



**ESPECIALIZACION EN ESTRATEGIA OPERACIONAL Y
PLANEAMIENTO MILITAR CONJUNTO**

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

TEMA:

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN
EN EL NIVEL OPERACIONAL.**

TÍTULO:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL COMANDANTE
OPERACIONAL DURANTE LA CAMPAÑA.**

AUTOR: CC Emmanuel Nicolás Tsaquis

TUTOR: TNRE Lic. Alejandro Valentín Belikow

Año 2011

RESUMEN

El telégrafo particularmente y la fotografía en menor medida, constituyeron dos herramientas fundamentales para el ejercicio del periodismo. La influencia de ambos desarrollos tecnológicos, hizo de la Guerra de Crimea un punto de inflexión en la historia de los profesionales de las noticias y dio nacimiento a los corresponsales de guerra. (Hobsbawm, La Era del Capital 1848 - 1875, 2007, pág. 71)

Desde entonces, estos periodistas se dedicaron a cablegrafiar -próximos a los sucesos- sus percepciones acerca de las vivencias de los protagonistas en la contienda bélica y sus redacciones las diseminaron masivamente. Este proceso generó para siempre una nueva dinámica entre aquellos que ejercen la conducción política y militar de la guerra, y los medios masivos de comunicación. (Sohr, 1998, pág. 24 a 28)

Tras ciento cincuenta años de historia, esta relación solamente fue óptima en aquellos conflictos en los que la supervivencia de la nación estuvo en riesgo. (Mc Cartney, 2005, pág. 1) En el resto, la fricción ha sido una constante y tanto los medios como las autoridades políticas y militares, han tenido aciertos y desaciertos.

Por lo tanto, el comandante debe planificar su relación con los medios en la campaña y asignar los recursos humanos y materiales necesarios para su ejecución.

PALABRAS CLAVE

Comandante operacional, medios masivos de comunicación, opinión pública, campaña, conflicto.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
PALABRAS CLAVE.....	1
TABLA DE CONTENIDO.....	2
SECCIÓN INTRODUCTORIA	3
CAPÍTULO I: EL UMBRAL DE LOS CORRESPONSALES DE GUERRA	7
CAPÍTULO II: LA GUERRA Y LOS MEDIOS EN EL SIGLO XX	10
CAPÍTULO III: EL PROBLEMA DEL NUEVO MILENIO.....	16
CAPÍTULO IV: UN PUNTO DE VISTA.....	20
CONCLUSIONES	22
BIBLIOGRAFÍA	25

INTRODUCCIÓN

En la antigua Grecia el hombre comprendió su necesidad de relacionarse socialmente otorgando capital importancia al proceso de comunicación, a pesar de las limitaciones de la época (Berlo, 1969, pág. 7). Con el advenimiento del contrato social y el invento de la imprenta, este proceso comunicativo extendió su alcance. Posteriormente el estado con planes de alfabetización incorporó a todas las capas sociales a la esfera de la comunicación (Hobsbawm, 2007, pág. 200).

El paso del tiempo aportó progreso tecnológico y así se fue masificando el proceso de comunicación. Asimismo se gestaron los multimedios como una herramienta de poder y un excelente negocio. Finalmente las redes sociales abrieron la información, casi irrestrictamente, hacia todos los confines del mundo. (Hobsbawm, 2006, pág. 200)

Nuestro Estado posee la obligación de informar al pueblo acerca de sus actos de gobierno (Ekmekdjian, 1994, pág. 151). Una campaña militar es un acto de gobierno. Su comandante un funcionario del Estado, quien debería obtener el máximo beneficio de la influencia y el poder de los medios masivos de comunicación en pos del cumplimiento de la misión asignada.

La historia nos brinda ejemplos de comandantes operacionales que han alcanzado logros y fracasos en su relación con los medios masivos de comunicación durante el transcurso de sus campañas militares. El testimonio de dicha relación, lo constituyen coyunturalmente las crónicas redactadas por escritores o periodistas al respecto y lo complementan el material fotográfico o fílmico que las acompañan. No obstante, el veredicto final siempre ha sido potestad de la opinión pública.

En contraste con lo descrito se ha apreciado que a prima facie, no existe doctrina al respecto en ninguna de nuestras fuerzas armadas y la capacitación del personal para hacer frente a esta problemática, estaría librada a cursos y seminarios acotados. Asimismo, sólo la Armada ha incorporado un seminario al respecto en su currícula de la Escuela de Guerra específica.

El siguiente interrogante permitió sintetizar los argumentos previamente descriptos que motivaron esta investigación: ¿Cómo es la relación que se establece entre el Comandante operacional y los medios de comunicación durante una campaña?

En respuesta al interrogante planteado, en este trabajo estudiaremos algunas de las campañas militares, desarrolladas durante el período comprendido entre la guerra de Crimea (1854 - 1856) y la segunda guerra de Irak (2003) aún vigente. Pero el análisis estará centrado en los países europeos o americanos, pertenecientes al denominado mundo occidental, que pertenecemos.

Las definiciones básicas sobre términos generales de nuestra lengua han sido extraídas del diccionario de la Real Academia Española. En lo que respecta a ciencia política, hemos apelado al *Diccionario de Política*, cuya compilación ha sido dirigida por los profesores Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino. A fin de utilizar terminología militar, en primera instancia se ha recurrido a nuestro diccionario conjunto y en segunda instancia, a los de las tres FFAA, en virtud de encontrar respuesta a la especificidad propia de cada vocablo empleado.

Asimismo, en lo referente a los relatos históricos hemos contextualizado el trabajo de investigación con los textos de historia universal de Eric Hobsbawm. Ante la necesidad de detallar biografías de personalidades, hitos de carácter universal, datos generales del contexto geográfico, económico o pertenecientes al campo de otra ciencia se ha privilegiado como publicación de consulta la Enciclopedia Británica.

Finalmente, en lo que respecta a la bibliografía utilizada a fin de alcanzar los objetivos, las cuestiones vinculadas a los aspectos teóricos de la guerra y su evolución han sido relacionadas con la obra homónima de Carl Von Clausewitz y *La Transformación de la Guerra* de Martin van Creveld.

