



**MATERIA: TALLER DE TRABAJO FINAL INTEGRADOR
TRABAJO FINAL INTEGRADOR**

TEMA:

Inteligencia Operacional

TÍTULO:

El apoyo de inteligencia y la comunicación institucional,
en el nivel operacional.

My ROJAS JUAN MANUEL

Año 2019

RESUMEN

El presente trabajo analiza la comunicación institucional como herramienta comunicacional formal; focalizando, primeramente el estudio en el concepto de identidad, imagen y reputación. Posteriormente se orienta el estudio hacia los actores intervinientes en la comunicación institucional en el ambiente operacional, oficial de prensa o vocero, medios de comunicación social y el público.

En la siguiente parte del trabajo se direcciona el estudio al campo de inteligencia militar, entendiendo también como parte de dicho campo las medidas de seguridad de contrainteligencia y su apoyo a la gestión de la comunicación institucional en el nivel operacional. Dicho apoyo se plasma mediante la educación de contrainteligencia y la explotación de prensa, enmarcados en el plexo normativo de la Republica Argentina.

El objeto del presente trabajo es identificar y analizar la relación de la inteligencia operacional y la comunicación institucional, en el nivel operación. Confirmando la hipótesis planteada en el estudio referida a que la inteligencia operacional puede apoyar a la comunicación institucional mediante la educación de contrainteligencia y la explotación de prensa.

Palabras clave: Inteligencia Operacional – Comunicación Institucional – Oficial de Prensa – Vocero – – Medios de Comunicación Social.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	ii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL NIVEL OPERACIONAL	6
1. Comunicación institucional, conceptualización.....	6
1.1 Identidad, imagen y reputación institucional.....	7
1.1.1 Identidad institucional.....	8
1.1.2 Imagen institucional.....	8
1.1.3 La reputación institucional.....	11
1.2 La comunicación institucional en el nivel operacional.....	11
1.2.1 El vocero.....	12
1.2.2 Medios de comunicación social.....	13
1.2.3 Público y opinión pública.....	15
CAPITULO 2:LA INTELIGENCIA OPERACIONAL Y EL APOYO A LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	17
2. Inteligencia operacional	17
2.1 Consideraciones de la inteligencia operacional	17
2.2 Medidas de seguridad de contrainteligencia	19
2.3 La conciencia y educación de contrainteligencia en el nivel operacional.....	22
2.4 La explotación de los medios masivos de comunicación social en el nivel operacional	23
CONCLUSIONES FINALES	26
BIBLIOGRAFÍA.....	29

INTRODUCCIÓN

Las relaciones entre los medios de comunicación social y el comandante operacional y las fuerzas conjuntas en operaciones, es un temática que ha sido abordada desde la existencia de dichos medios hasta los conflictos de la actualidad. Los trabajos investigativos desarrollados, han afrontado diferentes aristas de la temática, pero en relaciona a la complejidad de la interrelación, cada conflicto trae nuevos elementos de juicio que amplían y diversifican el conocimiento sobre esta interrelación.

La importancia de la gestión de la información durante la guerra, fue destacada por Walter Lippmann en 1922, escribe en su obra "La Opinión Pública" (Lippmann, 2003), que la información periodística provenía de corresponsales de guerra que cooperaban con el comandante operacional. Dicha información era transmitida por diferentes canales de comunicación propios de la época, consecuentemente esta información no llegaba en forma masiva ni instantáneamente al público y la evolución de la opinión pública era de carácter estable.

A inicios de la segunda guerra mundial, los medios de comunicación social habían evolucionado de manera cuantitativa en relación a la gran guerra, ya que los corresponsales de guerra y los canales de comunicación se habían incrementado en forma exponencial dentro y fuera del teatro de operación con respecto al conflicto anterior. La interacción de dichos medios con el comandante operacional y las fuerzas conjuntas en operaciones fue formal, lineal y fundamentalmente de cooperación; en dicha interacción, la inteligencia militar ejecutaba operaciones de información y operaciones psicológicas, utilizando los medios de comunicación como instrumento.

La guerra de Corea, que sucedió una década posterior a la finalización de la segunda guerra mundial y en el contexto de la guerra fría, marcó un punto de inflexión en la comunicación institucional, debido a que en un principio la relación oficial de prensa o vocero y los medios de comunicación social era similar a lo sucedido en la segunda guerra mundial. Esta relación varió en forma sustancial durante el conflicto por la complejidad del mismo, el contexto de la guerra fría, la intervención de la Organización de las Naciones Unidad como parte del conflicto y los oponentes a las fuerzas conjuntas de la Organización de las Naciones Unidad, que eran China y Rusia.

La transición se produce promediando el conflicto, por las declaraciones del comandante operacional, que tuvo como efecto la destitución de dicho comandante por parte de la conducción estratégica nacional e impuso la necesidad de reserva a los sucesivos comandantes.

La guerra de Vietnam, conflicto de naturaleza asimétrica, constituyó el punto culminante de la inflexión que se había empezado a producir en la relación entre los comandantes operacionales y los medios de comunicación social. Las causas del final de la cooperación entre los comandantes operacionales y la prensa fueron la naturaleza y complejidad de dicha guerra y el crecimiento exponencial de la masividad de los medios televisivos que tenían un efecto auditivo y visual en el televidente norteamericano.

Los efectos negativos en la opinión pública de Estados Unidos de Norteamérica fueron causados por noticieros televisivos emitidos en horario de alta teleaudiencia, que sin políticas de protección al televidente, emitían imágenes sin editar de la guerra de Vietnam. Los oficiales de prensa o voceros no se enlazaron adecuadamente con los medios de comunicación social, para mitigar los efectos negativos de las noticias.

La operación Causa Justa en Panamá, fue la operación de mayor envergadura desde el conflicto de Vietnam y tenía la finalidad de derrocar al general Manuel Antonio Noriega Moreno; en dicha operación se mantuvo al máximo el secreto militar de la operación por los efectos negativos de los medios de comunicación social en el conflicto del sudeste asiático. El mencionado secreto militar, se plasmó seleccionando un grupo de corresponsales de guerra para ser transportados al país centroamericano, se los confinó a un ámbito controlado por los oficiales de prensa o voceros de las fuerzas conjuntas norteamericana y se les brindó información censurada.

Las limitaciones impuestas a los corresponsales de guerra durante la operación Causa Justa, sumada a la duración y el éxito de la operación, minimizaron la influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública y no produjeron mayores fricciones con los equipos de comunicación institucional en el teatro de operaciones.

Las campañas sucesivas de escudo del desierto y tormenta del desierto, que tenía como contendientes a la coalición liderada por Estados Unidos de Norteamérica enfrentado a Irak, colocó nuevamente a los corresponsales de guerra y al comandante operacional y su equipo de comunicación institucional en una ineludible interacción. En la etapa previa de planeamiento

y alistamiento, confrontó a los periodistas especializados a la cultura de Arabia Saudita, en relación a la concepción de libertad de información en el territorio saudí que constituía la zona de alistamiento.

Equipos de reporteros se integraron a las unidades en operaciones, durante la campaña y los resultados de esta integración fueron dispares. En algunos casos se logró una empatía mutua con las vivencias de ambas profesiones y que posteriormente se tradujeron en informes periodísticos favorables de los medios de comunicación social, en contra posición hubo equipos de corresponsales que expresaron no sentirse con libertad de informar en el teatro de operaciones.

