



# **ESPECIALIZACIÓN EN ESTRATEGIA OPERACIONAL Y PLANEAMIENTO MILITAR CONJUNTO**

## **TRABAJO FINAL INTEGRADOR**

### **TEMA:**

Operaciones militares – Nuevas tecnologías de la información

### **TÍTULO:**

Las Redes Sociales: su influencia y necesidad de empleo en las Operaciones Militares en el Nivel Operacional. Estudio de caso: “Operación Margen Protector”.

**AUTOR:** My (EA) Carlos Ramiro Riquelme

**2016**

## **Resumen**

Los avances tecnológicos han generado una mayor preponderancia de la información, en todos los ámbitos de la sociedad y particularmente en lo que se refiere al presente trabajo, también a las operaciones militares en sí mismas. Han generado un cambio radical en la forma de pensar y llevar a cabo la guerra en los escenarios actuales. Las Redes Sociales constituyen un fenómeno social que ha revolucionado las formas de comunicación entre las personas y su relación con el entorno. En el año 2014 y en el marco de la Operación “Margen Protector”, las Fuerzas de Defensa de Israel explotaron el potencial de las redes sociales para afectar la percepción de la opinión pública en forma favorable sobre las acciones de sus fuerzas en la Franja de Gaza. En un conflicto que parece sin fin, Israel perfecciono el uso de la información como un elemento más de su campaña militar contra las milicias de Hamas, para imponer su narrativa sobre la de sus oponentes y ganar las audiencias potenciales.

El objetivo de este trabajo es demostrar, a la luz de un hecho histórico, cómo pueden ser utilizadas las Redes Sociales en el desarrollo de una campaña y como contribuyen al logro de los Objetivos Operacionales en el contexto de un marco de operaciones de combate u otro tipo de operaciones.

### **Palabras claves:**

Nuevas Tecnologías de la Información - Redes Sociales - Conflicto Palestino Israelí - Hamas – Opinión Pública.

## Índice

Introducción	
Consideraciones Iniciales.....	1
Contexto Situacional.....	1
Identificación del problema.....	2
Alcances y limitaciones.....	3
Marco Teórico.....	3
Objetivos de la investigación.....	3
Metodología a emplear.....	4
Capítulo I	
Las Redes Sociales.....	5
1.1    Conceptos Generales.....	5
1.2    Capacidades, oportunidades y riesgos.....	6
1.3    Opinión Pública.....	6
1.4    La importancia de las Redes Sociales, sus números en América Latina y Argentina.....	9
1.5    Las Redes Sociales en Operaciones Militares.....	10
1.6    La necesaria presencia de las Organizaciones Militares en las Redes Sociales.....	11
Capítulo II	
Las Redes Sociales y la Operación Margen Protector.....	13
2.1.    Génesis del enfrentamiento.....	13
2.2.    La Operación “Margen Protector”.....	14
2.3.    La influencia de las Redes Sociales en el posible Diseño Operacional de las FDI.....	16
2.4.    Las Redes Sociales en combate.....	18
2.5.    La protección de la población civil.....	19
2.6.    La amenaza de los cohetes.....	20
2.7.    La amenaza de los túneles.....	22
2.8.    Violación de las leyes de la guerra y abuso de la población.....	23
2.9.    La repercusión de las publicaciones en las redes sociales.....	25
Conclusiones.....	28
Bibliografía.....	30

## Introducción

*(...)“hoy la guerra es una confrontación en la que intervienen todos los sectores de la sociedad en conflicto; no se trata ya de que las fuerzas de tierra, mar y aire de dos países se enfrenten entre sí al otro lado de las fronteras. Actualmente, en una confrontación están implicadas las fuerzas culturales, económicas, sociales, científicas, propaganda(...), podríamos decir que se trata de una “guerra total”, sin aparente derramamiento de sangre”(...)*

(Monteavaro, 2012, pág. 5)

### Consideraciones Iniciales

La vertiginosa evolución de los conflictos en los últimos años ha planteado el empleo de las fuerzas en un ambiente operacional influenciado fundamentalmente por las NTIC<sup>1</sup>, la búsqueda de la supremacía de Información y el apoyo de la opinión pública.

En el caso específico de las NTIC se refiere, debemos afirmar que el desarrollo alcanzado facilita la comunicación y genera un ambiente de información global donde interactúan un sinnúmero de fuentes y medios de información. Han permitido la posibilidad de compartir información en tiempo real, de forma anónima, que constituye una capacidad que puede ser al mismo tiempo, una ventaja para las fuerzas armadas y agencias gubernamentales como vulnerabilidad que pueden ser explotada por los adversarios.

La información, como dato, es un componente esencial en el combate, en las comunicaciones y en los sistemas de inteligencia. La información transformada en conocimiento es un elemento esencial para la conducción militar; y la información como noticia, influencia percepciones, actitudes y genera creencias.

En una sociedad cada vez más dependiente de la información, la percepción que la gente tiene de la realidad es determinante. Una de las influencias que tiene sobre las operaciones militares reside en la importancia de legitimar la causa por la cual se lucha, siendo las NTIC la herramienta apropiada para desarrollarla apropiadamente.

### Contexto Situacional

El estado actual del tema nos demuestra que las NTIC en operaciones militares revisten cada vez mayor importancia, porque permiten acercar información a las distintas audiencias, influenciar opiniones y afectar los procesos decisorios.

Se puede afirmar que no se están aprovechando en plenitud las herramientas que las redes sociales proporcionan. Ellas se encuentran revolucionando la comunicación entre organizaciones y las personas, y de cierta forma, son un aspecto

---

<sup>1</sup> Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

más de la revolución tecnológica militar que busca alcanzar la superioridad en el flujo de la información en todos los niveles de la conducción.

Entre las plataformas sociales más importantes Facebook y Twitter son las de mayor alcance y cantidad de usuarios, donde a través del establecimiento de un tema, pueden influir sobre la percepción de la población. Ésta puede ser positiva o negativa y tener influencia sobre los procesos políticos y sociales en desarrollo y por ende en la toma de decisiones de los líderes políticos.

En correspondencia con lo anterior, los magros resultados obtenidos durante el conflicto del Líbano en 2006 y la Operación “Plomo Fundido” en la Franja de Gaza de 2009 demostraron a las Fuerzas de Defensa de Israel la necesidad de replantear sus métodos y herramientas de comunicación. La superioridad de poder de combate israelí nada pudo hacer ante pérdida de la “batalla de la narrativa” contra las milicias libanesas y palestinas. Las imágenes de los daños a la población civil y la manipulación del relato provocaron la pérdida de legitimación de las operaciones israelíes ante la opinión pública internacional e inclusive israelí.

La experiencia recogida fue capitalizada años más tarde en 2012 durante la Operación “Pilar Defensivo”. Las FDI<sup>2</sup> explotaron las redes sociales, plataformas de videos y blogs con el objetivo de poner en público conocimiento las acciones de sus fuerzas en el terreno y el propósito de las mismas, y de esta manera influir sobre la percepción pública sobre el conflicto.

Dos años más tarde, la historia volvería a repetirse con la Operación “Margen Protector”, llevada a cabo durante el conflicto entre las Fuerzas de Defensa de Israel y la organización palestina Hamás en la Franja de Gaza en el año de 2014.

Las Fuerzas Armadas argentinas poseen deficiencias en poder emplear estas nuevas herramientas en apoyo de las operaciones. No se dispone de un marco doctrinario y experiencia sobre las formas de abordaje para influir positivamente, todo se ha limitado en la comunicación institucional, dirigida principalmente al reclutamiento o actividades de ceremonial, pero con escasa incidencia en la concepción y apoyo a operaciones militares.

### **Identificación del problema**

El problema reside en realizar una aproximación sobre la mejor manera en que una organización militar pueda emplear las herramientas que nos proporcionan las

---

<sup>2</sup> Fuerzas de Defensa Israelíes.

NTIC en contribución a las operaciones militares que se desarrollan en un Teatro de Operaciones. En qué forma se pueden utilizar estas herramientas en el arte operacional de un comandante y de un Estado Mayor para crear y mantener las condiciones necesarias para el logro de los objetivos.

De esta forma realizar una aproximación que contribuya a llamar la atención sobre el necesario sobre el empleo de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicaciones como herramientas para legitimar las Operaciones Militares ante la opinión pública, tanto nacional como internacional. A partir de ello surgen los siguientes interrogantes ¿En qué forma influyen las Redes Sociales en el desarrollo de las Operaciones Militares, que ventaja sistémica proporcionan a un Comandante y cómo las están empleando las fuerzas militares de otros países?

### **Alcances y limitaciones**

La propuesta es realizar un estudio sobre los mensajes utilizados en las redes sociales por parte de las Fuerzas de Defensa de Israel y como contribuyeron a lograr los objetivos establecidos durante la Operación “Margen Protector”. Se analizarán las interacciones generadas y el impacto en la percepción de la opinión pública regional e internacional, como estas contribuyeron a explotar de una forma más eficiente los elementos del diseño operacional, en pos de obtener la superioridad de la información y ganar la batalla de la narrativa en la legitimación de sus operaciones militares.

