



TRABAJO FINAL INTEGRADOR

TEMA: Opinión pública y defensa.

TÍTULO: La opinión pública en el proceso de toma de decisiones del comandante del nivel operacional.

AUTOR: MY (FAA) MAURICIO VELA

TUTORA: DRA. MÓNICA SOTERA

Año 2023

Resumen

A lo largo de la historia se ha considerado el aspecto moral de la sociedad como un factor preponderante en el poder de combate de una Nación. Por ello, han sido innumerables los esfuerzos realizados para identificar aquellos elementos que inciden en este factor y, a partir de esto, poder diseñar diferentes modos de acción tendientes a afectarlo. Más allá del impacto que se produce sobre la capacidad efectiva de combate de una fuerza armada mediante la afectación de la moral de los combatientes, es menester destacar que la voluntad de lucha de la población ha sido, históricamente, un condicionante de la decisión de los conductores políticos, teniendo un efecto directo sobre la aplicación efectiva del instrumento militar en un conflicto armado.

En un mundo cada vez más interconectado, los medios de comunicación tienen una clara capacidad de incidir en la opinión pública, aspecto que, en lo concerniente a los conflictos armados, se presenta como una representación tangible de la voluntad de lucha del pueblo. De esta manera, es menester reconocer que todas las acciones que desarrolle el instrumento militar tendrán un impacto en la opinión pública y, por ende, repercutirán en el apoyo que la sociedad en general les brinde a las operaciones militares.

En este contexto, el comandante operacional del teatro de operaciones debe considerar con especial atención el posible impacto que tendrá la aplicación efectiva del instrumento militar en la opinión pública para asegurar, de esta manera, contar con la legitimación social que potenciará la voluntad de lucha de un pueblo. Por lo tanto, resulta relevante poder identificar con claridad la mejor manera de asegurar que el impacto emocional de las operaciones militares sobre la sociedad sea lo más favorable posible.

A través del estudio de un ejemplo histórico, la invasión de la coalición liderada por Estados Unidos sobre Irak en el año 2003, se identificará el impacto que tuvo la opinión pública sobre las operaciones militares, en especial sobre el efecto final deseado que se esperaba alcanzar con las operaciones militares. Mediante la interrelación del caso histórico con los conceptos vertidos durante la presente investigación, se buscará resaltar la incidencia de los medios de comunicación en la legitimación social de las causas que motivan el empleo efectivo de las fuerzas armadas e influyen las decisiones militares que toma el comandante del nivel operacional.

Palabras clave

Comunicación - Comandante - Operacional - Prensa - Legitimación

ÍNDICE

Resumen.....	I
Palabras clave.....	I
Introducción	1
Capítulo I – Los medios de comunicación y la percepción de la realidad.	8
Capítulo II – La opinión pública y su influencia en las operaciones militares.	16
Capítulo III – Invasión a Irak: medios de comunicación y la pérdida de la legitimación social.....	22
Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	31

Introducción

Como consecuencia de la vertiginosa evolución de los medios de comunicación en las últimas décadas, especialmente en lo que respecta a su alcance e inmediatez, la expresión de la opinión pública de la sociedad ha potenciado el impacto que estos medios tienen en todos los ámbitos de la vida humana. De esta forma, los medios de comunicación se han convertido en un elemento que debe ser considerado con especial atención a la hora de desarrollar cualquier actividad que tenga incidencia en la sociedad. En este último punto, los conflictos armados, sin duda, no quedan exentos a la influencia que estos medios ejercen.

Las convenciones sociales, las costumbres y las normas particulares de una sociedad forman parte de los elementos que deben ser tenidos en cuenta para adoptar determinadas posturas públicas por parte de quienes tienen la responsabilidad de conducir un Estado. De igual manera, el sentir de la sociedad, normalmente expresado a través de la opinión pública, es otro de los elementos a considerar por los líderes de un Estado en su proceso de toma de decisiones. En lo que respecta específicamente a los conflictos armados, el consenso social es fundamental para legitimar o limitar el empleo del instrumento militar. De esta manera, esta expresión del sentimiento social debe ser considerado con especial atención en el proceso de toma de decisiones que involucran la utilización efectiva de este instrumento militar.

Ante esta realidad, en el complejo proceso de toma de decisiones en el que se encuentra inmerso un comandante del teatro de operaciones, la opinión pública juega un rol que merece ser considerado y tenido especialmente en cuenta. De esta manera, el comandante deberá considerar, no sólo las variables militares que afectan a su área de responsabilidad, sino que también deberá incluir en su proceso de toma de decisiones el posible impacto que tendrán las acciones militares sobre la opinión pública local e internacional.

Por otro lado, resulta sumamente complejo poder terminar la medida en la que el impacto de la opinión pública debe prevalecer sobre los efectos que se buscan alcanzar para dar continuidad a la campaña militar en un teatro de operaciones. Este último punto es justamente un desafío sumamente importante que deberá enfrentar un comandante a la hora de tomar decisiones en el proceso de conducción de las operaciones militares, ya que las acciones llevadas adelante por el instrumento militar tendrán impacto en la opinión

pública de la sociedad y será justamente este sentir social el que otorgue legitimación o rechazo a la utilización efectiva de este instrumento militar.