Las operaciones en territorio kuwaití no reflejaron en forma empírica el apoyo de la inteligencia operacional a los equipos de comunicación institucional, sin lograr explotar cabalmente las potencialidades de los sistemas de inteligencia operacionales en apoyo a la comunicación institucional a nivel operacional.

Los atentados de las torres gemelas en septiembre del 2001, devino en campañas militares, primero en Afganistán y postrimeramente en Irak, llevadas a cabo por coaliciones lideradas por los Estados Unidos de Norteamérica. Los objetivos operacionales planificados de ambas campañas fueron obtenidos en un mínimo de tiempo, pero esto no significó el fin de la campaña, debido a que el efecto final deseado no se logró.

La duración de las operaciones de la segunda guerra de Irak y la campaña de Afganistán, sumada a la naturaleza asimétrica y el nuevo domino cibernético, en el cual se desarrollo una importante interrelación de los medios de comunicación social, comandantes de los teatro de operaciones y público, incremento la complejidad interactiva comunicacional.

La inteligencia operacional ejerce el secreto militar, en relación a la necesidad de saber, por ser un campo de la conducción que gestiona información crítica; en consecuencia la interrelación que ha tenido la inteligencia operacional con la comunicación institucional en las campañas militares es difusa. Esta interrelación indefinida no ha explotado el potencial del apoyo técnico a la comunicación institucional en el teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencia.

La comunicación institucional, actualmente constituye la forma manifiesta de interrelación del comandante operacional, a través de sus oficiales de prensa o voceros con los medios de

comunicación social que a su vez influyen en cierta medida a la opinión pública, siendo esta influencia uno de los factores constitutivos del ambiente operacional.

La inteligencia operacional, conforma el sistema de inteligencia que dirige, obtiene, procesa información referida al terreno, condiciones meteorológicas, oponente y factores del ambiente operacional que influyan en la conducción de la campaña y ejecuciones de las operaciones y disemina inteligencia, para asesorar y asistir al comandante operacional y el estado mayor general y especial y consecuentemente al equipo de comunicación institucional liderado por el oficial de prensa o vocero.

El oficial de prensa y su equipo de comunicación institucional son la exteriorización formal de la información sobre la conducción de la campaña y ejecución de las operaciones militares en el teatro de operaciones, constituyendo el nexo fundamental entre el nivel operacional de la conducción y los medios de comunicación social. Dicha tarea debe contar con el apoyo técnico de las aéreas que posean información veraz y verosímil, siendo el campo de inteligencia, el área que potencialmente podría brindar apoyo para las funciones que debe llevar a cabo el oficial de prensa o vocero y el equipo de comunicación institucional.

La problemática planteada, objeto de estudio, es de qué forma se plasma el apoyo del sistema de inteligencia operacional al oficial de prensa y su respectivo equipo, tendiente a contribuir a la comunicación institucional.

La comunicación institucional ha demostrado su importancia en el nivel operacional, materializada por una interacción entre el oficial de prensa o vocero y los corresponsales o periodistas, quienes ejercen su profesión tanto dentro como fuera del teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencia. Dicha interrelación ejerce en forma directa o indirecta una influencia en la opinión pública, construyendo una imagen y reputación que puede facilitar o dificultar la conducción de la campaña y ejecución de las operaciones militares.

La doctrina conjunta de las fuerzas armadas de la República Argentina "no determina procedimientos doctrinarios de comunicación institucional" para afrontar los desafíos de la interacción entre los representantes de los medios de comunicación social y el comandante operacional y las fuerzas conjuntas en operaciones. Este vacío es cubierto con directivas a nivel conjunto y específico que no tienen carácter doctrinario por su alcance y finalidad.

El trabajo está limitado y focalizado a "identificar y analizar de qué manera la inteligencia operacional puede contribuir a materializar una comunicación institucional" en el teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencias, circunscribiendo el estudio al apoyo de inteligencia operacional a la comunicación.

El trabajo estará enmarcado jurídicamente en Ley de Defensa Nacional (Ley 23.554, 1998), Ley de Seguridad Interior (Ley 24.059, 1992), Ley de Inteligencia Nacional (Ley 25.520, 2001) actualizada por la Ley 27.126, Decreto 727/2006(Reglamentación de la Ley de Defensa Nacional), Decreto 950/2002(Reglamentación de la Ley de Inteligencia Nacional), Resolución del Ministerio de Defensa 381 (Resolucion Ministerial 381, 2006). El estudio estará focalizado en la comunicación de naturaleza institucional, excluyendo el desarrollo de nociones como operaciones de información y operaciones psicológicas.

La identificación y análisis del apoyo de la inteligencia operacional a la comunicación institucional, permitiría visualizar el grado de relevancia que posee la inteligencia operacional en este nivel de la conducción, facilitando vislumbrar el potencial de dicha área contribuyente a este tipo de comunicación.

El objetivo general del trabajo es "identificar y analizar la relación de la inteligencia operacional y la comunicación institucional, en el nivel operacional". Este objetivo general es fraccionado en los siguientes objetivos: Identificar y Analizar la comunicación institucional a nivel operacional, en el teatro de operación, zona de responsabilidad o de emergencia e Identificar y analizar el apoyo de inteligencia operacional a la comunicación institucional, en el nivel operacional.

Esta investigación será de carácter cualitativo y analítico descriptivo, utilizando tanto fuentes primarias como secundarias. Asimismo se prevé utilizar como técnica de recolección de datos al análisis bibliográfico y al estudio de documentos históricos y actuales referidos a la temática.

Debido a la focalización del trabajo en el apoyo de inteligencia operacional a la comunicación institucional, la bibliografía será mayoritariamente de publicaciones especializadas de comunicación institucional y se relacionara con lo expresado en dicho material con las doctrinas y publicaciones especializadas sobre la temática de la inteligencia operacional.

CAPÍTULO 1: LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL NIVEL OPERACIONAL

1. Comunicación institucional, conceptualización.

La comunicación institucional es un concepto que ha cobrado importancia, tanto en el ámbito público como en el ámbito militar, pero en particular en este último por los aspectos distintivos de las actividades que se ejecutan en tiempo de paz y en las operaciones de la campaña por parte de las fuerzas conjuntas. La comunicación institucional y su respectivo marco conceptual ha sido objeto de estudio por diferentes autores a lo largo del tiempo, en consecuencia las conceptualizaciones de la comunicación institucional son amplias y diversas.

La noción de la comunicación institucional tiende a definir el marco conceptual y obedece a la complejidad e importancia de la cuestión objeto de estudio. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1980), define la comunicación institucional como *"el sistema de intercambio de datos, información, ideas y conocimientos que se establece entre las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público real y virtual"*.

La definición de la UNESCO(1980), de carácter general y sin particularizar sobre aspectos sectoriales, permite visualizar a este tipo de comunicación como un conjunto de elementos componentes, que tienen funcionalidad particular y la finalidad común de brindar información a personas reunidas en grupos relativamente homogéneos, y de interés para las instituciones que gestionan la comunicación institucional.

La conceptualización de la UNESCO (1980), identifica tres elementos componentes, que a su vez ofician de subsistemas por las características distintivas de cada uno de ellos y la función particular en la comunicación institucional. Los tres elementos que se vinculan a través de una interacción, son la institución tanto del ámbito público como del ámbito privado, la información que se transmite a través de la comunicación y el público que recibe la información.

Las conceptualizaciones posteriores, han abonado a lo enunciado por la UNESCO (1980), por ejemplo la que dicta que la comunicación institucional es:

"aquella función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una

reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de la organización" (Portugal, 2012).