### **Marco Teórico**

Para el desarrollo del trabajo se consultaron diferentes publicaciones sobre el empleo de las redes sociales por parte de las Fuerzas de Defensa de Israel sobre la Operación “Margen Protector”, como también trabajos de investigación en la materia de interés, que serán desarrollados en los capítulos siguientes. Como muestra de la actividad en las redes sociales se presentan algunas de las interacciones durante el desarrollo de la operación, comentarios y el número de veces que ha sido compartida.

### **Objetivos de la investigación**

**Objetivo General** Demostrar la necesidad de utilizar las Redes Sociales en apoyo a las Operaciones Militares mediante la presentación de un caso histórico en el enfrentamiento entre las Fuerzas de Defensas Israelíes y las milicias palestinas.

**Objetivo Específico Nro 1:** Describir el empleo de las redes sociales en operaciones militares. Caso Testigo Operación “Margen Protector”.

**Objetivo Específico Nro 2:** Analizar las lecciones aprendidas y las posibilidades de empleo de las Redes Sociales en las Operaciones propias.

**Metodología a emplear.**

Para el trabajo se desarrolló un análisis bibliográfico sobre artículos publicados en revistas y libros digitales sobre el hecho histórico, debido principalmente al ser un hecho reciente y con poca difusión en nuestra región. Así también han sido consultadas el blog oficial de las FDI y las páginas web oficiales que dispone en Twitter y Facebook.

En primer lugar se desarrolla un análisis descriptivo de las Redes Sociales, como se emplean en la actualidad y que influencia tienen en los cambios sociales en la comunicación y en los procesos políticos. En segundo lugar la investigación es explicativa, se analiza su empleo en una Operación Militar en un hecho histórico reciente, como los bandos enfrentados las utilizaron para movilizar la opinión pública, que consecuencias directas e indirecta tenían en el Teatro de Operaciones, y por último se emitirán conclusiones de interés para la conducción de operaciones militares propias.

## Capítulo I

### Las Redes Sociales

*“cada tiempo tiene su forma peculiar de guerra(...) cada uno tendrá también su propia teoría de la guerra(...) quienes deseen entender la guerra tienen que dirigir su mirada atenta a los rasgos de la época en la que viven” Clausewitz*  
(Aznar Fernandez-Montesinos, 2015)

#### 1.1 Conceptos Generales

Con los avances de las NTIC la vida y hábitos de las personas se van impregnando del empleo de dispositivos que mejoran la comunicación y del intercambio de contenidos. Se están redefiniendo la gama de canales de comunicación entre los ciudadanos, que afectan al tamaño del círculo de relaciones con los que los usuarios se comunican (Fundación Telefónica, 2012, pág. 78). El número de internautas avanza exponencialmente año tras año sobre los diversos segmentos de la sociedad, con una importante tendencia a un incremento del uso de las redes sociales. Estas han dejado de ser una mera aplicación más, para considerarlas verdaderas plataformas de relación social con cierto impacto en la vida de los usuarios. Como muestra de ello nos encontramos con usuarios de las redes sociales que permanecen permanentemente conectados o conectados en tiempo real.

Ahora bien, como punto de partida es necesario ensayar una definición sobre que es una red social. La Real Academia Española establece que es una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios, pero en realidad implica algo más. Es un sitio web que permite a una persona registrarse mediante la creación de un perfil, interrelacionarse con otras mediante la creación de grupos, intercambiar mensajes, archivos de video y/o audio por medio de Internet.

La variedad de contenidos compartidos en las redes sociales es cada vez más amplia y diversa gracias a las facilidades que otorgan las nuevas tecnologías. Esto además ha sido potenciado por la aparición, generalización en el uso y abaratamiento de determinados instrumentos como la telefonía móvil con funciones de grabación de video y fotografía.

En consecuencia de ello, y más allá de su uso social, han generado un punto de inflexión en el tratamiento mediático de los conflictos armados (Soriano, 2010). Los agentes estatales, como es el caso de Israel, y no estatales han convertido a las redes sociales en una poderosa herramienta de comunicación e información (Rodríguez C. P., 2013).

## **1.2 Capacidades, oportunidades y riesgos**

Las capacidades tecnológicas que brindan las redes sociales permiten disponer de una importante cantidad de material gráfico, que complementada con un relato relacionado, persigue lograr un mayor impacto en el receptor. Esto ha tenido una trascendencia sin precedente sobre la forma y el papel que tiene la información en el desarrollo del conflicto. Han sido tan importantes las innovaciones tecnológicas, que los medios de comunicación tradicionales se ven relegados por la velocidad en que llega a las masas. Estos avances de las tecnologías están cambiando la forma en que se transmite la información en la sociedad, se los considera disruptivos, porque generan una adecuación de normas, organización y en las formas en transmite y consume información. Tal velocidad genera importantes desafíos para determinar su probable evolución.

La importancia de las redes sociales desde el punto de la difusión es que no solo mejora la imagen de una organización siendo también forma y advierte a la sociedad sobre distintas cuestiones. Como se mencionó anteriormente, las redes sociales son herramientas complementarias a otros medios para hacer circular información sobre el devenir de la situación táctica a los afectados o interesados en las mismas. (Pintado Rodriguez, 2013, pág. 6)

Existe además el riesgo de la información falsa, desde cualquier perfil es posible difundir cualquier tipo de información sin ningún tipo de control, la cual puede ser tomada en parte o totalidad por cierto debido a la ignorancia o desconocimiento del resto de los internautas (Moya, 2012). Esa información en bruto, sin análisis previo, puede ser empleada para desinformar. Otro riesgo de las redes sociales es la infoxicación<sup>3</sup> que se define al ruido que existe en las redes sociales a partir de la abundancia de información inútil. Surge a través de la sobrecarga de información o exceso de información provocada por la profusión de contenidos en Internet.

## **1.3 Opinión Pública**

El pueblo es uno de los pilares sobre los que debe construirse la realidad de la vida internacional de un país. “Entre las Fuerzas Armadas, los líderes políticos y el pueblo (representado por la opinión pública) debe existir una sincronía nunca

---

<sup>3</sup> El concepto de infoxicación como tal fue acuñado por primera vez por Alfons Cornella en el año 2000. Empleó este concepto para definir los síntomas de lo que empezábamos a vivir como un fenómeno global y que fue impulsado primero por Google y las redes sociales después. Para seguir ampliándose con la Internet de las cosas. Obtenido de <http://papelesdeinteligencia.com/que-es-la-infoxicacion/>.

suficientemente alcanza y que los conflictos no dejan de tensionar” (Aznar Fernández-Montesinos, 2013, pág. 12).

La opinión pública en una sociedad es cada vez más dependiente de la información y la percepción que la gente tiene de la realidad es de primordial importancia. Es menos propensa a aceptar el uso de la fuerza del Estado en la gestión de crisis y resolución de conflictos. Ella es favorable si sólo participan tropas profesionales, si la misión encomendada no genera mucho riesgo y si no se siente parte del conflicto. Como contrapartida, las bajas propias, la cercanía, y los daños colaterales pueden provocar un cambio de sesgo vertiginoso en la opinión pública (Martinez, 2012)

Por lo expuesto, también su influencia se derrama sobre las operaciones militares, donde la importancia reside en que contribuye a darle legitimidad a la causa por la cual se lucha. Es decir, dentro de las capacidades que las NTIC proporcionan, un factor esencial es poder llegar en forma directa a la opinión pública, tanto en el ámbito doméstico como en el internacional (Fojón, 2006, pág. 2).

Las redes sociales se han convertido en nuevos canales de difusión, por medio de ellas los ciudadanos que habitan en la zona de conflicto tienen la posibilidad de difundir información e imágenes de lo que sucede en su entorno. Es una herramienta de fácil empleo, no se requieren profundos conocimientos tecnológicos, no consume tiempo su aprendizaje y tampoco es necesario disponer de elementos tecnológicos complejos, siendo el único requisito básico el disponer de conexión a Internet. Por medio de ellas “es posible movilizar grupos en apoyo a una determinada causa social y política, desde cualquier lugar del mundo y sin quedar expuesto a los riesgos relacionado con la actividad en la redes” (Mayfield, 2011, pág. 73). Las redes sociales les proporcionan a las personas más poder, más conectividad, más voz y más libertad. La interacción que permiten las redes sociales transforma a los usuarios en la persona que influencia, recomienda y quien participa en los temas de una comunidad.

Estamos en una “*sociedad de la información*” donde el empleo de las fuerzas militares de un país, no se mide tanto por sus medios desplegados o efectos colaterales que generan, sino por el impacto que tienen las imágenes y la cobertura mediática del conflicto en la opinión pública (Soriano, 2010).

No debemos perder de vista que esta revolución de la información no solo ha cambiado la forma en que se lucha, sino que ha alterado la forma en que la gente

piensa y por lo que está decidida a luchar. Esta decisión se justifica en función de las amenazas a la seguridad (Núñez, 2010). Podríamos realizar el ensayo en la sociedad argentina y seguramente se encontraría un apoyo mayoritario para operaciones militares ante una agresión externa, en menor medida al empleo del Instrumento Militar en Operaciones Militares de Paz, y definitivamente un escaso o casi nulo apoyo a una intervención tal como llevan a cabo las naciones europeas en Medio Oriente.