Históricamente, el aspecto moral ha sido considerado como uno de los elementos fundamentales para el sostenimiento de las operaciones militares que lleva adelante un Estado, motivo por el cual ha sido objeto de estudio por parte de grandes pensadores de las ciencias militares. Sun Tzu, en su obra “El Arte de la Guerra”, resalta la moral del pueblo como uno de los cinco pilares sobre los que se debe concebir una estrategia de combate (Tzu, 2008). Para el general prusiano Karl Von Clausewitz, las fuerzas morales constituyen un elemento esencial en la guerra. “Son los espíritus que penetran hasta en el último detalle de la guerra y los que primero se unen con estrecha afinidad a la voluntad, que dirige y pone en movimiento toda la masa de las fuerzas” (Clausewitz, 1968, pág. 217). Para el sociólogo francés Gastón Bouthoul, la voluntad popular es la que posibilita que la violencia organizada llevada adelante por un estado en un conflicto armado sea considerada legal, otorgándole legitimidad a actos que, fuera del contexto bélico, serían considerados criminales (Bouthoul, 1971).

Asimismo, resulta necesario resaltar y destacar que se debe diferenciar el aspecto moral del combatiente al de la sociedad en general involucrada en un conflicto bélico. Esta última perspectiva del aspecto moral, la moral del pueblo, es justamente la que les permitirá a los conductores de un Estado mantener el esfuerzo bélico con el adecuado respaldo social. En este sentido, la opinión pública es una de las variables tangibles a través de la que se puede percibir el sentir de una sociedad sobre una temática en particular, en este caso, sobre la aplicación efectiva del instrumento militar.

Para el abordaje de la temática planteada, se analizarán las perspectivas que diferentes autores han planteado sobre el rol que juegan los medios de comunicación en la percepción que la sociedad tiene sobre la realidad en la que se encuentra inmersa. Sin dudas, la idea general de opinión pública ha ido evolucionando a lo largo de la historia y resulta menester poder determinar el concepto más adecuado a los tiempos actuales.

Esta expresión del sentimiento de una sociedad sobre una temática determinada ha sido destacada por muchos líderes a lo largo de la historia. Para dimensionar la valoración que grandes conductores políticos y militares le han otorgado a la opinión pública, se destacan las palabras de uno de los presidentes más influyentes a nivel mundial que ha existido, Abraham Lincoln: “Con el sentimiento público, nada puede fallar; sin este nada puede tener éxito [...] el sentimiento público lo es todo” (Johannsen, 1965).

Este político y estratega norteamericano identificaba en el apoyo brindado por la sociedad, al que denominaba sentimiento público, una herramienta necesaria para lograr el éxito de cualquier objetivo perseguido. De allí se desprende la importancia que le otorga a contar con el apoyo de la población para alcanzar el éxito en la conducción política de un Estado. En lo que atañe exclusivamente al ámbito militar, contar en el apoyo de la sociedad será determinante para disponer de la adecuada libertad de acción en la toma de decisiones dentro del ambiente operacional de la guerra.

Al referirnos al origen del concepto de opinión pública, como punto de partida, podemos aproximarnos desde su etimología, en donde identificamos sus orígenes del latín *opinio* y *puplicus*, que se refieren al conocimiento que tiene el pueblo sobre algún aspecto común. Más allá de esto, el término fue acuñado técnicamente en el campo de la filosofía política, generando algunas cuestiones controvertidas en cuanto a su aceptación. Esta resistencia inicial a aceptar este concepto se debió a que esta ciencia social basaba sus ideas, fundamentos y conocimiento en hechos empíricos y concretos, desestimando cualquier noción de opinión subjetiva (Aguilar Villanueva, 1987).

Con el paso del tiempo, la idea de opinión pública adquirió rango teórico como consecuencia de la aplicación práctica que parte de las burguesías políticas emergentes de los siglos XVII y XVIII le dieron a dicho concepto. Pensadores como Locke, Montesquieu, Rosseau, Kant y Hegel justificaban esta práctica política de la burguesía como una institución propia y necesaria en el ordenamiento jurídico del Estado (Aguilar Villanueva, 1987).

De esta manera, podemos apreciar cómo, desde el origen propio del concepto, siempre existió una estrecha relación entre la opinión pública y la conducción política de los Estados, fundamentalmente motivada en la necesidad de los gobernantes de poder contar con el apoyo de la voluntad colectiva. Esto evidencia la influencia que, en mayor o menor medida, siempre ha ejercido la expresión del sentir de la sociedad sobre las decisiones que son tomadas en el nivel político.

