intrascendente otras problemáticas que no se encuentran a tiro del común denominador social. Es allí donde las cuestiones estratégicas languidecen a la espera de ingresar en agenda pública, con el objetivo quizá de llamar la atención de un poder político que siempre va a estar atento a lo que se estructure como un título periodístico en los mayores medios de noticias.

Dentro de la irrelevancia informativa se va adaptando la Defensa Nacional, ocupando un escondido rincón de abordaje y apelando siempre a la figura de algún actor salvador que, omitiendo lo urgente, se concentre en lo importante y así poder cambiar la marchita realidad de un sector que año a año ve sus cuentas disminuidas, sus capacidades fuera de servicio y un recurso humano que gotea hacia otras actividades económicas.

La defensa es una cuestión de agenda y sobre esta idea buscamos consolidar un ámbito de estudio que se enfoque en promover el circuito informativo que rige dentro del sector y que conecte a distintos actores, entre académicos, funcionarios, militares, ciudadanos, con la importancia que hoy en día tiene la comunicación. A través de la comunicación las problemáticas se conocen, se discuten y se solucionan.

Bajo este marco es que comprendimos que el factor pedagógico juega un papel fundamental a la hora de conectar campos de estudio como la defensa y la comunicación, apelando a la construcción de una masa critica de especialistas que en clave informativa y desde el lugar que ocupen, se esfuercen para posicionar a las cuestiones militares dentro de la agenda pública.

Es así que, avanzando en programas de estudio, comenzamos a transitar un camino de investigación donde la agenda, lo castrense, la conexión entre actores, los mecanismos de comunicación y las nuevas tecnologías, entre otros, se han vuelto objetos de estudio.

El presente numero recopila algunos trabajos surgidos durante el 2020 y que se enmarcan puntualmente en como el poder comunicador se vuelve esencial para entender de que hablamos cuando hablamos de algo militar.

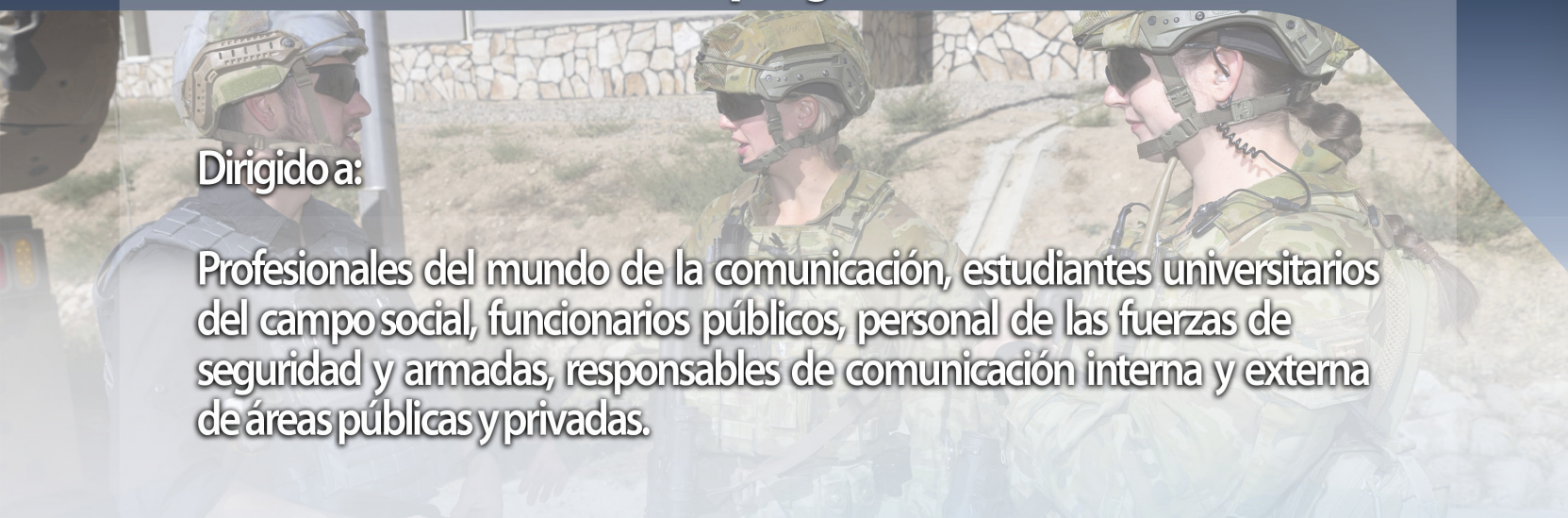
ESCUELA DE POLÍTICA Y GOBIERNO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



PROGRAMA EJECUTIVO EN COMUNICACIÓN Y SEGURIDAD INTERNACIONAL

Fecha de inicio: 15 de mayo de 2020
Duración del programa: 3 meses



Dirigido a:

Profesionales del mundo de la comunicación, estudiantes universitarios del campo social, funcionarios públicos, personal de las fuerzas de seguridad y armadas, responsables de comunicación interna y externa de áreas públicas y privadas.

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN

Informes e inscripción: comysegint_epg@uca.edu.ar

CON EL APOYO DE:

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA
ESCUELA DE POLÍTICA Y GOBIERNO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



OPINIÓN Y FUERZAS ARMADAS

*Por **Daniel Symcha***

1 - Introducción

Los medios de comunicación han tenido a lo largo de la historia diferentes impactos en la construcción de la opinión pública respecto de las Fuerzas armadas en el mundo, para bien o para mal.

Recordemos el impacto de las acciones de prensa en la guerra entre los EEUU y Vietnam con las consecuencias políticas que trajeron las mismas y en el plano opuesto lo sucedido en las primera Guerra del Golfo (Operación Tormenta del Desierto) en 1990, que fue absolutamente transmitida en vivo pero con un fuerte criterio restrictivo del tratamiento de la imagen. 43 días de conflicto transmitidos por la cadena CNN, durante las 24 horas en donde no se vieron bajas, y todo pareció un video juego de luces en tonos de verde. La lección de Vietnam permitió evitar conflictos con la opinión pública en la década del 90.

Ignacio Ramonet en su escrito "Comunicación contra Información" (Ramonet, 2001) afirma: "¿Cómo ocultan hoy la información? Por un gran aporte de ésta: la información se oculta porque hay demasiada para consumir y, por lo tanto, no se percibe la que falta. La información durante siglos fue una materia extremadamente escasa, tanto, que se podía decir que quien tenía la información tenía el poder."

2 - La Opinión Pública y las FFAA en Argentina

En la República Argentina la relación entre opinión pública y fuerzas armadas estuvo, durante varias décadas, signada por una tensión en la que confluían factores políticos, judiciales y el desinterés y la ignorancia respecto de la actividad y perspectivas en un sector del Estado Nacional destinado a contribuir, mediante la disuasión o por el empleo de medios bélicos, con el sostenimiento de la soberanía, la independencia, la integridad territorial, la capacidad de autodeterminación, la vida y la libertad de los habitantes y los recursos de la Nación frente a los riesgos y eventuales amenazas de origen externo (EMCFFAA, 2020).

No es menos cierto que los medios de comunicación con alto impacto en la población de la República Argentina y en el mundo en general, son apéndices o herramientas de estructuras económicas y políticas que manejan intereses propios, sectoriales o de conjunto y por lo tanto desarrollan estrategias, trabajan y operan en consonancia.

En este escenario además tenemos las acciones de la comunicación institucional de las políticas públicas que desarrolla el Estado y que de alguna manera presenta un contraste con el celo en el manejo de la información por parte de los ámbitos militares frente a la necesidad de resguardar determinada información para resguardar la seguridad operacional y del personal.

Dentro de este universo se construye la noción de agenda sobre los temas de diferente relevancia que llegaran a las ciudadanas y ciudadanos a través de los medios de comunicación y que generará la percepción que tendrá la opinión pública sobre los hechos vinculados al mundo militar sobre todo en tiempos de paz.

Pero además, mediante la agenda que aporta a la formación de la opinión pública, se crea un sentido sobre la actividad castrense, un imaginario de sus funciones en el contexto de la vida nacional la cual está plagada de diferentes problemáticas inmediatas y urgentes que opacan las actividades y necesidades de las Fuerzas Armadas.

Esto es posible que suceda porque además de los intereses que operan sobre la formación de opinión pública, los hechos históricos que ha vivido la sociedad Argentina, han favorecido un desmedro de la figura de la vida militar y todo el universo circundante, independientemente del inédito y ejemplar trabajo de reconstrucción interna que han llevado adelante las FFAA tanto en su formación como en su actividad profesional.

El impacto del hecho concreto de las acciones llevadas adelante fuera de la ley durante el periodo de dictadura cívico militar y la derrota en la Guerra de las Islas Malvinas frente a Gran Bretaña, es un obstáculo que no delimita generaciones en lo referido a lo militar y resulta un impedimento al momento de explotar las posibilidades que brinda el mundo militar al desarrollo científico tecnológico de la sociedad.

El lento pero seguro proceso de recuperación de la imagen de nuestras Fuerzas Armadas, llevado adelante con mucho esfuerzo y la acción parcial de la Justicia, puede verse hoy en las acciones que se llevan adelante frente a la pandemia por Coronavirus Covid-19, en diversos puntos de nuestro país, lo que abre una nueva etapa de la relación entre Fuerzas Armadas y opinión pública lo que deja muy en claro un cambio de época y de concepción en la existencia y uso del instrumento militar argentino.

La espectacularidad, magnitud, utilización de recursos a gran escala y la clandestinidad de lo sucedido en la historia más oscura de la historia de nuestras Fuerzas Armadas, merced a factores económicos civiles que se beneficiaron durante el periodo y que todavía no han sido investigados por la justicia, tiró por tierra durante un largo periodo de tiempo la posibilidad de aprovechar la inmensa capacidad de recursos con los que cuenta y genera la vida castrense, además de impactar negativamente sobre la referencia moral y de valores en y desde las FFAA.

Recursos que se vinculan por un lado a la construcción de acciones que consolidan la soberanía sobre el territorio, la presencia nacional en el exterior mediante misiones de paz, transporte, educación, operaciones sanitarias, y por el otro a las capacidades industriales que permite el desarrollar la vida militar las cuales, por estar ausentes en la agenda, pasan desapercibidas hasta que ocurren hechos puntuales que denotan el verdadero impacto que tiene la presencia de las FFAA en la sociedad argentina.





El cierre de la planta militar de Azul, provincia de Buenos Aires (Clarín, 2018) y la reducción de capacidades de producción de la ubicada en Villa María, Córdoba (La Voz, 2018) en el año 2018 generaron un alto impacto social y por ende en la opinión pública regional, lo que demostró la importancia del sector castrense en la vida nuestras poblaciones, independientemente de las cuestiones estratégico técnicas que involucra la producción resultante de las mismas.

Ciudades enteras dependen de la actividad de estas plantas industriales, sin contar además que lo que no se produce en nuestro territorio se debe comprar al exterior generando puestos de trabajo en el extranjero en detrimento de los nacionales y debilitando el proceso de construcción de conocimiento propio y crecimiento en el desarrollo de las capacidades productivas.

Por otro lado, la falta de una relación fluida con los medios de comunicación, mediante un periodismo especializado tanto desde el lado institucional como desde los mismos medios, quita de agenda la importancia de las Fuerzas Armadas en la vida cotidiana y restringe la visibilización de las mismas al uso de sistemas de armas en situaciones que así lo ameritan. Esto limita considerablemente el conocimiento por parte de la población del rendimiento de la inversión que hace el Estado Nacional en materia de Defensa y los beneficios que la misma trae a la sociedad argentina.

Queda a las claras un desaprovechamiento, una falta de decisión estratégica, de impulsar e instalar temas en la agenda mediática que han tenido la mayoría de las conducciones políticas del área de defensa, ya sea por presión internacional o por falencias propias generando una burbuja de los asuntos militares disociadas del resto de las políticas públicas que llevan adelantes las diferentes administraciones gubernamentales aislando la capacidad de generar conocimiento genuino y propio en la interacción con, por ejemplo la red de universidades y escuelas técnicas de nuestro país.

Esta falta de perspectiva, ya sea por la contienda de poderes entre los intereses de diferentes sectores que utilizan la instalación de agenda y la creación de sentido, condiciona a los funcionarios públicos y a las posibilidades de desarrollo de una estrategia nacional vinculada al crecimiento de la industria militar y la visión que se instala en la comunidad está referida siempre al gasto militar y se ocultan los beneficios sociales, científicos y tecnológicos, que brinda la inversión del Estado Nacional en el sector militar.

3 - Opinión Pública

Cuando hablamos de opinión pública en la actualidad tenemos que hablar de un concepto dinámico y multidisciplinar en cuya formación participan muchos actores con diferentes grados de incidencia.

Podemos tomar el criterio del sentido construido por y en la población, o un segmento considerable de esta, respecto de los asuntos considerados públicos en tanto las acciones de los Estados.

Según Hanna Arendt lo público "puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible. Para nosotros la apariencia –algo que ven y oyen otros al igual que nosotros- constituye la realidad" (Arendt, 1958) y esa apariencia se construye en la precisión de las noticias, la calidad de los detalles y una construcción del relato que debe ser lo más objetiva posible, contextualizada, consistente, clara y organizada para que el destinatario pueda hacerse con una idea lo más cercana posible a la realidad, siguiendo un método de investigación sobre nuestro objeto de estudio, teniendo en cuenta que el producto que se producirá mediante la pieza periodística va a ser un recorte de esa realidad, de un segmento que nos resulte relevante, cuyo contenido sea entendido y que va a contribuir a la construcción del imaginario social sobre el tema.

Para el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas "La opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente licitada del ejercicio del poder político y social o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública representativa o manipuladamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas." (Habermas, 1997)

Y en esa notoriedad pública representativa o manipuladamente divulgada reside la importancia de la construcción de agenda pública que se genera a partir de la agenda de los medios de comunicación y que generaran la agenda política o sea la fijación del orden temático. Un recorte de la realidad de acuerdo a la preeminencia que tenga el medio el cual no se encuentra exento de una cierta subjetividad relacionada con múltiples factores y que va a impactar en la construcción de imagen interna y externa de la institución militar y por ende de las políticas públicas aplicadas al sector.

Este recorte se da en un conflicto de intereses que instalados en la opinión pública influirán en las determinaciones del gobierno y el financiamiento de las mismas. La agenda se torna como un elemento que induce a la toma de decisiones en medio de la puja de intereses. El condicionamiento de las últimas décadas en lo que a agenda se refiere condicionó al ámbito militar perdiendo y condicionando la capacidad de movimiento para la negociación de recursos frente al resto de las áreas del Estado Nacional, por lo cual podríamos definir que la limitación de agenda es una grave vulnerabilidad del sector de la defensa en el ámbito interno que tiene lógicamente repercusiones en el perfil externo.

La Dra. Olga Casal Maceiras en su trabajo La construcción de la imagen pública del poder a través del protocolo y el ceremonial. Referencias históricas hace una reflexión muy interesante sobre la construcción de la imagen del Estado "El estado, el poder, las instituciones son entidades intangibles que necesitan tomar cuerpo, hacerse visibles ante los ciudadanos, para poder ser percibidas, aceptadas y legitimadas. Por eso las altas instancias del poder buscan la conexión con sus actores sociales a través de las celebraciones públicas, que actúan como vehículo transmisor de su identidad y de su mensaje, coadyuvando en la construcción de su imagen pública." (Casal Maceiras, 2013), la construcción de sentido en la opinión pública sobre la institución es un proceso dinámico que afianza y justifica las políticas públicas que se llevan adelante.





Por otra parte la falta de interacción política con los diferentes sectores que componen la vida institucional y empresaria argentina, como consecuencia de la falta de visión de integración por parte de las diferentes conducciones políticas de la cartera de Defensa, ha quitado las posibilidades de conseguir apoyo político para modificar la realidad en el juego de los intereses económicos. Un buen ejemplo es la compulsa por la adquisición para el Ejército de vehículos 8 x 8. Se privilegia la cuestión presupuestaria en lugar del desarrollo de una política que por un lado atienda las demandas de nuestras tropas para cumplir su función y por el otro lado generar puestos de trabajo. Las negociaciones oscilan entre los Stryker M1126 de origen estadounidense cuya venta está aprobada por el Departamento de Estado y el Congreso de los EEUU (Niebieskikwiat, 2020) o los ZBL-09 (VN-1 - nombre de la exportación) de origen chino pertenecientes a la firma NORINCO (Lejtman, 2020) mientras que la opción del VBTP-MR Guaraní, de producción brasilera, facilitaría la interacción con la industria automotriz local generando puestos de trabajo y un fuerte impacto positivo en la agenda ya que varias partes se pueden producir en la fábrica IVECO de Córdoba (Zona Militar, 2020), y que permitirían una integración militar con Brasil muy necesaria para afianzar la unión Sudamericana e incrementar la actividad comercial con el vecino país lo que en la proyección minimiza las posibilidades de conflictos.



STRYKER M1126

ZBL-09 (VN-1)

VBTP-MR GUARANÍ

4. Los nuevos escenarios a los que se enfentan las FFAA

A la clásica construcción de sentido a partir de la teoría de la agenda setting, desde el comienzo del siglo XXI y gracias a la diversidad de plataformas para acceso a la información que generó la masividad del acceso a la tecnología y el paso de un ser social simbólico a un ser social índice que reacciona por identificación como lo afirma Ignacio Ramonet "Actualmente, la imagen de un acontecimiento (o su descripción) es suficiente para darle todo su significado." (Ramonet, 2001). La construcción de sentido sobre los asuntos públicos, debe sumar el universo multimedial como recurso para la construcción y emisión de su discurso teniendo en cuenta que la velocidad de llegada, capacidad de impacto, masividad y velocidad de respuesta se han multiplicado exponencialmente.

"Las redes sociales proporcionan un entorno inédito para la difusión de información al combinar dos elementos completamente nuevos: (1) la producción de contenidos no es ya el fruto de las organizaciones de medios, sino de los individuos anónimos que suben sus historias e interactúan con los contenidos producidos por otros, y (2) la personalización de los contenidos a los que accede el usuario en función de los otros a los que sigue y de la publicidad que recibe en función de sus intereses" (Badillo, 2019).

Este nuevo nivel vinculado a la complejización de la sociedad actual y su grado de desarrollo tecnológico hace, por un lado, que los medios cumplan la función de traductor de la realidad pero por el otro lado se da el fenómeno de la cercanía con el otro, algo que nos representa y no necesita explicación detallada porque está dentro de la esfera personal. Es una autoexplicación por identificación. Las personas se mueven en un mundo acotado, un mundo personal en donde las relaciones y la interacción se comprende totalmente lejos de la esfera pública.

En este nuevo escenario es necesario pensar estrategias de posicionamiento frente a las nuevas tecnologías mediante la construcción de un nuevo sistema de comunicación de la institución castrense que aproveche las posibilidades brindadas por las capacidades multimediales y rompa, de alguna manera, el cerco impuesto en la agenda.

En el marco de un espacio público donde los medios sociales presentan la vida como un espectáculo, con actores sociales efímeros, un periodismo de impulso en vez de comprobaciones, un criterio melodramático desplegado alrededor de os hechos para atrapar a la opinión pública, las acciones comunicacionales castrenses deben elaborar estrategias comunicacionales destinadas a, mediante el análisis del escenario instalado por las innovaciones tecnológicas, desarrollar acciones tácticas tendientes a difundir las políticas públicas aplicadas al sector, sus perspectivas y beneficios sin generar una vulnerabilidad a la institución.



La nueva dinámica comunicativa que maneja la población implica mensajes directos, con decodificación sencilla, simple y desestructurada, sin una redacción compleja, con un tratamiento del lenguaje cotidiano y simple, donde todos somos referentes.

En este espacio la capacidad de movimiento es amplia y la posibilidad de desarrollar una red que instale un sistema destinado a construir un imaginario desde las fuerzas armadas que supere el uso del material bélico y exalte las capacidades relacionadas al conjunto de las políticas públicas, el valor de una comunidad organizada con valores y objetivos comunes sobre un territorio y una proyección sobre un futuro que beneficie al conjunto de la población a partir de sostener el trabajo en conjunto de las diferentes políticas de Estado.



5 - Conclusión

La vulnerabilidad en el tratamiento de la imagen institucional de las FFAA argentinas, independientemente de los hechos históricos, estuvo vinculada a un mal manejo institucional a nivel gubernamental y al tratamiento de los temas militares por parte de los medios de comunicación de acuerdo a su relación con los intereses de poder en lo que respecta a la vida civil.

Revertir eso con las nuevas generaciones de militares, las nuevas perspectivas, los avances tecnológicos y el regreso a la difusión del trabajo mancomunado con las diferentes áreas del gobierno nacional, estuvo condicionado por la agenda mediática que recogía o impulsaba el humor social con sus intereses y necesidades. En ese contexto adverso se logró, no sin esfuerzo, recomponer la imagen institucional mediante mediante políticas de integración

El nuevo escenario, generado a partir de la masificación del acceso a la tecnología, la inmediatez de los mensajes, la brevedad y la diversidad de plataformas, otorga la posibilidad de desarrollar un trabajo comunicacional mediante diferentes plataformas que, de alguna manera, nos acerca a la posibilidad de llevar adelante una acción a demanda, destinada a poner en conocimiento de la población y que esta adopte, comprenda y haga necesarias las políticas públicas vinculadas a la defensa.