El porqué de la importancia de influir en la opinión pública reside en que la fuerza de la violencia primordial reside en la población, donde está comprometida lo que Clausewitz llama las fuerzas morales. Dice que éstos constituyen la cuestión más importante de la guerra, se unen con estrecha afinidad a la voluntad, que es la que dirige y pone en movimiento toda la masa de las fuerzas (Clausewitz, 1968), es decir la moral es de vital importancia y se relaciona directamente con la opinión pública.

Relacionando lo anterior con los elementos del diseño operacional, podemos considerar que la moral podría constituirse como el centro de gravedad del enemigo u oponente en algún momento de la campaña. Es válido recordar este centro de gravedad es el ente primario que posee la capacidad inherente de alcanzar el objetivo (Eickmeyer, 2010) y puede situarse en el dominio físico, cibernético y de la información.

En este último, es donde la opinión pública se constituiría como una de las capacidades críticas, entiéndase estas como “las habilidades primarias de un Centro de Gravedad que lo constituyen como tal dentro de un escenario o situación determinada” (Strange, 1995, pág. 3) que forman parte del sistema complejo, estructurado y organizado de donde proviene la fuerza que lo constituye como tal.

Aquí es donde las redes sociales juegan un rol preponderante ya que pueden ser empleadas como un medio para afectar el elemento moral, degradarlo y contribuir a destruir su voluntad de lucha. Pueden convertirse en herramientas sustanciales para el desarrollo de en una Línea de Operaciones<sup>4</sup>, y que contribuyan para alcanzar uno o varios Puntos Decisivos<sup>5</sup>, debido en gran medida a que “como el elemento moral y el elemento material son inseparables, ambos pueden transformarse en blancos; la

---

<sup>4</sup> Son aquellos conjuntos de acciones relacionadas entre sí, normalmente dependientes unas de otras, cuya ejecución permitirá ir alcanzando los Puntos Decisivos, que a su vez nos darán acceso al Centro de Gravedad.

<sup>5</sup> Conjunto de condiciones o sucesos claves, tanto para el oponente, propia fuerza o medio ambiente, que deben ser alcanzados a través de acciones y efectos que exploten las Vulnerabilidades Críticas y permitan neutralizar un Centro de Gravedad.

destrucción o la aniquilación contemplan tanto la voluntad como el instrumento” (Pertusio, 2000, pág. 141)

Lo mencionado previamente solo tendrá efectos positivos si los contenidos que se emplean por medios de las redes sociales están en relación a las acciones y con los objetivos que se pretenden alcanzar. Además de ello, el decisor y quienes proporcionan asistencia y asesoramiento deben disponer de “conciencia situacional”, que consiste en tomar la decisión adecuada y oportuna ante cualquier situación de empleo, anticiparse a la acción del enemigo y decidir mediante el empleo de los medios adecuados, en el momento y lugar decisivo en proporción a la amenaza (MC 10.213, 2014 ).

Difundir información que deslegitime la narrativa del oponente, refutando y contradiciendo sus argumentos. Por ello es necesario prestar atención a los contenidos que fluyen hacia la audiencia masiva y tener en cuenta las características del público que busca influenciar, valorando adecuadamente la situación política y las dimensiones sociales y culturales (JC-3.10, 2012) del entorno del conflicto.

#### **1.4 La importancia de las Redes Sociales, sus números en América Latina y Argentina**

Resulta particularmente interesante profundizar sobre lo que sucede en América Latina. Facebook y Twitter son las plataformas sociales más importantes en alcance y millones de usuarios hispanoparlantes. Esto se conjuga con un fenómeno global de crecimiento sostenido del empleo del idioma español en todo el mundo, siendo la segunda lengua más utilizada luego del inglés en ambas redes sociales.

“Facebook, fue la red social más utilizada en América Latina y el Caribe, con 145 millones de visitantes únicos, ocupando el 95% del tiempo medio dedicado a redes sociales. Twitter, en quinto lugar, contó con 29 millones de usuarios, y una dedicación del 1,4% del tiempo total en redes sociales” (Rodríguez Fernández, 2015, pág. 468)

La red social Twitter ,por su parte, asegura que la región es la que más crece en el mundo; afirma tener 11,8 millones de usuarios solo en Argentina, y estimando que los usuarios de internet móvil son aproximadamente 15 millones, tienen casi un 70% de penetración local (Del Río, 2016). Es una red social que dinamiza intereses, que se complementa con los medios de comunicación tradicionales. “Si bien representan un porcentaje menor en relación a Facebook, sus usuarios tienen un patrón comportamiento que difiere del medio, al ser internautas que se encuentran

continuamente conectados” (Fundación Telefónica, 2012, pág. 86). Argentina ocupa el 15mo lugar en países con mayor cantidad de usuarios de Facebook, la red social dispone al momento un total de 28 millones de internautas, distribuidos equitativamente entre hombres y mujeres.

Este gran volumen de usuarios contribuye con su uso a incrementar la repercusión de los mensajes que se comparten, y considerando las perspectivas de crecimiento positivo las redes sociales se pueden convertir en la herramienta para informar de manera más efectiva, oportuna y con mejor narrativa.

### **1.5 Las Redes Sociales en Operaciones Militares**

Todo comandante, al recibir una responsabilidad del nivel trata de visualizar la mejor forma de solucionar el Problema Militar, traduciendo lo que la política le impone a conceptos tácticos, que le permitan lograr los objetivos impuestos (Kenny, Locatelli, & Zarza, 2015). Es decir diseña una campaña conjugando fines, modos y medios, integrando los elementos del diseño operacional que dobleguen la voluntad del oponente. En esa pulseada por torcer voluntades, el empleo de las NTIC en operaciones militares cada vez reviste mayor importancia. Permiten acercar información a las distintas audiencias, influenciar opiniones y afectar los procesos decisorios. Estas influyen sobre la conducción política de un país, quienes son los responsables de formular la Estrategia Nacional y de definir los objetivos políticos.

Diversos pensadores contemporáneos y los hechos en el campo de batalla han dejado en manifiesto cambios vertiginosos en la forma de desarrollar la guerra. Tanto los actores estatales como no estatales han abandonado la forma tradicional de hacer la guerra, combinando tecnología y tácticas que les permitiera obtener una ventaja sobre el adversario. En el marco de esas combinaciones tecnológicas se visualiza un mayor empleo de Internet para tareas de comunicación, propaganda, reclutamiento de personas, financiación y ataque tecnológico.

Así como las redes sociales se encuentran revolucionando la comunicación entre organizaciones y las personas, también lo hacen sobre las operaciones militares. Se podría argumentar que están contribuyendo a la revolución tecnológica militar, que persigue alcanzar la superioridad en la guerra de la información en todos los niveles de la conducción.

Por tal motivo, estos elementos no pueden estar fuera de la vista de ningún comandante de una fuerza, podrán ser utilizados para lograr una percepción favorable de la opinión pública y afectar la posición del oponente.

La importancia de lo mencionado previamente recae en que las operaciones militares ya no se circunscriben al área de operaciones ni tampoco a personal militar exclusivamente. Cualquier acción, por pequeña que sea, adquiere resonancias que pueden multiplicar sus efectos. Cualquier persona, miembro o no de las fuerzas armadas, puede realizar una captura de video e imágenes y subirlo en tiempo real a cualquier red social, exponiendo ante la opinión pública, sin ningún tipo de filtro, la situación de una acción particular. A partir de allí el uso e interpretación de los contenidos corren por cuenta del receptor del mensaje.

Sumado a ello, la realidad nos muestra que las redes sociales son propiedad de corporaciones multinacionales que pueden llegar a incidir de alguna forma. Los Estados y/o grupos de presión tendrán, de acuerdo a sus intereses, la posibilidad de influenciar directa e inmediata la difusión y/o restricción de algunos o todos los contenidos.

#### **1.6 La necesaria presencia de las Organizaciones Militares en las Redes Sociales**

La presencia en las plataformas de difusión de contenidos permite al Comandante del Teatro y su Estado Mayor una mejor comprensión del ambiente operacional. Le permite transformarse en protagonistas activos en la formulación de tendencias, mitigando amenazas y riesgos, aprovechando las oportunidades y lograr una mejor influencia en las operaciones en su área de responsabilidad.

Dicha presencia puede jugar un rol importante en la vida de las personas en una sociedad que tiene una significativa comunidad en línea (Mayfield, 2011, pág. 76), como la de nuestro país. Es así que se convierte en medio y fin a la vez, ya que por medio de ella, se acortan las distancias entre militares y civiles, evita que se usurpen su identidad en las redes. Además de ello permite un monitoreo permanente, proteger información, evitar injerencias y desinformación (Pintado Rodriguez, 2013, pág. 13).