La gestión de la comunicación que hace mención, da una percepción de que en el proceso, hay elementos que asumen funciones, se les asignan recurso comunicacionales para una determinada finalidad y para este caso en particular es la comunicación de naturaleza institucional.

Las definiciones que son traídas a colación para consolidar el marco conceptual, dan una perspectiva de la comunicación institucional, la cual en una definición general y consolidada es enunciada como:

"la gestión interna y externa de la información de una organización, que afecta a un determinado público y se transmite a través de los medios de comunicación social, aportando al público conocimiento de la institución (productos, servicios, cultura) y se convierte en el enlace entre la fuente de la noticia (organización) y la sociedad (medios de comunicación)". (Burgueño, 2014)

La definición que antecede es una definición que se ayorna a los tiempos actuales de la comunicación institucional y los suficientemente generalista como para constituirse como base informativa para el desarrollo de estudios afines a la temática.

1.1 Identidad, imagen y reputación institucional.

La identidad, la imagen y la reputación son nociones comunes en diferentes teorías de la comunicación y de la comunicación institucional, para este caso en particular y con la finalidad de delimitar el estudio se las denominaran categorías de la comunicación institucional (Burgueño, 2014). Las categorías enunciadas tienen aspectos distintivos y finalidades específicas que son contributivas a la finalidad de la comunicación de naturaleza institucional.

Los conceptos de identidad, imagen y reputación deben ser definidos inequívocamente para la consolidación de una base informativa sólida, con la finalidad que facilite el desarrollo del estudio. Para la delimitación conceptual de estas categorías se pueden citar que:

"la identidad es lo que una organización es e intenta transmitir de sí misma; la imagen es lo que termina transmitiendo y el público percibe; y la reputación es lo que le queda al público a mediano/largo plazo, la imagen continua". (Burgueño, 2014)

1.1.1 Identidad institucional.

La "identidad" es una de las tres categorías de la comunicación institucional y para poseer una noción, se trae a colación las tres acepciones de la Real Academia Española (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 23a ed., 2018): "*Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás*", "*Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás*" y "*Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca*". Las definiciones vertidas por el diccionario de la lengua española, permiten apreciar que la identidad tiene connotaciones introspectivas del ser y de su respectiva proyección externa.

La definición de identidad circunscripta a la referencia institucional posee enunciados generales, diversos y de múltiples connotaciones, una de las cuales cita "*es ese conjunto de rasgos que configuran la personalidad de una institución y la distinguen de otras: su origen, su historia, su misión, sus características esenciales*" (Mora, 2009). Esta definición sumada las acepciones de la RAE, permite colegir que la identidad institucional es un conjunto de aspectos esenciales y estructurales que definen a una organización en su ente, lo distintivo de naturaleza introspectiva de la organización y la exteriorización proyectiva de estos.

Los rasgos distintivos y característicos que hacen a una organización particular y que contribuyen a la conformación de una solida identidad, son de naturaleza inmaterial y tangibles como el "*historial de la organización, sus creencias y filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias*" (Costa, 2016). Los rasgos inmateriales son diversos, entre los cuales se destacan los valores, que son definidos como atributos básicos de identificación de una institución y aquellos que singularizan servicios y productos de la institución (Portugal, 2012).

1.1.2 Imagen institucional.

La "imagen" de la organización es otra de las categorías que integra la comunicación institucional y que posee una interrelación con el resto de las categorías que constituyen la comunicación de la organización. Las variadas nociones dadas al vocablo imagen son

"figura, representación, semejanza y apariencia de algo" (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 23a ed., 2018). La imagen institucional está relacionada a la percepción del público, al cual se direcciona la comunicación del organismo que la gestiona.

La imagen institucional, en consonancia con otras categorías de la comunicación institucional, posee distintas conceptualizaciones entre las que se puede mencionar *"La Imagen Corporativa es la imagen que tienen los públicos de una organización en cuanto entidad"* (Capriotti, 2013). La imagen de la institución es una percepción que posee el público de la exteriorización de las características distintivas de esta, por consecuencia posee una relación ineludible con la identidad institucional.

Una definición referencial de imagen, afirma que es *"la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamiento y modificarlos"* (Costa, 2016). Esto acredita un aspecto distintivo de la imagen como la naturaleza perceptiva de un grupo significativo de público con características similares que plasman una visión conjunta y semejante.

La memoria colectiva es un recuerdo grupal de característica inmediata y de corto plazo, que posee un efecto inicial y perceptivo de la identidad de la organización y no se proyecta ni se extiende en el mediano y largo plazo. La perfilación de la imagen institucional intelectual por parte del público de interés recibe influencia de la comunicación institucional.

La imagen institucional posee tres nociones o conceptualizaciones derivadas según sus características distintivas, la imagen ficción, la imagen icono y la imagen actitud. La imagen ficción se define como *"la valoración positiva o negativa que le dan (...) a la organización"* (Apolo, Báez, Pauker, & Pasquel, 2017). La valuación de la imagen de ficción que los diferentes actores o participantes institucionales tienen o construyen es conformada, modificada e influenciada por la comunicación institucional.

El enunciado de la imagen ficción, puede brindar una vinculación con lo irreal, inventivo y manipulable, siendo aconsejable que *"no debería utilizarse para definir lo que es la Imagen Corporativa, ya que tiene una connotación altamente negativa e incluso va contra los fundamentos, tanto éticos como instrumentales, de la Comunicación Corporativa"* (Capriotti, 2013). La acepción de la imagen ficción no es internalizada en la comunicación institucional del ámbito castrense, dado el vínculo referencial de carácter negativo y la carga de subjetividad que posee el vocablo.

La imagen icono es la construcción mental de lo que se ve de la institución a través de su comunicación, mediante simbología representativa particular que la hace distintiva en relación a organización o instituciones de rasgos similares. La noción de imagen icono es abordada por autores que han versado sobre la temática, relacionando este concepto con:

"el símbolo, o figura icónica que representa; el logotipo y tipografía corporativa, o sea el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial; y los colores corporativos o gama cromática, es decir aquellos colores que identifican (...)". (Capriotti, 2013)

La representación distintiva de naturaleza icónica es la esencia de este tipo de imagen, pero tiene observaciones detractoras como puede ser la mera reducción de la imagen institucional a una imagen icónica, omitiendo la combinación armónica y equilibrada con el resto de las imágenes de la comunicación institucional.

La sobredimensión del icono como imagen de la comunicación institucional subestima los otros tipos de imagen, suprimiendo la imagen institucional a una expresión que no permite una percepción holística y apegada a la identidad institucional que se pretenden proyectar.

La imagen actitud es la tercera conceptualización de imagen que se pone a consideración en el presente estudio, siendo enunciada como *"una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una empresa (...)"* (Capriotti, 2013). La imagen actitud es una construcción intelectual que el público posee de la organización, originada en la percepción que dicho público desarrolla.

La idea o representación mental que posee el público o un determinado grupo de personas relativamente homogéneo, es en el cual radica la esencia definitoria de la imagen actitud y sumado a las otras imágenes, se plasma la imagen institucional consolidada. El equilibrio entre estas nociones de imagen permitirá una consolidación de la imagen de la organización que se sincronizara con la comunicación institucional.

La imagen actitud es de naturaleza ideal, por consecuente es someramente analizado y hasta no es considerado con profundidad académica, dejando aspectos estructurales indefinidos y sin análisis. Los estudios superfluos de la imagen actitud son efecto de la complejidad de la dimensión cognitiva del público, en la cual radica esta clase de imagen, orientando erróneamente las estrategias comunicacionales al público.