Creemos que el presente documento permitirá concientizar a los integrantes de las fuerzas armadas acerca del peso que posee la relación del comandante operacional con los medios masivos de comunicación durante el desarrollo de una campaña. En consecuencia, debería comprenderse que existe la necesidad de capacitar personal

perteneciente a los cuadros permanentes del Instrumento Militar y de formular doctrina conjunta en dicha materia. Esto facilitaría la construcción de una relación fluida, directa, sincera y planificada, entre el comandante operacional y los medios masivos de comunicación en el marco de la campaña.

A modo de estructurar el presente trabajo se ha impuesto como objetivo general, explicar la relación a establecer entre el Comandante operacional y los medios de comunicación durante una campaña. Para lo cual los siguientes objetivos específicos han servido como herramienta fundamental de análisis. Señalar la necesidad de incluir en la orden de campaña un plan que detalle la relación comandante operacional – medios masivos de comunicación. Enunciar la necesidad de incluir en el estado mayor del comandante operacional, al personal idóneo para asesorar acerca de la relación comandante operacional – medios masivos de comunicación. Analizar -entre la Guerra de Crimea (1854 - 1856) y la Segunda Guerra del Golfo (2003- aún vigente) - aciertos y desaciertos de algunos comandantes operacionales en su relación con la prensa. Señalar conductas del comandante operacional que propicien la buena relación comandante operacional – medios masivos de comunicación.

De igual manera se ha formulado como hipótesis, que la relación fluida, directa y sincera entre las fuerzas que desarrollan una campaña militar y los medios masivos de comunicación, propiciada y planificada por el comandante operacional, permite evitar interferencias mutuas y facilita la legitimación del accionar de las fuerzas propias en la batalla.

El tipo de investigación por el que se ha optado en este trabajo ha sido el descriptivo. Asimismo, se relevaron fuentes primarias y secundarias, que consistió en bibliografía, publicaciones, revistas, material fílmico y sitios web de los campos histórico, político, de defensa, psicología y comunicación social, válidos por su contenido para ser aplicados en la temática del presente trabajo.

No podemos dejar de mencionar a las redes sociales, pero su desarrollo excede esta investigación, a pesar de que constituyen un tema propio del ámbito de los medios masivos de comunicación al que el comandante operacional debe hacerle frente en el

transcurso de una campaña. Pero por su amplitud y auge actual debería ser recomendado para un trabajo de investigación particular.

CAPÍTULO I: EL UMBRAL DE LOS CORRESPONSALES DE GUERRA

Dos innovaciones tecnológicas, el telégrafo y la fotografía, revolucionaron la historia del periodismo a mediados del Siglo XIX. Ambas constituyeron un punto de inflexión, en el ejercicio del periodismo en todo el mundo (Hobsbawm, La Era del Capital 1848 - 1875, 2007, pág. 346). El telégrafo acortó las distancias temporales, permitiendo a los periodistas cubrir los acontecimientos desde el lugar donde se produjeron los hechos y en forma concisa, enviar su reporte en cuestión de horas a cualquier terminal del globo terráqueo. La fotografía acortó las distancias simbólicas, con imágenes reales, sensibilizó a las noticias, aportando la sensación de dar testimonio de los hechos. Como consecuencia de estas innovaciones, se inició una marcada competencia entre los diversos agentes de la prensa escrita, los cuales pujaban por ser el que publicara la máxima primicia y posteriormente, vendiese más ejemplares que el resto de sus competidores.

En paralelo, los periódicos comenzaron a prescindir de las fuentes de información del estado, por ende se fueron resistiendo a publicar su propaganda y destinaron dicho espacio de publicidad a los privados. Esto impulsó a los medios a ser independientes económicamente del poder político de turno y a partir de esa premisa, no dudaron en publicar posiciones en disenso con los informes oficiales, cuando la realidad así lo exigía. Como corolario, cabe destacar que la prensa escrita tomó verdaderamente el rol de cuarto poder -que le asignó el filósofo irlandés Edmund Burke durante la Revolución Francesa, en las postrimerías del siglo XVIII- y la relación gobierno-prensa cobró tensión. (Sohr, 1998, pág. 24 a 26)

Según lo expresó el Dr. Benjamín Fernández Bogado -"los conflictos, sean internos y externos, son exámenes duros a los que somete a la prensa y de la que ella saca valiosas conclusiones y fortalece la democracia cuando la hace con rigor, valentía y profesionalismo. Si no lo hace de esa forma, la historia los recuerda como medios de propaganda al servicio de uno de los bandos con un grave daño en la credibilidad hacia la prensa en general y un nivel de subdesarrollo de la sociedad en torno a su prensa y hacia el valor de la información en circunstancias críticas." (Fernández Bogado, 2003)- la tensión en la relación gobierno-prensa, se pudo apreciar claramente en los períodos de

guerra que vivió el mundo a partir de que la prensa cambió su paradigma, durante la segunda mitad del Siglo XIX.

Tal es así, que la Guerra de Crimea -que enfrentó al Imperio británico, Francia y Turquía contra la Rusia zarista, entre 1.854 y 1.856 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 230 a 238)- fue un verdadero experimento para medir a ambos contendientes, prensa y gobierno, en el seno de la Inglaterra Victoriana.

En aquel entonces, tanto previo como posterior a que el poder político británico decidiera marchar a la Guerra de Crimea, *The Times* de Londres -por medio de sus editoriales- propició la posición beligerante. No obstante, mientras el conflicto se desarrollaba, William Howard Russel, fue destacado por dicho periódico a cubrir el conflicto desde el campo de batalla. Sus reportes daban testimonio de las privaciones de habitabilidad y sanitarias que vivían las tropas británicas, las cuales se cobraron más del noventa por ciento de las bajas de toda la guerra, contra menos de un diez por ciento que se produjeron en combate. (Warner, 1972, pág. 12)

Este artículo escrito por Russel, quien es considerado actualmente el primer corresponsal de guerra, fue publicado en *The Times* -el diario de mayor tirada durante esa época en el Reino Unido- e impulsó a sus connacionales a solidarizarse con las tropas británicas en Crimea. En consecuencia, el gobierno tomó medidas en vías de revertir la situación desfavorable que vivían sus soldados en tierras lejanas. Por lo tanto optó por minimizar los daños en la opinión pública con una campaña fotográfica y al mismo tiempo, restringir a Russel el acceso a la información. Finalmente, a modo de dar un mensaje político, expulsó de sus puestos al Ministro de Guerra y al Comandante de las tropas británicas en Crimea, pero no pudo evitar que *The Times* incrementara un cincuenta por ciento su tirada en los próximos diez años y junto con Russel continuaran ganando prestigio y poder en la opinión pública. (Sohr, 1998, pág. 26)