Una estrategia comunicacional mediante las nuevas tecnologías aplicadas, utilizando los mismos códigos y desde allí construir acciones nos permitirá no solamente instalar el mensaje a nuestra población sobre las políticas públicas vinculadas al sector castrense sino que, además nos permitirá comenzar a tener una posición preventiva frente a posibles acciones vinculadas a guerras de cuarta generación, procesos desestabilizadores, exacerbación de conflictos, escaladas de tensión o desinformación estructurada, elaborando estrategias pro activas de comunicación y propaganda destinadas al hecho básico y necesario para cualquier logro en la proyección de poder como lo es la cohesión social y además generar una imagen de articulación armónica, seria y ordenada de nuestras capacidades militares teniendo en cuenta que en el uso inteligente de las nuevas redes está la posibilidad de generar una idea de sentido de Estado fuerte, que genere las condiciones de empatía con su tiempo, mediante un contenido dinámico para mostrar al público y que ese público se apropie del conocimiento y razón sobre la importancia de las políticas o acciones en materia de defensa.

Los mayores logros de nuestras fuerzas armadas siempre fueron en compañía de la sociedad toda.

Bibliografía

Arendt, H. (1958). La Condición humana. Barcelona: Paidos.

Badillo, Á. (2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información. Madrid: Real Instituto Elcano.

Casal Maceiras, O. (2013). La construcción de la imagen pública del poder a través del protocolo y el ceremonial. Referencias históricas. Historia y Comunicación Social. Universidad Complutense de Madrid., 761-775.

Clarín. (23 de Enero de 2018). Clarín.com. Obtenido de Clarín.com: https://www.clarin.com/economia/fab...zul-buscan-reubicar-personal_0_rJ0TYxNBz.html

EMCFFAA. (2020). Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas. Obtenido de Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas: http://www.fuerzas-armadas.mil.ar/Mision-y-Funciones.aspx

Habermas, J. (1997). Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gilli.

ISL. (30 de Agosto de 2020). Israel Shipyards Ltd. Obtenido de Israel Shipyards Ltd.: https://www.israel-shipyards.com/sp/naval-002.asp

La Voz. (18 de Agosto de 2018). lavoz.com.ar. Obtenido de lavoz.com.ar: https://www.lavoz.com.ar/politica/fabricas-militares-101-despidos-en-sus-plantas-de-cordoba

Lejtman, R. (16 de Agosto de 2020). Infobae.com. Obtenido de Infobae.com: https://www.infobae.com/politica/20...ia-blindados-que-descarta-su-propio-ejercito/

Niebieskikwiat, N. (9 de Julio de 2020). Clarín.com. Obtenido de Clarín.com: https://www.clarin.com/politica/uni...litares-100-millones-dolares_0_BqZiXkmiz.html

Ramonet, I. (Abril de 2001). Narrativas. Obtenido de Narrativas: https://www.narrativas.com.ar/comunicacion-informacion-ignacio-ramonet/

Zona Militar. (18 de Agosto de 2020). Zona Militar. Obtenido de Zona Militar: https://www.zona-militar.com/2020/08/18/la-compra-de-un-8x8-para-el-ejercito-argentino/


flickr
HTTPS://WWW.FLICKR.COM/PHOTOS/129535205@N05/
FOROS
HTTPS://WWW.ZONA-MILITAR.COM/FOROS/
LinkedIn
HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/GROUPS/8414339
EN LAS REDES
facebook
HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/ZMILITAR
HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/CHANNEL/UCZ3MNTSSIZWHHOO-LTBSCBA
YouTube
Google+
HTTPS://PLUS.GOOGLE.COM/+ZONAMILITAROK
twitter
HTTPS://TWITTER.COM/ZONAMILITAR1
Instagram
HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM/ZONAMILITAR1



LA PROPAGANDA: NUEVO FRENTE DE BATALLA EN LA GRAN GUERRA

Por ***Martina Piatti***

1. Introducción

La Primera Guerra Mundial supuso un momento de quiebre, un antes y un después en la historia de la propaganda y de los medios de comunicación. La idea que se introdujo de "guerra total" indica no solo el modo en el que se combatió, sino también los ámbitos fuera del militar que fueron protagonistas en la batalla: económicos, sociales y propagandísticos.

Con respecto al ámbito propagandístico, los Estados se vieron obligados tanto a idear, como poner en marcha organismos y técnicas de propaganda que no solo convencieran al pueblo y a los votantes de estar haciendo lo correcto al entrar en guerra, sino también para buscar inversores que sustentasen económicamente la campaña bélica y para incentivar a los hombres en el frente a seguir adelante con la defensa del territorio y de los ideales nacionales.

Sin embargo, lo expuesto por los Estados no siempre era realístico, sino que se usó impulsiva y masivamente el fenómeno de las fake news. Fue con el rápido crecimiento de los medios de comunicación masivos que este fenómeno tomó impulso y velocidad y se consolidó como parte del accionar propagandístico. El uso y abuso de este tipo de mensajes y herramientas reforzó con el tiempo lo que en la actualidad se considera la imagen negativa y las connotaciones peyorativas que se adjuntan a la propaganda.

Estructurado en dos partes, en la primera se abordarán nociones y definiciones de la propaganda, el capítulo está dedicado a los conceptos teóricos y a ejemplos de uso. El segundo capítulo centra su estudio en demostrar la aplicación de lo explicado previamente, puntualmente datado en los años de la Gran Guerra, ejemplificado con tres casos de estudio: el caso propagandístico estadounidense, el caso británico – parecido al norteamericano, pero con diferencias dignas de particularidad – y el caso alemán.

2. La propaganda

Si se busca la definición de propaganda, se encontrará *"difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc., con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto"*[1].

La Real Academia Española (RAE) define la propaganda como *"acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores"*[2]. Se adjudica así a un concepto genérico, dando la posibilidad de aplicarlo en cualquier contexto o ámbito.

Violet Edwards, en 1938, inspirándose en Lasswell, contextualiza la propaganda como *"la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas"*[3].

Adrián Huici Módenes, en su libro "Teoría e Historia de la Propaganda", plantea su propia definición, la cual ayudará a los fines de este escrito:

"Discurso mediático de contenido ideológico, de claro carácter persuasivo, similar en lo formal a la publicidad comercial o a la institucional, aunque difiera de estas por su intencionalidad: económica, en la publicidad comercial; orientada al bien común en la institucional, mientras que en la propaganda es poder."[4]

De este modo, distingue el núcleo de la acción propagandística: el poder; así sea conseguirlo, o en el caso de ya poseerlo, mantenerlo.

En el ámbito militar, por lo tanto, la propaganda no sería otra cosa que la aplicación de técnicas y formas generales para fines bélicos. En otros términos, a este conjunto de técnicas propagandísticas se las conoce como guerra psicológica o psychological warfare, lo que se refiere a la propaganda y acciónes "*[…] orientadas a direccionar conductas, en la búsqueda de objetivos de control social, político o militar, sin recurrir al uso de armas, o en forma complementaria a su uso"*[5].

2.1. Categorización

Con el transcurso de los años, la clasificación de la propaganda ha ido variando, pero tanto Huici Módenes como Álvarez Llaneza coinciden en la categorización de esta según su fuente:

- Propaganda blanca, donde la fuente está bien identificada y el mensaje es transparente.
- Propaganda gris, donde el emisor no puede ser identificado y su contenido puede estar censurado.
- Propaganda negra, en la que la procedencia de la fuente ha sido falsificada o manipulada.[6]

Sin embargo, existen también otros tipos de categorizaciones, como la diferenciación entre *"propaganda cohesiva"* y *"propaganda divisiva"*, que inciden en el aspecto psicológico de la misma. La primera apunta a incentivar y formar un vínculo con el receptor, incluyéndolo en un grupo y haciéndolo formar parte de la misiva. La segunda intenta lo contrario, o sea aislar al receptor del grupo, jugando con la psiquis de quien recibe el mensaje para afectar negativamente en su accionar.

2.2. Las reglas

Valiéndonos de los ejemplos de posibles categorizaciones en el punto 2.1., podemos inicialmente tomar como referente a Jean-Marie Domenach[7] para enumerar las reglas propagandísticas que presenta en su trabajo:

- Regla de simplificación y del enemigo único: *"fórmulas fáciles de entender y recordar"*;
- Regla de exageración y desfiguración: *"se exageran las virtudes de nuestra ideología, partido o nación y se minimizan las de los demás"*;
- Regla de orquestación: *"repetición de los mensajes, pero formulados de distinta manera para no cansar al receptor"*;
- Regla de transfusión: *"actuar siempre sobre un sustrato previo, aunque sea inconsciente"*;
- Regla de la unanimidad y del contagio: *"aunque pensemos que somos individuos autónomos con ideas y valores propios, en realidad, la mayor parte de las veces, nos dejamos llevar por lo que piensa la mayoría"*;
- Regla del maniqueísmo; *"la clasificación del bien y del mal sin intermedios"*.





Así mismo, además de la propaganda, también hay que tener en cuenta el fenómeno de la contra propaganda, es decir el combate a la propaganda expuesta por el adversario, así mismo categorizando sus propias reglas[8]:

- El reconocimiento de los temas del adversario;
- Atacar los puntos débiles;
- Si la propaganda del contendiente es fuerte, no atacarla de frente;
- Ridiculizar al adversario;
- Poner en duda la credibilidad del adversario y de su propaganda.

Vale nombrar, aunque no sea intrínseco al tema de este escrito, un ejemplo histórico de aplicación perfecta de todas estas reglas: la propaganda nazi liderada por el ministro de propaganda del III Reich, Joseph Goebbels. No solo durante su ascenso al poder, sino también mientras que permaneció en el mismo, Goebbels demostró una capacidad de aplicación de estas teorías y reglas a la perfección, posteriormente logrando componer sus propias directrices necesarias para elaborar un mensaje propagandístico exitoso.

2.3. Nuevo frente de batalla

A modo de resumen y conclusión de este capítulo, e introducción del siguiente, vale recordar que la propaganda en el ámbito militar es usada como una herramienta psicológica y como todas las herramientas, tiene reglas de uso para poder explotar su utilidad y eficiencia. A continuación, veremos cómo, durante el transcurso de la Primera Guerra Mundial, las potencias bélicas han utilizado y manipulado estas técnicas para lograr el outcome que esperaban o necesitaban.

Si bien la propaganda no combate ni gana guerras, está claro que la misma es un arma esencial y que su correcta manipulación puede definir momentos claves, tanto en combate como en la periferia.

3. La Primera Guerra Mundial

La Gran Guerra fue una guerra total que movilizó todos los recursos disponibles de las naciones en cuestión. La propaganda y la censura fueron dos instrumentos esenciales a la hora de comunicar y convencer a la opinión pública. Esto marcó un momento de quiebre en la capacidad y control de la política por sobre los medios de comunicación: no solo por la manipulación política de la propaganda en si, sino también porque la prensa y los medios de comunicación se pusieron al servicio de la guerra. La propaganda empleada puede ser vista como un nuevo campo de batalla: las potencias no solo se combatieron por tierra, por mar y por aire, sino también psicológicamente, mediante el uso de la propaganda.

Dentro de las complejidades de la IGM podemos nombrar principalmente la de los diversos fuegos débilmente controlados en todo el territorio europeo: hace años que se venía cultivando un ambiente de rivalidades hipernacionalistas, políticas coloniales agresivas, patriotismos y el carácter subversivo de muchos pueblos. Al estallar la guerra, todos estos problemas se potenciaron, dando lugar a la manipulación informativa, que luego tendría su ápice con la propaganda bélica. Es en este contexto que la propaganda logra su carácter más agresivo y violento: la movilización psicológica. Los mensajes intentaban cubrir las derrotas y exaltar las victorias. Se utilizó lo que hoy conocemos como "atrocity propaganda", es decir la difusión de supuestas historias brutales y monstruosas cometidas por el enemigo con el fin de no solo ridiculizarlo, sino también de sembrar pánico y odio en la sociedad, exacerbando características bestiales.

La propaganda aliada tenía mucha más fuerza gracias a que se dejó en mano de profesionales especializados: el uso de panfletos, carteles y caricaturas, así como la fotografía y el cine hicieron la diferencia entre la propaganda del Entente y la de los Imperios Centrales.

3.1. Caso USA

Durante los dos primeros años y medio de la Guerra, Estados Unidos había logrado mantenerse fuera. Sin embargo, cuando en 1917 el Congreso aprobó la resolución del presidente Wilson de entrar en guerra, fue inevitable la necesidad del consenso nacional y el apoyo internacional a través de los medios de comunicación. Para ello, USA implementó la "propaganda científica", creando el Comité Creel. El mismo ideó las bases para una comunicación efectiva y logró convencer al pueblo norteamericano que la entrada a la guerra era no solo inevitable, sino necesaria y positiva.

Las octavillas y los carteles fueron empleados sistemática y masivamente como medio psicológico. Estas publicaciones llamaban por un lado al reclutamiento de hombres para el ejército y, por otro lado, a la ridiculización del enemigo.



Figura 1.

Entre las más populares se encuentra el "I want you for U.S. Army" (Figura 1) de James Montgomery (1917), llegando personal y directamente a cada ciudadano que cumpliese con los requisitos para enlistarse, transmitiendo una idea clara y representando tanto patriotismo como valentía.

Otro ejemplo evidente es el del cartel "Destroy This Mad Brute" (Figura 2) de H. R. Hopps (1917), que invita al pueblo a enlistarse, mostrando al soldado alemán en su forma más brutal y monstruosa, como un simio violento capaz de robarse mujeres.

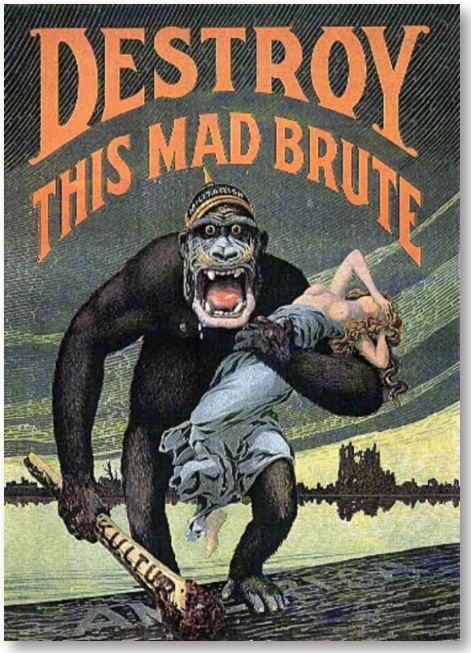


Figura 2.

3.2. Caso GBR

El Reino Unido desde el inicio de la guerra se mostró capaz de controlar el combate, no solo militar sino también psicológico. El uso de la propaganda británica logró polarizar la opinión pública nacional e internacional a su favor, logrando desmoralizar al enemigo y así avanzar logísticamente hacia la victoria.

Como en el caso americano, en el 1914, Alfred Leete ideó el cartel "Your country needs you" (Figura 3), apelando directamente a los británicos, mediante la invocación de la patria y dirigiéndose a cada uno de ellos individualmente.



Figura 3.

Los carteles no solo servían para llamar a los ciudadanos a enlistarse o para ridiculizar al enemigo, sino también para ayudas económicas. La Figura 4 demuestra como los británicos llamaban a comprar bonos de guerra para sustentar los gastos militares.

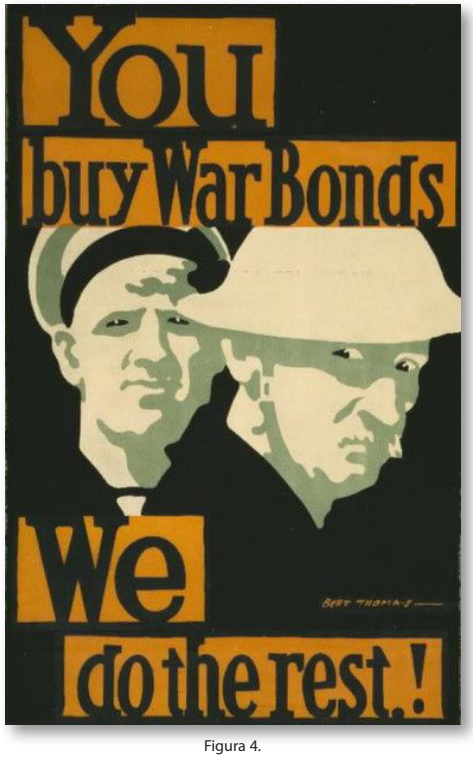


Figura 4.

3.3. Caso DEU

Si por un lado vimos cómo los carteles y la propaganda de los aliados fueron exitosos para conseguir los objetivos que se proponían (alistamiento, ridiculización, inversores), por otro lado, la propaganda alemana de la IGM no fue tan eficiente.

Teniendo en cuenta que Estados Unidos y Reino Unido habían derivado la propaganda en manos de especialistas, Alemania al no hacer lo mismo perjudicó así su frente. Los carteles alemanes no tenían la misma psicología de masas que los americanos o británicos, sino que eran burdos y principalmente intentaban ridiculizar al enemigo.



Figura 5 – Llamada alemana a comprar bonos de guerra.

La incapacidad alemana de estar a la altura de la propaganda de los aliados hizo que lo publicado por estos sea aún más efectivo: son de carácter internacional las caricaturas del Káiser, no solo a nivel de carteles, sino también en películas. Las Figuras 6 y 7 forman parte de la publicidad de la película "La Bestia de Berlín", caricaturizando y burlándose del Káiser Guillermo II.



Figura 6.

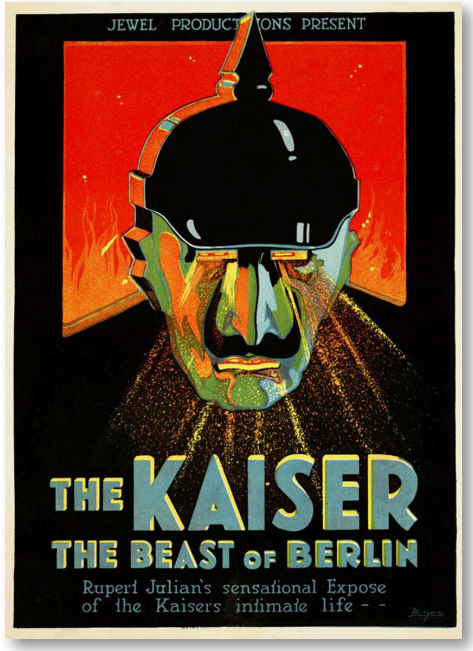


Figura 7.

4. Conclusiones: puntapié para la actualidad

Como conclusión general de este trabajo se podrían identificar tres puntos.

El primero indicaría que la naturaleza de la propaganda de guerra deriva de la dicotomía de los conflictos en sí, donde se diviniza el propio ejército y los propios ideales, mientras que el adversario y enemigo es demonizado. De esta manera se radicaliza el conflicto y la propaganda es usada como arma psicológica, para la destrucción de la moral del enemigo, como arma política, como conductora de las fake news.

Segundo, con respecto a las previamente citadas fake news, es evidente que no son un fenómeno actual. Por lo contrario, es un arma que se usa al menos desde hace más de un siglo. Con el avance de las tecnologías, con la evolución de las técnicas comunicativas y con el creciente protagonismo de la opinión pública en el ámbito militar, la importancia de la manipulación de la información, el uso las fake news y de las psychological operations se han convertido en una parte fundamental de los conflictos armados.

Finalmente, ha sido evidente mediante los ejemplos estadounidenses, británicos y alemanes cómo el correcto (o ineficiente) uso de la propaganda, en el transcurso de la Primera Guerra Mundial, aunque no haya sido la principal causa de victorias (o derrotas), ha sido capaz de mover la balanza a favor (o en contra) de las potencias en guerra.

La correcta aplicación de la propaganda, entonces, es tan peligrosa y definitiva como el correcto uso de las armas de fuego. Las fake news son la mejor arma para las nuevas guerras: el juego de acción y reacción predomina dentro y fuera del campo de batalla.

Bibliografía

ÁLVAREZ LLANEZA, P. (2019): Propaganda y manipulación de masas en el siglo XX, Instituto Español de Estudios Estratégicos.

BARRAGÁN-ROMERO, A. I.; BELLIDO-PÉREZ, E. (2019): Fake News durante la Primera Guerra Mundial: Estudio de su reprentatividad en las portadas de la prensa española (ABC Madrid), Historia y comunicación social, vol. 24.

BACCHIEGA, J. (2014): La propaganda gráfica como arma psicológica en el transcurso de la Gran Guerra, Revista Relaciones Internacionales, nº 47.

DOMENACH, J-M. (1950): Le propagande politique, Presses Universitaires de Francc.

DONSTRUP, M. (2017): Discurso y poder: la propaganda como arma de guerra (discursiva), Revista internacional de Historia de la Comunicación.

EDWARDS, V. (1938): Group Leader's Guide to Propaganda Analysis, University Press.

GARCÍA RIESCO, J. A. (2020): Propaganda y cine: las guerras mundiales, Instituto Español de Estudios Estratégicos.