El público en su concepción mental o su ideario colectivo de la imagen institucional, adquiere información de diferentes fuentes (Portugal, 2012). Las fuentes de información de las que dispone el público son las experiencias personales de cada integrante del público que tengan semejanza con otras experiencias personales o externas, las relaciones interpersonales que permiten modificar o consolidar la imagen mediante la interacción de cada integrante del público expresando lo que perciben y los medios de comunicación social (Portugal, 2012).

Los medios de comunicación social, como fuentes de información de la imagen institucional, se constituyen en nexo entre la institución y el público; gestionando de forma consiente la información. La gestión de la información, por parte de los medios de comunicación social es activa y responde a intereses particulares que no siempre se asemejan a los del público o a los de la institución.

1.1.3 La reputación institucional.

La reputación institucional tiene conceptualizaciones variadas, tomando como inicio la definición que enuncia que es *"la percepción a largo plazo de los diversos grupos de interés con los que se relaciona la organización, que reconoce el mayor o menor cumplimiento de los compromisos de las organizaciones con ello"* (Burgueño, 2014). La reputación institucional, en relación a la anterior definición, lleva a la reputación a una perspectiva temporal de largo plazo.

La esencia de las categorías reputación e imagen institucional radica en la percepción del público de interés para la comunicación institucional de la organización. Dicha percepción del público de interés, podrá tener connotación positiva o negativa y arraigándose en el público de interés y proyectándose a lo largo del tiempo plazo, será redefinida como reputación.

1.2 La comunicación institucional en el nivel operacional.

La comunicación institucional constituye una cuestión crítica en el nivel operacional de la conducción, siendo necesarios un asesoramiento y asistencia especial y continua por parte de un órgano focalizado en la temática. Dicho órgano relacionado a la comunicación institucional, estará organizado, equipado e instruido para cumplimentar con las funciones de la mencionada comunicación.

La criticidad de la comunicación institucional y la necesidad de un órgano avocado para tal fin permite expresar que:

"Constituye un asunto prioritario la organización de una Oficina de Prensa y Asuntos Políticos que dependa directamente del Comandante Operacional/Comandante del Teatro de Operaciones, y que tenga como responsabilidad el enlace fluido con los medios de comunicación, otras agencias y eventualmente la organización de la ayuda humanitaria dentro del Teatro de Operaciones". (Alejandro Kenny, Omar Locatelli, Leonardo Zarza, 2015)

La comunicación institucional ejercida por fuerzas conjuntas en operaciones en un teatro de operaciones, zona de responsabilidad o zona de emergencias se caracteriza por una complejidad distintiva, que llega a su punto crítico en el nivel operacional como se enuncia seguidamente *"A medida que asciende el nivel de la conducción de las fuerzas, mayor es el nivel de dificultad para atender los distintos asuntos que son inherentes a la guerra."* (Bazán, 2015).

1.2.1 El vocero.

En la comunicación institucional en el nivel operacional intervienen actores o parte interesados, como el "oficial/funcionario de prensa y vocero", quien posee una misión que es enunciada acabadamente de la siguiente forma:

"consiste en la gestión de la información ante los Medios de Comunicación Social y la opinión pública, que una vez aprobada se hace circular, para que la sociedad conozca las actividades de las Fuerzas Armadas que participan en una actividad en cuestión, conflicto, operación militar, o en su quehaceres diarios". (Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, 2017)

La gestión comunicacional, responsabilidad del vocero será de carácter institucional, minimizando los enlaces extraoficiales, para evitar la divulgación de información que ha sido sometida completamente al enfoque de los medios de comunicación social.

El oficial de prensa o vocero junto con un equipo constituirá un área de prensa dependiente del comandante del teatro de operaciones y plasmara el enlace con actores externos principalmente los medios de comunicación social. El vocero tendrá dentro de su responsabilidades poseer información general de las diferentes áreas inherentes al estado

mayor, en consecuencia de la interacción con los representantes de los medios de comunicación social (Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, 2017).

Los interrogantes periodísticos que surjan, abordan temáticas variadas en relación a las actividades y operaciones de las fuerzas conjuntas, obligando al oficial de prensa o vocero a poseer un conocimiento general de la campaña (Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, 2017).

El oficial de prensa o vocero gozará de plena confianza por parte del comandante siendo seleccionado por sus cualidades profesionales y personales para el ejercicio pleno de su rol (Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, 2017). La preparación del oficial de prensa o vocero debe cubrir una amplia gama de temas, asuntos y aspectos a nivel operacional para el cumplimiento de sus funciones inherentes a fin de enlazarse con los representantes de los medios de comunicación social.

Los aspectos distintivos o características fundamentales del vocero operacional son la credibilidad que este posee ante los medios de comunicación social para que el mensaje tenga verosimilitud y la claridad para lograr la nitidez con el propósito de una fácil comprensión del mensaje. El respeto del vocero para con los corresponsales de guerra o periodistas genera correlación por parte de los últimos, facilitando el enlace del cual el vocero es responsable y por último logrará un prestigio y referencia de carácter institucional, evitando que estos sean de carácter personal del vocero.

La interacción de los integrantes de las fuerzas conjuntas en operaciones con los medios de comunicación social, ubica a los primeros como fuentes de información en forma voluntaria o involuntaria. La vulnerabilidad de los militares en operaciones, en relación a los medios de comunicación social, ha sido manifestado en diferentes estudios expresando "*(...), se dificulta el papel que juega la organización que estará en contacto con la prensa en el nivel operacional y, también, la información que se va a transmitir, que es notablemente sensible.*" (Bazán, 2015).

1.2.2 Medios de comunicación social.

La conceptualización de los medios de comunicación social, actores de la comunicación institucional, posee un importante número de definiciones y de no ser particularizadas y circunscriptas puede derivar en desviaciones conceptuales. La base

conceptual de medios de comunicación social se puede definir como "*(...) los responsables de todas las formas de trasmisión a través de los cuales éstos (emisores) transmiten un mensaje a la comunidad (receptores) generando un proceso de comunicaciones*" (HEER, 2015).

Los medios de comunicación social pueden ser adjetivados como masivos, cuando poseen la característica distintiva de que la información contenida en un determinado mensaje, es recibida por una porción considerable de público. Pudiendo abonar lo enunciado con la siguiente definición, que esgrime que son "*(...) canales o instrumentos que permiten transmitir un mismo mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de personas de forma simultánea*" (Raffino, 2019).

La perspectiva periodística de los medios masivos de comunicación social es otra de las características que estos poseen, porque la información es interpretada primeramente por el corresponsal de guerra o periodista que la ha obtenido, posterior es sometida a un proceso de edición según la línea editorial del medio de comunicación, para finalmente ser puesta a disposición del público. La perspectiva particular queda plasmada en el enunciado que menciona:

"Los medios de comunicación no son meros conductos de transmisión de una información que llega al público en estado bruto, sino que tienen un papel activo en la construcción de la noticia, lo que hace que los hechos sean comúnmente comprendidos a través de marcos explicativos que simplifican, priorizan y estructuran el flujo narrativo de los eventos". (Soriano, 2008)

El objetivo de los medios de comunicación social es obtener la primicia informativa y brindarla al público de forma prioritaria, en relación a la disponibilidad de tecnologías comunicacionales en el teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencia. El objetivo informativo de los medios masivos de comunicación social degrada la verosimilitud en favor a la primicia informativa, porque la información no es verificada por otras fuentes que brinden veracidad.