Asimismo, Russel y quienes lo siguieron en la profesión comprendieron que sus escritos construían el ideario colectivo de quienes consumían sus notas. Por ende, su percepción de la guerra se transformaría en la de la opinión pública y podía convertirse en el leitmotiv de potenciales movilizaciones populares. Consiguientemente, los corresponsales

de guerra abandonaron el estilo épico y el género de opinión cuando redactaban sus notas desde el frente de batalla. Optaron por el género informativo: conciso, desapasionado, puramente fáctico y apto para ser emitido por telégrafo de una sola vez, pero capaz de describir el dolor, las privaciones y el efecto devastador que la guerra generaba en la humanidad. (Sohr, 1998, pág. 27 a 30)

Más tarde, en la Guerra Civil de Estados Unidos -que enfrentó a la Unión y los Confederados entre 1.861 y 1.865 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 484 a 503)- se pudo apreciar que el manejo de la información, tanto para el estado como para los privados, era una cuestión de poder, pero a su vez, en algunos casos podía transformarse en un gran negocio. En consecuencia, ambas partes involucradas demostraron que había actores dispuestos a mentir deliberadamente para obtener ventajas, tanto en materia económica como de poder, o en ambas. (Knightley, 1975, pág. 23)

Sin embargo Russel, convencido de que el periodista debe apearse a los hechos y a pesar de ser partidario de la causa unionista, escribió acerca de la supremacía que poseían los generales confederados en el arte de la guerra, con respecto a sus paralelos de la Unión. Desde entonces, el gobierno de Abraham Lincoln le negó el acceso a los campos de batalla, censurando innecesariamente su percepción de la guerra, con el fin de que no siga haciéndola pública. (Sohr, 1998, pág. 29)

A fin de cerrar el análisis de los conflictos vividos en el Siglo XIX, nos focalizaremos en la guerra que vivieron Estados Unidos y España por la independencia de Cuba, durante 1.898 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 507 a 510). En la emergente potencia americana, el mercado de la prensa escrita crecía desmesuradamente, pero dos medios eran los que se disputaban el liderazgo nacional: *New York Journal* y *New York World*. Ambos periódicos -de estilo amarillo o sensacionalista- empujaron a la opinión pública a expresarse a favor de la independencia cubana y de la guerra contra España; finalmente el Congreso obró en consecuencia. En pleno conflicto la tensión con el gobierno y las fuerzas armadas fue mínima, pero los dos gigantes de la prensa entablaron una encarnizada -por momentos desleal- competencia, que mostró una vez más que los medios en Estados Unidos eran capaces de superponer sus intereses a su compromiso con la sociedad. (The New Empire – America in the Spanish – American War)

CAPÍTULO II: LA GUERRA Y LOS MEDIOS EN EL SIGLO XX

Eric Hobsbawm en su obra *Historia del Siglo XX*, considera a dicho Siglo, en relación a los sucesos que le dieron forma y al margen de su estructura formal de cien años, como corto (1914 a 1991) pero sumamente intenso en sus acontecimientos. Según lo expresa el autor, esto fue producto de las dos guerras mundiales y la depresión de 1929. Sin embargo, tanto dolor gestó un nuevo orden mundial cimentado en un mundo bipolar, signado por la denominada guerra fría y cuyo ocaso ha sido identificado con la caída del Muro de Berlín. (Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 1998, pág. 11 a 26)

En este contexto los medios gráficos dejaron de ser el medio masivo de difusión por excelencia. Los inventos del hombre como el cine, el teléfono, la radio, la televisión y las computadoras, ampliaron notablemente las posibilidades humanas de difundir un mensaje. En el mundo se produjeron procesos democratizantes de acceso a la educación y a la información. Paralelamente los estados, por medio de políticas eficientes popularizaron la alfabetización y el capitalismo facilitó el acceso a la tecnología. Esta sumatoria de fenómenos tecnológicos, políticos y económicos, trajo aparejada, desde el punto de vista social, una mayor demanda de información por parte de las clases más bajas. Por lo tanto la evolución del universo periodístico, se fue acelerando simultáneamente con el ritmo que impusieron las comunicaciones a lo largo del Siglo XX, gestando el fenómeno empresarial multimedia. (Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 1998, págs. 109, 196 a 201, 329)

Inicialmente los distintos formatos de comunicación (periódicos, radio, TV, etc...) fueron campos de explotación económica independiente. Pero con el tiempo tendieron a transformarse y fundirse, los que lo hicieron ganaron poder y los que no fueron extinguiéndose. (Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 1998, pág. 423) De esta forma, en las postrimerías del siglo pasado las empresas periodísticas del marco privado mutaron. Se convirtieron en verdaderos gigantes multimedia y multinacionales, que se asociaron con las tecnologías de la información y comunicaciones (TICs). Sus dueños pasaron a ser poderosos magnates sin bandera, quienes más allá de dominar el rubro, han sido capaces de influir en las decisiones de cualquier estado, o bien, de percibir enormes sumas de dinero estatal, para convertirse en agentes de la propaganda oficial. (Piscitelli, 2008)

A continuación se analizarán ambas guerras mundiales como un solo fenómeno. Esto se debe a que con tecnología diferente, en sendas contiendas los bandos enfrentados se comportaron de la misma forma. La universalización del conflicto y los sucesos que acaecieron tanto en la Primera Guerra Mundial de 1914 a 1918 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 251 a 332) como en la Segunda Guerra Mundial de 1939 a 1945 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 333 a 452) despertaron el fervor nacionalista de los pueblos que se vieron afectados directa o indirectamente. Pues entonces, los medios masivos de comunicación se alinearon con sus respectivos estadistas e impulsaron a sus estados a participar activamente en las guerras mundiales. De hecho lo lograron en numerosos casos, movilizándolo a la opinión pública con el mensaje de que por la supervivencia nacional, por el deber de salvar a terceros países, o bien para formar parte de lo que luego sería la Organización de las Naciones Unidas, la declaración de guerra era el único camino.