GARCÍA RIESCO, J. A. (2018): Propaganda y guerra: religión, imperio y nación, Instituto Español de Estudios Estratégicos.

HUICI MÓDENES, A. (2017): Teoría e historia de la propaganda, Editorial Síntesis.

PINEDA CACHERO, A.: Más allá de la historia; aproximación a los elementos teóricos de la propaganda de guerra, Comunicación y guerra en la historia.

PIZARROSO QUINTERO, A. (1999): La historia de la propaganda: una aproximación metodológica, Historia y comunicación social, vol. 4.

REQUEIJO REY, P.; SANZ GONZÁLEZ, C.; DEL VALLE ROJAS, C. (2013): Propaganda norteamericana en la IGM: simplificación y deformación a través del cartel, Historia y comunicación social, vol. 18.

SCHULZE SCHNEIDER, I. (2013): Los medios de comunicación en la Gran Guerra: todo por la patria, Historia y comunicación social, vol. 18.

VÁZQUEZ LIÑÁN, M.: Historia de la propaganda: reflexiones sobre su estudio, Contrapuntos y entrelineas sobre cultura, comunicación y discurso.

Referencias

[1] https://www.google.com/search?q=propaganda+definicion&oq=propaganda+definicion&aqs=chrome..69i57j0l6j69i60.4834j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

[2] https://dle.rae.es/propaganda

[3] EDWARDS, V. (1938): Group Leader's Guide to Propaganda Analysis, University Press.

[4] HUICI MÓDENES, A. (2017): Teoría e historia de la propaganda, Editorial Síntesis.

[5] Manual de Operaciones Psicológicas, Ejército de Venezuela.

[6] ÁLVAREZ LLANEZA, P. (2019): Propaganda y manipulación de masas en el siglo XX, Instituto Español de Estudios Estratégicos.

[7] DOMENACH, J-M. (1950): Le propagande politique, Presses Universitaires de Francc..

[8] DOMENACH, J-M. (1950): Le propagande politique, Presses Universitaires de Francc..



ACCESO A LA INFORMACIÓN MILITAR: SEGURIDAD VS LIBERTAD

Por ***Florencia Reigosa***

INTRODUCCIÓN

Desde tiempos memorables, la comunicación periodística y el acceso a información característica que comunicase a los ciudadanos lo que ocurría a través del tiempo, se convirtió en un rol fundamental. Los gobernantes están sujetos a la opinión pública, y los ciudadanos tienen derecho de acceder a la información que consideren necesaria, a fin de conocer desde cómo utilizan los fondos públicos, hasta de como implementan el instrumento militar. Pero allí, surge una controversia con la confidencialidad y la seguridad tanto de los militares como de las operaciones que realicen, contra la libertad al acceso a la información para uso periodístico. Mandos militares que se reservan el derecho a brindar información sobre las operaciones, gobiernos que no permiten el acceso a ellas (por causas de seguridad, como también por controversia), y ciudadanos que exigen conocer la verdad. Por lo tanto, ¿hasta dónde llega la libertad de información? ¿qué recursos se encuentran, para acceder a información militar y resguardar la seguridad de los militares? Abordaremos un desarrollo cualitativo destacando cada característica que nos permita entender cómo puede superarse la dicotomía de enfrentar a la libertad de información con la seguridad nacional.

PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

¿Qué es la propaganda? Lasswell en 1927 desarrollaba a la propaganda como una acción que expresa las posturas o posiciones sobre determinado momento, mediante un simbolismo, afectando a su vez las posturas colectivas sociales. Por lo tanto, el fin de la propaganda es influir con su mensaje a la sociedad, intentar posicionar a la sociedad de determinada manera sobre algún hecho social, a gusto y placer de los poderes. En el ámbito militar, podemos ver reflejada a la propaganda como tal en la Segunda Guerra Mundial (aunque se utilizó años previos a la misma), cuando se lograba difundir en la sociedad mensajes de odio hacia el adversario, con imágenes que a su vez apelaban al sentimiento patriótico de los ciudadanos.

Pero la propaganda no cumple con el fin en sí mismo de informar al ciudadano, tampoco cumple con el fin de acceder a información militar para informar a la sociedad sobre lo que ocurría. Generalmente, los periodistas no podían acceder a información clave sin pasar por el filtro gubernamental o militar, que impedía la transmisión de datos importantes para la elaboración de notas que indicaran la verdadera situación de los bandos militares en la guerra.

En cambio, las propagandas expresaban lo que el gobierno quería que su sociedad crea: la victoria de la nación, la ridiculización del enemigo, y el apoyo del pueblo para no desalentar a sus milicias. Esto no podría considerarse un buen periodismo de información.

Lo mismo ocurrió en la Guerra de Malvinas, se transmitían propagandas o portadas en revistas con el claro mensaje de "Estamos Ganando" cuando realmente no nos encontrábamos en dicha situación, pero incentivaba el sentimiento patriótico de una ciudadanía que por un tiempo olvidaba completamente el contexto político en el que se encontraba: el apoyo a los militares era lo más necesario. Durante la Guerra Fría, la Unión Soviética y los Estados Unidos utilizaron este recurso con el objeto de ganar los "corazones y mentes" de las personas: la libertad y el sistema democrático, por el lado de Estados Unidos, y la unión y comunismo, por el lado de la URSS. Mediante la propaganda (explotada al máximo por la Unión Soviética incluso dentro de la misma, con su población) los mensajes patrióticos intentaban mostrar los logros de la nación, los beneficios del sistema político, y la ridiculización del sistema político contrincante. Era un juego demostración de "quién es el mejor".

Por más que se encuentren grandes diferencias entre las propagandas de los nazis y las propagandas de Malvinas (más que nada por el hecho de que los nazis desplazaban mensajes de odio únicamente hacia cierto grupo social, con características discriminativas, y con el fin de generar odio más que un sentimiento patriótico, contrario a lo que realizaban otras propagandas), se cumplían características en común: seguían sin comunicar datos específicos de los conflictos, e información real a los ciudadanos. Lo que, claramente, generaba descontento a los grupos periodísticos que deseaban cumplir con su misión del poder informativo, o de la voz de la sociedad.

Gracias a la globalización, el rol de la comunicación fue influenciado y así también, los intereses de las políticas domésticas, las intencionalidades de las relaciones internacionales, y los intereses de los estados en dichas políticas de carácter internacional. Durante la Guerra Fría, la comunicación, la propaganda, y los recortes periodísticos fueron de utilidad a la hora de competir en la bipolaridad latente. La comunicación logró equiparar la importancia del instrumento militar, puede tener la intencionalidad de influir en las opiniones. Otorga legitimidad, aceptación, o rechazo de cada movimiento que se realice, y dependiendo de quién los comunique.

Los procesos comunicativos son esenciales dentro del terreno de la política; los comunicadores adquieren una importancia esencial dentro de la sociedad. La comunicación es un medio para interferir en las capacidades del opositor, y también de su propia estructura social (Lacroix, 2020). El objetivo ya no es tanto obtener los recursos de un país a nivel geográfico, sino que las disputas de poder se pueden traducir en captar la atención de sus sociedades del mismo contrincante, o en influir en los pensamientos de la propia población sobre las decisiones que se toman.

Las redes sociales hoy en día implican también adulteraciones a la información. Cualquier usuario hasta con cuentas anónimas, puede publicar datos erróneos malintencionados, de fácil acceso a cualquier persona, lo que terminaría por ocasionar ciertos estragos o polémicas. Pero justamente en las redes sociales podemos encontrar algo de dicha "libertad" del ciudadano: todos tienen derecho a opinar, o saber, o comentar lo que ocurre, incluso sobre el instrumento militar y aunque no estén informados del todo. Esto no puede controlarse (no al menos en Estados democráticos que respeten las libertades individuales), lo que sí puede realizarse es aumentar las voces de los periodistas especializados, que aclaren cualquier tipo de inconveniente y hasta puedan evitar conflictos de mayor magnitud, respetando los valores de las Fuerzas Armadas y su integridad.

Pero el avance de las redes sociales no se ve únicamente desde el papel de lector o usuario. Los avances tecnológicos consolidaron a las redes sociales como un medio que los Estados utilizan para influir, como lo logró la propaganda por tv o diarios. Son un medio estratégico en la cual la influencia en las mismas es importante -incluso por ejemplo podemos verlo en los spots de campaña de Donald Trump, o como utiliza las redes sociales constantemente-.



EL ROL DEL CORRESPONSAL DE GUERRA

El nacimiento del rol del corresponsal de guerra es clave para entender la relación entre los militares y la prensa, teniendo en cuenta que es, básicamente, el comienzo de las tensiones entre el periodismo y la milicia. En esta sección seguiremos lo expuesto por Iturregui et. al. (2014), quienes exponen el rol del corresponsal de guerra. El primer corresponsal civil de guerra surgió en la Guerra de Crimea, en 1853. Anteriormente, los que notificaban las operaciones, los accionares, y los procedimientos, eran los mismos militares; pero una mayor claridad de los acontecimientos en tiempos de conflicto (sin ningún tipo de sesgo) podría decirse que los otorgaría un civil, ajeno a la institución.

Comienza entonces, la constante situación de censuras y las acusaciones que fueron principalmente por lo obvio: ser considerado un estorbo para las operaciones militares, poner en peligro las operaciones, y terminar siendo beneficioso para el contrincante (dado que se publicaban los sucesos y los planeamientos). En la guerra de Vietnam, dichas acusaciones se incrementaron, existía una libertad periodística capaz de informar lo más posible a la opinión pública, pero soportando la premisa de que "supuestamente" la guerra continuaba por dicha alimentación a la opinión pública. El descontento de partes de la sociedad, el estar en un constante foco de cada movimiento que realicen, no fue una situación que los militares agradezcan: de allí la culpa al periodismo informativo o los corresponsales de guerra. Se creía que la información que se compartía era más de lo que se debía, y continuaba poniendo en peligro a las operaciones. Los resultados costosos de la guerra de Vietnam incrementaron este tipo de pensamientos.

Fue la guerra de Irak en el 2003 lo que cambió las perspectivas del rol del corresponsal de guerra. Se realizó un planeamiento que incluiría a los corresponsales en las operaciones militares, tendrían permitido narrar los hechos de manera específica, pero con ciertas censuras tales como la imposibilidad de revelar futuras operaciones, o de números de tropas y de equipamientos. Finalmente, el rol del corresponsal de guerra podría decirse que se encontraba (y encuentra) en armonía con las operaciones militares, y sus mismos soldados. Pero entonces, ¿por qué continúan las tensiones hoy en día?



EL PERIODISMO ESPECIALIZADO EN EL SIGLO XXI

Para responder la pregunta de la sección previa, es necesario abordar todas las temáticas que hoy en día las comunicaciones nos otorgan para informarnos del ámbito militar. Si bien el corresponsal de guerra atravesó diversas etapas a lo largo de la historia hasta finalmente ser de alguna manera institucionalizado; en el siglo XXI nos encontramos en una realidad que nos ofrece más alternativas. Las comunicaciones vía redes y con los medios informativos, fluctúan constantemente, a toda hora, y mediante cualquier persona. Allí es donde comienza el conflicto: ¿quién escribe qué cosa y por qué? ¿de dónde obtiene la información? Claro está que estas no son preguntas que se le harían a un corresponsal de guerra que tendría que haber vivido los sucesos y se encuentra completamente capacitado para realizar las actividades y los informes con completa discreción y conocimiento del lenguaje especializado. Pero, esto puede no suceder con personas ajenas al campo de batalla.

En la actualidad, la capacidad de escribir una nota, o relatar un suceso, o simplemente escribir un tweet es capacidad de todo aquel que tenga acceso a la tecnología y unas ideas en mente. La exactitud de las informaciones siempre está sujeta a confirmación, y cualquier persona que no conozca los hechos puede dejarse llevar por datos erróneos (o las fake news), por lo tanto, la conflictividad con el ámbito militar crece nuevamente. Un periodista no especializado podría no tener ninguna mala intención al comunicar una operación militar de la cual se enteró gracias a una fuente secreta cercana, pero si esa información es errónea podría causar un caos, tanto entre los militares que se verían expuestos a la opinión pública (esto ocurre incluso si la información obtenida es verídica, dado que alguien no especializado podría no conocer la importancia de dicha operación militar o cuán vital es), como para los propios periodistas, que luego deberán recurrir a las disculpas si existiera algún inconveniente exacto.

El periodista especializado en el ámbito de la defensa surge, entonces, para evitar estos conflictos de relación entre los militares y la prensa. Si bien es imposible evitar datos falsos o noticias con lenguaje incorrecto, una fuente periodística especializada aseguraría la llegada de la información correcta y precisa.

Un lector no aficionado podría leer una noticia que confunda algún misil caratulado con nombre de "cohete" y quizás no ocasionarle ninguna molestia, o simplemente pasar por alto. Pero, los lectores especializados o las instituciones militares observan con cuidado este tipo de información. El rol del periodista especializado se encarga de conseguir mediante buenas fuentes, generalmente oficiales, toda la información que puedan recaudar de los sucesos o de nuevas adquisiciones para el instrumento militar. Utiliza un lenguaje específico, conoce las terminologías de los armamentos, diferencia a cada uno de ellos y puede escribir correctamente una noticia sobre la defensa nacional o internacional. Informar mal puede dar lugar a prejuicios, como informar mal una situación de conflicto como si fuera algo imprevisto, siendo en realidad algo recurrente, lleva a adulteraciones de la realidad para el lector (Olivera, 2020).



LIBERTAD Y SEGURIDAD: CONFLICTOS CONSTANTES Y CONCLUSIONES

Podemos ver entonces, que las conflictividades de las Fuerzas Armadas y el periodismo ocurren históricamente. Un núcleo que por su parte persigue la libertad de la información de los ciudadanos, del conocimiento de las causas y los resultados; y otro núcleo más privado, enfocado en mantener la seguridad tanto de la propia nación como de ellos mismos, y de los datos sobre operaciones e incorporaciones importantes.

Pero, no todo es tensión en ambas áreas. Luego del primer rol de corresponsal de guerra, y a pesar de las negatividades sobre dicho papel, se halló una solución. La idea de incorporar periodistas a toda operación movimiento, e idea, con restricciones lógicas al tipo de información publicada, terminó creando un sentido de "armonía" o respeto entre ambas instituciones. Mientras que el periodismo informe correctamente los datos con posibilidad de publicación, y los militares no realicen ningún tipo de objeción, todo saldría bien.

Luego nos topamos con las nuevas tecnologías de la época y las informaciones incorrectas que circulan en las redes constantemente. Es muy común hoy en día quizás leer alguna "noticia" de un usuario de Twitter comentando acerca de una nueva incorporación de instrumento militar, o de intenciones de los gobiernos sobre desmantelamientos o incorporaciones de personal retirado, por ejemplo, que no terminan ocasionando nada más que inconvenientes entre el personal militar y las instituciones, incluso de la población que observa constantemente los movimientos. Las libertades individuales podrían verse en conflicto con la seguridad que pregona la institución militar.

Si el rol del corresponsal de guerra fue capaz de evolucionar a una relación armoniosa con la institución militar, podríamos esperar lo mismo de la realidad actual. Si bien es imposible controlar las redes sociales, los periodistas especializados se ven entonces enfrentados a los conflictos de los periodistas no especializados con la institución militar (cayendo ellos también dentro de una bolsa que los incluye en el periodismo "dañino"), pero continúa siendo un rol importante. En la actualidad, los conflictos armados no son tan comunes como lo eran en épocas de las guerras mundiales, más bien actualmente son tensiones constantes entre Estados por disputas de poder. Por lo tanto, el periodismo especializado está capacitado no solo en lenguaje militar, sino que también en terminología de las relaciones internacionales y el poder duro de los Estados.

Si actualmente no es tan común escuchar sobre nuevos conflictos armados, las misiones de paz pregonan alrededor del mundo. Un ámbito en donde los Estados con conflicto interno, reciben intervención de organismos internacionales con acompañamiento de las Fuerzas Armadas de los países que decidan colaborar en mantener la estabilidad en las zonas. Allí surgen también los periodistas que informan día a día las operaciones que se realizan, los movimientos y las colaboraciones que surgen entre civiles y militares. Los cuerpos de paz incluyen civiles que forman parte de las organizaciones, capaces de colaborar. Por lo tanto ¿podríamos verlo como un paso más que apacigua los conflictos entre los militares y la prensa? Al parecer, sí.

El periodismo es un rol presente en todo conflicto o tensión a nivel internacional. Es inevitable, y los ciudadanos tienen le derecho a conocer qué es lo que sucede. Peor mirándolo desde una perspectiva militar, no todo es así. Supongamos que Estados Unidos quiere iniciar una operación de entrenamiento conjunto con OTAN, en Europa, y a su vez mantener relaciones con Polonia. Esto claramente se vería como una actitud un tanto ofensiva para Rusia -teniendo en cuenta que los entrenamientos de OTAN siempre se ven enfrentados a los intereses de Rusia que en contraste demuestran su capacidad militar-, y si las relaciones con Polonia se intentan mantener en secreto, una publicación de ello ocasionaría conflictos para el país. Ahí es cuando se encuentra el conflicto de la seguridad y la libertad. La libertad de información en tanto no afecte la seguridad de las Fuerzas Armadas y sus operaciones, es correcta. El periodismo especializado cumple con dichas funciones.

Por esta razón, además del periodismo especializado, las misiones de paz consolidan el respeto mutuo entre instituciones, demuestra la calidad de valores democráticos que poseen las Fuerzas Armadas, y también influyen en los pensamientos de las sociedades. Son mensajes positivos, provenientes de ambientes conflictivos. La seguridad y la libertad, en cierto punto, encuentran su favor.

Bibliografía

Borda, C; (2020): "La Relación Militares – Prensa", Universidad Católica Argentina, 2020.

Iturregui, L; Cantalapiedra, M; Moure, L; Sabarís, R; (2014): "Corresponsales de Guerra en el campo de batalla"; en Historia y Comunicación Social; Vol. 19. N° Esp. Febrero (2014).

Lacroix, M; (2020): "Comunicación: campo de batalla del siglo XXI", en Boletín del Departamento de Seguridad Internacional y Defensa, Universidad Nacional de La Plata, 2020.

Lasswell, D. (1927): "The Theory of Political Propaganda", en The American Political Science Review, vol. 21, 1927.

Olivera, J; (2020): "La Agenda", Universidad Católica Argentina, 2020.

Olivera, J; (2020): "La importancia de la información especializada", Universidad Católica Argentina, 2020

SUMATE

COLABORA CON TUS APORTES Y APARECE PUBLICADO EN LA REVISTA

Departamento Editorial

ZONA MILITAR

DESDE LA SOCIEDAD POR LA DEFENSA

"Si deseas participar con tu nota o informe en el próximo numero de la Revista Zona Militar, envianos un correo electrónico a:

info@zona-militar.com

Es importante que nos menciones el tema a tratar y la cantidad de hojas a utilizar. "¡Contamos con tu participación!"

NUEVO TWITTER: @Zonamilitar1

HTTPS://TWITTER.COM/ZONAMILITAR1





LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y LA RELACIÓN PRENSA-MILITAR EN LA GUERRA DE IRAK

Por ***Victoria Pierucci***

INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos ante un mundo hiperconectado, en donde con tan solo un "click" podemos informarnos sobre lo que sucede en cualquier parte del mundo.

El proceso de globalización que hoy vivimos trajo aciertos y desaciertos en cualquier ámbito, pero en donde más se han visto los cambios e impactos de este desarrollo es en el tratamiento de la información.

Hoy tenemos al alcance de nuestras manos diferentes herramientas que nos permiten estar informados. Recibimos información y datos desde cualquier red social, canales de televisión, periodiodicos, radio, etc. Por ejemplo, la red social Twitter permite que los medios de comunicación actualicen e informen de manera inmediata distintos hechos ocurridos a nivel nacional e internacional.

Por su parte, los medios de comunicación masivos empezaron a pisar fuerte dentro de la carrera del ofrecimiento de información. Tanto es así que buscan ser los primeros en informar, y con ello caen en la targevisacion de la información y la falta de especialización o tecnicismo. Los conflictos internacionales dejaron de ser explicados con calidad, y pasaron a ser meros títeres de la falta de interés en informar correctamente sobre un hecho que puede estar enmarcado en un contexto difícil de explicar en un solo artículo. A su vez, no se debe dejar de lado que muchos de los medios masivos son acompañados por un tinte político que no deja entrever la verdadera causa de una situación que tiene añares de luchas sin solución.

Explica Lacroix (2020) que el ámbito de los medios de comunicación masivos se ha convertido en el canal trasmisor central de información conformándose como el conector entre la vida política del sistema y el ciudadano.

Hacia fines del siglo XVIII la prensa comenzó a tomar mas relevancia. Fue en la Guerra de Crimea en la que el primer hombre civil y desarmado fue enviado en representación el diario "The Times" para explicar lo que estaba sucediendo en el frente.

Por otro lado, durante la Guerra Civil Americana todas las líneas de telégrafo con destino a Washington fueron intervenidas (Iturregui & otros, 2014) entendiendo esto como un comienzo de la utilización de la censura como una de las principales herramientas para controlar la información que recibía la prensa.