Las características estructurales de los medios masivos de comunicación social, sumado a la su finalidad ulterior de obtener la primicia informativa genera una dinámica a la gestión informativa que se contrapone a la gestión que poseen instituciones jerárquicas como las fuerzas conjuntas en operaciones. La gestión de la información por parte de los medios masivos de comunicación social posee una transversalidad informativa y una ramificación

comunicacional, diferenciándose sustancialmente con las fuerzas conjuntas en operaciones, como se expresa seguidamente "(...), la velocidad de las noticias y el filtro de las mismas es totalmente diferente, debido a que no existe una vía jerárquica tan estructurada como en las Fuerzas Armadas..." (HEER, 2015).

La noción de libertad de información es el principio fundamental que la prensa utiliza durante la recolección de los datos periodísticos para la construcción de la noticia, con la finalidad del acceso irrestricto de información. La libertad de información, se encuentra en contraposición con la gestión de la información comunicacional de las fuerzas en operaciones en el nivel operacional, por que el pleno ejercicio de este principio por parte de los medios masivos de comunicación social coloca a dichas fuerzas en una posición vulnerable, que plantea un interrogante "(...) si la libertad de expresión no debe moderarse cuando un país se mueve desde una situación de paz a una de guerra" (Aragonés, 1998).

1.2.3 Público y opinión pública.

La comunicación institucional por parte de las fuerzas conjuntas en operaciones y la información que emiten los medios masivos de comunicación social están orientadas a "el público", que es un grupo de personas que reciben datos y que mediante sus experiencias forman una idea valorativa grupal con respecto a la temática. La opinión pública será la valoración relativa y homogénea de algo o alguien que se desarrolla en el público y que también se puede definir como:

"(...) un fenómeno de interacción entre individuos y grupos. Tiene dos acepciones: - Como conjunto de las opiniones de los miembros de una sociedad sobre un asunto en particular, es la suma o resultante de todas las opiniones individuales o como la valoración predominante en determinado grupo social sobre un acontecimiento (...)". (eumed.net enciclopedia virtual , 2019)

La opinión pública, brinda una noción de interrelación con el público que recibe información por diferentes medios masivos de comunicación social, provengan directamente de los responsables de la comunicación institucional del nivel operacional o de periodistas como figuras visibles de los medios masivos de comunicación social. La bidireccionalidad de la relación de los medios masivos de comunicación o vocero operacional y el público, se materializa por la consolidación de la opinión pública y su enfoque subjetivo, que servir como

base informativa para los medios masivos de comunicación social o como factor del ambiente operacional para el comándate operacional y las fuerzas conjuntas en operaciones.

La base informativa que constituye la opinión pública, posee subjetividad que se consolida como tal, mediante la perspectiva que los medios masivos de comunicación social dan a la retroalimentación de la información que ha diseminado en el público. Esta retroalimentación se plasma mediante la recolección de datos por parte de los medios masivos de comunicación social, a través de encuestas de opinión pública que son desarrolladas por los mismos medios de comunicación social o por consultoras especializadas, y en ambos casos son de naturaleza relativa a intereses particulares.

CAPITULO 2:LA INTELIGENCIA OPERACIONAL Y EL APOYO A LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2. Inteligencia operacional

Los sistemas de inteligencia apoyan a los respectivos niveles de la conducción de la guerra constituyendo a su vez subsistema del sistema de inteligencia nacional. La inteligencia operacional es la inteligencia que apoya el nivel operacional de la conducción, encontrándose entre el nivel táctico y el estratégico militar de la inteligencia.

La conceptualización de la inteligencia operacional, posee una proporción de arte operacional similar al nivel que apoya, pero se puede mencionar una aproximación a la noción de inteligencia operacional como:

"(...)el resultado de integrar e interpretar nuestros conocimientos sobre el terreno, la meteorología, las actividades, las capacidades y/o las intenciones de un enemigo actual o potencial para estar en condiciones de concebir y conducir operaciones militares que alcancen un objetivo(...)". (Peña, 1991)

El concepto inteligencia operacional, de acuerdo a lo expresado anteriormente, no contemplaba el diseño operacional con sus respectivos elementos; en consecuencia menciona termino como la concepción y conducción de operaciones militares, y la obtención de un objetivo de carácter estratégico. Considerando el diseño operacional y sus elementos innovadores de dicho diseño (Alejandro Kenny, Omar Locatelli, Leonardo Zarza, 2015) y la definición del nivel operacional de la conducción de la guerra (Ejercito Argentino, 2015) se puede abonar la noción vertida por Peña(1991), redefiniendo "la inteligencia operacional como el resultado de integrar e interpretar el conocimientos sobre el terreno, la meteorología, las actividades, las capacidades y/o las intenciones del enemigo actual o potencial para concebir y conducir la campaña, a fin de alcanzar el estado final deseado".

2.1 Consideraciones de la inteligencia operacional

Las características distintivas de la inteligencia operacional son las que permitirán perfilar los aspectos integrales de un sistema de inteligencia, que trasciende el mero rol de intermediario o de nexo entre el sistema de inteligencia militar táctico y el sistema de

inteligencia estratégico militar. El conocimiento que surja de interpretar e integrar informaciones debe poseer utilidad (Peña, 1991), para que el nivel operacional consolide una base informativa superadora que plasma el apoyo de inteligencia a dicho nivel y la concreción de la recurrencia informativa entre el nivel táctico y el nivel estratégico militar.

El canal técnico informativo de la inteligencia operacional, en el cual fluye información e inteligencia materializa una continuidad, que permite obtener información y difundir inteligencia entre el nivel de inteligencia inferior (táctico) y el nivel de inteligencia superior (estratégico militar). Desde este canal técnico informativo se extrae el conocimiento útil para brindar la base informativa que le permite al decisor operacional y sus asesores una resolución y asesoramiento basado en elementos de juicios pertinentes a este nivel.

Los límites del nivel de inteligencia operacional se difuminan por la recurrencia informativa, materializada por el canal técnico informativo, que contempla órganos de dirección y medios de obtención de otros niveles de inteligencia y el área de interés de inteligencia que incluye dominios que no está bajo control operacional.

La complejidad es directamente proporcional a los niveles de la conducción de guerra, a mayor nivel le corresponde mayor complejidad y viceversa. La inteligencia operacional posee una complejidad propia de dicho nivel de la conducción por el conocimiento multidisciplinario que se debe interpretar e integrar.

El conocimientos multidisciplinario trasciende lo meramente militar, abarcado componentes como transporte, telecomunicaciones, científico, tecnológico y otros que son inherentes o que tienen relación a la conducción y al ambiente operacional.

Una aproximación a la noción de la finalidad de la inteligencia es la que menciona que es "*La identificación del centro de gravedad del adversario, junto con sus debilidades y la selección de objetivos constituyen el núcleo del nivel operacional y por tanto, de la inteligencia operacional*" (Peña, 1991). Dicha conceptualización brinda una noción de los principales elementos del diseño operacional del enemigo, en los que se focaliza la reunión de información, interpretación e integración de información para la producción del conocimiento en la inteligencia operacional.

El punto focal de la finalidad de la inteligencia operacional son "*(...) las intenciones del enemigo, a mediano y largo plazo (...)*" (Peña, 1991). Dicho enunciado coloca en el plano

hipotético, las teorías y modelos de las capacidades del oponente, que se comprueban mediante la ocurrencia de indicadores o indicios a nivel operacional.