Aparte de la presencia activa, el Comandante de un Teatro de Operaciones requiere un sistema que le informe sobre lo que sucede en las redes sociales. Un elemento importante para esta actividad lo constituyen las tropas de inteligencia, a través de la disciplina de Inteligencia de Fuentes Abiertas (OSINT)<sup>6</sup> pueden convertirse en los exploradores de las redes sociales, monitoreando y reuniendo información sobre las tendencias en cada una de las plataformas, asesorando sobre la forma de aprovechar los contenidos y determinando oportunidades sobre la

---

<sup>6</sup>Responde a las siglas en inglés de Open Sources Intelligence disciplina de inteligencia que explota fuentes pública para reunir información.

audiencia en el área de responsabilidad. Además de ello, se hace necesaria la coordinación entre las distintas áreas de un Estado Mayor para lograr que el enfoque sea sistémico, de manera de sumar esfuerzos y evitar superposiciones y vacíos de información.

También resulta necesario dicha coordinación para mitigar cualquier efecto negativo que provenga de la desinformación, rumores o argumentos acusatorios sobre las propias tropas. Además de ello es importante determinar el grado de equilibrio que debe existir en el flujo de la información clasificada que se debe asegurar y aquella que se persigue difundir públicamente (Mayfield, 2011).

Ahora bien, dentro de las formas en que las redes sociales pueden ser empleadas abarca tanto informar como para influenciar a ciertas audiencias y lograr una percepción favorable sobre objetivos que tienen las fuerzas militares en un conflicto. Esto mediante un empleo eficiente y coordinado en todos los niveles de la conducción pueden permitir un empleo más ágil de la información en apoyo a las operaciones que desarrollan las tropas, tanto en operaciones de combate como no de combate (Mayfield, 2011). Pero hay quienes consideran al control de las redes sociales el principal obstáculo que encuentran las organizaciones militares.

El acceso y control de la información altera el ambiente operacional en un Teatro de Operaciones. La victoria ya no se obtiene mediante la destrucción física de las fuerzas enemigas, sino que reside en la efectividad con que un comandante opera en el ambiente de la información. En tal sentido, se hace necesario incorporar las transformaciones de las NTIC en el planeamiento de las futuras operaciones (Knopf & Ziegelmayr, 2012).

Un adecuado empleo de la narrativa es vital para contribuir al logro de los objetivos en cualquier campaña militar. Por tal motivo, debe existir una sincronización entre las operaciones militares en el terreno con los mensajes que se difunden por las redes para que de alguna manera se logre transmitir una percepción positiva a la opinión pública en cuanto a la legitimidad y credibilidad de las mismas, tal como se desarrolla en el capítulo siguiente.

## Capítulo II

### Las Redes Sociales y la Operación Margen Protector

#### 2.1. Génesis del enfrentamiento

En diciembre de 2010, frente a la intendencia de la ciudad tunecina de Sidi Bouzid, un vendedor ambulante llamado Mohamed Bouazizi afectado por una situación económica desesperante, roció su cuerpo con un líquido inflamable y se inmoló convertido en una masa de fuego. Sin buscarlo se convirtió en protagonista de un fenómeno que afectaría el Norte de África y Oriente Medio.

La Primavera Árabe fue una revolución institucional que materializó la indignación de los pueblos árabes para lograr mayor libertad y mejores condiciones de vida en sus países. Los cambios que afectaron la región también se hicieron sentir en Israel y en la organización palestina Hamás. El primero adoptó una posición de espectador y atento a lo que podría desencadenarse en algunos de sus vecinos, mientras que Hamas debió afrontar una situación de aislamiento que tuvo gran significancia en el inicio de las hostilidades. El principal problema para Hamás fue la pérdida de dos de sus más importantes pilares de apoyo en la región: los Hermanos Musulmanes de Egipto y el régimen islámico de Irán (HLMG, 2015, pág. 8), con ello perdían sus principales fuentes económicas y de recursos militares. Sumado a ello, existían las luchas políticas con Al Fatah, a quien había expulsado de la Franja de Gaza desde 2007, luego de vencerlos militarmente, e imponer un gobierno que desconoce a la Autoridad Palestina. No menos importante era la condición de organización terrorista que Hamas tiene en Israel y la mayoría de los países occidentales.

Claramente, la situación de la organización palestina era muy comprometida por tanto, se decidió terminar con su aislamiento mediante un cambio en el *status quo*. Por medio de la violencia persiguió romper el bloqueo al que lo tenían sometido Israel y Egipto y mejorar su posición ante la Autoridad Palestina, y ante aquellos países que todavía lo apoyaban e incluso ante la propia población de la Franja de Gaza.

Es válido recordar que el conflicto de Gaza de 2014 fue el tercer enfrentamiento armado de importancia entre Israel y Hamás durante la última década, ya que se habían enfrentado previamente en dos conflictos previos durante 2008-2009 y 2012.

En cuanto a las fuerzas enfrentadas, encontramos por un lado a las FDI quienes representan el instrumento militar del Estado de Israel, en tanto que la organización palestina Hamas representa a la mayor organización armada que controla La particularidad de esta organización es que opera como un ejército híbrido, mezclando medios de combate tradicionales con el modus operandi de un movimiento terrorista.

## **2.2.La Operación “Margen Protector”**

En cuanto a las causales inmediatas del enfrentamiento de 2014, tuvieron origen en el secuestro de tres jóvenes judíos cerca de Hebrón, en Cisjordania. Las autoridades israelíes responsabilizaron directamente a la organización palestina Hamás, a quien acusaban de ejecutar este tipo de acciones para evitar la formación de un gobierno de unidad palestino. Sin embargo la organización palestina nunca asumió la responsabilidad de tal hecho.

A partir de ello se iniciaron una serie de operaciones de búsqueda por parte de las FDI en toda Cisjordania y el bombardeo de objetivos de Hamás en la Franja de Gaza. La respuesta de la organización palestina no tardo en ocurrir mediante el lanzamiento de cohetes desde la Franja hacia el Sur de Israel.

Aunque hubo una tendencia gradual en empleo de medios de combate y de acciones de uno y otro bando, el grado de violencia se mantuvo en niveles de tolerancia para e evitar generar una escalada al conflicto. Pero esto no iba a durar mucho, la aparición de los cuerpos sin vida de los tres jóvenes judíos y el crimen de un adolescente palestino por parte de colonos judíos en Cisjordania unos días más tarde, condicionó cualquier solución pacífica a las tensiones. El gobierno israelí por tal motivo decidió incrementar las acciones a partir del 8 de julio de 2014 con la Operación “Margen Protector” que incluía incursiones terrestres y bombardeos aéreos sobre la Franja de Gaza.

El Ambiente Operacional de la Operación “Margen Protector” se encontraba caracterizado por estar enmarcado geográficamente por la Franja de Gaza y las zonas del Sur de Israel, una región densamente poblada tanto por civiles israelíes como palestinos y por ser eminentemente urbana. Esto significo un reto para las FDI, ya que influían sobre la forma de desarrollar las operaciones, al perseguir limitar sus acciones sobre los elementos militares Hamás y su infraestructura defensiva.

La dimensión del enfrentamiento fue más allá que el dominio físico, las redes sociales se convirtieron en fuente directa de información y como foro donde las personas enfrentaban sus opiniones. Israelíes y palestinos trataban de influenciar a la

opinión pública internacional con su relato, en búsqueda de legitimar sus posiciones y respaldar sus acciones armadas durante el conflicto. Además de ello, la capacidad de publicación casi en tiempo real de información, llevo a que la prensa internacional empleaban las publicaciones en su cobertura del conflicto.

Las FDI se centraron en legitimar su ofensiva a través de las redes sociales, intensificando su actividad y buscando la complicidad de sus usuarios. «Cada israelí es un soldado en Internet» aseguraba en aquellos momentos un portavoz del ejército (Rodriguez Fernandez, 2015, pág. 4). Esto no era algo nuevo para los israelíes, debido a su experiencia obtenida en la 2da Guerra del Líbano en 2006, donde si bien las FDI fueron capaces de alcanzar la mayoría de los objetivos propuestos para eliminar la amenaza que representaba la milicia libanesa Hezbollah, se vieron sorprendidos en la gestión de la dimensión de la información por su oponente.

Tanto la opinión pública israelí como internacional percibieron que los israelíes habían sido derrotados en el campo de batalla y que cometieron una serie de acciones calificadas como crímenes de guerra. Dicha percepción fue generada por difusión de información de las consecuencias de los ataques aéreos sobre población civil y miembros de la ONU<sup>7</sup>. La conducción militar israelí fue consciente de ello y a partir de allí el dominio de la información ha estado presente en la planificación y ejecución de las operaciones, pero no fueron capaces de capitalizarlo en los enfrentamientos inmediatos durante la Operación “Plomo Fundido” de invierno de 2008-09.