Asimismo, en el transcurso de ambas contiendas bélicas los medios respondieron plenamente a las exigencias de sus respectivos estados, aceptando su censura, informando a su público en consonancia con las necesidades de los ejércitos en el frente (Mc Cartney, 2005, pág. 3). Finalmente, sus reportes influyeron para construir verdaderos mitos en quienes fueron las grandes personalidades de ambas contiendas, estadistas que marcaron la historia a fuego o altos jefes militares, que más allá de su brillo en el campo de batalla, se transformaron en estadistas. Para el caso de la Primera Guerra Mundial: Wilson, Lloyd George, Petain y otros tantos. En lo que respecta a la Segunda Guerra Mundial: Hitler, Mussolini, Stalin, Churchill, De Gaulle, Eisenhower, sólo por nombrar algunos.

Apenas pasado un lustro de la pacificación del mundo, algunos estados encabezados por Estados Unidos -la gran potencia de occidente- fueron a combatir la instalación del comunismo en Corea. Primero conformaron una coalición y luego marcharon al frente con el aval de la ONU, dando inicio a la Guerra de Corea, entre 1951 y 1953 (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 552 a 554).

En esta contienda bélica los medios informaron los acontecimientos abiertamente y favorecieron la legitimización del conflicto. De idéntica forma, cubrieron sin

restricciones el promisorio comienzo de la coalición en el frente de batalla. Pero un revés operacional que sufrieron las tropas y las hizo retroceder, llevó al General Mac Arthur - Comandante Operacional- a intentar volver a las prácticas de la Segunda Guerra Mundial y censurar la información a difundir por los medios. Es obvio que la prensa no aceptó el cambio de reglas y una vez más se tensó su relación con los militares (Mc Cartney, 2005, pág. 4). El conflicto fue perdiendo legitimidad y pasó a ser historia, el comandante operacional fue removido de su cargo, pero la influencia de los medios continuó creciendo y los periodistas ganaron prestigio una vez más.

La segunda Guerra de Indochina, que enfrentó a Estados Unidos y Vietnam del Sur contra Vietnam del Norte por casi diez años (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 561 a 567) fue la primera contienda bélica en ser televisada*. Sus imágenes sensibilizaron inusitadamente a la opinión pública.

El inicio de la guerra fue pintado por el poder político y los medios prácticamente como un trámite administrativo, mostrando lo que harían las Fuerzas Armadas estadounidenses; dado que no cabía otra alternativa que la victoria aplastadora sobre la humilde Vietnam del Norte. Ante dicho escenario no sería necesaria la censura y los medios harían testigo al pueblo americano de la gran victoria de sus soldados (Sohr, 1998, pág. 58).

Sin embargo, la falta de victorias determinantes en el campo de batalla y lo realista de las imágenes -editadas y sin censura- terminaron por movilizar a la opinión pública en contra del estado y de su decisión de continuar en la guerra. El conflicto se había extendido demasiado en tiempo, víctimas y gasto público, entonces perdió legitimidad y los militares, como instrumento del sistema de defensa, nada pudieron hacer para revertir la situación. La historia se repetía una vez más, el comandante operacional era relevado - tras la tensión en su relación con los medios masivos de comunicación- y el periodismo independiente se hacía más fuerte. No obstante en este caso, la relación militares - medios parecía tornarse irreconciliable.

* “En Estados Unidos había diez mil televisores en la Segunda Guerra Mundial, cien mil durante Corea y más de cien millones durante Vietnam” (Sohr, 1998, pág. 59).

En 1982 el Conflicto del Atlántico Sur (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 510 a 514) permite a esta investigación analizar a la Argentina, pero en tiempos de la dictadura militar. Entonces se hizo de la prensa un medio de propaganda, a la que se le restringió el acceso al teatro de operaciones y se le aplicó una rigurosa censura. Mientras oficialmente se formulaban comunicados, que informaban de manera moderada los acontecimientos, los mismos funcionarios sembraban rumores extraoficiales, que solían incluir falsedades, omisiones y ambigüedades de carácter exitista y eran publicados por los medios, por ende consumidos por la opinión pública. (Sohr, 1998, pág. 64)

Los británicos, por su lado capitalizaron su mala experiencia en Irlanda del Norte (similar a la de Estados Unidos en Vietnam, en cuanto a la relación entre los militares y los medios) donde comprendieron que los integrantes de su instrumento militar debían ser adiestrados para relacionarse con la prensa durante las campañas y así lo hicieron. (Mc Cartney, 2005, pág. 5)

Asimismo, cuando marcharon al Atlántico Sur fueron los primeros en insertar a los corresponsales de guerra con la tropa. Esto les permitió restringir con celo el acceso de corresponsales de guerra al teatro de operaciones, asegurándose que quienes lo hicieran durante las acciones fueran pocos y afines a la causa patriótica. La convivencia fue muy saludable. El acceso a la información lo manejaba directamente el comandante operacional y las imágenes sumadas al relato dieron rápidamente legitimidad a la guerra, a pesar de las reticencias iniciales de los súbditos de la corona británica. (Mc Cartney, 2005, pág. 6)

En segunda instancia, impusieron el satélite militar como único canal de difusión. Esta decisión premeditada les permitió contacto directo con los reportes periodísticos previo a su emisión y la censura directa de cada documento, sin que el corresponsal opusiera resistencia. (Mc Cartney, 2005, pág. 6)

Finalizadas las operaciones, los mandos británicos abrieron ciertas restricciones, pero la información sensible continuará siendo secreta hasta transcurridos noventa y nueve años, de concluida la guerra. (Sohr, 1998, pág. 65 a 69)

Cabe destacar, que más allá de la habilidad con que las autoridades británicas manejaron la relación con los medios, el ámbito geográfico marítimo e insular del conflicto, impedía el acceso de cualquier periodista que no fuese corresponsal de guerra seleccionado.

En 1983, Estados Unidos decidió terminar con la influencia militarista rusa - cubana en la isla de Granada, donde se propiciaban las acciones de guerrilla en el resto del Caribe. A dicho fin, el gobierno del Presidente Reagan decidió lanzar una operación conjunta que restituyera el orden constitucional depuesto por una dictadura militar de tendencia marxista leninista en 1979 (Britannica). Pero dado que después de Vietnam, la relación gobierno - prensa durante campañas militares había quedado extremadamente sensible, sabían que debían manejarse con gran discreción y decidieron llevar adelante la acción de forma estrictamente secreta y confidencial.