La inteligencia básica a nivel operacional cimienta la base de información básica para la concepción y conducción de la campaña en el teatro de operaciones, zona de responsabilidad o emergencia.

La base informativa se conforma con antelación y con un direccionamiento hacia la obtención de información y posterior producción de inteligencia útil para el nivel operacional. La mencionada antelación se basa en la previsión para la reunión de información, interpretación, integración de la información y la producción y difusión de inteligencia operacional e impone al nivel operacional gestionar la información a mediano y largo plazo durante la paz y a mediano plazo durante la crisis. (Peña, 1991)

La previsión de la inteligencia operacional, se traduce mediante la elaboración de informes prospectivos que brinden en el campo hipotético ese conocimiento que sea de utilidad al nivel operacional de la conducción. Estos informes prospectivos, por la complejidad propia del nivel operacional requieren de información veraz y su respectiva articulación por parte de analistas de inteligencia operacional idóneos, que disminuyan el espectro de incertidumbre.

Existen componentes de los factores de poder y factores del ambiente operacional que son estables y no que varían considerablemente durante periodos de tiempo como *"el estudio del terreno por grandes zonas, sin entrar en detalles, dado el carácter casi invariante del mismo, será suficiente una buena inteligencia básica procedente de estudios civiles"* (Peña, 1991).

Existen componentes y factores del ambiente operacional que son semi estable o de naturaleza lábil como los factores sociales y los medios de información y su influencia en la opinión pública, a los cuales la inteligencia operacional deberá empeñar recursos para la conformación de la base informativa necesaria a nivel operacional.

2.2 Medidas de seguridad de contrainteligencia

La contrainteligencia o las medidas de seguridad de contrainteligencia tienen variadas conceptualizaciones en relación al marco jurídico o normativo de los países u organizaciones, en los cuales se desarrolla esta actividad. Incluso existen parte de las leyes, reglamentos,

directas u órdenes que hacen referencia a las medidas de seguridad de contrainteligencia poseen clasificación de seguridad reservada o son de carácter secreto.

La contrainteligencia definida en el plexo normativo de la Republica Argentina que sirve como marco conceptual, la puntualiza como *"la actividad propia del campo de la inteligencia que se realiza con el propósito de evitar actividades de inteligencia de actores que representen amenazas o riesgos para la seguridad del Estado Nacional"* (Ley 25.520, 2001). Dicha actividad está incluida en un concepto superior que es el campo de inteligencia y posee un propósito ulterior de evitar que los medios de obtención del oponente o enemigo obtengan información crítica para la seguridad nacional.

El concepto de seguridad nacional esta unificado nominalmente y mencionado como tal, en la Ley de Inteligencia (Ley 25.520, 2001); siendo abordado en forma compartimentada en Ley de Seguridad Interior (Ley 24.059, 1992) y Ley de Defensa Nacional (Ley 23.554, 1998) y en consecuencia de dicho abordaje, no posee definiciones clara y concreta.

La definición de contrainteligencia que es vertida por la Ley de Inteligencia (Ley 25.520, 2001), en la jerarquía jurídica de la República Argentina, es la máxima norma legal que define el concepto, sin explayarse en los párrafos resolutivos sobre la temática. Dentro de la jerarquía jurídica mencionada, la siguiente referencia sobre contrainteligencia se hace en la resolución del Ministerio de Defensa 381 (Resolucion Ministerial 381, 2006), para limitar el accionar de las fuerzas armadas.

La resolución del ministerio de defensa 381 (Resolucion Ministerial 381, 2006), expresa que:

"(...) los organismos de inteligencia pertenecientes al Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas y a los Estados Mayores Generales del Ejército, la Armada y la Fuerza Aérea, no podrán realizar ninguna actividad de contrainteligencia, cualquier fuera la denominación que las mismas adopten y denominadas indistintamente también entre otras formas según la doctrina vigente como actividades especiales de contrainteligencia, censura o medidas de seguridad de contrainteligencia en el ámbito civil, quedando solo autorizados a desarrollar las medidas de seguridad de contrainteligencia previstas para el ámbito militar según dicha doctrina legal vigente."(Artículo 16°)

Las medidas de seguridad de contrainteligencia "*previstas para el ámbito militar*" (Resolución Ministerial 381, 2006) trasciende el ambiente meramente castrense, debido a que en el nivel de operacional hay un grado de complejidad e interacción entre diferentes factores del ambiente operacional.

En la jerarquía jurídica, la resolución ministerial es la norma suprema que dictamina resoluciones sectoriales que son de interés y que deben ser resultas por la máxima autoridad ministerial. La referencia sobre las medidas de contrainteligencia mencionadas en el artículo resolutorio 16° (Resolución Ministerial 381, 2006) es "la única" que hace alusión directa a la temática de las medidas de seguridad de contrainteligencia.

Una noción aproximada de contrainteligencia a nivel operacional se puede enunciar como una actividad del campo de la inteligencia destinada a negar o restringir la difusión de información clasificada y proteger a las fuerzas conjuntas en operaciones, de las actividades especiales de inteligencia del enemigo, como el espionaje, sabotaje e insurgencia. Dicha protección de las fuerzas armadas se materializara mediante la detección, identificación, ubicación y neutralización, mediante la participación de los medios que poseen las atribuciones legales para dicha actividad.

El propósito de proteger los recursos materiales y efectivos de las fuerzas conjuntas en operaciones contribuirá a la seguridad de estos, evitando que el enemigo pueda dilucidar en forma clara y concreta las propias intenciones. La incertidumbre, consecuencia de no poseer una visión clara y concreta de la de la situación operacional, aumenta el riesgo que deba asumir el comandante operacional enemigo en el diseño operacional y la conducción de su campaña.

Las medidas de seguridad de contrainteligencia son acciones que tiende colocar barreras de diferente naturaleza, para limitar y de ser posible impedir que los medios de obtención del enemigo puedan obtener información crítica. Otra finalidad que las medidas de seguridad de contrainteligencia poseen es evitar que se difunda información crítica que no esté relacionada con la necesidad de saber, noción directriz y limitante de la diseminación y uso de la información e inteligencia.

La voluntad opuesta e inteligente del enemigo en la campaña se refleja en el sistema de inteligencia a nivel operacional. En consecuencia, los medios de obtención del enemigo y el ambiente operacional poseen un dinamismo particular que obliga al control, supervisión

permanente y su posterior actualización en la implementación de las medidas de seguridad de contrainteligencia, tendiente a detectar falencias que constituyan debilidades propias.

La planificación, ejecución y supervisión o control de las medidas de seguridad de contrainteligencia atribuye responsabilidades individuales y organizacionales, siendo el nivel operacional el que debe orientar y evitar desviaciones mediante el control y la supervisión de dichas medidas de seguridad de las fuerzas conjuntas en operaciones.

2.3 La conciencia y educación de contrainteligencia en el nivel operacional

El principio de la conducción de seguridad a nivel operacional es *"tener conciencia de las amenazas, y en caso de concretarse, estar en condiciones de enfrentarlas con probabilidades de éxito."* (Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, 2017). La conciencia referida en el concepto de principio de seguridad hace referencia a la *"Capacidad del ser humano de reconocer la realidad circundante y de relacionarse con ella"*(REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 23a ed., 2018).

La conciencia de contrainteligencia es la construcción espiritual y moral y su posterior consolidación, tendiente a negar información crítica al enemigo y evitar su difusión y uso indebido. Una conceptualización la conciencia de contrainteligencia es la que la define como la *"Actitud mental permanente de todo el personal militar, a fin de estar preparado para protegerse de las actividades de espionaje y sabotaje"* (Ejercito Argentino , 2008).