Las FDI demostraron nuevamente incapacidad para responder adecuadamente en la dimensión de la información. Los palestinos en respuesta al grado de violencia empleado por los israelíes, utilizaron los medios sociales de comunicación y las redes sociales de manera efectiva, lograron proyectar la imagen de agresores a las FDI como agresores y al pueblo palestino como población oprimida ante la opinión pública internacional, perdiendo los israelíes apoyo internacional, inclusive de antiguos aliados. (Fojón Chamorro, Hernandez Llorente y Colon Piella, 2012). Esto

---

<sup>7</sup> Durante la 2da Guerra del Líbano se produjeron dos hechos que generaron el rechazo mundial a las acciones israelíes en la opinión pública. El primero de ellos ocurrió el 05 de Julio de 2006 las FDI lanzaron una serie de ataques que destruyeron una posición de las Naciones Unidas en el Sur del Líbano, en la localidad de Kham con el resultado de cuatro Observadores Militares muertos. El segundo incidente ocurrió cuando una bomba de las FDI destruyó un edificio, en la localidad de Kfar Qana, resultando en lo que se alegó inicialmente fueron más de 60 civiles muertos. La protesta internacional resultante provocó el cese de fuego durante 48 horas de actividad aérea israelí sobre el Líbano y una importante erosión del apoyo internacional a la campaña del ejército israelí contra Hezbollah.

llevó inclusive a que el Consejo de Derechos Humanos de la ONU envié una misión de investigación a Gaza, que determinó que el ejército israelí había cometido crímenes de guerra mediante acciones sistemáticas y deliberadas hacia la población civil.

Hubo que esperar hasta el año 2012 en la operación Pilar Defensivo donde las fuerzas israelíes aplicaron una serie de acciones integradas, valiéndose principalmente de las redes sociales, generando y seleccionando la información a difundir para facilitar el logro de sus objetivos. Tal fue la magnitud de su empleo que dicha operación fue considerada como la “primera guerra de las redes sociales”.

Para julio de 2014, el conflicto encontró a las FDI organizados y preparados para desarrollar la guerra de la información, habida cuenta de haber capitalizado las experiencias de los años previos con una mayor coordinación con otras áreas del Estado y en la forma de comunicar y apoyar las acciones de las tropas. La punta de lanza de las FDI en la dimensión de la información durante la Operación “Margen Protector” estuvo constituida por las redes y plataformas sociales<sup>8</sup>.

Una de las particulares las capacidades desarrolladas por las FDI en el empleo de las redes sociales y plataformas de contenidos fue la difusión en diversos idiomas, esto le permitió lograr una proyección global de su mensaje. Esto magnifica el alcance que tiene el conflicto, ya que los israelíes deben lidiar con detractores de su política de seguridad en todo el mundo, quienes en contrapartida reconocen cierta legitimidad en las acciones violentas de las milicias terroristas como respuesta.

### **2.3.La influencia de las Redes Sociales en el posible Diseño Operacional de las FDI.**

Las FDI desarrollaron una campaña cuyos objetivos operacionales eran; restablecer la seguridad para los israelíes que viven bajo la amenaza de los cohetes de Hamas y dismantelar el sistema de túneles que Hamas utiliza o para infiltrarse en territorio israelí.

El concepto de la operación fue visualizada en tres fases; la primera fase que consistió principalmente ataques aéreos entre el 07 y 17 de julio de 2014, “las FDI Israel buscaron contrarrestar el lanzamiento de cohetes y los asaltos desde túneles por parte de Hamás mediante ataques aéreos, con un apoyo limitado de ataques

---

<sup>8</sup> Emplearon para la comunicación su web oficial ([www.idf.il](http://www.idf.il)), el blog de las FDI ([www.idfblog.com](http://www.idfblog.com)), y redes sociales como Facebook (<http://www.facebook.com/idfonline>) y Twitter (<http://twitter.com/idfspokesperson>), también se emplearon las plataformas de contenido multimedia como Youtube ([www.youtube.com/user/idfnadesk](http://www.youtube.com/user/idfnadesk)) y Flickr ([www.flickr.com/photos/idfonline](http://www.flickr.com/photos/idfonline)).

navales. Fueron afectados estructuras de comando y control, emplazamientos de lanzamiento, depósitos y puntos de fabricación de armas y rutas y salidas de túneles (HLMG, 2015, pág. 36).

En cuanto a la segunda fase comprendió la ofensiva terrestre entre 17 de julio y 05 de agosto de 2014:

“Los objetivos operativos de la incursión terrestre fueron por tanto adecuadamente limitados y estuvieron claramente definidos, centrados en localizar y destruir los túneles. En consecuencia, y según las indicaciones de los servicios de inteligencia sobre la localización de varias aperturas de túneles transfronterizos, las operaciones de las fuerzas de tierra de las IDF se limitaron a una zona territorial concreta de las afueras de las zonas urbanas de Gaza y en los bastiones de Hamás en Shejaiya y Beit Hanún. Las IDF no penetraron en Gaza más de tres kilómetros ni impusieron una zona de seguridad alrededor de las áreas en las que operaron” (HLMG, 2015)

Por último, la tercera y última fase comprometió con el repliegue de las fuerzas terrestres a sus posiciones de partida iniciales y ataques aéreos entre el 05 de agosto al 26 de agosto de 2014. Esta última fecha marca el cese de las hostilidades entre Israel y Hamas, aunque no significó el fin del conflicto.

El CDG<sup>9</sup> identificado por las FDI era las fuerzas militares de Hamas, dentro de sus capacidades críticas se aprecian los elementos de lanzadores de cohetes, sus unidades para infiltrar en el Sur de Israel y su aparato comunicacional, tanto para apoyar la política interna de Hamas como la búsqueda del apoyo internacional en su lucha contra Israel. Hubo claramente una LO<sup>10</sup> de Información donde las redes sociales tomaron parte, esta se desarrolló antes, durante y después de la Operación.

En relación a ello, esta se aprecia como posibles puntos decisivos necesarios para la campaña a alcanzar en esta LO. Durante la primera fase el primer PD<sup>11</sup> debería haber sido la opinión pública israelí e internacional influenciada. En la misma fase se aprecia posible que el segundo PD debería identificarse con el apoyo de opinión pública palestina hacia Hamás degradada. En cuanto al resto de las fases se entiende que esta LO de Información contribuiría para alcanzar el resto de los PD que

---

<sup>9</sup> Centro de Gravedad

<sup>10</sup> Línea de Operaciones

<sup>11</sup> Punto Decisivo

permitan alcanzar el CDG de Hamás. Hubo un esfuerzo importante para informar y justificar cada una de las acciones que llevaban a cabo las FDI y que resultados habían obtenido.

En cuanto a los objetivos estratégicos de Hamás en esta última campaña, según fuentes israelíes, estuvieron enmarcadas en afectar la seguridad de Israel por medio de ataques hacia el interior del territorio israelí, imponer condiciones de alto el fuego a Israel, y crear un equilibrio de terror y una capacidad de disuasión que impida que el mando militar de Israel optase por una operación terrestre en Gaza. (Hatzad Hasheni, 2015, pág. 90)

#### 2.4. Las Redes Sociales en combate.

En sintonía con el inicio de las operaciones en la Franja de Gaza, las FDI incrementaron su actividad aunque la actividad en las páginas oficiales venía incrementándose paulatinamente, a partir del 8 de julio de 2014, en apoyo de las operaciones en la Franja de Gaza y complementando la actividad en los principales medios de comunicación social.

Las acciones en las redes buscaban en primer lugar construir un vínculo que justifique el empleo de la fuerza armada como un método de autodefensa lícito y proporcional sobre los motivos y el desarrollo de la operación (Rodríguez Fernández, 2015), como se puede apreciar en la figura 1. Además de ello se utilizaban contenidos en búsqueda de la empatía personal y grupal, por tal motivo se difundían imágenes realizando comparando la situación de Israel con otros países, tal como lo muestra la figura 2.



Figuras 1 y 2 - Infografía sobre la amenaza terrorista

(Fuente: <https://www.idfblog.com/OperacionMargenProtector2014/#Rockets>)

Es necesario tener en cuenta que las actividades de las FDI en las redes sociales perseguía legitimar el papel de las FDI en el conflicto, argumentando la protección de los ciudadanos de Israel y Gaza frente a los ataques de Hamás (Rodríguez Fernández, 2015).

Se perseguía proyectar que Israel estaba luchando contra el terrorismo, un mal que podría afectar a cualquier país. Las FDI emplearon la red social para deslegitimar con los propios mensajes de Hamas la postura de la milicia terrorista. Se utiliza la narrativa misma de Hamás con un mensaje compartido por casi todo los países del mundo como “*No al terrorismo*”, y permite interactuar con los usuarios de la red social, quienes suman sus opiniones al respecto, tal cual lo muestra la figura 3. El objetivo de tal acción consistió en hacer que el discurso de Hamás se vuelva contra ellos mismos, demostrando que son responsables por crímenes de guerra y crímenes contra la humanidad, y de evitar procesos democráticos que le permitirían a la población de Gaza elegir un mejor futuro (HLMG, 2015) .