Ya en el siguiente XX, las dos grandes guerras mundiales permitieron que importantes cambios se implementaran en la relacion de la prensa y el ámbito militar. Si bien el desarrollo industrial y tecnológico permitieron que la comunicación fluyera mucho más, y que la información llegue al menos un poco más rápido que en otras épocas, el control de la prensa aumento significativamente. En esta misma línea, el sistema de acreditaciones para la prensa comenzó a utilizarse para controlar a quienes se movilizaban hacia el campo de batalla. A sí mismo, comenzó a experimentarse el sistema de los' pool' o selección de grupos periodistas que acompañarían a las tropas para narrar después a sus compañeros lo ocurrido en el frente, que vería su regulación cuarenta años más tarde (Iturregui y otros, p-648). En síntesis, en la Segunda Guerra Mundial, se llegó al máximo nivel de integración entre ambas instituciones, os reporteros vestían uniformes militares y viajaban con las unidades al tiempo que los editores aceptaban la censura como el precio a pagar por salvaguardar la seguridad nacional (Ibis).

Con el avance del desarrollo armamentístico, la tecnología hizo por su parte un aporte a las comunicaciones. "la tecnología inauguraba la idea de la guerra contada en directo a través de las retransmisiones de imágenes a través de la televisión (Iturregui y otros, p-649).

La Guerra de Vietnam fue especialmente un hecho que conllevo a ambas partes a reconsiderar la forma en que debía usarse el uso de la información. Como bien se tocó anteriormente, el uso y acceso a información traer ventajas y desventajas para las partes intervinientes en un conflicto. En esta misma línea, Vietnam fue una suerte de aprendizaje para revisar las reglas y/o obligaciones.

"A la prensa se le permitió acceso sin precedentes, debido en gran parte al crecimiento de la televisión como medio popular de noticas en horario de máxima audiencia. Sin embargo, los diferentes objetivos de la prensa y los militares en cuando a la cobertura de las noticias tensaron las relaciones a lo largo del tiempo. Mientras que los militares y la administración trataron de mantener el apoyo publico a la guerra mediante sesiones informativas optimistas y recuento conservador de cuerpos, la prensa trato de informar sobre la "historia completa" del conflicto en curso y utilizó su acceso para proporcionar imágenes graficas televisadas y relatos vividos que a menudo desmintieron los relatos oficiales". Las relaciones entre la prensa y los militares se agriaron cuando la guerra se prolongo y el consenso político sobre el papel de los Estados Unidos en Vietnam comenzó a romperse" (Paul & J. Kim, 2004)

El legado que dejo la Guerra de Vietnam traería consecuencias unos años posteriores. En 1983, Estados Unidos lanzo "Operation Urgent Fury" con el propósito de proteger a los americanos en la Isla de Granada luego toma del gobierno por parte de la izquierda. En este evento muchos de los oficiales mayor rango habían sido oficiales juniores durante la Guerra de Vietnam, conllevando a que los errores del pasado afecten la dinámica de la ya larga relación entre la prensa y los militares. En este sentido, pocos fueron los periodistas que se adentraron en este nuevo conflicto y poca fue la información que lograban conseguir. El estricto control y acceso de los medios de comunicación fue justificado por parte del gobierno estadounidense por la difícil implementación del sistema de selección de prensa y por la seguridad de la operación. Tal es así que Granada fue la manifestación del deterioro de las relaciones entre la prensa y los militares en las secuelas de la Guerra de Vietnam y puede considerar el punto mas bajo en la relacion prensa-militar (Paul & J. Kim, 2004, p-40)

En el caso de la Guerra de las Malvinas, conflicto que, a pesar de haber sufrido limitación en las comunicaciones por ser particularmente insular, demostró no haberse quedado atrás en el control de la información. En el caso argentino, los medios "fueron estrictamente controlados y censurados a tal punto que el equipo de TELAM sufrió la incautación de su equipo de transmisión en vivo por razones de seguridad operacional y la información fue centralizada en los comunicados oficiales de la Junta Militar. A pesar de todo ello, el corresponsal Nicolas Kasanzew tuvo la oportunidad de ser uno de los periodistas que pudo acompañar a las unidades y realizar coberturas de lo que estaba sucediendo allí. Por el lado británico, "la censura y control fue más estricto, tanto por la falta de experiencia de la Royal Navy en lo referido al trato con la prensa, como por las particularidades del conflicto: los buques no solo ofrecían un limitado acceso a las actividades, sino que fue aprovechado por los militares británicos, los cuales ejercieron un monopolio sobre los medios de comunicación a bordo de los buques, limitando su apoyo a lo mínimo necesario."



Nicolás Kasanzew en plena tarea periodística durante la Guerra de Malvinas.

En cuanto a la primera Guerra del Golfo y Afganistán, la primera fue considerada como el primer conflicto retransmitido en directo por medio de la televisión, en la cual el sistema de "pools" fue utilizado en mayor medida permitiendo la cobertura, pero con un estricto control de la información. En la segunda, el compromiso de los EE.UU. represento una disminución notable en el acceso a la prensa debido a que la mayoría de los elementos básico de la campaña fueron fuerzas especiales de operaciones, que se movilizan rápido y secretamente sobre el terreno (Hutchinson, 2008)

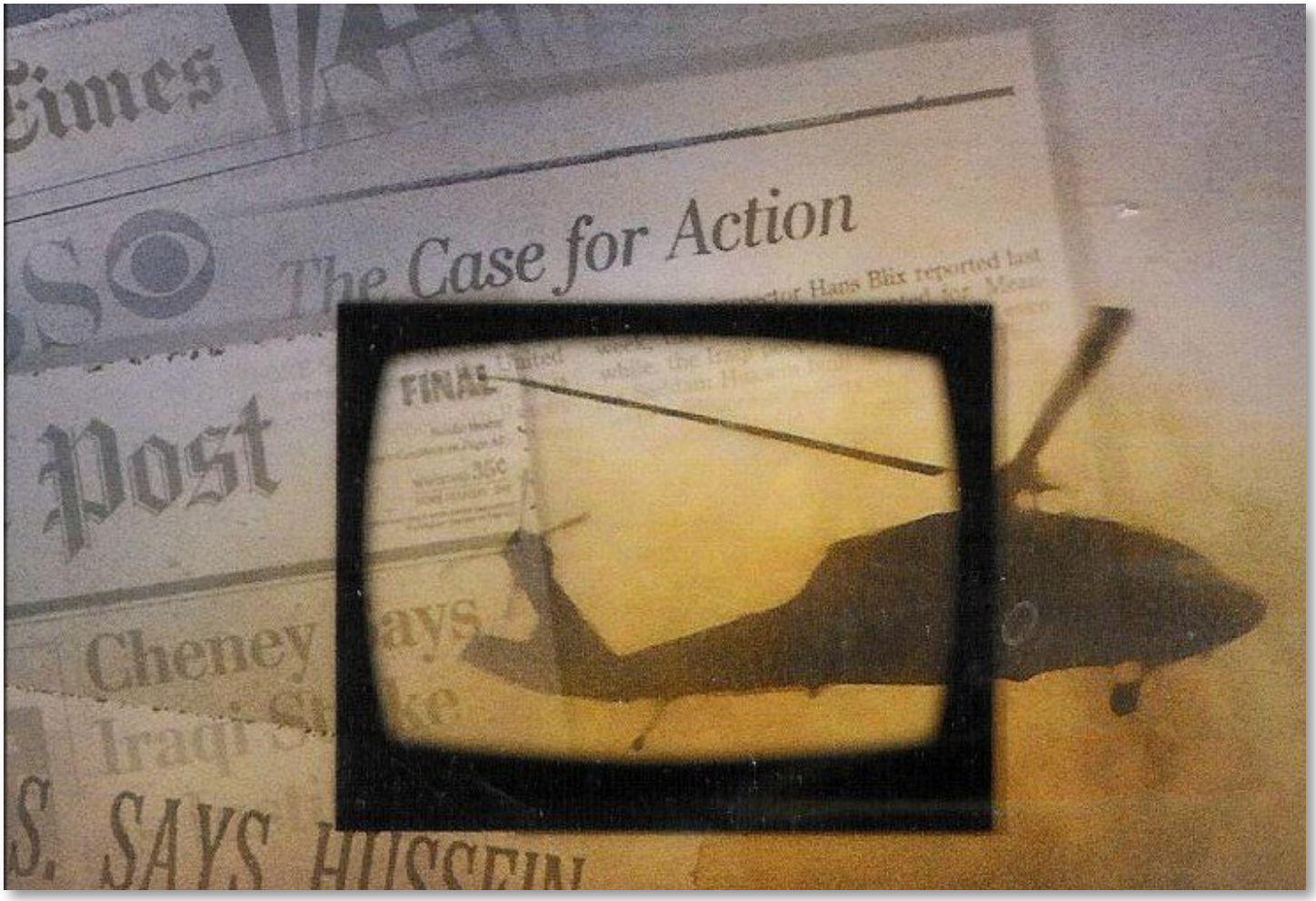
Finalmente, el despliegue militar en Irak fue un hecho que permitió que la relacion prensa-militar se potenciara. Como explican Christopher Paul y James J. Kim (2004) en "Reporteros en campo de batalla" el conflicto que se llevó a cabo en 2003 por parte de los Aliados permitió el éxito del "Embedded press", término que será explicado en los párrafos siguientes. Como muchos recordamos, la "Operación Libertad de Irak" fue televisada y acompañada por los medios de comunicación masivos que relataban a cada hora y minuto desde cualquier parte del mundo lo que estaba ocurriendo en medio oriente. La magnitud de esta campaña fue tal que todos los ojos estaban puestos en este punto del mapa. Con ello se logró que convirtiera en uno de los despliegues mas masivos de reporteros acompañando a las tropas en donde "se impuso relativamente pocos límites"

LA GUERRA, LA INFORMACION Y LOS MEDIOS

Los medios de comunicación masivos vs medios especializados

CNN, BBC, ABC, Al-Jazeera, fueron algunas de las cadenas televisivas que tuvieron un gran impacto a nivel mundial por sus coberturas en vivo y directo. Estos medios se caracterizan por trabajar la información con objetivos a corto plazo, buscando que el oyente obtenga y esté informado de manera rápida para así obtener beneficios como el "rating". Poco esta en sus agendas la especificación y el tratamiento de adecuado de los datos y los relatos que serian luego comunicados a la población. En este mismo sentido, los objetivos de la prensa en la cobertura de noticias es obtener información, tener acceso a la misma, proveer al público noticias y, por último, mantener la calidad de noticias. Pero al mismo tiempo, el afán de lucro y las presiones que crea el aumentar la participación de mercado pueden entrar en tensión con otros objetivos de la prensa para la cobertura de noticias en particular relacionados con la calidad de información (Paul & J. Kim, 2004, p-17)

En esta misma línea, los medios masivos llegan a generar demasiada información logrando que el lector o el oyente no comprendas lo que realmente esta sucediendo. Además, como el control de la información esta a la orden del día debido a que los militares buscan la





seguridad de las operaciones, mucha de la información que se trasmitía era pobre en contenido, con lo cual las imágenes fueron las que mas dejaron que hablar. Las redes árabes en muchas ocasiones se enfocaban en la tragedia humana, como una explosión en un mercado que culpabilizaba a los misiles aire-a-tierra estadounidenses (Gardner, 2006)

En la primera Guerra del Golfo, explica Purvis (1991) que los lectores de periódicos y los espectadores de lo que hemos llegado a llamar "pornografía de guerra de CNN" durante esos primeros días de la guerra recordarán el tono jadeante de los procedimientos. Los informes en los periódicos intentaron evocar un sentido del momento con prosa púrpura y efusiva, los cruces de satélite en la televisión en vivo llevaron al espectador a los lugares, aunque prácticamente sin información real sobre lo que estaba sucediendo". En esta misma línea Thombson (2003) manifiesta que la CNN prometía asegurar que el televidente sería el "primero en saber".

Por otro lado, a diferencia de la primer a Guerra del Golfo, un nuevo actor entro en la escena. Al- Jazeera, medio de comunicación de medios oriente, surgió como un fenómeno de una emisora masiva competitiva (…) esta estación dio una perspectiva árabe a la guerra (…) y fue una espina en el costado de los propagandistas occidentales ya que presento una cosmovisión diferente al conflicto (Al-Arian 2004)"

A diferencia de los grandes actores y cadenas televisivas, corresponde hablar de aquellos que buscan como objetivo informar de manera específica y verídica sin tintes políticos. Esto nos lleva a hablar de los medios pequeños, especializados y/o los corresponsales de guerra que se buscan la manera de contar los hechos desde otra perspectiva. Mejor conocidos como "freelancers", o también como periodismo "unilateral", estos utilizan sus propios medios para acercarse a los hechos, muchos son aficionados, u otros son simplemente apasionados de los conflictos bélicos.

Estos en muchas ocasiones estos poseen la ventaja de tener más contacto con los locales y eso los lleva a que tengan la oportunidad de acercarse y describir los eventos con mucho mas tecnicismo y profundidad, asumiendo un riesgo y desprotección, a diferencia de los medios masivos.



El tratamiento de la información en durante la guerra *Las imágenes, las trasmisiones 24hs, bombardeos y "Shock and Awe"*

En este punto, nos remontaremos a la Primer Guerra del Golfo, en la que por primera vez se comenzaron a transmitir relatos en vivo del conflicto que estaba sucediendo en Bagdad. Tanto CNN como la cadena española "El Mundo" lograron que sus corresponsales estuviesen viviendo de primera mano. En esta misma línea, las imágenes de CNN constituyeron la principal fuente de información para medios de todo el mundo y convirtieron la guerra del Golfo en la primera contienda retransmitida en directo a través de la televisión (Iturregui & otros, p-650).

Años más tarde, veríamos como el ataque a las Torres Gemelas del 9/11 y el discurso del presidente George. J. Bush anunciando el ultimátum a Saddam Hussein marcarían el comienzo de una larga disputa de medios de comunicación masivos por tener imágenes y fuentes exclusivas para atraer a los oyentes.

La Guerra delrak trajo a el mundo televisivo la opción de estar en distintos puntos al mismo tiempo. La pantalla dividida en cuatro partes le dio al televidente la posibilidad de saber que decisiones se estaban tomando en el Pentágono, ver el bombardeo sobre las ciudades de Bagdad, o estar en unidad militar.

"Shock and awe" fue particularmente un concepto que tomo relevancia en los medios de comunicación. La idea de un bombardeo sobre la cuidad de Bagdad fue utilizada para generar una suerte de punto quiebre en el conflicto que se estaba librando, en la que el objetivo principal de este ataque seria de manera rápida e inesperada para paralizar al enemigo y poder neutralizarlo. A pesar de todo ello, se generaron debates en torno a esta noción por las falsas esperanzas que género. Por ejemplo, Thomson (2003) explica: "Esperamos pacientemente el acto de mayor facturación, "Shock and Awe" durante varios días antes de presentarlo en un glorioso tecnicolor, solo para descubrir que era mucho más breve de lo que nos habían prometido"

"Endebbed System"

La invasión estadounidense de marzo de 2003 coincide con la primera amplia implementación de un medio innovador de cobertura en tiempos de guerra conocido como la "prensa integrada" (Paul. C &Kim. J 2008)

El término "endebbed" o integrado, hace referencia a la idea de aquel corresponsal de guerra integrado a la unidad o tropa. Este vive junto con las tropas y vive las mismas experiencias que ellos lo cual le permite encarnar el conflicto en vida propia. A pesar de que esta no fue la primera vez que el termino fue utilizado, la dinámica y relación que se produjo entre los medios de comunicación masivos al estar integrados a los cuerpos y tropas marco un punto de quiebre para sacar provecho de ambas partes de aquí en adelante.

Desde una perspectiva militar los beneficios de la integración era muchos más que los costos. El militar reconocía que las coberturas de las noticias podían ser utilizadas para bancar los objetivos operacionales (Paul & J. Kim, 2004) La idea de utilizar a la prensa para demostrar los tanques, las ametralladoras, vehículos de combate, y aviones, para generaban en el "enemigo" un juego psicológico que demostraría que los Estados unidos y sus aliados los sobrepasaban en tropas y poderío militar.

En la Segunda Guerra de Irak, el sistema de integración de reporteros produjo conformidad de los periodistas de una diferente manera.

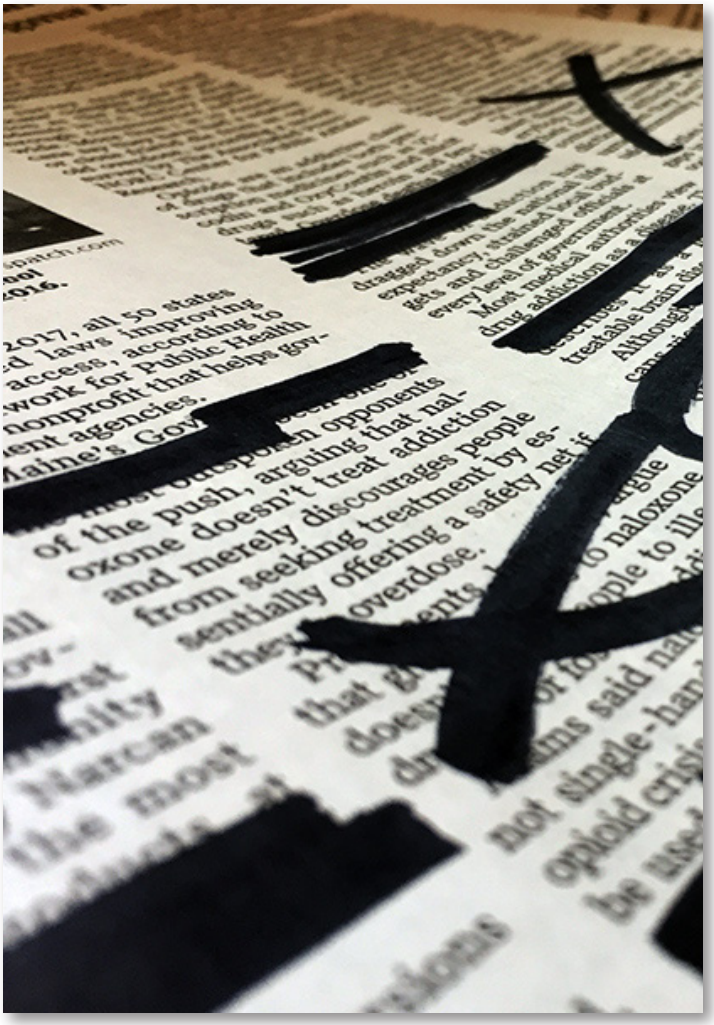
Como la Primera Guerra de Irak, todos los reporteros integrados fueron seleccionados por los militares, y los conocidos o potenciales "generadores de problemas" eran excluidos Hutchinson (2008) Adicionalmente este ultimo autor agrega que los reportes de los periodistas no reflejaban la "imagen amplia" necesaria para entender el contexto y los problemas muchos mayores de la guerra.

A su vez, la presencia de los medios de comunicación en el teatro registrando el desempeño de las tropas permitió a los militares mostrar una imagen profesional positiva a los televidentes.

Por otro lado, la prensa tomo un lugar importante ya que su presencia fue casi total:

"Participaron varias agencias de prensa, incluidas las cadenas de noticias en horario de máxima audiencia (p. Ej., ABC, CBS, NBC, CNN), diarios máxima (The New York Times y Washington Post), revistar populares (p. Ej., Rolling Stone y People) y canales de cable (p. Ej., MTV). Las tropas británicas también permitieron que los periodistas se integraran en sus propias unidades. Según el Ministerio de Defensa británico, hubo aproximadamente 128 periodistas integrados de medios británico. El numero total de reporteros desplegados durante la gran fase de combate de esta operación era mas grande que todo lo visto antes, con aproximadamente 1445 reporteros obteniendo credenciales de manera "unilateral". Todos cobrados, aproximadamente 2200 reporteros se encontraban en el teatro. (Paul & J. Kim, 2004, p-55)





La censura y la falta de información

La otra cara de esta disputa entre de los medios de comunicación y su relacion con la institución militar, era la censura y poca información que recibían para luego ser transmitida.

A pesar de que en esta Segunda Guerra del Golfo la dinámica entre ambos actores flujo en mayor medida a comparación de otros conflictos, los militares continuaron con el control de la información que se revelaba. Tanto fue así que la combinación del sistema integrado, la seguridad que se les bridaba a los periodistas, y la centralización de la información provoco que los reporteros dependiesen de los militares.

Thompson (2003) aborda este punto y reorienta el conflicto hacia el aspecto comunicacional argumentando que la "guerra de la información" era conducida desde diferentes frentes. El autor menciona que dentro de las técnicas usadas se encuentran los ataques directo a periodistas, desinformación deliberada, como la mentira, obstrucción, amenazas legales e intimidación (…) información plantada, falsificación e incluso ataques de difamación.

Mas allá de la Operación "Libertad de Irak"

En estos puntos abordaremos aquellas cuestiones que son tratadas y debatidas por razones éticas y/o morales por parte de los medios de comunicación y la sociedad.