El hermetismo fue total y la operación un éxito. No obstante, se cometieron algunos abusos para evitar el acceso de unos pocos periodistas, que intentaron aproximarse por vía marítima durante el transcurso de la operación; pero la victoria y la aceptación de la opinión pública pudieron minimizar las repercusiones. El pueblo americano legitimó pronto el accionar de sus fuerzas armadas, tras haberlo hecho con la administración republicana, que completó otros dos mandatos por delante. Como consecuencia y a modo de dar respuesta a las demandas de los grandes medios -por orden del Ejecutivo- se firmó un acuerdo con los mismos. De esta forma, el Estado se comprometía -frente a una posible situación similar a futuro- a acreditar a aquellos periodistas cuyos agentes adherían a dicho tratado y fueran ellos, quienes cubrirían la acción, siempre y cuando las condiciones de seguridad nacional lo permitieran. (Sohr, 1998, pág. 69 y 70)

En el transcurso del tercer período consecutivo de gestión republicana, durante 1989, el flamante presidente Bush (Padre) decidió ir contra el régimen autoritario del General Noriega en Panamá, con la operación “CAUSA JUSTA” (Sohr, 1998, pág. 70 a 74).

Desde esta acción bélica, pareció ser que los medios masivos de comunicación de los Estados Unidos, comenzaron a apoyar como parte del establishment a las decisiones del Gobierno, prácticamente como un órgano de su aparato de propaganda. Tal es así que en este caso la prensa como en otras épocas, impulsó con sus artículos al conflicto e influyó

claramente en la legitimación nacional del mismo. Sin embargo, no pudo evitar la condena de la comunidad internacional, que en nada afectó las decisiones del gobierno estadounidense. (Kramer, 1994)

Finalmente la operación se llevó a cabo y ocasionó un importante número de muertos en la población civil panameña, debido a la puesta a prueba de nuevos y letales medios aéreos del Instrumento Militar americano. Lo cual terminó siendo calificado -por los mismos medios que cerraron su acuerdo con la administración Reagan al término de la invasión de Granada- como un pequeño daño colateral, necesario para mantener los estándares de la seguridad nacional y mundial, a través de la lucha contra el narcotráfico y por último para que la democracia se reinstaure en Panamá. (Kramer, 1994)

A pesar del apoyo brindado previo a la contienda, los medios no fueron advertidos de la operación, se los llevó luego de finalizadas las acciones militares. Sus imágenes sólo podían mostrar la pronta victoria de sus fuerzas armadas y sus relatos no eran los de testigos, sino producto de comunicados oficiales. (Kumar, 2.006, pág. 50)

CAPÍTULO III: EL PROBLEMA DEL NUEVO MILENIO

En las cuestiones sociales es difícil encontrar un punto que demarque perfectamente el fin de una etapa y el inicio de otra. Esta problemática se ha visualizado claramente cuando en el capítulo anterior se puso coto al Siglo XX corto, fuera de los cánones habituales y tal cual lo ha hecho el historiador más citado de los últimos años. Lo cierto es que para este trabajo se debe entender que entre 1990 y hoy parecería que estamos viviendo los mismos estándares y probablemente sea la franja temporal que divide los dos milenios.

Entre las claves de esta pauta -que atañen al contexto de esta investigación- la primera parecería ser la globalización. Actualmente este fenómeno se ha generalizado en todos los campos que afectan al hombre y no existe una autoridad capaz de ordenar el mundo eficazmente. Por lo tanto el caos es protagonista en el escenario mundial. (Hobsbawm, Guerra y Paz en el Siglo XXI, 2006, págs. 9, 29 y 30)

Asimismo, la naturaleza conflictiva del hombre se ha hecho análoga a las relaciones entre los estados y la de estos con terceros sin entidad de persona para el derecho internacional. Por lo tanto, es sumamente complicado encontrar un status quo que permita visualizar claramente cuando se está en paz y cuando en guerra (Van Creveld, 2007, pág. 108 a 117). Este aspecto hace muy difícil responder qué describen fáctica y coyunturalmente los dos vocablos en cuestión: paz y guerra (Hobsbawm, Guerra y Paz en el Siglo XXI, 2006, pág. 7). Como consecuencia de esta disyuntiva, un extenso número de interrogantes -vistas desde el punto de vista realista y no teórico- hacen aún más confuso el escenario actual. Por ejemplo: en manos de quién se encuentran hoy las operaciones armadas (Hobsbawm, Guerra y Paz en el Siglo XXI, 2006, pág. 3); cuál es la línea que divide fácticamente a combatientes de no combatientes; cuál es el estándar de organización de los sistemas de defensa nacional acorde para enfrentar eficientemente a las múltiples amenazas actuales... (Van Creveld, 2007, pág. 238 y 239)

Por otro lado, en cuanto a los medios masivos de comunicación, tres invenciones del campo tecnológico han causado su última revolución en estos tiempos: las computadoras personales, la telefonía celular e Internet. Como invento, los tres han sido independientes y pertenecen al Siglo pasado, pero como un sistema único e indisoluble pertenecen al

actual. El uso masivo de estos tres inventos, ha generado lo que Eric Hobsbawm sintetizó como “...la sustitución de un mundo basado en la comunicación verbal por un mundo donde la lectura es un hecho universal y en el que hombres y máquinas practican la escritura...” (Hobsbawm, Guerra y Paz en el Siglo XXI, 2006, pág. 20)

Asimismo en palabras también de Eric Hobsbawm, se puede sintetizar la situación actual de los medios de la siguiente forma: “...la tendencia sistemática de los gobiernos a esquivar el proceso electoral exageró la función política de los medios de comunicación de masas, que cada día llegaban a todos los hogares y que demostraron ser, con mucho, el principal vehículo de comunicación de la esfera pública a la privada. Su capacidad de descubrir y publicar lo que las autoridades hubiesen preferido ocultar, y de expresar sentimientos públicos que ya no se articulaban -o no se podían articular- a través de los mecanismos formales de la democracia, hizo que los medios de comunicación se convirtieran en actores principales de la escena pública. Los políticos los usaban y los temían a la vez. El progreso técnico hizo que cada vez fuera más difícil controlarlos, incluso en los países más autoritarios, y la decadencia del poder del estado hizo difícil monopolizarlos en los no autoritarios. A medida que acababa el siglo resultó cada vez más evidente que la importancia de los medios de comunicación en el proceso electoral era superior incluso a la de los partidos y a la del sistema electoral, y es probable que lo siga siendo, a menos que la política deje de ser democrática. Sin embargo, aunque los medios de comunicación tengan un enorme poder para contrarrestar el secretismo del gobierno, ello no implica que sean, en modo alguno, un medio de gobierno democrático.