La conciencia de contrainteligencia es de naturaleza ideal, moral, espiritual y mental, en consecuencia es complejo mensurar el grado de conciencia de contrainteligencia que poseen las fuerzas conjuntas en operaciones. Por lo tanto se arbitrara acciones preventivas tendientes a detectar con debida antelación las vulneraciones de las medidas de seguridad de contrainteligencia y crear y consolidar la conciencia de contrainteligencia.

Entre las acciones preventivas relacionadas a la actitud mental para la protección de los medios y efectivos, se prevé la educación de contrainteligencia que se define como la *"Instrucción por medio de la acción docente"* (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 23a ed., 2018) o la acción didáctica y pedagógica tendiente a consolidar e incrementar la predisposición mental y espiritual necesaria para la protección de medios y efectivos, contribuyente a la seguridad.

La educación de contrainteligencia será el modo mediante el cual se formara profesionalmente a los integrantes de las fuerzas conjuntas en operaciones, individualmente y en su conjunto. Esta formación profesional predispondrá mentalmente y espiritualmente a los efectivos y a las fuerzas conjuntas en operaciones para la protección de los medios y los efectivos disponibles, mediante una conciencia de contrainteligencia.

La educación como acción didáctica y pedagógica tendrá la finalidad de formar integralmente a individuos y conjuntos para planificar, ejecutar, controlar y supervisar las medidas de seguridad de contrainteligencia.

Las responsabilidades de educación de las medidas de contrainteligencia serán atribuciones propias del comandante operacional. Para la cual el órgano de dirección de inteligencia operacional se constituirá como parte fundamental en el asesoramiento y asistencia en la educación de contrainteligencia en coordinación con el campo de operaciones.

La conciencia de contrainteligencia es un efecto multicausal, inherente a todos los niveles de la conducción; pero a su vez es causa de efectos negativos como la divulgación de información crítica o de resultantes positivas como adecuada implementación de las medidas de seguridad de contrainteligencia. Una de las causas de la conciencia de contrainteligencia es la implementación de un eficiente proceso de educacional de contrainteligencia en todos los niveles de la conducción y en particular en el nivel operacional.

La conciencia de seguridad de contrainteligencia en la comunicación institucional, tanto individual y de conjuntos del oficial de prensa, vocero o portavoces evitara que se divulgue información crítica para la seguridad de la fuerzas conjuntas en operaciones. La difusión y uso de información crítica disociada de la necesidad de saber por voceros o portavoces constituirá una flagrante violación a las medidas de seguridad de contrainteligencia colocando en una posición de potencial vulnerabilidad a la planificación y conducción de la campaña.

2.4 La explotación de los medios masivos de comunicación social en el nivel operacional

La difusión de información debe ser controlada y supervisada por el órgano de dirección de inteligencia operacional y en especial por el área de contrainteligencia, para evitar la difusión de información crítica a causa de falencias de la conciencia de contrainteligencia. Un modo de plasmar la supervisión y el control es mediante la explotación de las fuentes de

información y extracción de conocimiento de interés, con la finalidad de brindar utilidad para el comandante operacional y su estado mayor.

La comunicación institucional ineficiente, mediante una difusión de información crítica constituirá una fuente de información para los medios de obtención del sistema de inteligencia operacional del enemigo. Dicha difusión en la masividad de los medios, sumado a la complejidad y la magnitud de las fuerzas conjuntas en el teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencia, ubica a dichas fuerzas en una posición de potencial vulnerabilidad en relación con el enemigo.

Los medios de comunicación y su masividad, constituyen factores potenciadores de la complejidad propia del nivel operacional, por consecuente el direccionamiento del esfuerzo de obtención por parte del órgano de dirección de dicho nivel enfrentara desafíos operacionales e informativos. Los mencionados desafíos de dicho órgano se refiere, no solo a la inteligencia operacional, si no también a las medidas de seguridad de contrainteligencia.

La difusión de la información en los medios masivos de comunicación social por parte del oficial de prensa o vocero requiriere de medidas procedimentales a nivel operacional, como la explotación de prensa y de los medios masivos de comunicación que permita identificar la difusión de información crítica.

La explotación de prensa, se plasma mediante el monitoreo planificado y supervisado por el órgano de dirección operacional y ejecutado por los medios de obtención que remiten la información a los órganos de dirección, para que estos extraigan conocimiento útil que retroalimente las medidas de seguridad de contrainteligencia.

El procedimiento de la explotación de prensa en los diferentes niveles de la conducción se diferencia por diversos aspectos. Para el caso particular del nivel operacional, la amplitud y diversidad de información complejiza el ambiente operacional, consecuentemente cobra vital importancia la misión operacional y el estado final deseado, que orientara el esfuerzo de obtención a nivel operacional.

Los elementos del diseño operacional que guardan relación con la explotación de prensa son sincronizados para que produzcan efectos armónicos y coherentes con el cumplimiento de la misión operacional y la concreción del efecto final deseado.

El objetivo operacional y el efecto final deseado orientaran el pleno ejercicio del rol del oficial de prensa o vocero para brindar una comunicación institucional contribuyente a la conducción de la campaña por parte del comandante y ejecución de las operaciones por parte de las fuerzas conjuntas en el teatro de operaciones. El pleno ejercicio del mencionado rol requiere de herramientas que faciliten la contextualización del complejo ambiente operacional en el cual el vocero ejerce sus funciones, una de esas herramientas será el conocimiento proveniente de la información originada en la explotación de prensa.

CONCLUSIONES FINALES

La base informativa constituida a lo largo del presente trabajo, permite extraer conclusiones contribuyentes al conocimiento del nivel operacional para la construcción cognitiva de dicho nivel, que por su característica distintiva de poseer una considerable porción de arte, requiere de conocimiento de base.

La historia ha demostrado los diferentes matices de las relaciones entre la prensa y el comandante operacional y su asesor, el oficial de prensa o vocero, que personifican las partes que interactúan en una relación ineludible en la campaña. La comunicación institucional será la exteriorización de diferentes aspectos de interés para las fuerzas conjuntas en operaciones, plasmándose mediante la relación entre las partes o actores de dicha comunicación.

Los diferentes modelos de la comunicación institucional poseen nociones similares que se adecuan y actualizan a largo del tiempo, por los diferentes autores, las tecnológicas pertinentes y por la contextualización, que en el nivel operacional se denomina ambiente operacional. La conceptualización de la comunicación institucional en el nivel operacional determina categorías conceptuales que mediante una concatenación secuencial, armónica y sincronizada tiende a la eficiencia comunicacional.

De las categorías conceptuales, la identidad constituye la esencia organizacional de las fuerzas conjuntas en operacional y es de carácter ideal e intangible pero conformara el núcleo vital de la institución. Esta esencia distintiva debe estar intrínseca en cada individuo integrante de las fuerzas en operaciones y en forma conjunta a nivel operacional, para exteriorizarla de un modo eficiente.

La identidad requiere de una construcción temporalmente prolongada, se consolida a lo largo del tiempo y orienta la comunicación institucional a nivel operacional. En consecuencia el oficial de prensa o vocero interpreta cabalmente la identidad de las fuerzas conjuntas en operaciones para materializar una adecuada comunicación institucional.