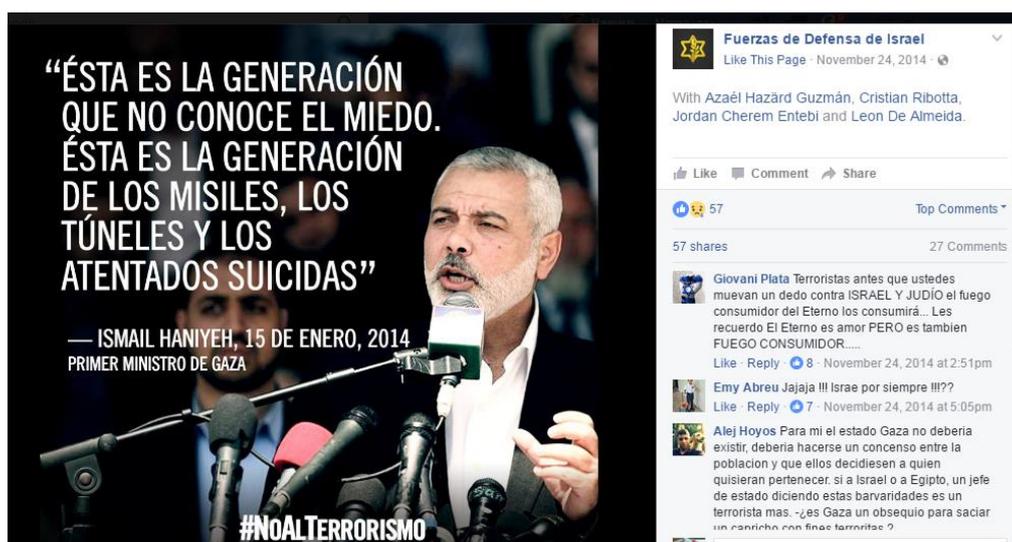


Figura 3 – IDF las declaraciones de Hamas para deslegitimar su postura

(Fuente:<https://www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/977718352255274/?type=3&theater>)

## 2.5.La protección de la población civil

Así también, se puede apreciar que las FDI buscaron desde el primer momento separar a la milicia terrorista de Hamás de la población palestina de la Franja, para ello se adoptaron medidas para informar a la población para que abandonen sus casas ante un inminente ataque.

También las redes sociales complementaban esta acción enaltecendo la imagen de las FDI como la única fuerza que podría brindar seguridad y se pregona que

Hamás utilizaba a la población de la Franja de Gaza como escudo en sus ataques a Israel. Se transmitían contenidos inequívocos sobre la convicción de las FDI de proteger no solo a los ciudadanos israelíes ante los ataques de misiles y acciones terroristas de Hamás, sino también a los propios palestinos de las acciones de las milicias y de sus propios ataques.

Las publicaciones en Facebook eran mensajes acompañados de imágenes emocionales que cumplen con una clara finalidad de sensibilización. Se perseguía vender la imagen de que el soldado israelí estaba dispuesto a dar su vida tanto por los civiles israelíes, como por los civiles palestinos de la Franja de Gaza.

Así encontramos un post con la imagen y declaraciones del Jefe de Estado Mayor de las FDI, tal como lo muestra la Figura 4. Se puede apreciar las posiciones que adoptan los usuarios ante ella con 3.600 “me gusta” y fue compartida 838 veces.

*“Mientras que luchamos por la seguridad de Israel, siempre tenemos en mente que del otro lado del conflicto también hay seres humanos”.*



Figura 4 Mensaje del JEM de las FDI en un post de Facebook

(Fuente: <https://www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/977157108978065/?type=3&theater>)

## 2.6. La amenaza de los cohetes

Este fue uno de las principales consideraciones que se tuvieron en cuenta para el lanzamiento de la Operación “Margen Protector”, como bien se mencionó anteriormente, la zona de la Franja de Gaza se encontraba densamente poblada y más importante aún para las FDI, la mayoría de la extensión del territorio israelí se encontraba en radio de alcance de las armas de Hamás. Es así, en lo que respecta a la

población israelí, “Israel hizo un uso extensivo del sistema de defensa antiohetes Cúpula de Hierro, la principal medida de defensa activa de Israel frente a los cohetes dirigidos contra sus centros urbanos” (HLMG, 2015, pág. 36).

Durante el transcurso de la operación, Hamás y otras organizaciones terroristas lanzaron cerca de 4480 cohetes y morteros hacia el interior de Israel. El alcance de estos medios alcanzaba hasta los 150 km y eran disparados en forma indiscriminada durante y noche y día contra los principales centros urbanos israelíes en inmediaciones de la frontera de la Franja de Gaza.

Durante el curso de las operaciones las FDI por medio de las redes sociales desatacaron su capacidad para reducir los ataques de Hamás por medio de sus escudos antimisiles y su capacidad militar técnica e informando de los ataques del grupo terrorista neutralizados por las defensas antiohetes del ejército.

Cúpula de Hierro interceptó 4500 cohetes que se dirigían a zonas densamente pobladas e instalaciones estratégicas. “Los radares sensibles de Israel emitieron una alerta temprana (a veces de sólo unos pocos segundos) avisando sobre cohetes entrando en espacio aéreo israelí” (Hatzad Hasheni, 2015, pág. 108).

Infografía publicada en Facebook con más de 3900 “me gusta”, compartida 2866 veces y con 308 comentarios al momento de consulta. La figura 5 expone los números de proyectiles lanzados hacia el Sur de Israel y asocia el mensaje: “*Hamás es culpable de al menos 4.480 intentos de asesinato de civiles israelíes inocentes. ¡Comparte!*”



Figura 5 Publicación sobre los lanzamientos de misiles sobre Israel

(Fuente: [www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/924091974284579/?type=3&theater](http://www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/924091974284579/?type=3&theater))

## 2.7. La amenaza de los túneles

Se dio una amplia cobertura por medio de las redes sociales a la vasta red de túneles subterráneos de Hamás, que de acuerdo a la FDI los utilizaba para contrabando de armas y mercancías, y además le permitía a la organización terrorista infiltrarse a Israel y atacar a civiles y soldados.

La destrucción de esta amenaza se convirtió en uno de los principales objetivos de la Operación “Margen Protector”. La tarea fue responsabilidad del componente terrestre que ejecutaron un ataque contra el sector Este de la Franja de Gaza, desde donde las milicias de Hamás habían desarrollado una estructura defensiva desde donde, por medio de túneles, pretendían accionar contra las poblaciones y posiciones militares israelíes. Cuando comenzó la operación, la magnitud de la estructura de túneles sorprendió a las FDI, una red de 32 túneles subterráneos de ataque con múltiples ramas y salidas en diferentes fases de construcción, muchos destinados a penetrar profundamente bajo las fronteras de Israel, con la capacidad de facilitar el paso de cientos si no miles, de terroristas armados en una misión de masacre masiva contra el corazón de Israel (Hatzad Hasheni, 2015). Esto fue ampliamente informado por las redes sociales y blog oficiales de las FDI, como se puede apreciar en la figuras 6 y 7 donde se informa sobre las capacidades que le proporcionan lo túneles y qué tipo de amenaza representan. En los primeros días esta publicación en Twitter tuvo su repercusión con más de 100 tuiteos y fue compartido 27 veces.



Figura 6 y 7 – Tuits e infografía sobre el sistema de Túneles de Hamas

(Fuente: [https://twitter.com/FDIonline/status/490156309753253888/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/FDIonline/status/490156309753253888/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw))

(Fuente: <https://www.idfblog.com/OperacionMargenProtector2014/#Tunnels>)

## 2.8. Violación de las leyes de la guerra y abuso de la población

Desde el mismo inicio de las operaciones las FDI buscaron desacreditar las acusaciones de crímenes de guerra de la que fueron objeto tanto desde el aparato informativo de Hamás como de distintas organizaciones y medios de comunicación que cubrían los enfrentamientos. Uno de los argumentos que tuvo que hacer frente las FDI era la Franja de Gaza estaba bajo ocupación militar porque Israel mantuvo un bloqueo naval del territorio a fin de evitar que buques con armas entregaran más municiones al Hamás y a otras organizaciones terroristas palestinas. La impresión general que estos buscaban transmitir era que la población civil se estaba muriendo de hambre, haciendo que países como Turquía patrocinaran una flotilla de ayuda humanitaria innecesaria en el 2010 (Hatzad Hasheni, 2015, pág. 39).

En base a las experiencias de los conflictos anteriores y teniendo en cuenta que la totalidad de los recursos necesarios para la población ingresaban desde Israel, durante todo el desarrollo de la Operación Margen Protector, Israel, a través de las FDI y COGAT<sup>12</sup>, llevaron a cabo una campaña intensiva humanitaria y de amplio alcance destinada a aliviar el sufrimiento y las penurias de la población civil en la Franja de Gaza. Esto fue utilizado también como medio para buscar debilitar la posición de Hamas, tal como se aprecia en la figura....