Ni los medios de comunicación, ni las asambleas elegidas por sufragio universal, ni «el pueblo» mismo pueden actuar como un gobierno en ningún sentido realista del término.” (Hobsbawm, Historia del siglo XX, 1998, pág. 573 y 574)

Para finalizar la contextualización de los medios masivos de comunicación, falta aclarar que en el presente la opinión pública ha perdido -en cierta medida- la confianza en ellos. Particularmente por dos sucesos transcurridos en los últimos dos años: las publicaciones de Wikileaks y el escándalo de News of the World. (BBC NEWS, 2011)

En la primera Guerra del Golfo (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 574 a 577), Estados Unidos trató de capitalizar, en cuestiones de manejo de prensa, los aciertos y errores, propios y ajenos cometidos en las últimas campañas militares. Tal es así, que basándose en los acuerdos post Grenada, estructuró un pool de prensa limitado a corresponsales pertenecientes a los escasos medios que participaron del acuerdo, donde el gran protagonista fue la CNN. Estos periodistas supieron responder aceptando la censura, pero mostrando la guerra en vivo por primera vez en todas las pantallas del mundo que contaran con dicha señal (Mc Cartney, 2005, pág. 7)

Si bien de esta forma logró controlar en parte el escenario, tuvo algunos problemas con aquellos periodistas sin el estatus de corresponsales de guerra que por no ser parte del acuerdo, indirectamente fueron forzados a cubrir la campaña como periodistas en misión profesional peligrosa (Convención de Ginebra), sin las garantías y el acceso directo a la información de los del pool. Esta problemática se focalizó en la pérdida de control sobre ellos, quienes debieron pelear duro para conseguir información, publicándola luego sin censuras y a su vez juntaron cierto resentimiento contra el Estado, que los dejó a su merced en el Teatro de Operaciones. (Mc Cartney, 2005, pág. 8)

En la segunda Guerra del Golfo (Holmes, Richard y Marix Evans, Martin, 2007, pág. 577 a 581) el sistema fue perfeccionado y se abrió la posibilidad de insertar a los corresponsales de guerra hasta el nivel táctico. Esto se dio sin necesidad de que pertenezcan al pool, para ser incluidos en el programa de asimilación. Dentro del programa, más allá de la logística suministrada a los periodistas, el plan incluía un grupo de hombres destinados al planeamiento y la ejecución de las tareas atinentes al mismo. Ellos llevaban adelante las reuniones informativas diarias, que se daban para los tres niveles de conducción. A veces, a las mismas se invitaba a los periodistas en misión profesional peligrosa, con el fin de ejercer cierto control sobre ellos, registrándolos y evaluando sus posiciones con respecto a las acciones. (Mc Cartney, 2005, pág. 10 y 11)

El plan en sí exigió la asignación de recursos humanos, materiales y de financiamiento. Depende la óptica con la que se mire ha habido aspectos de carácter positivo o negativo. Lo que sí se puede afirmar es que el esfuerzo de diseñarlo y cumplirlo fue muy grande. El mismo dio la posibilidad de que en los hogares la guerra se viviera de cerca.

En cuanto a una visión positiva, se puede afirmar que el acercamiento producido entre soldados y periodistas fue una herramienta que levantó la moral de las tropas (Mc Cartney, 2005, pág. 10). Pero también brindó una imagen más humana de los militares a los profesionales de las noticias, quienes encontraron en los soldados interesantes historias de vida, ávidas para incluir en sus reportes y dar un cariz diferente a la crudeza de la guerra. Es indudable que aquellos periodistas insertos en el plan contaron con mayor seguridad y confort de lo que suele ser habitual para ellos en el campo de batalla.

En la faz crítica, se ha repetido en numerosas oportunidades que este tipo de planes de inserción de corresponsales de guerra, busca controlar a los periodistas e influirlos a fin de distorsionar su capacidad de percepción de la realidad y restarle independencia a su labor.

CAPÍTULO IV: UN PUNTO DE VISTA

El comandante operacional durante el transcurso de una campaña está obligado a relacionarse con la prensa, cuestión que es inevitable. Por lo tanto debe esforzarse para que esa relación sea productiva para ambos y de esa forma no se vean afectados los intereses de ninguno de los dos. Sin embargo ambos tienen su dilema.

El corresponsal de guerra debe informar a su público, si lo hace con una primicia será mucho mejor, no sólo para el periodista sino también para el medio al que representa. A su vez, la información que él brinda es una de las herramientas de control sobre la gestión de un funcionario del Estado, que representa al poder ejecutivo en el Teatro de Operaciones. (BBC Mundo, 2001)

El comandante operacional debe dar cumplimiento a sus planes con el fin de alcanzar el estado final operacional (Escuela Superior de Guerra Conjunta, 2011, pág. 9). Su campaña es un acto de gobierno y como tal debe ser informada al pueblo (Ekmekdjian, 1994, pág. 151), pero el velo de las operaciones que él comanda seguramente contribuirá al cumplimiento de su misión y también el secreto en estos casos está amparado por la ley.

Por lo tanto, queda claro que la campaña debe ser informada públicamente, no obstante existe información sensible que no puede ser difundida masivamente y en forma indiscriminada. El control de la información es la solución a este dilema, sólo que debe ser comprendida y pactada de antemano por ambas partes, con el fin de que durante toda la campaña las reglas de esta relación sean claras. Si la dinámica de las operaciones hace imprescindible un cambio, debería volverse a pactar la solución para evitar las interferencias mutuas.