La imagen institucional que el público posee de las fuerzas conjuntas en operaciones, también será de carácter intangible, pero que a diferencia de la identidad institucional; la imagen es la exteriorización de la percepción del público en relación a dichas fuerzas. La imagen que el público exterioriza dentro del teatro de operaciones, zona de responsabilidad o de emergencia o fuera de este, tiene una gran porción de percepción y su correspondiente

perspectiva, que serán objeto de estudio para que la comunicación institucional se adapte y evite percepciones y perspectivas erróneas.

La reputación es la proyección de la imagen, a través del tiempo que posee el público de las fuerzas conjuntas en operaciones. Dicha proyección se consolida a lo largo de tiempo pero puede fluctuar por diferentes factores que influyen, siendo imperiosa la necesidad de la constante apreciación de la reputación de las fuerzas conjuntas en operaciones por parte del oficial de prensa o vocero.

La interpretación correcta de las categorías conceptuales se materializa en una concatenación y un correlato comunicacional eficiente, tendiente a analizar el ambiente operacional con sus respectivos factores, sean estos fortalezas o debilidades en el nivel operacional.

La comunicación institucional en el nivel operacional, con su respectiva complejidad requiere de la articulación de las categorías conceptuales de la comunicación institucional de las fuerzas conjuntas en operaciones. Dicha articulación y enlace demandan de un pleno ejercicio del rol de oficial de prensa o vocero, que necesita del apoyo de todos los campos de la conducción relacionados al área informativa y de comunicación institucional de las fuerzas conjuntas en operaciones.

Los medios masivos de comunicación social son interlocutores entre el vocero de las fuerzas conjuntas en operaciones y el público. La perspectiva de dichos medios será el factor determinante que debe ser correctamente apreciado por parte del responsable de la comunicación institucional, su equipo de asesoramiento y los medios en apoyo.

La perspectiva de los medios de comunicación social se potencia y tiene un afecto relevante en el público, por la masividad que estos medios han cobrado en relación con las tecnologías pertinentes. En consecuencia los efectos negativos o positivos generados por la comunicación institucional en el nivel operacional, se maximizarán construyendo una imagen en el público, que se consolide y conformara la reputación de las fuerzas conjuntas en operaciones.

El público, a quien va direccionado los procedimientos del oficial de prensa o vocero y el ejercicio del rol periodístico de la prensa, posee su propia percepción del mensaje vertido a través de la comunicación institucional. Sobre la influencia de los medios masivos de

comunicación social sobre el público, es pertinente mencionar que la relación entre el público y el resto de los actores de la comunicación institucional trasciende la mera pasividad del primero, constituyendo una franca interacción entre los actores.

La complejidad de la comunicación institucional en el nivel operacional, en relación a las jerarquías conceptuales y los actores de dicha comunicación, estipula la imperiosa necesidad de brindar el apoyo por parte de todos los campos de la conducción al área de prensa del comando operacional encabezado por el oficial de prensa o vocero. El apoyo del campo de la conducción de inteligencia a la comunicación institucional, enmarcado en el plexo normativo de la Republica Argentina se focaliza en la educación de contrainteligencia y la explotación de los medios masivos de comunicación social.

La educación de contrainteligencia constituye una actividad de apoyo de inteligencia a la comunicación institucional, que se orientada mediante una planificación, desarrollo y supervisión por parte del órgano de dirección de inteligencia operacional a los integrantes y a los conjuntos de las fuerzas en operaciones. La educación de contrainteligencia crea conciencia de contrainteligencia, que constituye la predisposición para contrarrestar la capacidad de obtención de información de los medios del enemigo.

La educación de contrainteligencia y la conciencia creada por esta, conformara una comunicación institucional con un alto grado de seguridad, evitando que en dicho proceso comunicacional se divulgue información crítica que coloque en una posición de vulnerabilidad a las fuerzas conjuntas en operaciones.

La explotación de los medios masivos de comunicación social constituye otro modo de apoyo de inteligencia a la comunicación institucional, que tiene como finalidad detectar la difusión no autorizada de información crítica para las fuerzas conjuntas en operaciones. Dicha detección de difusión de información, se realiza mediante el monitoreo direccionado de los medios masivos de comunicación que permitan descubrir flagrantes violaciones a las medida de seguridad de contrainteligencia referida a la información critica.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejandro Kenny, Omar Locatelli, Leonardo Zarza. (2015). *Arte y diseño operacional*. Buenos Aires: Escuela Superior de Guerra Conjunta de las Fuerzas Armadas.
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 531.
- Aragonés, L. M. (1998). MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, INFLUENCIA EN LOS CONFLICTOS ARMADOS . *Boletín de información* , 119.
- Bazán, Á. (2015). LA CAPACITACIÓN DEL ÓRGANO DE PRENSA EN EL NIVEL OPERACIONAL. *Visión Conjunta*.
- Burgueño, J. M. (2014). *Comunicación institucional para periodistas: Manual practico de comunicaciones y relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estrategica de la imagen corporativa*. Málaga: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Costa, J. (19 de junio de 2016). *Xiomara Cubero* . Obtenido de <https://xiomaracubero.wordpress.com/2016/06/19/joan-costa-definicion-de-imagen-corporativa/>
- Ejercito Argentino . (2008). *Inteligencia Tactica, ROB 11-01*. Buenos Aires: Departamento Doctrina.
- Ejercito Argentino. (2015). *Conducción para las Fuerzas Terrestres*. CABA: Departamento Doctrina .
- Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas. (2007). *Sistema de Inteligencia Conjunto a Nivel Estrategico, PC 12-02*. Buenos Aires: Departamento Doctrina.
- Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas. (2017). *Planeamiento para la Acción Militar Conjuta, PC 20-01*. Buenos Aires: Departamento Doctrina.
- eumed.net enciclopedia virtual* . (9 de octubre de 2019). Obtenido de <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=403>
- HEER, D. E. (2015). Relación institucional de las Fuerzas Armadas con los Medios de Comunicación Social en un teatro de operaciones contemporáneo. *TRABAJO FINAL INTEGRADOR - Las Fuerzas Armadas y los Medios de Comunicación Social*. CABA, Argentina.
- Ley 23.554. (26 de Abril de 1998). Ley de Defensa Nacional . Buenos Aires : Boletín Oficial de la República Argentina .

Ley 24.059. (6 de Enero de 1992). Ley de Seguridad Interior. Buenos Aires : Boletín Oficial de la República Argentina.

Ley 25.520. (3 de diciembre de 2001). Ley de Inteligencia. Buenos Aires: Boletín oficial de la República Argentina.

Mora, J. M. (2009). *Diez ensayos de comunicación institucional* . Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.

Moreno Mercado, J. M. (2019). Gestión de la información en conflictos bélicos. *Manual de informaciones*, 43-53.

Peña, J. A. (1991). ESTUDIO DE INTELIGENCIA OPERACIONAL. *Cuadernos de estrategia*, 21.

Portugal, R. R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión . *Revista de Comunicación* , 228.

Raffino, M. E. (16 de marzo de 2019). *Medios Masivos de Comunicación*. Obtenido de <https://concepto.de/medios-masivos-de-comunicacion/>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 23a ed. (2018). *Diccionario de la lengua española*.

Resolución Ministerial 381. (19 de Abril de 2006). Buenos Aires: Ministerio de Defensa.

Soriano, M. T. (2008). Información y conflictos bélicos en la era de Internet. *Seguridad y defensa hoy* .

UNESCO. (1980). *Un Solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación.

Willey, B. (1999). La relación entre los militares y la prensa: En la suerte y la desgracia. *Mástil, Revista iberoamericana de las armas y servicios* , 21-28.