Hutchinson (2008) explica que una de los puntos diferenciales entre la primera y segunda guerra del golfo fue tono de los reportajes por parte de la prensa, y argumenta que "el hecho de que la guerra de 2003 se produjera después del acontecimiento del 11 de septiembre también cambio el comportamiento de los medios y sus reporteros (Anon 2003). (…) el contexto cambiado de la guerra posterior al 11 de septiembre puso a los medios de comunicación y a los reporteros muy nerviosos por escribir artículos negativos que eran de alguna manera antigubernamentales. Existía la sensación que cualquier comentario negativo habría sido suicidio comercial y profesional"

Por otro lado, como es bien conocido, los medios de comunicación masivos en muchas ocasiones son utilizados para cuestiones políticas. Como argumenta Lacroix (2020) los medios se han convertido en el canal transmisor central de información conformándose como el conector entre la vida política del sistema y la ciudadanía. En esta misma línea Steele (1999) explica que los peligros que corren los reporteros son el escepticismo, y, en segundo lugar, cuando uno empieza a posicionarse. Y es aquí donde el autor argumenta que el trabajo pierda la agudeza cuando se empieza a pensar que una de las partes son los buenos y los otros los malos.

Por el contrario, "el militar también reconoce que la cobertura de noticias puede jugar un rol positivo en el triunfo operacional. Los autores Paul & J. Kim (2004, p-55) explican que el militar busca el uso de la cobertura de noticias para apoyar su mision militar de tres maneras diferentes: mediante el apoyo de relaciones publican y contrayendo apoyo del público; mediante la construcción d credibilidad; por medio del apoyo de operaciones exitosas de información contra el enemigo.

Mas allá de el posicionamiento que pueden tomar los medios de comunicación en el ámbito militar, las imágenes de lo que ocurría en Irak, y sus resultados, estuvieron en boca de todos. Hoy en día, si se pregunta que recuerdos se tienen de este conflicto muchos podrían decir que serían la inmensidad del desierto, los tanques, la población civil y los marines, y los edificios hechos añicos, pero muy pocos se atreven a recordar los vuelos provenientes de aquella zona con los ataúdes recubiertos por las banderas británica y estadounidenses. Esto se explica por que luego de la guerra en Afganistán, los estados unidos decidieron no revelar fotos de los ataúdes, a lo que el gobierno explicaba que era por respeto a las familias, pero muchos otros creían que "saneaba las guerras de Irak y Afganistán con la intención de controlar la ira de la opinión publica por los conflictos." [1]

Conclusión

Como hemos ido explorando a lo largo de los diferentes puntos en los conflictos internacionales no solo se trata de una contienda militar en donde actores estatales y no estatales luchan por objetivos territoriales o de recursos. Los medios son parte de esta dinámica y se han destacado de tal manera que los gobiernos los tienen en cuenta a hora de tomar decisiones en el teatro caótico de una guerra.

La Guerra de Irak fue especialmente importante ya que en aquel entonces la televisión y los periódicos eran la principal fuente de información. El televidente podía sintonizar cualquier cual y podía obtener las ultimas noticias de lo que ocurría en el frente. Además, los medios constantemente iban y venían en vivo a la sede del Pentágono, a la Casa Blanca, Bagdad o a Downing St, y con entrevistas a especialistas y militares retirados durante una programación exclusiva de 2hs.

Hemos observado también como el desarrollo tecnológico fue acompañando a la largo de la historia a la prensa en su objetivo de conseguir la mayor cantidad de información posible. Los medios de comunicación masivos han crecido de manera rápida e ininterrumpida logrando que cada vez mas usuarios se informen por diferentes medios, y a su vez que estos sean los primeros en obtener información. En esta misma línea, la prensa masiva dejo de lado el tratamiento de información de calidad para pasar a simplemente informar de manera rápida y simplista.

No se debe dejar de lado el hecho de que hoy en día los lectores e internautas tienen muchas mas posibilidades de acceso a la información que en años anteriores. Con esto se quiere explicar que hemos dejado de lado la televisión para pasar a conseguir información y enterarnos de sucesos internacionales con tan solo abrir una red social. Gracias a esto, les medios especializados que abordan los conflictos de manera más "artesanal" y con mucha más dedicación, consiguen llegar a más lectores con la oportunidad de brindarles información fehaciente. Pero, por el contrario, a pesar de tener mas acceso, el hombre del siglo XIX ya no se interesa por la los hechos generales sino mas bien por historias personales, emotivas, y dramáticas, a la vez que las imágenes fuertes y crudas son lo más deseado y llamativo.

Bibliografía

"La relacion Militares-prensa". Curso en Seguridad y defensa internacional. Material provisto por la catedra.

Alastair, T. (2003, 29 abril). The Role Of Media In The Second Gulf War | Scoop News. Scoop. https://www.scoop.co.nz/stories/HL0304/S00223/the-role-of-media-in-the-second-gulf-war.htm#a

Bumiller, E., 2020. U.S. Lifts Photo Ban On Military Coffins. [online] Nytimes.com. Recuperado en: <https://www.nytimes.com/2009/02/27/world/americas/27iht-photos.1.20479953.html> [Accessed 31 August 2020].

Gardner, F. (2006).Irak and Afganistán: the new jihad. En Blood & Sand (Revisado ed., Vol. 1, pp. 311-352). Penguin Random House. https://doi.org/1067680/blood-and-sand/9780857502438.html

Hutchinson, W. (2008). Media, government and manipulation: the cases of the two Gulf Wars. DOI:https://doi.org/10.4225/75/57a828d9aa0dc

Iturregui Mardaras, L., Cantalapiedra González, M. J., Moure Peñín, L. y Martín Sabarís, R. M. (2014): Corresponsables de guerra en el campo de batalla: un estudio de su relación con militares desde Crimea a Irak. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 645-654.

Lacroix, G. M (Enero/febrero 2020). Comunicación: campo de batalla del siglo XXI. Boletín del Departamento de seguridad internacional y defensa del IRI (N°34) . Recuperado en: http://www.iri.edu.ar/wp-content/uploads/2020/06/bolSyD34.pdf

Paul, Christopher and James J. Kim, Reporters on the Battlefield: The Embedded Press System in Historical Context, Santa Monica, Calif.: RAND Corporation, MG-200-RC, 2004. As of August 30, 2020: https://www.rand.org/pubs/monographs/MG200.html

Purvis, S. (1991). The Media and the Gulf War. RSA Journal, 139(5423), 735-744. Retrieved August 31, 2020, from http://www.jstor.org/stable/41375694

Steele, J. (1999). El papel del corresonsal de guerra. Papeles de cuestiones internacionales, 66, 87-94. https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=3916 "Reporters on the Battlefield –

Referencias

[1] Bumiller, E., 2020. U.S. Lifts Photo Ban On Military Coffins. [online] Nytimes.com. Available at: <https://www.nytimes.com/2009/02/27/world/americas/27iht-photos.1.20479953.html> [Accessed 31 August 2020].

ESCENARIO MUNDIAL



@escenariomundial

@EscenarioM

WWW.ESCENARIOMUNDIAL.COM

política internacional de un modo simple



LA IMPORTANCIA DE LOS PUBLIC AFFAIRS OFFICERS (PAO) DENTRO DE LAS ESTRUCTURAS MILITARES

Por ***Fernando de la Vega***

1. Introducción

A lo largo del Programa Ejecutivo en Comunicación y Seguridad Internacional (PECSI) pudimos analizar y debatir como el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información (NTCI) han tenido una fuerte influencia sobre los conflictos modernos.

El auge de las NCTI dentro del proceso de la globalización ha transformado el papel de los medios y por ende el manejo de la información. Esto ha hecho que las sociedades acorten sus distancias físicas para llegar a un estado de casi completa interconexión.

Los Estados no han sido solo un espectador más en este proceso, por el contrario han encontrado en las Comunicaciones un nuevo campo de batalla en donde el desarrollo de redes sociales, medios de comunicación, alcance a mayores audiencias pueden resultar tanto o más letales que el empleo del poder duro del Instrumento Militar. Al mismo tiempo nuevos actores que le disputan el uso del monopolio de la violencia al Estado también buscan influir en la opinión pública de la misma manera.

Es de esta manera que nos encontramos en la situación donde el manejo de la comunicación pasa a tener un papel preponderante bajo los conceptos de información y propaganda.

El presente trabajo no busca desarrollar cómo ha sido el devenir histórico de esta temática ni cómo ha sido la relación de los medios con el factor militar. Por el contrario buscamos establecer la importancia que puede tener el rol de los PAOs dentro de las organizaciones militares en su relación con la prensa a la luz de los conflictos modernos.

2. Desarrollo

2.1. Impacto de las NTCI

Durante la primer década del siglo XXI hemos sido testigos de los cambios que se produjeron en el ámbito de la información y más precisamente en lo que respecta a las tecnologías de la comunicación, esto se vio reflejado en un flujo constante de todo tipo de información durante las 24 horas del día en donde no siempre la certeza o veracidad puede ser confirmada en tiempo y forma.

Así como la sociedad global se ha vuelto una población que se asienta en ciudades o centros urbanos (se estima que un 57% del total de la población mundial vive en esta condición) también lo es la realidad en cuanto a la hiperconectividad de la misma.

A partir de estos datos podemos identificar que la comunicación y su difusión a través de los medios digitales se ha transformado en una herramienta estratégica mediante la cual se puede influenciar, irrumpir y hasta dislocar la estructura social, económica y política de un Estado.

El correcto manejo de este tipo de canal de información por parte de un Estado es hoy relevante al momento de la toma de decisiones. Tal como hemos discutido en los foros del PECSI no es lo mismo la comunicación en tiempos de paz que durante un conflicto o crisis. Mientras que en la primera se busca mantener informada a la sociedad sobre la implementación de las diferentes políticas públicas y el desarrollo de las políticas de estado buscando con ello cumplir con las exigencias y demandas de asumir la responsabilidad (accountability) por las acciones del Estado, propia de una sociedad moderna. En época de crisis o conflicto será empleada como mecanismo para modificar la opinión pública en favor del cumplimiento de los objetivos estratégicos logrando así la legitimidad de las acciones llevadas a cabo por el instrumento militar y demás agencias volcadas al esfuerzo de guerra. La propaganda pasará a ser un elemento fundamental en este ambiente. A través de la propaganda se busca formar o modificar la opinión de la sociedad sobre un adversario determinado. Es por ello que hoy todo lo relacionado con la NTCI generan un impacto mayor a través de las imágenes y su instantaneidad.

La Junta de Jefes de Estado Mayor de las FFAA de los EEUU a través de la publicación del Concepto de Operación Conjunto en el Ambiente de la Información (JCOIE por sus siglas en inglés) establece que:

Los avances tecnológicos han incrementado la velocidad y el alcance mediante el cual los seres humanos adquieren, desarrollan y transmiten la información. Estos avances le han permitido a nuestros competidores y adversarios adquirir la capacidad de usar la información de manera tal de poder afectar nuestro proceso de toma de decisiones. Adicionalmente, ellos usan la información para debilitar la legitimidad de las FFAA en grupos de audiencia relevantes. El uso efectivo de la información por parte de competidores y adversarios ha hecho que en ocasiones nuestras FFAA se encuentren desprotegidas y no preparadas para responder al gran volumen de propaganda enviada a través de múltiples canales como ser, texto, video, audio así como imágenes por internet, redes sociales, televisión por satélite y los tradicionales medios de radio y televisión. Esto no ha hecho más que transformar las áreas de operaciones en zonas más letales, complejas y dispersas. (Pag 5, desde acá todas son traducciones propias)

Aparece en el horizonte la guerra de la información. Walton (2012) menciona que "la guerra de la información asumió un rol central en los escritos militares chinos de la última década. Adquirir la superioridad en el manejo de la información es visto como una prerrequisito para obtener y mantener la superioridad en el campo de combate. Asimismo se ha sugerido también que el éxito de la las operaciones de información (InfoOps) requieren inicialmente ataques electrónicos o del tipo kinéticos" (Pag 5)

Dentro de este mismo concepto de guerra de la información, la República Popular China (RPC) incluye tres tipo de guerra a llevar adelante, la psicológica, la de los medios de comunicación y la legal. Nos interesa el concepto de la de los medios de comunicación que deja en claro que tiene como "objetivo influenciar la opinión pública tanto interna como internacional para construir el apoyo a las acciones militares chinas y disuadir a los adversarios de llevar adelante acciones en contra de los intereses de la RPC.

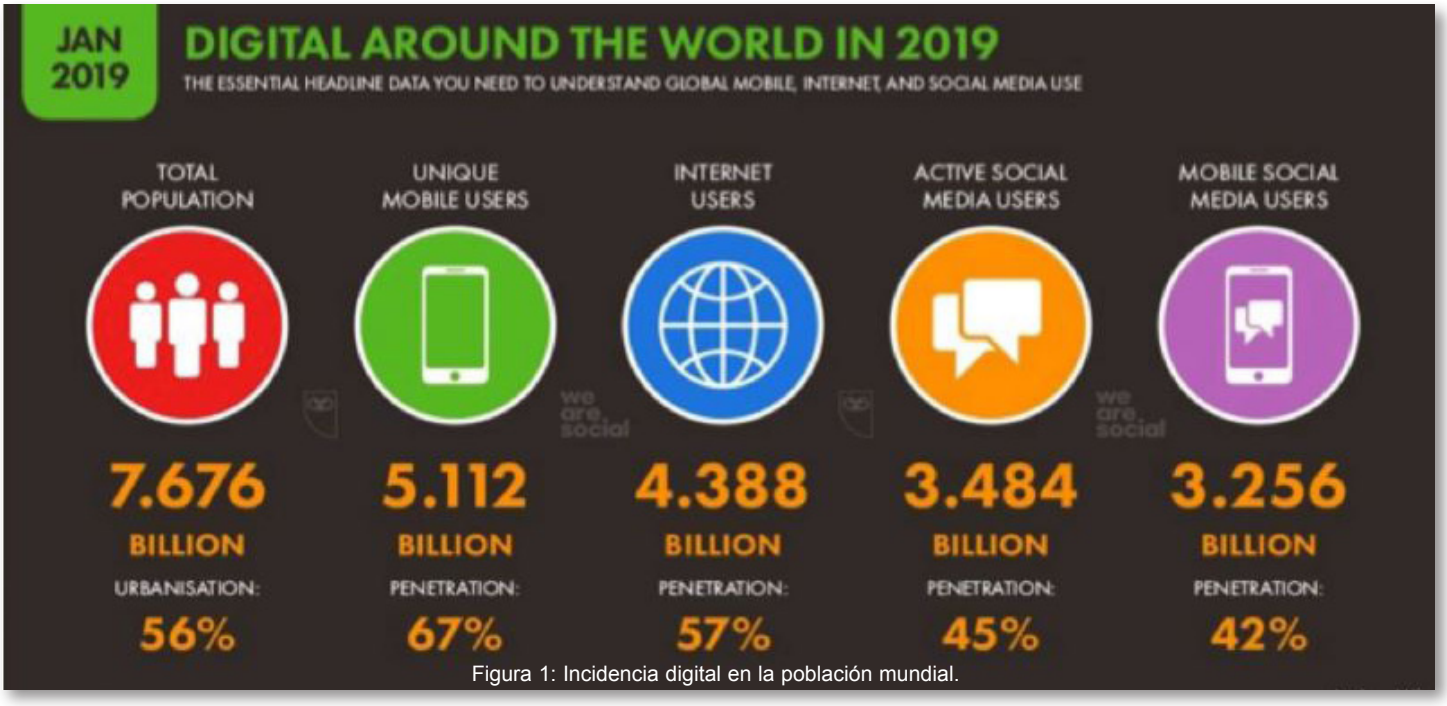


Figura 1: Incidencia digital en la población mundial.

Internamente los planificadores del gobierno central buscan controlar el acceso a la información doméstica generando propaganda que guie la opinión pública presentando un frente unificado no solo dentro de los ciudadanos comunes sino también en su comunidad de inteligencia. En las últimas décadas, China ha adoptado metodologías más sofisticadas en la guerra de los medios de comunicación. En particular incorporó métodos de persuasión de masas propias de occidente que incluyen relaciones públicas, políticas, teorías de los medios de comunicación masivas así como psicología individual y de grupos." (Pag 7)

Para finalizar este tema nos vamos a referir a las fake news entendiendo que estas han adquirido mayor relevancia a partir del desarrollo de las NTCI. Principalmente estas tienen por objetivo la desinformación. A través de las mismas se busca mediante un contenido falso engañar y al mismo tiempo manipular la opinión pública. La difusión de estas noticias se ve facilitada por la hiperconectividad mencionada al inicio y reforzada por los datos de la figura 1.

Durante la Operación Valhalla (Irak) en Marzo del 2006, un batallón de fuerzas especiales de los EEUU tuvieron un enfrentamiento contra un grupo de terroristas pertenecientes a Jaish al-Mahdi, matando durante el mismo a 16 terroristas, capturando a otros 17, destruyendo un número interesante de armamento y rescatando a un rehén que había sido duramente castigado. En un período muy corto de tiempo, que incluyó el regreso a su base de operaciones de los soldados americanos –menos de 1 hora- soldados de Jaish al-Madi volvieron a la zona de combate y reacomodaron los cuerpos de sus camaradas muertos y lo hicieron parecer como si hubieran sido asesinados durante el momento de oración musulmana. Los adversarios difundieron las imágenes a la prensa tanto en árabe como en inglés, en donde esgrimían la atrocidad realizada por el enemigo. La unidad americana había filmado por completo la operación y pudo probar que eso no era lo que había sucedido. Esto le tomó casi tres días antes que los militares americanos pudieran dar su versión a los medios. El Ejército inició una investigación que duró 30 días, tiempo en la cual el batallón estuvo inactivo en la zona de operaciones. La operación Jaish al-Mahdi es un excelente ejemplo de cómo el adversario es capaz de difundir información sin emplear la fuerza física para afectar percepciones, actitudes y otros factores que puedan afectar la opinión pública. Este incidente fue una de las primeras demostraciones de cómo los adversarios pueden ahora abiertamente monitorear las reacciones de la audiencia Americana a sus mensajes, en tiempo real, desde miles de millas de distancia y ajustando sus acciones a sus propios objetivos. Con un acceso global irrestricto y la capacidad de difundir información, los adversarios fueron capaces de mitigar la superioridad de fuerzas norteamericana, paralizar al gobierno de los EEUU con políticas y cuestiones legales y al mismo tiempo ganar libertad de acción.1

No caben muchas palabras más que puedan clarificar aún más cómo el empleo de las fake news son una parte importante de los nuevos tipos de conflicto (baja intensidad, guerras híbridas, etc). Sin embargo nos permitimos reforzar la conclusión final del incidente relatado en donde a partir de una derrota en el campo táctico y sabiendo que la superioridad estaba del lado americano, los integrantes de Jaish al-Mahdi fueron capaces de, por un lapso de treinta días, dejar fuera de combate a una unidad de fuerzas especiales a través del empleo de imágenes difundidas por medios digitales afectando seriamente las capacidades de un Ejército muy superior.



2.2 Las funciones del PAO

Este tema lo desarrollaremos principalmente basados en la Directiva Militar sobre Asuntos Públicos de la OTAN (NATO Military Public Affairs Policy) de febrero de 2011 y al final haremos una breve referencia a cómo el Ejército Argentino tiene hoy establecido su sistema de Comunicación Institucional a nivel fuerza. 1 The Weaponization of Information, The Need for Cognitive Security; (testimony of Waltzman).

La OTAN reconoce en la presentación de su directiva que "los rápidos cambios que se dan en el ambiente de la información y principalmente en lo relacionado a la tecnología de las comunicaciones hace que exista un flujo constante de todo tipo de información en las cuáles no siempre se puede establecer su veracidad. Ya no existe un monopolio del manejo de la información. Ante esto la función del PAO es explicar a una amplia y diversa audiencia, que incluye a la prensa, las complejidades de todo los aspectos a los cuales los miliares se deben enfrentar dentro de los desafíos de seguridad del siglo XXI y cómo a su vez apoyan a los políticos en su toma de decisiones."

Toda organización militar (Nacional – Regional – Global) debe asumir la responsabilidad de las acciones que lleva adelante. Es por ello que el poder establecer una buena relación con la prensa (en todos sus formatos) así como el manejo de las redes sociales les permitirá no sólo hacer conoce la misión, visión y objetivos a las audiencias respectivas sino también crear confianza y entendimiento de para qué y por qué son necesarias en la búsqueda de la seguridad y defensa de los intereses nacionales, regionales o de la paz mundial.

Tomando como punto de referencia la audiencia a la que se quiere llegar las funciones del PAO se pueden resumir en el siguiente cuadro:



Figura 2: Funciones PAO (Producción propia)

A partir de estas funciones el PAO debe desarrollar una serie de actividades que le permitan cumplir con las mismas y con su misión principal de mantener informado en forma oportuna y creíble a los diferentes públicos en relación a las actividades militares que lleve adelante la organización a la cual está asignado/a. Algunas de estas actividades podrán ser:

- Principal asesor en la materia y vocero oficial del Comandante/Jefe. Como tal debe estar en condiciones de planificar actividades de comunicación institucional, establecer directivas para el empleo de las redes sociales, mantener relación con la prensa, monitorear los contenidos relacionados a su área de incumbencia, producir contenidos escritos, audiovisuales y para la web.

- Desarrollar narrativas que apoyen y den a conocer los objetivos militares operacionales de la fuerza.