Para llevar adelante esta problemática es fundamental que el comandante operacional cuente en su estado mayor con especialistas en información pública, que lo asesoren al respecto. Dejaría abierto a la discusión si este grupo estaría vinculado al área inteligencia, que es la que centraliza la información sensible que maneja el comandante operacional; o bien tener un área propia en la organización del estado mayor especial. Asimismo, la

responsabilidad de este grupo de trabajo no es sólo la de asesorar el mejor pacto sino también formular los planes necesarios para que la relación con los medios sea fluida y constructiva.

Otro aspecto importante que el comandante operacional debe tener en cuenta, es que la legitimidad del conflicto que le da marco a la campaña que él llevará a cabo, es una cuestión que se encuentra en manos del ejecutivo. Esto significa que la relación entre el gobierno y los medios es la que pesará para volcar a la opinión pública a favor de participar en el conflicto haciendo uso del instrumento militar. Sin duda los medios y la opinión pública suelen legitimar fácilmente los actos legales y justos, que defiendan un interés nacional, el más común es la supervivencia del Estado (Mc Cartney, 2005, pág. 1). Asimismo, la opinión pública considera particularmente tres aspectos más allá de la victoria, para la legitimación de una contienda bélica, sobre las cuales tiene gran injerencia el comandante operacional: que las campañas sean cortas y ocasionen la mínima cantidad posible de bajas propias y daños colaterales.

En cambio, sí pesa sobre el área de influencia del comandante operacional que el pueblo legitime la forma en que operan sus fuerzas. Para ello, además de obrar conforme a derecho, es necesario hacer testigo a los medios, para que lo difundan masivamente. En consecuencia es fundamental tener presente la siguiente frase, perteneciente a los especialistas en cuestiones de manejo de prensa en las guerras Miles Hudson y John Stanier:

“Los espectadores, sentados en sus hogares, instintivamente creen que, si un general apareció en pantalla, es prácticamente seguro que se estaba cubriendo; un coronel probablemente estaba protegiendo a su regimiento; un oficial joven probablemente estaba diciendo lo que le ordenaron que diga; pero, cuando un cabo es quien apareció, por supuesto él estaba diciendo la verdad – después de todo, él es simplemente uno más, como nosotros!” (Hudson, Miles and Stanier, John , 1998, pág. 153)

CONCLUSIONES

Tras haber finalizado la investigación hemos concluido que históricamente, los medios masivos de comunicación han apoyado el inicio de las guerras estudiadas, estimulando a la opinión pública para dar legitimidad a la decisión presidencial de entrar en el conflicto en cuestión. Esto ha marcado un buen comienzo para la relación entre el gobierno y los medios.

Asimismo, el trabajo nos ha llevado a comprender que la relación entre ambos -gobierno y medios- se iba deteriorando a partir de que los corresponsales de guerra emitían notas críticas desde el teatro de operaciones, en particular cuando el conflicto no evolucionaba favorablemente y se tornaba costoso en recursos humanos, materiales y financieros. Normalmente la reacción, tanto del gobierno como del comandante operacional en su representación, era cortar la relación con los medios, negarles el acceso a la información y comenzar una guerra aparte contra los mismos. El resultado, luego de finalizado el conflicto, para el Estado solía ser la dimisión del ministro de guerra/ defensa y el comandante operacional en cuestión, mientras que los medios crecían económicamente y en prestigio.

Del análisis del período que comprende ambas guerras mundiales, hemos determinado que cuando se ha puesto en juego la supervivencia de una nación, los medios masivos de comunicación han tendido a alinearse con las iniciativas del Estado en la política y en el campo de batalla. A su vez han aceptado el control de la información y formar parte de la propaganda de gobierno. En estas contiendas, producto de sus decisiones, actitudes y acciones difundidas masivamente por los medios, se han construido héroes y estadistas.

En el proceso de la investigación hemos apreciado que la Guerra de Vietnam constituyó un punto de inflexión en la historia de las relaciones en estudio. Desde entonces, las potencias comprendieron que no eran capaces de llevarlas adelante con éxito y el resultado de la tensión siempre atentó contra el estado y su instrumento militar. Por lo tanto, en este trabajo ha quedado plasmado que por iniciativa política y asesoramiento de los militares, desde el fin de dicha guerra, los niveles estratégico y operacional deben

asignar personal especializado tanto para el planeamiento como para la posterior ejecución en lo atinente a su relación con los medios.

Cabe destacar que al analizar cronológicamente los diferentes conflictos bélicos que se han seleccionado para llevar adelante esta investigación, hemos concluido que los primeros que planificaron en detalle la relación con los medios en los niveles estratégico y operacional fueron los británicos. Quienes más allá de haber capitalizado la problemática de Estados Unidos en Vietnam, se concentraron en sus propios errores cometidos en la campaña para pacificar Irlanda del Norte. Asimismo, comprendieron que la necesidad iba más allá del planeamiento e invirtieron en montar un centro de adiestramiento para que sus militares aprendan a relacionarse con los medios.

Producto de la conclusión anterior, hemos determinado que la primera experiencia real de los británicos tras haber tomado las medidas previamente descriptas, fue en la Guerra del Atlántico Sur. Allí también incluyeron la innovación de haber insertado a los corresponsales de guerra en sus fuerzas, brindándoles seguridad y servicios, además de permitirles la convivencia con las tropas en campaña.

Tras haber estudiado detalladamente los cambios que incluyeron los mandos estadounidenses, primero durante el transcurso de la Invasión a Grenada y luego a Panamá, cabe concluir que éstos optaron por un camino similar al de los británicos en lo que respecta al planeamiento de su relación con los medios. No obstante, en la ejecución de dichas operaciones, prefirieron hacerlo sin dar participación a los medios. Asimismo, en este trabajo hemos demostrado que para las autoridades políticas y militares de Estados Unidos, el tiempo les indicó que esta decisión era acertada únicamente para operaciones súbitas, de duración extremadamente corta y con bajo riesgo operacional. Sin embargo, esta actitud despertó resentimiento en los medios.

Consideramos particularmente interesante la forma en que el poder político republicano en Estados Unidos, finalizadas ambas operaciones (Grenada y Panamá), comprendió la necesidad de componer la relación con los medios. A dicho efecto, pactó con los mismos, comprometiéndose a dar lugar a los medios para que participen en los futuros conflictos. Así creó el concepto de “*pool*” de medios autorizados, que más tarde llevó al programa

de inserción de periodistas, que funcionó en la Primera Guerra del Golfo, donde la CNN tuvo tanto protagonismo.