*“Mientras Hamás sigue disparando cohetes contra la población civil israelí, las FDI siguen facilitando ayuda humanitaria a la población civil gazatí”*



Figura 8 Publicación en Facebook sobre la ayuda de las FDI a la población gazatí

(Fuente: [www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/912610058766104/?type=3&theater](http://www.facebook.com/IDFspanish/photos/a.529236180436829.141839.527237257303388/912610058766104/?type=3&theater))

<sup>12</sup> Siglas en Inglés de Unidad de Coordinación de las Actividades del Gobierno en los Territorios, unidad especial de personal civil y militar con experiencia en aspectos como la salud, la agricultura, la industria y las infraestructuras

Otro enfrentamiento de las narrativas tuvo lugar sobre el empleo de la población palestina como escudos humanos por parte de Hamás. Las FDI informaban que las milicias palestinas protegían sus instalaciones militares ubicándolos en proximidades de zonas protegidas y/o incitando a los civiles ante la amenaza de ataque. Esto fue confirmado el 8 de julio 2014 por el portavoz de Hamás Sami Abu Zuhri diciendo que la táctica de colocar a civiles en las estructuras que fueron blancos de Israel se había demostrado como muy positiva. Por tanto se registraron actividades en las redes para dejar en evidencia de la exposición de los civiles por parte de Hamás, ya sea para que sirvan para evitar acciones o utilizarlos como víctimas del ataque (Hatzad Hasheni, 2015).



Figura 9 Tuit de las FDI sobre el uso de escudos humanos por parte de Hamas  
(Fuente: <https://twitter.com/FDIonline/status/490880289879904256/photo/1>)



Figura 10 Tuit de las IDF sobre violaciones de Hamas  
(Fuente: [https://twitter.com/FDIonline/status/496854851054080000/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/FDIonline/status/496854851054080000/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw))

La organización armada palestina Hamás utilizaba las redes sociales de la misma manera. Buscaba demostrar que poseía la capacidad de afectar la seguridad de la población israelí, exponiendo su capacidad en armamento, lanzamiento de cohetes y construcción de sistemas defensivos. Además de ello, también las acciones de Israel fueron presentadas por Hamás como crímenes de guerra para lograr la condena mundial, y que lo obligue a aceptar las demandas de abrir las fronteras, acceder a un puerto y disponer de un aeropuerto.

Pero la información e imágenes provenientes de Gaza –generadas no solo por militantes de Hamás, sino también por ciudadanos y periodistas que se encuentran en el terreno– eran por demás impactante. La difusión de contenidos que muestran niños muertos, instalaciones hospitalarias y escuelas destruidas y la cantidad de víctimas civiles generaron conmoción en personas alrededor del mundo ( BBC , 2014). Esto se encontraba fuera del control de las FDI perjudicando sensiblemente a Israel en el contexto internacional.

La postura de Hamás ante esto fue la difusión de imágenes sobre otros conflictos, tales como reproducción de fotografías de lo ocurrido en el años 2006 en el Líbano o en la Franja durante la Operación “Pilar Defensivo” en el año 2012, buscando desinformar sobre las acciones de su enemigo.

## **2.9.La repercusión de las publicaciones en las redes sociales.**

Como se mencionó en el capítulo anterior, las redes sociales son complementarias de otros medios. La situación no permitió la cobertura de los medios, por tanto las principales medios de comunicación internacionales adoptaron a las redes sociales como sus principales fuentes de información, tales como The New York Times, CNN, Televisión Española y Fox se encontraron cubriendo los hechos incluyendo en sus publicaciones y en los programas de debate algunos de los contenidos difundidos por las redes sociales oficiales de la FDI (Rodríguez Fernandez, 2015).

Esto dio lugar al enfrentamiento entre aquellas posturas que rechazaban la intervención militar con las FDI, donde participaban en las publicaciones que realizaban los medios de comunicación social más importantes con el objeto de mitigar cualquier acción negativa, como lo muestra la figura 5. En este caso en particular las FDI toman la iniciativa de responder, a pesar de no ser mencionadas, a determinados medios sobre informaciones con las que no están de acuerdo. Este es un clásico ejemplo de cómo los conflictos actuales trascienden los límites de la zona de operaciones.



**Figura 11: Actividades en twitter para mitigar efectos negativos en la opinión pública.**

(Fuente: <https://twitter.com/fdionline/status/49148356557682176>)

Del análisis de la actividad en las redes sociales se aprecia que en todas hubo una coordinación para demostrar las operaciones de las FDI, es decir su verdad, ante los ciudadanos. Que tuvieron un marcado carácter propagandístico, donde no se quería informar objetivamente sino en respuesta a sus intereses en el conflicto con la organización palestina Hamás. Como queda claro las comunicaciones con mayor difusión por parte de usuarios son aquellas que sensibilizan, y de algún modo la empatía con el pueblo israelí, siempre acompañados de recursos visuales con una clara finalidad propagandística (Rodríguez Fernández, 2015).

En relación a ello, existía una consideración psicosocial de singular importancia durante la operación, para los israelíes resulta inaceptable no poder enterrar a sus recuperados el cuerpo de sus muertos, por tanto existía una constante preocupación por informar inmediatamente las bajas e inclusive se lanzaban operaciones para recuperar los cuerpos. Las milicias palestinas estaban al tanto de ello por eso buscaban permanentemente difundir imágenes en las redes sobre soldados israelíes muertos y/o capturar soldados israelíes vivos o muertos, para luego utilizarlos para negociar condiciones. Así ocurrió el 20 de julio con la captura del cuerpo del soldado de las FDI Sargent Oron Shaul y luego se repetiría el 01 de agosto con el cuerpo del Teniente Hadar Goldin durante operaciones de combate. Otra acción tuvo lugar el 28 de julio, cuando una patrulla de Hamás atacó un puesto de las FDI y mató a cinco soldados, el hecho fue filmado y difundido por las redes sociales.

Las redes sociales fueron un arma de doble filo para las FDI cuyas consecuencias no pudieron controlar. Debido en gran medida a la disociación entre lo que las FDI

promulgaban y lo que realizaron sus tropas en el terreno. Los intensos bombardeos de un área densamente poblada solo provocó la muerte y heridas a cientos de civiles inocentes, por cuanto las primeras intenciones de ganar la opinión pública se diluyeron ante la cruda realidad que difundía en cada una de las plataformas sociales y medios de comunicación. Relacionado a esto último y en base a ciertas mediciones de actividad en las redes y pese al despliegue en las redes sociales de las FDI se puede afirmar que los palestinos lograron una mayor actividad en las redes. En la red Twitter, bajo el hashtag o etiqueta “#GazaUnderAttack” (Gaza bajo ataque) aparecieron en algo más de cuatro millones de tuits en un periodo de treinta días, mientras que su réplica israelí, “#IsraelUnderFire” (Israel bajo fuego) en una cantidad de trescientos mil (Blanco, 2014)

Luego de 50 días de combates finalizó la Operación “Margen Protector” con aceptación de cese al fuego por parte de Hamás el 26 de agosto de 2014. Se aprecia que en la dimensión de la información no se lograron los resultados que esperaban los israelíes. De la primera consideración hecha sobre el posible diseño operacional se entiende que el apreciado PD relacionado con la opinión pública fue alcanzado, ya que se fortaleció la posición política y militar ante los israelíes de las acciones de las FDI. No así el posible PD relacionado con la opinión pública palestina, y tampoco se logró mejorar la percepción de la opinión pública internacional en comparación de las operaciones militares en 2009 y 2012. Tampoco pudo destruir la amenaza de los cohetes ni tampoco terminar con la estructura de los túneles, aunque la degradó en un alto porcentaje.

Al inicio de “Margen Protector” el apoyo de la población de la Franja de Gaza hacia Hamás se encontraba en niveles mínimos, pero a medida que se conocían los datos de la cantidad de bajas civiles en la Franja, la situación comenzó a granearse una mejor percepción entre ellos. En lo que respecta a la percepción sobre la organización palestina, el amplio concierto mundial la considera como terroristas y como un riesgo a la seguridad de la región. Por ende, no pudo modificar la política de aislamiento a la que Israel y Egipto ejercían sobre la Franja de Gaza.

Miles de personas murieron y resultaron heridas durante la Operación “Margen Protector”, el grado de confrontación entre las partes nos muestra sin lugar a dudas que la primera víctima fue la pérdida de la verdad.

## Conclusiones

Durante la operación “Margen Protector” las Fuerzas de Defensa Israelíes en la búsqueda por recomponer su imagen ante la opinión pública internacional, justificaron el uso de la fuerza militar contra las milicias Palestinas como una acción de autodefensa lícita y proporcional. Se realizaron esfuerzo en disminuir los daños colaterales al adoptar políticas de alertar a la población de la Franja de Gaza sobre la ejecución de ataques. Al ser proactivos, los comandantes israelíes, pudieron evitar que las milicias palestinas establecieran el orden del día, lograron poner en duda sus argumentos y reaccionaron mejor y de manera perentoria a los eventos negativos, presentaron antes la información, ganaron la iniciativa y la ventaja en la guerra de la información.

Se observa una correlación entre las Operaciones “Pilar Defensivo” en 2012 y “Margen Protector” en 2014, donde las FDI utilizaron las redes sociales para justificar las operaciones ante la opinión pública, y los mismos métodos en cada una de ellas. Esto demuestra que en los más altos niveles de la conducción habían considerado el empleo de la opción militar para enfrentar a la amenaza de Hamás.