- Proveer información confiable y oportuna. Mediante esta actividad se buscará principalmente mantener la credibilidad de la fuerza y así mitigar todo intento de propaganda adversa que busque dañar la imagen y reputación de la organización en tiempos de paz y afectar la seguridad e integridad de las capacidades militares en tiempo de guerra, crisis o conflicto.

- Asegurar que la información que se da a conocer es consistente, complementaria y congruente con lo que se solicita o ya se haya dado a conocer previamente.

- Conocer y aplicar los niveles de seguridad para el manejo de la información utilizando el concepto de protección a la seguridad de las tropas y de la propiedad militar.

- Tener en cuenta todo aquello relacionado a cuestiones de género, religión, culturales (principalmente en ambiente multinacionales) evitando hacer referencias a cuestiones que pudieran afectar intereses individuales que se puedan volver en contra del cumplimiento exitoso de la misión de la fuerza.

- Ser flexible en sus asesoramientos entendiendo que las situaciones y circunstancias pueden cambiar y que aquellos aspectos que inicialmente estaban previstos ser comunicados deban ser revisados y modificados de acuerdo a nuevos elementos de juicio dentro del ambiente operacional. Para ello la Directiva de referencia de la OTAN establece tres formas de llevar adelante la comunicación:

"a. Muy activa: significante y deliberado esfuerzo para dar a conocer y visibilizar la información. Esto sucede cuando se ha identificado la necesidad de buscar y obtener apoyo a las actividades a través de diferentes producciones del PAO.

b. Activa: actividades rutinarias que insumen un acotado empleo de recursos propios.

c. Reactiva: no hay esfuerzos por promocionar o dar conocer actividades de importancia, pero el PAO debe tener un plan de contingencia desarrollado ante la posibilidad de la aparición de requerimientos de información por parte de la prensa ante algún hecho o tema determinado. "Sin comentarios" no es la opción deseada de respuesta." (Pag 18)

En cuanto al Ejército Argentino (EA), este desde fines del siglo XX ha venido desarrollando acciones tendientes a incrementar, mejorar y difundir la acción comunicacional tanto al público interno como externo.

Dentro de la Secretaría General del Ejército (SGE) tiene organizado la Comunicación Institucional en dos departamentos:

-Departamento de Comunicación Institucional.
-Departamento de Acción Institucional.

Asimismo cada elemento de la fuerza desde el nivel Dirección General hasta la Unidad Táctica debe (y tiene) conformado su Equipo de Comunicación Institucional (ECI), el cuál es el responsable de asesorar y administrar en todo lo relacionado con los aspectos de comunicación al Director/Comandante/Jefe del elemento al que sirve.

Cómo en toda organización militar el EA establece lineamientos generales y conceptos rectores a través de Órdenes y Directivas. En el caso de la Comunicación Institucional hay en vigencia una Directiva del Jefe del Estado Mayor del Ejército para la acciones de Comunicación Institucional para el quinquenio 2017-2021.

A los fines de mantener actualizados a los diferentes ECI el EA lleva adelante una serie de cursos, con la modalidad a distancia, entre los cuales se destacan:

-Curso de Comunicación Institucional.
-Curso de Gestión Estratégica de la Comunicación.
-Curso de Diseño Gráfico.

Asimismo el Ejército dispone de un conjunto de medios y herramientas de comunicación en formato gráfico, audiovisual y digital para transmitir información de interés a sus públicos y proyectar sus atributos de identidad.

Estos medios se nutren, en gran medida, de la información enviada por los Elementos a la SGE; es por ello que resulta imprescindible que los ECI conozcan la variedad y particularidad de cada uno de ellos, y mantengan un canal abierto a través del envío de información en forma adecuada y oportuna.

2.3 La ética profesional

No caben dudas que cuando se habla de ética profesional es adentramos en un tema que puede dar para páginas y páginas de discusión que muy probablemente no nos dejen arribar a consensos sobre qué, cómo y principalmente para qué sirven en las diferentes profesiones. La intención en este apartado es presentar, de forma concreta y acotada, porqué es dónde más posibilidades de producirse un choque de intereses entre la prensa y los militares al momento de tener que informar sobre determinados hechos.

Bowen et al. (2012), al momento de introducir esta problemática mencionan que "la obligación ética militar está focalizada en proteger la información sensible y negar el acceso a la misma a cualquier enemigo potencial. La obligación ética de la prensa es obtener información y distribuirla a la mayor cantidad audiencia posible" (Pag 1).

La prensa basa sus demandas en el derecho de acceso a la información y sustenta el mismo en su autopercepción de "4to Poder" que emana de una serie de conclusiones expresadas por Thomas Carlyle en Heroes and Hero Worship (1840) al resumir que "la obligación ética de la prensa era reunir y hacer pública toda la información".





Asimismo no son pocas la asociaciones periodísticas de diferentes partes del mundo que insisten en mantener un código de conducta en lo cuáles siempre se identifica el concepto sobre el cual "los periodistas deben buscar la verdad y darla a conocer".

Los periodistas son formados para desempeñarse como observadores imparciales, objetivos, buscando la verdad y asegurar la exactitud de la información de todas las fuentes a fin de evitar errores inadvertidos. (Bowen et al., 2012, Pag 4)

Pasando al plano de la ética militar podemos identificar que la misma se encuentra muy arraigada desde el inicio de la carrera militar en los diferentes institutos de formación. Palabras como ORDEN, VALOR, LEALTAD, SACRIFICIO, SUBORDINACIÓN, INTEGRIDAD, CORAJE, COMPROMISO son comunes no sólo en nuestro país sino en Academias Militares de otros países, principalmente en las culturas occidentales. En palabras de Bowen et al. (2012) "la misión de las Academias, en términos simples, es lograr persuadir a los cadetes para que adopten o internalicen el ethos militar" (Pag 8)

Esto no significa que los militares tengan una mejor ética que los periodistas, ni mucho menos que los estándares sean superiores. Si creyéramos esto estaríamos ante una situación grave, cuando no complicada, de creer que existe una moral o ética superior por parte de los militares que sólo crearía una brecha aún más grande entre ambas profesiones y, porque no, con la sociedad a la cual el militar jura defender.

La estructura jerárquica militar con sus diferentes niveles de responsabilidad no facilita el flujo de información y es ahí el punto inicial de las posibles fricciones entre el PAO y la prensa.

A fin de evitar o en el mejor de los casos disminuir esas posibles fricciones es deber del PAO constituirse en el interlocutor válido y oficial para la difusión de todo tipo de información relacionada con las actividades militares. Este debe ser un compromiso que se debe tomar no sólo hacia el público externo sino también internalizar esta función dentro de las diferentes estructuras de comando dándole la importancia que se merece a este puesto.

Para no caer siempre en ejemplos foráneos nos permitimos referenciar la actuación en el año 2017 y en ocasión del hundimiento del ARA San Juan de nuestra Armada Argentina, del entonces Capitán de Navío Enrique BALBI quién se transformó en la voz oficial de todo lo relacionado con ese incidente. La Armada supo identificar que ante tan trágico acontecimiento era vital que toda la información llegara siempre a través de la misma fuente. Carlos Delgado, jefe de programación en español de la DW en una nota al diario La Nación del 11 de agosto del 2020, expresó que "En momentos de crisis es cuando la gente busca con más urgencia información fundada y creíble". Es función de toda organización militar ser capaz de mantener y acrecentar su credibilidad y prestigio mediante el correcto y oportuno manejo de la información.

Como militares no podemos, ni debemos, entrometernos ni exigir cómo deben ser formados los periodistas, sin embargo debemos ser capaces de adiestrar, formar y perfeccionar a nuestro personal para las relaciones con los medios. Los PAOs deben estar en condiciones de identificar las áreas de compromiso o cooperación y al mismo tiempo saber cuándo las cuestiones éticas en el manejo de la información van a entrar en conflicto y prepararse para ello.

3. Conclusiones

El fin de la guerra fría, el proceso de globalización, la aparición de grupos de poder no estatales y la rapidez de los avances tecnológicos han tenido un impacto preponderante sobre los Estados. Desde el desafío en el manejo y monopolio en el uso de la violencia por parte del Estado hasta la inmediatez en que una noticia se difunde a nivel global, las estructuras burocráticas estatales han debido adaptarse a las nuevas realidades para no verse sobrepasadas en sus capacidades.

Las sociedades dejaron de ser un mero espectador de cómo los gobiernos llevaban adelante sus políticas públicas demandando hoy mayor participación y exigiendo que quienes las llevan adelante sean responsable de sus actos (accountability).

Los conflictos lejos de desaparecer se han modificado, nuevas formas de hacer la guerra han llevado a la FFAA de los diferentes países ha rever sus doctrinas, adiestramientos, tácticas y equipamiento. Conceptos como CBI, 4GW, Guerra híbrida fundamentan lo anterior. La asimetría entre fuerzas en oposición, la no existencia de teatros de operaciones delimitados, la dificultad de distinguir entre combatiente y no combatiente, el ambiente urbano son constantes en estos tipos de conflictos.

El acceso global a internet y sus múltiples y crecientes fuentes de información exigen hoy estructuras y personal especializado para no solo el manejo de las mismas sino también para su monitoreo en la búsqueda de aprovecharlas para incrementar las ventajas propias y al mismo tiempo mitigar cualquier vulnerabilidad que pueda afectar la credibilidad de la organización o el cumplimiento de una misión operacional.
Tal como nos manifestara Fernando Rey durante el desarrollo del PECSI, "las historias que predominan en el siglo XXI son aquellas que tratan sobre el melodrama de lo real, el infoentretenimiento y las historias cercanas al ciudadano". Asimismo no debemos olvidar el poder de la prensa: informar a los individuos y ayudarlos a moldear su propia visión del mundo (Bowen et al., 2012, Pag 13)

Ante toda esta situación creemos que la figura del PAO debe basarse en su capacidad de mediador entre lo militar y la prensa buscando lograr un equilibrio entre los intereses de ambas partes. La construcción de puentes y relaciones de mutua confianza son imprescindibles. La aceptación de las culturas organizaciones por ambos lados es fundamental al momento de establecer las reglas sobre las cuales cada parte va a desarrollar su tarea.

Hoy más que nunca la organización militar debe reconocer la influencia de los medios en la conformación de la opinión pública buscando lograr una relación de mutua confianza que tantas idas y vueltas así como también ambigüedades ha tenido a lo largo de la historia. Formando, capacitando y jerarquizando a lo PAOs puede ser el paso inicial para arribar a este objetivo.

Referencias

"LBowen, S.A., Parkinson, M., Plowman, K., Pritchard, R., Schmeltzer, J., Swiatek, M. y Young, B. (2012). Military PAOs and the Media: Conflicting Systems of Ethics. Institute for Public Relations.

Ejército Argentino. (2017). Directiva del Jefe del Estado Mayor General del Ejército para la Comunicación Institucional (2017/2021).

North Atlantic Treaty Organization. (2011). Military Public Affairs Policy.

United States Department of Defense, (2018). Joint Concept for Operating in the Information Environment.

United States Department of Defense, (2016). Public Affairs.

Walton, T., (2012). China´s Three Warfares. Delex Systems, Inc.

LA COMUNICACIÓN EN TORNO A LA GUERRA FRÍA



Por ***Daniel Arístides***

Introduccion

El tema propuesto parte de la iniciativa de recorrer a través de un hecho histórico concreto, que podría señalarse como el fin de la guerra fría y como a partir de él son modificados los paradigmas que acompañan a la comunicación periodística de información especializada en la coyuntura castrense, los nuevos desafíos de la actualidad y la importancia de una formación adecuada que acompañen las necesidades de la opinión pública y los consumidores de noticias en torno a los temas de Defensa y Seguridad nacional.

La Evolución de los conflictos armados

Siguiendo la metodología de Alvin Toffler(1), en su libro "La tercera ola", donde establece tres fenómenos sociopolíticos y económicos a los que denomina "olas", cuyos paradigmas son la sociedad agrícola, la industrial y la de la información, las mismas no son sucesivas, sino que con frecuencia confluyen, se complementan y a veces chocan; de aquí se deriva la morfología de las guerras y como se originan los conflictos que para poder comunicarlos es necesario adentrarse en la generación de los mismos.

La 1er. ola según él se corresponde con:

º La revolución agraria, en la que los conflictos bélicos son librados por pequeños ejércitos constituidos por campesinos y sirvientes movilizados por su señor, durante el tiempo impredecible. Esta primera ola ya se encuentra superada, pero duró desde la antigüedad hasta las revoluciones francesa y estadounidense, solo subsiste en estados fallidos, débiles donde no hay autoridad estatal y se reemplaza por su "Señor", capaz de movilizar grupos armados en defensa de sus propios intereses, con pocos recursos económicos y materiales, asimiladas a las labores del campo. En la caída del muro de Berlín esta antigua concepción del régimen agrario-comunista también cae y dejan de estar sujeto bajo la figura de su Señor o Nacionalismo estaticista.

º Según Moran Blanco – González Martin(2), estos grupos mal armados, organizados temporalmente pero especialmente dotados para el conflicto asimétrico por su conocimiento y dominio del terreno, infiltrados y apoyados por la población civil, aprovechan sus escasos recursos logísticos, pero desarrollan sus operaciones en un entorno geográfico concreto y confluyendo con el crimen organizado, poseen ventajas frente a ejércitos convencionales, que tardan en adaptar sus estrategias, pudiendo ser más letales y se manejan al margen de la legalidad internacional.

La 2da. ola se corresponde con:

º La 1° y 2° Revolución Industrial (ss. XVIII-XX): los Estados utilizan para su defensa grandes ejércitos procedentes del reclutamiento forzoso, las guerras en este período enfrentan grandes ejércitos y causan numerosas bajas, la industrialización conduce a la estandarización de las armas y al desarrollo logístico. En esta época tienen lugar las dos grandes guerras mundiales, se amplían los ámbitos de las batallas con la aparición del poder aéreo. Con el tiempo se vio que es la combinación de los poderes en operaciones conjuntas lo que permite alcanzar la victoria militar. Esta segunda ola, revolucionó la vida en Europa, América del Norte y otras partes del mundo en pocos siglos y aún hoy continúa expandiéndose. En lo comunicacional aparece la figura del corresponsal de guerra, así como los medios propios de esta revolución industrial iniciada: el diario, la televisión, la radio y donde la propaganda del conflicto bélico resulta de singular importancia para los Estados. Todos estos elementos configuran la llamada guerra convencional donde la ex URSS fue un actor importantísimo de la agenda global, pero que no le alcanzaron para sostener un régimen donde los valores que pregona el periodismo: comunicación veraz, libertad de pensamiento y ejercicio de los derechos se vio cercenado por encima de la seguridad de las personas.

La 3er. ola se corresponde con:

º La era posindustrial, que se inicia en Estados Unidos (finales de 1950) cuando el mismo llega a tener más personas trabajando en el sector terciario (servicios) que, en el secundario dedicado a la producción industrial, caracterizado por los grandes avances tecnológicos estadounidenses, que luego se trasladarán a Europa, Japón y la URSS. La tecnología se convierte en ícono de la potencia de los ejércitos, por medio de sistemas de armas sofisticados, los ejércitos novatos dan paso a los profesionales, más pequeños, pero más eficaces que permiten intervenciones cortas en el tiempo. Los estados refuerzan sus componentes y poderío militares frente a una inminente amenaza de la bipolaridad y podríamos decir nuestro país se circunscribe a esa época gloriosa de abastecimiento ponderado en su sistema de defensa. En la tercera ola comienza a utilizarse el espacio exterior, como un nuevo ámbito militar restringido a las grandes potencias, es la militarización del espacio de la mano de los satélites y los misiles de precisión. Estos avances tecnológicos colaboran con la labor informativa de los medios especializados, pero también un tiempo de tensión permanente en base a la hipótesis de conflicto de las dos grandes potencias, que conlleva a estar informado a la altura de las circunstancias que rodean este periodo de guerra fría y continuas dialécticas de: "a favor-en contra, alineados-no alineados, oriente-occidente, capitalismo-comunismo".

La 4ta. ola se corresponde con:

la llegada de la globalización: basada en el gran desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, que militarmente da lugar a un quinto ámbito de confrontación: el ciberespacio, al alcance de las acciones de actores estatales y no estatales. La información es en tiempo real y permite visualizar, conocer lo que ocurre en cualquier parte del planeta, sensibilizando a las sociedades ante la violencia y los conflictos, creando estados de opinión que condicionan las decisiones de los gobiernos. Los estados periféricos enfrentan a las grandes potencias (Vietnam, Malvinas, etc.), cambia el paradigma de invulnerabilidad, comienza a focalizarse la estrategia de defensa y a denominarse "conflicto" en lugar de guerra convencional, dando paso a la "disuasión" o conflicto de baja intensidad, ataques precisos y con pocos medios donde ya no es tan importante la superioridad numérica, sino doblegar la voluntad del adversario a través de la influencia en la opinión pública, a través de la estrategia comunicacional. Alvin Toffler dice que este periodo está caracterizado por la combinación de olas y cuando esto se da, claramente no hay una potencia dominante, sino que es un ambiente ideal para la desestabilización, hay choque de paradigmas: el que se acomoda la población de las ciudades, mejor formada, con acceso a las redes sociales, con una visión prooccidental laica (3° ola), frente al que se sitúa una parte de la población rural, donde la religión ocupa un lugar central en la forma de entender y regular la vida social y política (2° ola). Cuando no hay una preponderancia manifiesta de una u otra ola, favorece el conflicto sociopolítico y económico que puede desencadenar una guerra civil.

Según Murray(3), a la observación en los cambios militares, corresponden revoluciones militares:

º La primera revolución militar se produce a partir de la creación del Estado-

º La segunda revolución militar es consecuencia de la Revolución Industrial, que permitió un gran crecimiento económico, facilitando la adquisición de nuevas armas e inversiones en investigación para el desarrollo de tecnología de uso militar. En la Primera Guerra Mundial se aplican todos los logros de las revoluciones: tanto la del Estado-nación, como la industrial.

º La revolución atómica, que eleva la ejecución de la guerra al nivel político, que es el que finalmente decide cómo, cuándo y dónde utilizar el arma nuclear, e incluso, directa o indirectamente, ejecuta el lanzamiento. (El botón rojo)

º La revolución de los asuntos militares (RMA), que aprovechando los cambios tecnológicos crea nuevas leyes orgánicas y nuevas doctrinas, buscando grandes ventajas en la confrontación de los conflictos bélicos.





El fin de la Guerra Fría

º Antecedentes(4): En 1981 llegaba al poder como presidente de los EEUU Ronald Reagan, conservador de posición hostil hacia URSS, quienes no desestimaron sus dichos: "los estadounidenses deberían «empezar a planificar un mundo en el que nuestros adversarios solo se recuerden por su papel en un capítulo triste y más bien extraño de la historia de la humanidad", los líderes soviéticos le tomaron muy en serio. Ambos estados interpretaban la distensión de distinta manera: los soviéticos creían que habían logrado que se aceptara la verdadera igualdad entre las dos potencias y los norteamericanos pensaban que los soviéticos habían afirmado colaborar con un sistema mundial encabezado por ellos; el conflicto pareció adquirir en la década siguiente una nueva dimensión más peligrosa la amenaza de una guerra nuclear era cada vez más inmediata, puesto que ambas partes desarrollaban nuevas armas, más ligeras y capaces de alcanzar objetivos con mayor facilidad. Ya la retórica comunicacional en 1982-1983 había llegado a su punto más álgido: Reagan hablaba de la URSS como "el núcleo del mal en el mundo moderno" y los soviéticos hablaban de Reagan como "un nuevo Hitler".

º Inicio de la transformación de Europa, en la que la integración europea occidental y la expansión económica constituyeron una fuente de atracción para los países al este del Telón de Acero. La influencia fue tan intensa sobre todo porque la URSS ya no estaba del todo segura de cuáles eran sus verdaderos objetivos en Europa.

º Fortalecimiento de la OTAN: los países de Europa occidental la habían creado junto con Estados Unidos para defenderse de lo que consideraban una amenaza del este y principales aliados en asuntos fundamentales de defensa. Y aunque los estadounidenses cargaban con el mayor peso militar y financiero en la defensa de Europa occidental, Washington se había mostrado dispuesta a dejar que los europeos participaran en la toma de decisiones (Reclamo de Francia). El proceso de deliberación en la toma de decisiones dentro de la OTAN contribuyó a convencer a todos los aliados de que estaban ahí en igualdad de condiciones y no solo de figurantes en una Guerra Fría global.

º La revolución financiera global: la década de 1980 transformó la economía mundial y, de ese modo, cambió el panorama de uno de los principales campos de batalla de la Guerra Fría, el enorme aumento de las inversiones posibles, gracias a una combinación de desregulaciones promovidas por el Gobierno Norteamericano y resultó tan revolucionario para los servicios financieros como para las redes de defensa, que asoció el mundo del capital con los inventos y los principios estadounidenses.

º Avances en la tecnología de la información: mucho antes de que la información electrónica se convirtiera en un producto de consumo básico, los servicios financieros la utilizaron para ofrecer a los inversores información en tiempo real sobre mercados y tendencias económicas, la combinación de telecomunicación y potencia informática (lo que hoy conocemos como internet) se desarrolló primero en Estados Unidos con fines militares.