Asimismo, hemos apreciado que la Segunda Guerra del Golfo sirvió para ampliar el programa de inserción de corresponsales de guerra y sacarle el tilde de discriminatorio, que le habían colocado al “*pool*”, aquéllos que no tuvieron la oportunidad de participar de él en la Primera Guerra del Golfo.

A modo de síntesis, podemos afirmar que el programa de inserción de periodistas en las tropas ha sido útil para que los corresponsales de guerra tomen sus reportes de primera mano. No obstante, dicho programa ha recibido duras críticas por focalizar demasiado la actividad periodística en las acciones de combate, restándole al corresponsal de guerra la visión amplia que debería tener del conflicto.

Finalmente, hemos concluido que la relación Gobierno-Medios, que es el origen de lo que en el Teatro de Operaciones se convierte en la relación Comandante operacional-Medios, debe ser fluida, directa y planeada por especialistas. Esto se hará en pos de dar a los medios masivos de comunicación la oportunidad de informar. A su vez, son éstos quienes deben comprender que poseen acceso a la información en los diferentes niveles de conducción, pero que cuando la misma es sensible y puede poner en peligro la seguridad de las fuerzas o el cumplimiento de la misión, no puede ser difundida hasta que ese peligro haya desaparecido.

BIBLIOGRAFÍA

Hudson, Miles and Stanier, John . (1998). *War and the Media A Random Searchlight*. New York: New York University Press.

Ambrose, S. (1987). *Eisenhower: soldado y presidente*. New York: G. P. Putman's Sons.

BBC Mundo. (27 de 10 de 2001). *BBC*. Recuperado el 30 de 03 de 2011, de http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_1621000/1621649.stm

BBC NEWS. (17 de 08 de 2011). *BBC*. Recuperado el 22 de 08 de 2011, de <http://www.bbc.co.uk/news/>

BBC NEWS. (2011 de 04 de 25). *BBC*. Recuperado el 2011 de 08 de 10, de <http://www.bbc.co.uk/news/world-11863274>

Berlo, K. D. (1969). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.

Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola y Pasquino, Gianfranco. (2008). *Diccionario de Política*. (A. G. Raúl Crisafio, Trad.) México D. F.: Siglo XXI editores S.A.

Britannica, E. (s.f.). *Enciclopedia Británica*. Recuperado el 10 de 10 de 2011, de www.britannica.com

Convención de Ginebra. Protocolo I adicional a los Convenios de Ginebra .

Ekmekdjian, M. Á. (1994). *Tratado de Derecho Constitucional. Tomo I*. Buenos Aires: De Palma.

Escuela Superior de Guerra Conjunta. (2011). *Manual de Estrategia y Planeamiento para la Acción Militar Conjunta Nivel Operacional - La Campaña(PROYECTO)*. Buenos Aires: Estado Mayor Conjunto.

Fernández Bogado, B. (2003). "Medios y conflictos". *Revista Mexicana de Comunicación* (79), 79.

Floria, Carlos y García Belsunce, César. (1992). *Historia de los Argentinos*. Buenos Aires: Larousse.

Halperin Donghi, T. (1997). Prólogo. En D. Sarmiento, *Campaña del Ejército Grande*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.

Hasting, M. (22 de junio de 2010). *Rolling Stones*. Recuperado el 5 de marzo de 2011, de www.rollingstones.com

Hobsbawm, E. (2007). *La Era del Capital 1848 - 1875*. (A. G. Caranci, Trad.) Buenos Aires: Paidós/ Crítica.

Hobsbawm, E. (2000). *Entrevista sobre Siglo XXI. Al cuidado de Antonio Polito*. (G. Pontón, Trad.) Barcelona: Crítica.

Hobsbawm, E. (2006). *Guerra y Paz en el Siglo XXI*. (F. E. Beatriz Equibar, Trad.) Barcelona: Crítica.

Hobsbawm, E. (1998). *Historia del siglo XX*. (J. A. Juan Faci, Trad.) Buenos Aires: Crítica - Grijalbo Mondadori S. A.

Hobsbawm, E. (1998). *La era del imperio, 1875 - 1914*. Barcelona: Crítica.

Hobsbawm, E. (1991). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona: Crítica - Grijalbo Mondador S. A.

Holmes, Richard y Marix Evans, Martin. (2007). *Campos de Batalla. Los conflictos más decisivos de la historia*. (J. Solé, Trad.) Barcelona: Ariel S.A.

Knightley, P. (1975). *The First Casualty: The War Correspondent as Hero and Myth-Maker from the Crimea to Kosovo*. Londres.

Kramer, R. (1994). *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*. Recuperado el 10 de 10 de 2011, de <http://www.albany.edu/scj/jcipc/vol3is2/state.html>

Kumar, D. (2006). Media, War, and Propaganda: Strategies of Information Management During de 2003 Irak War. *Communication and Critical/ Cultural Studies* , 78 a 69.

Mc Cartney, M. (2005). *An Operational Commander Guide to the Media*. Newport: Joint Military Operations Department, Naval War College.

Miller, M. (1987). *Ike the Soldier: As They Knew Him*. New York: G. P. Putman's Sons.

Piscitelli, A. (2008). *Diálogos de la Comunicación*. Recuperado el 10 de 10 de 2011, de http://dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/41-08AlejandroPiscitelli.pdf

Pligorian, N. (18 de mayo de 2009). *Rebelión*. Recuperado el 12 de junio de 2011, de www.rebellion.org

Sarlo, B. (1998). *Escritos sobre literatura argentina*. Barcelona: Andrés Bello.

Seldes, G. (1959). *Los amos de la prensa*. Buenos Aires: Triángulo.

Sohr, R. (1998). *Historia y Poder de la Prensa*. Barcelona: Andrés Bello.

The New Empire – America in the Spanish – American War. *Strategy and Tactics* (108), 15 a 24.

Van Creveld, M. (2007). *La Transformación de la Guerra*. (C. Pissolito, Trad.) Buenos Aires: José Luis Uceda Editor.

Von Clausewitz, C. (2004). *De la guerra*. (C. A. Samonta, Trad.) Buenos Aires: Ediciones Libertador.

Warner, P. (1972). *The Crimean War – a Reappraisal*. Londres.