No pudo haber una respuesta coherente por parte de las milicias de Hamas debido en gran medida en que fueron superados, perdiendo la iniciativa y un alto grado de la libertad de acción. Su postura ambivalente de querer difundir terror a la población israelí mediante su poder militar, mientras buscaba afectar la sensibilidad de la opinión pública mediante el sufrimiento a que ellos mismos sometían a los palestinos, no alcanzó los resultados esperados. Ante la opinión pública israelí las FDI si vieron legitimadas sus acciones.

Si bien se dañó severamente la capacidad de Hamás de atacar a Israel, Hamás sin merecer el esfuerzo, logró ganar la batalla moral ante su población por la cantidad de bajas militares y dañó severamente ante la opinión pública internacional la imagen de Israel. Ante esta última resultado sensibilizada por el desproporcional empleo del poder de combate, la crudeza de las imágenes y las consecuencias en cuanto a las pérdidas de vida de la población civil de la Franja de Gaza. Las consideraron aberrantes, sin justificación y no faltaron los pedidos de investigación por crímenes de guerra.

Esta operación nos deja clara evidencia que en el combate moderno reviste cada vez mayor importancia lograr la superioridad de la información sobre el enemigo, legitimar ante la opinión pública las operaciones militares y emplear en consecuencia todos los medios disponibles. En ese sentido las Fuerzas Armadas de Argentina deben aprovechar

las herramientas que proporcionan las NTIC, entre las que se encuentran las redes sociales, explotar las experiencias y doctrina de fuerzas de otros países y aplicarla en apoyo a cada una de las operaciones militares que ejecuten.

Se sabe que existen dificultades en su aplicación y desarrollo, fruto de limitaciones presupuestarias y de naturaleza política. Además cierta resistencia de la organización a adaptarse a los cambios que la tecnología impone en el estado del arte militar, y el último y no por eso menos importante, la integración tardía de las fuerzas en operaciones conjuntas.

Más aún, el actual marco doctrinario y experiencia sobre las formas de abordaje para informar a la opinión pública resultan escasos, todo se ha limitado en la comunicación institucional, dirigida principalmente al reclutamiento o actividades de ceremonial, pero con escasa incidencia en la concepción y apoyo a operaciones militares. Lamentablemente aún hoy, no se considera objetivamente la opinión pública en las actividades de planeamiento de las operaciones militares, ni se evalúa su influencia como en los procesos decisorios de todos los niveles de la conducción.

Estamos siendo sometidos a un flujo cada vez más importante de información, con mayor diversidad de contenidos y de manera más frecuente. En consecuencia las redes sociales han abierto una serie de nuevas ventanas para ver los conflictos. Cualquier persona puede buscar información de primera mano sobre el terreno (tanto de periodistas, como de civiles o partes en conflicto) y seguir la evolución del conflicto desde las pantallas de los dispositivos portátiles.

Las Fuerzas Armadas no pueden mantenerse ajenas al empleo de las redes sociales, es necesario desarrollar capacidades para el monitoreo, análisis y desarrollo de respuestas. Toda innovación de carácter tecnológica no resulta significativa sino son desarrolladas en sintonía con integración de doctrina y cambios en la organización militar, y que proporcionen adecuados resultados en su empleo. Es un desarrollo sistémico que requiere además un cambio cultural a la organización.

Por tal razón, resulta imperativa la elaboración de doctrina para implementar su utilización en forma integral con las operaciones militares, tanto de combate y operaciones de no combate. Que además permita mejorar la sincronización interagencial y que involucre a todos aquellos elementos y actores que ven afectados por el uso de la información en todos los niveles de la conducción. Como resulta obvio estas prácticas son ya una realidad para algunos ejércitos extranjeros y actores no estatales, y por tanto, no pueden descuidarse o ignorarse.

## Bibliografía

1. Aznar Fernández-Montesinos, F. (2013). *Documento de Análisis. Conflicto y Opinión Pública Nro 35*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos .
2. Aznar Fernandez-Montesinos, F. (2015). La Generación de las Guerras. *Documento de Análisis Nro 54* . Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
3. Cantelmi, M. (2012). *Una primavera en el desierto. Crónicas de un periodista argentino en el norte de Africa*. Buenos Aires: Debate.
4. Clausewitz, K. V. (1968). "De la Guerra". En K. V. Clausewitz, *Libro III*. Buenos Aires: Circulo Militar.
5. Eickmeyer, D. C. (2010). "Redefining the Center of Gravity". *Joint Force Quarterly, edición 59, cuarto trimestre* , 156-158.
6. Fajardo, J. K. (2014). "La Influencia Virtual: Cómo aprovechar las redes sociales como herramientas de liderazgo." *Military Review* , 68 - 79.
7. Fojón Chamorro, Hernandez Llorente y Colon Piella. (2012). "Las redes sociales como herramienta de comunicación estratégica de las Fuerzas de Defensa de Israel durante la Operacion Pilar Defensivo en Gaza." *Analisis del Real Instituto Elcano* .
8. Fojón, J. E. (2006). *Vigencia y limitaciones de la guerra de cuarta generación*. Madrid: Real Instituto Elcano en ARI N° 23/2006.
9. Fundación Telefónica. (2012). *La Sociedad de la Información en España - 2011*. Madrid.
10. Hatzad Hasheni. (2015). *Dossier la Operación Margen Protector La Guerra Hamás-Israel de verano de 2014*. Tel Aviv: Centro Jerusalén para Asuntos Públicos.
11. HLMG, H. L. (2015). *Evaluación del Conflicto de Gaza 2014*. Tel aviv: Friends of Israel Initiative.
12. Kenny, A., Locatelli, O., & Zarza, L. (2015). *Arte y Diseño Operacional. Una forma de pensar opciones militares*. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: Escuela Superior de Guerra Conjunta de las Fuerzas Armadas.
13. Knopf, C., & Ziegelmayr, E. (2012). "Fourth Generation Warfare and the USMilitary's Social Media Strategy." *ASPJ Africa & Francophonie - 4to bimestre 2012* , 3-22.

14. Martínez, R. (2012). *Lecciones aprendidas en la participación española en las Guerras Asimétricas (2001-2012)*. Barcelona: Instituto Catalán Internacional por la Paz.
15. Mayfield, T. D. (2011). "La estrategia de un Comandante para los Medios de Comunicación Social". *Military Review Julio-Agosto 2011* , 73-81.
16. Monteavaro, M. Á. (2012). *John Keegan. La Guerra distinta y distante. Documento de Análisis 49/2012*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
17. Moya, E. (2012). *Las Redes Sociales como fuente de información - Documento de Investigación Nro 08*. Instituto Universitario de Investigación en Seguridad Interior.
18. Núñez, N. M. (2010). "Apoyo Público a Operaciones Militares: Factores Clave". En Instituto Español de Estudios Estratégicos, *Cuaderno de Estrategia Nro 148* (págs. 35-61). Madrid: Ministerio de Defensa.
19. Pertusio, R. (2000). *Estrategia Operacional*. Buenos Aires: Instituto de Publicaciones Navales - Escuela de Guerra Naval.
20. Pintado Rodríguez, C. (2013). "Las Redes Sociales y la Defensa. Un análisis DAFO". *Documentos de Opinión Nro 119* , 1-14. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
21. Rodríguez Fernández, L. (2015). "El uso de Facebook y Twitter de las Fuerzas de Defensa de Israel durante la Operación Margen Protector". *Historia y Comunicación Social - Volumen 20 - Numero 2* , 465-482.
22. Rodríguez, F. S. (2013). "La Comunicación Estratégica (StratCom) en los conflictos modernos: el caso Afghanistan". *Instituto Español de Estudios Estratégicos* , 36 - 73.
23. Soriano, M. T. (2010). "Guerras youtube. El impacto de las nuevas tecnologías de la información en el tratamiento mediático de los conflictos armados." *Cuadernos de Estrategia Nro 148 - Conflictos, Opinión Pública y Medios de Comunicación. Análisis de una compleja interacción.* , 131-157.
24. Strange, J. (1995). Center of Gravity and Critical Vulnerabilities. *Marine Corps University- Perspectives on Warfighting Nro 4* , 43-90.

#### **Artículos periodísticos**

1. BBC . (14 de Julio de 2014). *BBC*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016, de BBC Mundo:

[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140726\\_redes\\_sociales\\_conflicto\\_hamas\\_israel\\_en](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140726_redes_sociales_conflicto_hamas_israel_en)

2. Blanco, P. (2014). *La Estrategia de Redes Sociales en Gaza*. Obtenido de El País 20 de Agosto de 2014:  
[http://internacional.elpais.com/internacional/2014/08/20/actualidad/1408553372\\_613519.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/08/20/actualidad/1408553372_613519.html)
3. Del Río, J. (14 de Marzo de 2016). Guilherme Ribenboim: "En la Argentina ya tenemos 11,8 millones de usuarios de Twitter". *La Nación - Economía* , pág. 2.

### **Manuales y Reglamentos**

1. JC-3.10. (2012). *Influence*. Paris - Francia: Centro Conjunto de Conceptos, Doctrina y Experimentación. Ministerio de Defensa de Francia.
2. *MC 10.213, 2014* . Manual de Operaciones de Información, Ejército de Brasil.