º Incertidumbre con el sistema comunista(5): La Unión Soviética daba la impresión de que su economía tomaba una deriva descendente y que su política era disfuncional hasta el punto de dificultar la acción de Gobierno y liderazgo. La población estaba abatida, los ciudadanos que se habían sentido orgullosos de los logros soviéticos y tolerantes con las imperfecciones del sistema, ahora empezaban a dudar del futuro del comunismo y de su papel dentro de él, pocos soviéticos podían concebir formas alternativas de Estado y sociedad y existía la duda de si el régimen podría continuar mucho más tiempo para cambiar drásticamente la decadencia internacional de la Unión Soviética.

º Mijail Gorvachov: Desde el mismo comienzo de su mandato en 1985 como secretario general del partido comunista, entendió que la URSS necesitaba reducir sus gastos en el marco de la carrera armamentista y del apoyo a los movimientos revolucionarios en el exterior. Pero quería hacerlo de un modo que no rebajara el estatus internacional de la Unión Soviética o su posición como superpotencia mundial. Gorbachov creía que la clave era lograr que la economía soviética volviera a funcionar, para lo que era necesario algún tipo de cooperación con Occidente. (comienzo de la apertura del régimen).

º La revolución de la información: reforzó la difusión de la democracia como sistema, permitía a la gente informarse y reaccionar frente a aquello que se enteraban, más rápidamente que en el pasado. Se volvió más difícil durante la Guerra Fría ocultar las noticias acerca de lo que ocurría en el resto del mundo, así como disimular lo que estaba sucediendo en el propio país, "transparencia" que proporcionó nuevos tipos de oposición contra los regímenes autoritarios, también acarreó la seguridad de que no volverían las dictaduras derribadas. (tal el contexto sudamericano).

º Fin de la bipolaridad(6): La Guerra Fría había concluido, su fin se produjo de manera bastante rápida con la derrota y la desintegración de la URSS (1991), lo que dejó a su oponente en calidad de única gran superpotencia mundial, como decía el historiador británico Eric Hobsbawm: "Efectivamente, el colapso de la Unión Soviética dejó a los Estados Unidos como el único superpoder, que ningún otro poder podía o quería desafiar"



El instrumento militar latinoamericano en tiempos de la guerra fría

Las Fuerzas Armadas forman parte del instrumento militar del Estado que, mediante medios humanos y materiales, se estructura para el uso de forma disuasiva y efectiva en caso de que ser requerido. Los conflictos tienen la potencialidad de escalar hasta el punto de convertirse en enfrentamientos armados, donde el empleo del instrumento militar de los Estados, son utilizados con el fin de doblegar al enemigo.

Aunque los conflictos armados son tomados como fenómenos sociales negativos y aislados, han influido en la construcción del sistema internacional que hoy conocemos, estos conflictos armados, son fenómenos sociales y políticos que atraviesan múltiples áreas y afectan al individuo y la sociedad en su conjunto, tampoco estuvieron exentas estas estructuras del momento histórico de la bipolaridad de la guerra fría.

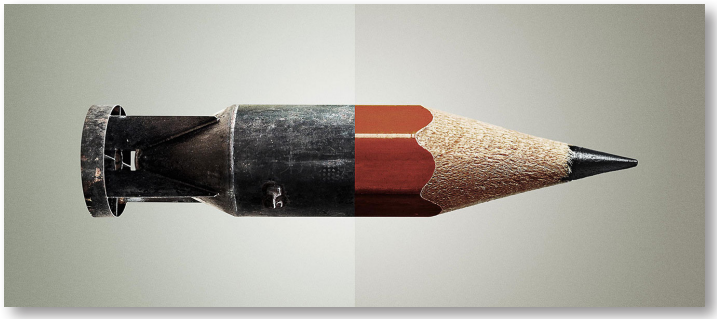
º La seguridad nacional(7) se consolidó como categoría política durante la Guerra Fría, especialmente en las zonas de influencia de los Estados Unidos, después de la Segunda Guerra Mundial, se pasa a elaborar el concepto de "Estado de seguridad nacional": concepto que se utilizó para designar la defensa militar y la seguridad interna, frente a las amenazas de revolución, inestabilidad del capitalismo y capacidad destructora de los armamentos nuclear. La ideología del anticomunismo, propia de la Guerra Fría, le dio sentido, y la desconfianza entre las naciones le proporcionó su dinámica y el plano militar se convirtió en la base de las relaciones internacionales, manifestándose en confrontaciones armadas y de intervencionismo de las grandes potencias en los países del denominado Tercer Mundo.

º La Doctrina de Seguridad Nacional: La seguridad nacional tuvo una variante en América del Sur esta mantuvo la idea de que a partir de la seguridad del Estado se garantizaba la de la sociedad, pero para lograr este objetivo era necesario el control militar del Estado; otro cambio fue la sustitución de enemigo externo por la de enemigo interno, ubicando como principal enemigo al comunismo internacional, bajo el proteccionismo de la Unión Soviética. La Doctrina de Seguridad Nacional era una concepción militar del Estado y del funcionamiento de la sociedad, que explicaba la "ocupación" de las instituciones estatales por parte de los militares y sirvió para legitimar el instrumento militar.

º Serie de principios: le dieron cuerpo llevar a considerar como manifestaciones subversivas a la mayor parte de los problemas y reclamos sociales, aunque no se sistematizó fue un esfuerzo latinoamericano por militarizar el concepto de seguridad y ubicar el componente militar en el centro de la sociedad, trascendiendo las funciones castrenses y convirtiéndola en ideología militar (en consonancia con la bipolaridad).

º Fenómeno regional derivado de la influencia externa, pero con gran variación en sus manifestaciones locales, afectó a las instituciones castrenses y a las sociedades de la región, aun a aquellas donde no hubo gobiernos militares. Naturalmente, las instituciones y sociedades más afectadas fueron las que crearon y aplicaron a plenitud la Doctrina de Seguridad Nacional, fueron influenciadas también instituciones militares que se mantuvieron subordinadas al poder civil y sólo acogieron de manera fragmentada sus enseñanzas por la complejidad de los países suramericanos, su ubicación geográfica y por la menor importancia estratégica a nivel global (no hubo intervención militar directa de los Estados Unidos).

º Redemocratización de América Latina (década de los 80): Los gobiernos estadounidenses ya no creen que los regímenes militares sean necesarios, o tolerables en la región, buscan reducir la importancia de las instituciones armadas, los retos subversivos han desaparecido casi por completo y el panorama militar ha variado de manera drástica, casi por primera vez en más de un siglo, las dictaduras en el continente son inexistentes, no hay apoyo internacional al modelo militar, ni soporte externo a los movimientos insurgentes y las instituciones castrenses se encuentran en una especie de "crisis existencial", crisis generada al cambio de las funciones políticas de las fuerzas armadas, particularmente a la desaparición de aquellas tareas ajenas a su papel profesional, al debilitamiento de las que les son propias y a la incertidumbre que todo ello ocasiona. Ahora se cuestiona el comportamiento político castrense en la región desde una perspectiva distinta: la de la mera denuncia, crítica constructiva concuerda con la necesidad de redefinición de las funciones militares tradicionales en el Estado contemporáneo creada por la crisis existencial mencionada.





º Proteccionismo político-militar de EEUU: La Guerra Fría sugirió formar parte de la bipolaridad política e ideológica en que quedó dividido el mundo al finalizar la Segunda Guerra Mundial y de la competencia de los dos bloques mundiales por el control estratégico de las áreas geográficas. El Acta de Seguridad Nacional, promulgada en Estados Unidos en 1947, fue el principal instrumento para el desarrollo de la concepción del Estado de seguridad nacional, ley que dio al gobierno federal el poder para movilizar, racionalizar la economía nacional e involucrar a los militares en ella, preparándolos para la eventualidad de la guerra, fue la ratificación formal de la Guerra Fría, que identificó a la Unión Soviética como el enemigo principal, a quien se responsabilizaba de los procesos de cambio social del momento, se aplicó el concepto de contención, mediante el cual se utilizaban los medios disponibles para evitar su expansión y poco después apareció el concepto de guerra limitada (que excluía la confrontación atómica) como el instrumento principal del conflicto.

º La política estadounidense hacia América Latina: ésta facilitó que se difundiera la concepción norteamericana de seguridad nacional. Los países del continente firmaron un conjunto de acuerdos conocido como "Acta de Chapultepec"(1945), el acta contemplaba la defensa colectiva del continente frente a la aún inconclusa guerra mundial, el "Plan Truman"(1946), que propuso la unificación militar continental, ambas medidas fueron la antesala del "Tratado Interamericano de Asistencia Recíproca" (Tiar,1947): este acuerdo fue clave para la unificación americana de la política militar, ya que implicó la integración de las instituciones militares de América Latina a un bloque bélico cuya dirección estratégica estaba a cargo de Estados Unidos. En 1950, el Consejo de Seguridad Nacional estadounidense aprobó el Memorando 68, que formuló la estrategia militar internacional de los Estados Unidos, donde América Latina quedaba cobijada por lo aprobado en ese documento, buscaba una mayor homogeneidad en la organización y la tecnología militares, programas de ayuda militar bilaterales (MAP), para que los ejércitos latinoamericanos se afincaran en la órbita tecnológica y operativa de Estados Unidos, desarrollar programas de información y entrenamiento para los latinoamericanos que adelantaron cursos militares y entrenamiento militar de en Estados transfiriendo la concepción norteamericana de seguridad nacional a los ejércitos de la región.



La Relación persona-medios en la transición de los siglos XX a XXI

(Profesor Federico Rey Lennon)

Desde la segunda revolución industrial se hace fuerte los medios informativos de masas cobrando gran protagonismo la radio y luego la televisión y en menor medida sobre todo en torno a la guerra: el cine. El medio siglo XX va estar marcado por la "Agenda Setting" que es la manera de influir en los medios masivos de comunicación social ejerciendo una gran influencia sobre el público al determinar el interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da es decir el llamado Foco de atención, que la experiencia de diferentes conflictos va dejando la necesidad de crear un consenso social, lo cual se traduce en: una agenda pública más una agenda de los medios masivos de comunicación determinan la agenda política, la cual es la encargada de tomar decisiones esto llevo a los gobiernos a conformar una Diplomacia pública, es decir la forma en como influir en la opinión pública para legitimar sus fines.

º Tiempo del Homo Videns: siglo XX caracterizado por el hombre que observa la realidad, donde los medios de comunicación tienen una función importantísima y traductora del complejo mundo circundante (sobre todo los temores generado por la guerra fría) a un lenguaje común y cercano a las personas e iluminar la realidad. Frente a la prominencia y multiplicidad de noticias, la labor periodística de saber decodificarlas, percibirlas como orientación de los asuntos públicos y llevarlos para insertar en La agenda Pública. Ese mundo personal caracterizado por los intereses profesionales, la microeconomía, la familia, los sueños y aspiraciones, para lo cual se nutre ese mundo de la espera pública con discursos políticos, discursos institucionales, discurso empresarial.

º Agenda medios + Agenda Pública = Agenda Política. Como método, se parte del QUE: en un primer nivel, seleccionando y definiendo los temas más importantes que a la opinión pública le interesan; para llegar al COMO: en un segundo nivel, como pensar los temas que dan significado sobre todo a la existencia, donde hay adjetividad por lo tanto intencionalidad.

º Tiempo del Homo Digitalis: siglo XXI caracterizado por el hombre digital, que utiliza sus dedos, inteligencia artificial que le toca vivir una sociedad fragmentada, agrietada, anti intelectual (vuelve a la ingenuidad de los paganismos), donde todas las instituciones son sometidas a crisis (sobre todo las occidentales), marcada soledad del individuo (la selfie) y al mismo tiempo una sociedad del ruido donde muchas personas se encuentran todas hablando al mismo tiempo. Y es en este contexto que la comunicación también sufre la fragmentación de los medios y sus audiencias, que debe lidiar con la denuncia como mecanismo de sociedades más demandantes, las falsas noticias (fakenews), el ciberactivismo, opiniones polarizadas, actores sociales líquidos o efímeros, un periodismo de impulso más que de comprobación, la hiperinformación (opinólogos de todos los rubros), la vida personal de las personas en formato de melodrama o show.

º Se ha pasado del "Reino del símbolo": algo que necesitaba del discurso para ser revelado (rol fundamental del comunicador), al "Tiempo del índice": algo que se revela sin explicaciones porque es cercano y tangible (vinculación con celebridades).



Conclusión

Con este trabajo pude comprobar como frente al acontecimiento: "Fin de la guerra fría", fue muy importante el rol de los medios de comunicación masivos para acompañar, interpretar, detallar los hechos históricos, muy dinámicos de por sí, que se iban sucediendo y la necesidad imperiosa de contar con periodistas especializados en temas de defensa e instrumento militar, con un lenguaje apropiado, para narrar la carrera armamentista, estrategias, hipótesis de conflictos permanente, etc., a las que el mundo complejo miraba con expectación, en la bipolaridad del poderío de esas dos grandes potencias como Estados Unidos y la Unión Soviética y de cuyos destinos dependía el mundo, donde el comunicador debía ser un testigo privilegiado para describir los hechos con la mayor objetividad posible en orden a saber interpretar la realidad tan cambiante que este periodo histórico aportó.

Bibliografía

TOFFLER, Alvin: "La tercera ola". Plaza y Janés Editores, Barcelona, 1995, pp. 20 -22

MORÁN BLANCO, Sagrario y GONZALEZ MARTÍN, Andrés: "Asimetría, guerras e información". Ed. Dilex, Madrid, 2009, p. 38.12

MURRAY, Williamson: "Thinking about Revolutions in Military Affairs", en Joint Force Quarterly, vol. 16, verano, pp. 69-76, citado por Josep Baqués en Manual de estudios estratégicos y seguridad internacional, Plaza y Valdés, Madrid, 2013, p. 126.

Odd Arne Westad: "The Cold War: A World History". Traducción del inglés: Irene Cifuentes de Castro y Alejandro Pradera Sánchez, Publicado por Galaxia Gutenberg, S.L.

John Lewis Gaddis: "Nueva historia de la Guerra Fría", Traducción de Juan Almela

Eladio Romero García: "Breve historia de la guerra fría".

Francisco Leal Buitrago: "La doctrina de seguridad nacional: materialización de la guerra fría en América del Sur". Revista de Estudios Sociales, 15 | 2003, 74-87.



LA OPINIÓN PÚBLICA Y LAS FUERZAS ARMADAS

Por ***Lucas Julian Eloy***

Introducción

Durante la historia hemos sido testigos de cómo los vaivenes de la opinión publica influyen directamente sobre el juicio de los gobernantes al momento de conducir los estados. Ya sea en temas de políticas públicas en un entorno interno como en la relación con otros estados. Yendo a favor o en contra de una sociedad a veces caprichosa en cierto sentido, las organizaciones del estado amoldan la dirección que proveen adoptar para la conducción de sus estados. la seguridad internacional y la defensa, claramente no son excluidas de esa contienda. Si bien, dependiendo de factores como la situación regional, el contexto histórico, intereses vitales de los estados e incluso la relación industrial que existe entre la economía y la defensa, cada estado diagrama, presupuesta y hasta incluso, en algunos casos terceriza sus instrumentos militares. En la configuración del mundo actual, existen tantas formas de consolidar la defensa y seguridad de los estados como actores en sí. Sin embargo, hay algo que cierto e innegociable, aunque existen casos en los que los estados rescinden sus fuerzas armadas, ninguno de ellos rescindió su defensa.

La evolución de los medios digitales que permiten estar ampliamente más conectados, ha logrado que cada individuo se convierta en un potencial comunicador, expresando opiniones que hasta en algunos casos se transforman en formas concretas de pensamiento, en los que las personas se sienten identificadas o no. El catálogo de temas no tiene fin, y son renovados constantemente por la dinámica de la agenda pública, sin embargo, la defensa nacional, el accionar de los distintos instrumentos militares alrededor del mundo, los conflictos de intereses, las tensiones, el empleo de la violencia por parte de grupos no gubernamentales, catástrofes, etc. son temas que "nunca pasan de moda", y siempre generan un impacto en la sensibilidad de la audiencia.

Si bien en los muros de los medios sociales se pueden ver infinidad de opiniones y posturas sobre la concepción desde el punto de vista de la política pública, el accionar, la inversión, etc. de los distintos instrumentos militares, no es descabellado cuestionarse que tanto conoce la sociedad al ámbito castrense. Existen distintos grados de interacción en este aspecto. Ya sea desde la propaganda, el cultivo del sentido de pertenencia y hasta incluso la reacción ante ciertos hechos catastróficos de una sociedad, logran una fuerte relación entre las fuerzas armadas y el ciudadano.

El ámbito militar es una esfera muy cerrada, esto no es novedad. Sin embargo, este ambiente exclusivo genera una concepción idealizada en las personas. Desde el punto de vista simbólico, ver un uniforme no pasa desapercibido. La cultura de las naciones ha sido cultivada desde sus inicios por sus instrumentos militares como parte esencial de la política interna como externa teniendo etapas de gloria y matices oscuros también, pero nunca hay que desestimar que son parte de la sociedad y, por ende, se nutren de ella.

2. Las fuerzas armadas para la sociedad

Existen tantas posturas como integrantes de una nación, sin embargo, no podemos negar los interrogantes ¿Cuánto conocemos a las fuerzas armadas?, ¿Realmente el ciudadano común entiende la función de los instrumentos militares?, estas preguntas tienen varias respuestas, ya que, claramente, tendrán variaciones en función al estado que se refiera o a cada esfera social.

La situación cultural de un pueblo influirá en el accionar de sus fuerzas armadas, es por ello que es sano destacar casos puntuales alrededor del mundo a modo de contexto.

2.1. El escenario europeo.

Una gran parte de los países del viejo continente se encuentran dentro de la esfera de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) desde su creación el 4 de abril de 1949 con la finalidad de formar una alianza que permita la resolución pacífica de disputas. Esta organización prevé que, si los esfuerzos diplomáticos fracasan, poseer el poder militar para emprender operaciones de gestión de crisis bajo la 5ta cláusula de defensa colectiva del tratado firmado en Washington. Dicho tratado fue en consecuencia de la dura devastación que dejo la segunda guerra mundial.

El tratado de OTAN, es una clara manifestación de los pueblos participes de tener una sensación de seguridad explicita. Que, si bien surge a raíz de una de las contiendas más devastadoras de la historia, ha perdurado en el tiempo e incluso evolucionado con el correr de los años.



Hoy en día, las fuerzas militares europeas participes, se despliegan en diversos ambientes y zonas como resultado de amenazas sufridas. Claramente, los distintos empleos y accionar de estas organizaciones, derivaron en controversias y opiniones de todo tipo en lo que respecta a la opinión pública.

En hechos concretos, cuando existe un accionar insurgente que afecta la población o instalaciones en suelo europeo, esto genera un gran impacto en la comunidad. Generando en muchos casos el direccionamiento y alineación de la opinión publica en repudio a dicho hechos. Esto claramente afecta de forma directa las decisiones políticas. Reivindicando la postura en cuanto a la política de defensa de cada uno de los actores.

Si tomamos la última década como lapso de referencia, se pueden enumerar los siguientes atentados:

º 11 marzo 2004.- *Diez explosiones en cadena en cuatro trenes de cercanías causaron 191 muertos y más de 1.600 heridos en Madrid, atentados que se atribuyeron las Brigadas Abu Hafs al Masri, vinculadas a Al Qaeda.*

º 7 julio 2005.- *Cuatro explosiones, tres en el metro y una en un autobús urbano, provocaron 56 muertos —incluidos cuatro terroristas— y 700 heridos en Londres, ataques reivindicados por Al Qaeda.*

º 12 diciembre 2010.- *La explosión de un coche bomba en Estocolmo causó heridas leves a dos personas. El autor del atentado, que actuó al parecer para castigar la presencia sueca en Afganistán, se inmoló posteriormente.*

º 18 julio 2012.- *Nueve personas murieron, siete de ellas turistas israelíes, en un atentado en el aeropuerto de Burgas, en el este de Bulgaria.*

º 22 mayo 2013.- *Dos hombres mataron con un machete a un soldado en Londres al grito de «Alá es grande».*

º 7 enero 2015.- *Doce personas murieron en el asalto a la redacción del semanario «Charlie Hebdo», en París.*

º 8 enero 2015.- *Una policía municipal murió en un tiroteo cerca de la Puerta de Châtillon, en París.*

º 9 enero 2015.- *Otras siete personas murieron en Francia, cuatro de ellas rehenes que permanecían en el supermercado "Hyper Cacher" de París y las otras tres eran los hermanos Kouachi, autores del tiroteo en la revista Charlie Hebdo y el asaltante del establecimiento comercial.*

º 14 febrero 2015.- *Dos personas murieron y cinco resultaron heridas en dos ataques cometidos por un presunto yihadista en un centro cultural de Copenhague donde se debatía sobre blasfemia e islam. Al día siguiente, el atacante fue abatido por la policía danesa.*

º 13 noviembre 2015.- *Varios atentados casi simultáneos en París dejaron 130 muertos —89 en la sala de fiestas Bataclán— y más de 300 heridos.*

º 22 marzo 2016.- *Dos atentados yihadistas contra el aeropuerto y la línea de metro de Bruselas causaron 32 muertos (sin contar a los tres terroristas suicidas) y 300 heridos.*

º 13 de junio de 2016.- *Una pareja de policías fue asesinada en su domicilio de Magnanville, a unos 50 kilómetros al noroeste de París, a manos de un yihadista francés que perpetró el crimen en nombre del Estado Islámico.*

º 14 de julio de 2016.- *El tunecino Mohamed Lahouaiej Bouhlel arrolló con un camión a las personas que estaban en el principal paseo de Niza durante la Fiesta Nacional de Francia y causó 84 muertos y más de un centenar de heridos.*

º 19 diciembre 2016.- *Doce personas murieron y decenas resultaron heridas en un mercadillo navideño en Berlín, arrolladas por un camión conducido deliberadamente contra la multitud.*

º 22 marzo 2017.- *Un hombre mató a cinco personas —entre ellas un policía— y causó 31 heridos, antes de ser abatido por la Policía, en un ataque terrorista islamista frente al Parlamento británico, en Londres, donde arrolló a decenas de personas con un todoterreno.*

º 7 abril 2017.- *Dos personas murieron y varios viandantes resultaron heridos al ser atropellados por una camioneta en Drottninggatan, la principal calle peatonal de Estocolmo.*

º 20 abril 2017.- *Un policía murió en un tiroteo perpetrado en la Avenida de los Campos Elíseos de París por un individuo abatido posteriormente por la policía. El Estado Islámico asumió a las pocas horas la autoría del ataque.*

º 23 marzo 2018.- *Un hombre mata a cuatro personas en varios ataques en las poblaciones de Carcasona y Trebes, al sur de Francia.*

º 11 mayo 2018.- *Un joven ruso de origen checheno naturalizado francés acuchilla a peatones en el centro de París causando un muerto y cuatro heridos, antes de caer abatido.*

º 14 de agosto 2018.- *Un vehículo arrolla a varios ciclistas y peatones ante las barreras de seguridad del Parlamento británico, donde el conductor fue detenido por la Policía. La acción fue investigada como acto de terrorismo.*

º 11 diciembre 2018.- *Un ataque terrorista en un mercado de Navidad en Estrasburgo, al este de Francia, deja a cinco personas muertas y una docena de heridos.*



Incluso en el 2019 se dieron también eventos violentos relacionados con posibles autores vinculados al terrorismo. Ahora bien, basándose en estos hechos que se resaltan, no es errado destacar como la preocupación por la seguridad es un tema recurrente en la agenda política de la región. Asimismo, la esto genero una idea en el común de la sociedad respecto a la problemática la que exige el empleo de recursos públicos para mitigar los riesgos relacionados con a la preservación de la integridad de las personas. Es por esto que los estados toman medidas activas ya sea desde la prevención como de la intervención y respuesta en función a estos hechos. En definitiva, la comunidad europea exige que sus instrumentos militares accionen tanto en la prevención en el ámbito interno de acciones que amedrenten a la sociedad, como en el accionar para contribuir a la lucha en contra de las organizaciones que fomenten el accionar terrorista en suelo europeo.

2.2. El escenario americano.

El panorama americano es muy diferente del europeo. Nuestro continente no se expresa de manera tan homogénea como en el escenario anterior.

La Organización de los Estados Americanos (OEA), es el organismo regional más antiguo del mundo, cuyo origen se remonta a la Primera Conferencia Internacional Americana, celebrada en Washington, de octubre de 1889 a abril de 1890. Dando las bases para su creación en 1948 cuando se subscribió, en Bogotá, Colombia, la Carta de la OEA que entró en vigencia en diciembre de 1951.

Este organismo expresa en los capítulos V y VI de su carta, los lineamientos relacionados con la resolución de pacifica de controversias y la seguridad colectiva, los principios fundamentales, también se basarán consagrar a los estados integrantes para lograr un orden de paz y de justicia, fomentar su solidaridad, robustecer su colaboración y defender su soberanía, su integridad territorial y su independencia.

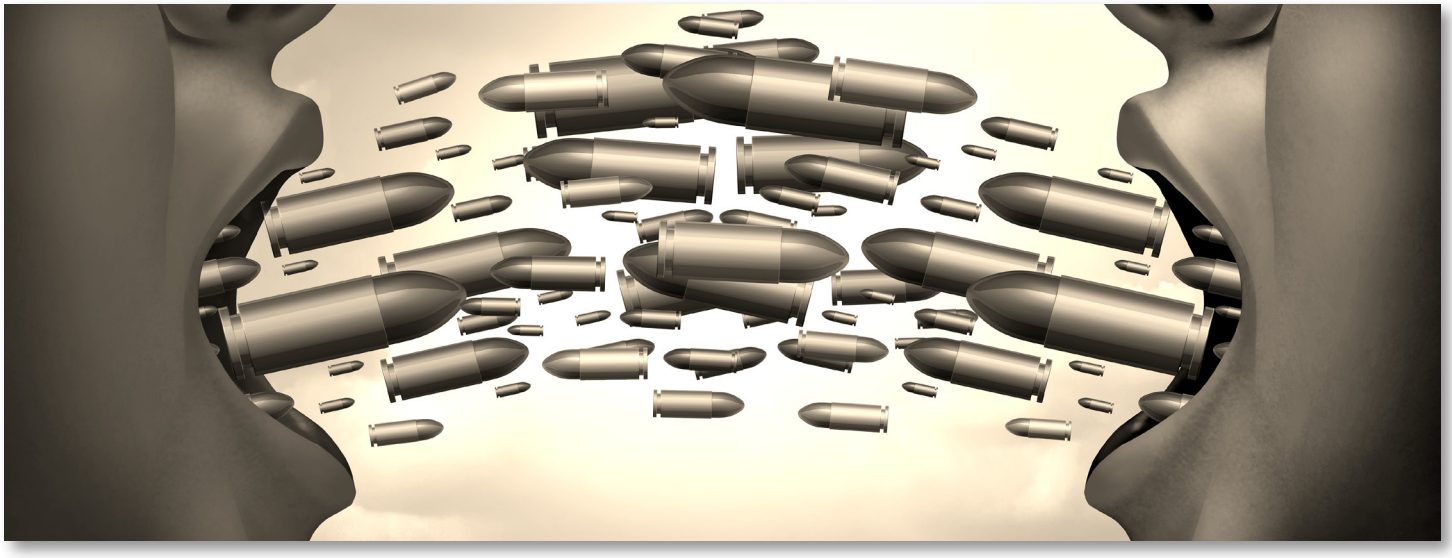
En su enfoque de seguridad multidimensional, la OEA contempla, entre otros aspectos, al terrorismo y narcotráfico.

Es en América Latina, en especial en el área andina, donde se realiza la producción casi de forma única y exclusiva la cocaína, llegando a constituirse en prácticamente el mayor productor a nivel mundial. Esto afecta claramente de manera puntual las esferas sociales de toda la región y también a derivado en una gran preocupación por parte de la comunidad, colocando este tema de forma recurrente en la agenda pública. Si bien tendemos a relacionar el tráfico de drogas dentro del ámbito interno del estado, no podemos despreciar como este fenómeno a construido infraestructuras a lo largo de América que permite o al menos facilita la circulación.

En la década de 1970, Colombia era básicamente un país de tránsito de la droga producida en Bolivia y Perú, hasta que Pablo Escobar y el Cartel de Medellín monopolizaron la producción y comercialización de la droga. El gran crecimiento del negocio del narcotráfico ha logrado incluso que organizaciones insurgentes se apoyaran en estas para su financiación.

Ahora bien, las desigualdades sociales en la que se encuentran sumergidas las esferas sociales de toda América conforman el escenario perfecto para el desarrollo de estos organismos. Sin embargo, es clara la postura del ciudadano con respecto a la temática de las drogas y el cómo afecta a su entorno. Es por esto que los estados invierten sus recursos públicos en la lucha contra el narcotráfico y el crimen organizado apoyándose en las fuerzas armadas tales como México, Brasil o Colombia.

Es decir que, en el caso puntual de América, existe una opinión dividida con respecto a que es lo que se espera de las fuerzas armadas en el accionar en el ámbito interno como exterior. Ya que en los países en los que la decisión política de erradicar las organizaciones criminales que fomentas prácticas que contaminan la sociedad es fuerte, las fuerzas armadas accionan en el ámbito interno para combatirlas. Esto siempre será apoyado por la masa de la opinión publica. Ya que los daños que se pueden evitar en la estructura social de un país son enormes.



2.3. La percepción de las Fuerzas Armadas en Argentinas.

Puntualmente en nuestro país, las fuerzas armadas han intervenido en cuanta catástrofe, emergencia, tarea o misión en la que la patria le fue encomendada. Sin embargo, existe actualmente una laguna en cuanto a la masa de la sociedad con respecto a la finalidad para la que el estado tiene en su estructura a las fuerzas armadas. Es recurrente encontrar artículos periodísticos referidos a cuál es el propósito de la defensa en nuestro país. Esto tal vez alentado por nula importancia demostrada por la administración política en dirigir los esfuerzos al sistema de defensa puntualmente desde el año posterior al conflicto de Atlántico Sur por las Islas Malvinas. Que provoco un fuerte descenso en la inversión afectando seriamente no solo al funcionamiento normal de las fuerzas, sino que también incidiendo en el mantenimiento de los distintos medios que incluso provocaron tragedias entre las que se destacan el hundimiento del submarino ARA San Juan en el 17 de noviembre de 2017 en el Mar Argentino. Tengamos en cuenta que el porcentaje del PBI asignado al Ministerio de Defensa ha oscilado entre el 0,8 y el 0,9% en los últimos 20 años, siendo así uno de los presupuestos asignados más bajos del mundo entre los países que tienen FFAA propias. Cabe destacar que los países de la región promedian el 1,6 y 1,7% en el período considerado.

En el marco actual de la pandemia por el COVID-19 que afecta a todo el mundo, vemos como las organizaciones militares operan a lo largo y a lo ancho de todo el país contribuyendo a mitigar los embates de la enfermedad a la seguridad social. Esto ocurre porque la defensa nacional tiene como pilar fundamental la protección de los intereses vitales de la nación, entre los que se expresa salvaguardar los bienes, la vida y la libertad de los habitantes, así como también asistir a la comunidad nacional u otros países ante desastres naturales y antrópicos. Es así que la población percibe de una manera mucho más cercana e individual el accionar de las fuerzas armadas.

3. Empleo de las Fuerzas Armadas Argentinas

El instrumento de defensa que conforma nuestro país, tuvo un lento pero imparable descenso de protagonismo en la asignación de fondos públicos. Sin embargo, no siempre esto sucedió así, ya que durante parte del siglo XX la Republica Argentina tuvo una de las fuerzas mas completas de América Latina. Tal es así que tuvimos una Armada con portaaviones clase Colossus el ARA Independencia del 1958 al 1969 y el ARA Veinticinco de Mayo del 1969 al 1997 como buque capital, siendo una de las dos en Latinoamérica en poseer este tipo de embarcación. Tuvimos la capacidad de producción de vehículos blindados propios basados en el prototipo alemán TH-301 desarrollado por la firma alemana Thyssen – Henschel mediante la fábrica Tanque Argentino Mediano Sociedad del Estado (TAMSE) fundada oficialmente en marzo de 1980 y disuelta en 1994. Incluso tuvimos capacidad de producción del primer avión a reacción militar en Latinoamérica en 1950, en nuestra Fabrica Militar de Aviones (FMA), la que hoy conocemos como Fabrica Argentina de Aviones (FAdeA). Es decir, la Republica tuvo capacidades que incluso muchas de ellas fueron pioneras en la región, y que hoy en día solo se les atribuyen a las grandes potencias.

La conformación e idiosincrasia de nuestras fuerzas armadas se basa en el concepto de la participación, dirección y ejecución de actividades productivas para la defensa como una forma más de interacción con la sociedad que a su vez facilita la independencia en lo que respecta al mantenimiento del material bélico. Claramente, el desarrollo industrial para defensa forma parte de un gran motor productivo que fortalece nuestro país. Ya que la sociedad, en definitiva, interactúa en el ámbito militar con su participación en las distintas fábricas y líneas de producción que estas generan. Brindando no solo la capacidad de crecimiento armamentístico a la nación sino también la de proveer un sustento laboral para muchas familias argentinas.





Las fuerzas armadas no solo interactúan con la sociedad en materia productiva, también lo hacen desde el punto de vista humano. Asistiendo en situaciones de desastres y situaciones de emergencia en todos los rincones del país e incluso en el exterior. Bajo el mandato de la Organización de las naciones Unidas (ONU) en la misión de Estabilización de las Naciones Unidas en Haití (MINUSTAH), el contingente argentino opero desde el año 2004 el Hospital de Campo Argentino de la misión, el cual fue el principal proveedor del servicio medico de Naciones Unidas en el país, por 13 años. El rol del hospital de este elemento fue proporcionar cuidados de Nivel II a todo el personal de las Naciones Unidas, así como a la población haitiana en caso de emergencias y catástrofes. Después del devastador terremoto de enero de 2010, el Hospital de Campo Argentino brindó atención para salvar vidas a muchos heridos del personal de la misión y también fueron quiénes primero respondieron para atender a un gran número de haitianos que necesitaban cuidado médico urgente. incluso después del huracán Matthew en octubre de 2016, el servicio médico argentino llevó a cabo acciones inmediatas para enviar a un equipo de 20 personas a la comuna Jérémie a casi 290 km de Puerto Príncipe, para apoyar al personal de cascos azules y llevar a cabo actividades médicas de alcance local. Los Instrumentos militares argentinos han nutrido esta misión con alrededor de 1000 hombres y 25 rotaciones diferentes hasta el 2017.

Sin embargo, debemos como país el realmente conocer nuestro fundamento legal sobre la cual formar nuestra planificación, diseño de infraestructura, conformación y desarrollo de nuestra defensa nacional. La ley de Defensa Nacional N° 23.554 sancionada y promulgada en 1988, establece que la finalidad de nuestro sistema de defensa tendrá la siguiente finalidad, cito:

a) Determinar las hipótesis de conflicto y las que deberán ser retenidas como hipótesis de guerra;

b) Elaborar las hipótesis de guerra, estableciendo para cada una de ellas los medios a emplear;

c) Formular los planes que posibiliten una adecuada preparación de toda la Nación para el eventual conflicto bélico;

d) Elaborar los planes para la conducción de los niveles de Defensa Nacional, correspondientes a la estrategia militar y a la estrategia operacional;

e) Dirigir la guerra en todos sus aspectos, desde el nivel de la estrategia nacional;

f) Conducir las Fuerzas Armadas y los esfuerzos de los sectores del país afectados por el conflicto bélico, en el nivel estratégico militar y en el estratégico operacional;

g) Preparar y ejecutar las medidas de movilización nacional;

h) Asegurar la ejecución de operaciones militares conjuntas de las Fuerza Armadas y eventualmente las operaciones combinadas que pudieran concretarse;

i) Establecer la hipótesis de confluencia que permitan preparar las alianzas necesarias y suficientes, para resolver convenientemente la posible concreción de la hipótesis de guerra;

j) Controlar las acciones de la posguerra.

La finalidad última a la que debe obedecer el sistema de defensa es claro y contundente. Y obviamente el Ejército Argentino, la Armada de la Republica Argentina y la Fuerza Aérea Argentina, deben orientar sus esfuerzos con ese fin ulterior por supuesto sin ser ajenos la realidad actual de nuestro país. El propósito de los instrumentos militares es prepararse para la guerra, y no es sensato no tener en cuenta esto al momento de proyectar nuestra defensa.

4. Conclusiones

La interacción de los militares con la sociedad en un lazo afianzado por años de historia en todo el mundo. La relación mutua, es una variable que sufrió y sufrirá altibajos por siempre lo que es completamente entendible si se analiza la función del sistema de defensa y su dependencia como herramienta de la política de los estados. la naturaleza verticalista de las fuerzas armadas es una característica distintiva de ellas, y su subordinación a los agentes gubernamentales, nos permite descifrar por que estas sufren de opiniones tan diversas como posturas políticas existen en un país, ya que su dependencia es exclusivamente del Poder Ejecutivo Nacional.

Para lograr consolidar como es que la defensa nacional se coloca en la agenda de opinión pública, claramente debemos entender la forma en la que el periodismo plantea los temas relacionados con los militares en nuestro país. Esto no solo pasa por como los medios de comunicación decodifican en cierta manera las acciones militares para acercárselas al ciudadano común, sino también, la tendencia en cuanto a las distintas posturas expresadas por cada medio. Lo que no entendemos muchas veces es que vivimos en un mundo globalizado, en donde las naciones se nutren de información de estos mismos medios para tratar de conformar un panorama de postura estratégica de ese país, y hay naciones que toman la defensa nacional como un tema muy delicado.

En la encuesta realizada por el Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI) del año 2010, la población general afirma que en el caso de tener que asignarle prioridades a las Fuerzas Armadas para la próxima década, la lucha contra el narcotráfico (75,8%), la defensa de la soberanía (70,2%) y la lucha contra el terrorismo (64,8%) forman los tres pilares en cuanto a donde se deben orientar. Esto claramente, reafirma el hecho de que el ciudadano confía en que los militares pueden y deben incursionar fuertemente en estos aspectos. Entendiendo que tanto el narcotráfico como el terrorismo son factores visibles que afectan a la sociedad.

En el monitoreo de opinión publica realizado por la consultora Management & Fit en abril de este año, destaca el rol de los militares argentinos en tercer lugar con el 66,3% solo por debajo de las instituciones educativas de la nación. Esto seguramente esta relacionado con el empleo de las fuerzas en la mitigación de la crisis causada por la pandemia del COVID-19 en nuestro país en sobre todo en los sectores más vulnerables.

Existe un gran sentido de pertenencia, entrega y amor a la patria por los hombres y mujeres que integran las filas de nuestro Ejército, Armada y Fuerza Aérea. Nuestras tropas han dado parte de en cada situación que ha vivido el país, en la guerra y en la paz, asistiendo a todo aquel ciudadano que allí lo necesito tanto en suelo argentino como en el exterior. Siempre con una labor silenciosa, pero con los objetivos claros. Concepto que el ciudadano de bien siempre ah tenido de aquellos argentinos que visten el uniforme de la patria. Y es por eso, en definitiva, que la confianza y el apoyo como pilares que sostienen moralmente a las organizaciones militares de nuestro país se hacen visibles y sobre todo tangibles.

Bibliografía

https://atalayar.com/content/italia...qué-las-fuerzas-armadas-no-son-algo-superfluo

https://www.abc.es/opinion/abci-abc-invertir-ffaa-invertir-espana-202005302319_noticia.html

"El papel de las fuerzas armadas en la acción humanitaria." Por Esther Puertas Cristóbal, José Joaquín Fernández Alles. BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, España.

"La importancia de la opinión pública española en la fijación de la política y los presupuestos de defensa y en la percepción de las fuerzas armadas." Por Rafael Moreno Izquierdo, Universidad Complutense de Madrid.

https://www.abc.es/internacional/ab...5-dejo-mas-victimas-201705231258_noticia.html Listado de atentados en Europa.

https://www.europarl.europa.eu/news...es-terroristas-victimas-y-detenciones-en-2019

https://europa.eu/european-union/about-eu/history/2010-today/2018_es

https://es.panampost.com/maria-teresa-romero/2019/06/29/el-narcotrafico-en-america-latina/

https://www.nytimes.com/es/2018/08/...inion-timerman-argentina-fuerzas-armadas.html

https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-42147054

"Las fuerzas armadas y el crimen organizado en la democracia mexicana." Por Nava Hernández, Mauricio Manuel, Revista de El Colegio de San Luis, México.

https://www.vocesenelfenix.com/cont... un país,del Banco Mundial, World Development

https://www.argentina.gob.ar/defensa/misionesyfunciones.

https://www.argentina.gob.ar/ejercito

https://www.argentina.gob.ar/armada

https://www.argentina.gob.ar/fuerzaaerea

http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/20988/texact.htm Ley de Defensa Nacional.

http://www.onu.org.ar/dejo-de-opera...ti-despues-de-13-anos-de-servicio-a-minustah/ Hospital Argentino en Haití.

http://www.cari.org.ar/recursos/cronicas/encuesta19-05-11.html Encuesta 2010

https://www.lanacion.com.ar/editoriales/la-confianza-ciudadana-ejercito-nid2366484



ESCUADRILLA HISTÓRICA B45 MENTOR. CENTRO DE ENSAYOS EN VUELO. - FOTO: ZONA MILITAR



13 DE SEPTIEMBRE, DÍA DEL ARMA DE INFANTERÍA - FOTO: ZONA MILITAR



PATRULLERO OCEÁNICO ARA BOUCHARD EN EL APOSTADERO NAVAL BUENOS AIRES - FOTO: JUAN JOSÉ ROLDÁN

ZONA MILITAR

DESDE LA SOCIEDAD POR LA DEFENSA

REVISTA DIGITAL GRATUITA DE TIRADA TRIMESTRAL

WWW.ZONA-MILITAR.COM

AÑO 6, Nº 22 - ISSN 2618-3498

MMXX

Realización, tapa, diseño y edicion digital por: ROBERDIGIORGEDESIGN roberdigiorge@gmail.com www.coroflot.com/RoberDigiorge +54 9 221 4362123