Siguiendo con el proceso deductivo que nos conduce a una aprehensión acabada del concepto en cuestión, identificamos que la conformación absoluta de la opinión pública surge de la interrelación entre el individuo y su entorno social. De esta manera, en el proceso de gestación de la opinión pública, se puede reconocer en el individuo una percepción empírica del entorno social y, al mismo tiempo, se identifica un proceso cognitivo que se ve afectado por elementos ajenos a esta percepción (Noëlle-Neumann, 1992).

Retomando uno de los desarrollos conceptuales expresados por Clausewitz, en donde se remarca la naturaleza trinitaria de la guerra, se puede inferir que el éxito de la contienda bélica queda condicionado al accionar armónico de la trilogía compuesta por el pueblo, las fuerzas armadas y el gobierno. En esta trilogía el pueblo, la parte pasional, condiciona sentiblemente el desenvolvimiento de los otros dos componentes y es a través de la opinión pública en donde se puede dimensionar su adhesión o rechazo a la causa perseguida.

En esta realidad dinámicamente cambiante, la guerra y los medios de comunicación están cada vez más entrelazados en el mundo moderno. La comunicación se ha convertido en una herramienta estratégica clave para los actores militares y políticos, y los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la forma en que se percibe y se comprende el conflicto (Taylor, 1992).

De esta manera, las fuerzas armadas deben tener la capacidad de comprender y utilizar los medios de comunicación, tanto tradicionales como plataformas digitales, para difundir su mensaje y contrarrestar las narrativas adversas. Esto implica habilidades técnicas, así como también un profundo conocimiento de la información y el contexto en el que se desarrollan las operaciones. La capacidad de comunicarse de manera efectiva, segura e influyente en este entorno se ha convertido en un requisito fundamental para las fuerzas militares modernas.

Por su parte, el comandante, como máxima figura de la conducción de las operaciones militares en el teatro de operaciones, debe tener presente que el resultado de las acciones militares tendrá, en mayor o menor medida, un claro impacto sobre la opinión pública. La manera en la que se maneje la información relativa a estas acciones amplificará o mitigará el impacto que estas tienen en la percepción de la población, local e internacional, sobre el conflicto en cuestión y de esta manera afectará el apoyo que la comunidad brinde al instrumento militar.

En lo que respecta específicamente a las fuerzas armadas argentinas a la luz de la reglamentación vigente, en el reglamento conjunto de Asuntos Territoriales (RC 15-01), se expresa que dentro de las acciones que contribuyen al éxito de las operaciones militares en un conflicto armado debe considerarse, entre otros elementos, las acciones de comunicación a la población. Estas acciones *“son aquellas ejecutadas para influir en la población existente en la zona de responsabilidad, con la finalidad de facilitar las operaciones militares y obtener máxima cooperación de la población civil durante el desarrollo.”* (Estado Mayor Conjunto, 2007, pág. 8).

Por otra parte, en el reglamento conjunto de Planeamiento para la Acción Militar Conjunta del nivel operacional (RC 20-01) se identifica a la opinión pública como un factor relativo al ambiente operacional a ser considerada durante el análisis de factores operacionales, resaltándose la necesidad de analizar la influencia de la opinión pública en el aspecto psicosocial de una Nación (Estado Mayor Conjunto, 2017).

Asimismo, en el mencionado reglamento, se remarca la necesidad de atender con especial atención el impacto de las acciones militares en los medios de comunicación a fin de contribuir al logro del estado final operacional propuesto al comandante. Para este fin en particular, se designa a un integrante del estado mayor como Oficial/Funcionario de Prensa, con la tarea principal de moderar con la prensa la información relativa a las acciones militares (Estado Mayor Conjunto, 2017) y poder evitar que la opinión pública actúe como limitante a las decisiones del comandante.

De esta manera, podemos apreciar cómo, tanto en el ámbito local como internacional, la opinión pública es un elemento a considerar con especial atención para evitar limitaciones operativas o potenciar el efecto que se busca lograr sobre el enemigo. En tal sentido, la moderación del flujo de información concerniente a un conflicto debe ser incluso considerado como una herramienta de comando del comandante del teatro de operaciones (Estado Mayor Conjunto, 2017).

De acuerdo a lo expuesto precedentemente, se puede apreciar la relevancia que los medios de comunicación tienen sobre la vida cotidiana de las personas que viven en una sociedad. Por este motivo, la información que estos medios expongan tendrá una clara incidencia sobre las personas y, por consiguiente, tendrá un impacto sobre la postura que las personas adopten en relación a una temática en particular. En un entorno de conflicto, esta condición puede influenciar la voluntad de la sociedad de apoyar u oponerse a una operación militar, situación que debe ser considerada por quien tiene la responsabilidad de conducir las operaciones militares.

Ante esta realidad, se plantea el siguiente interrogante: ¿En qué medida el impacto de las acciones militares sobre la opinión pública afecta al proceso de toma de decisiones del comandante operacional de un teatro de operaciones?

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se realizará un análisis conceptual de la opinión pública, puntualizando en aquellos aspectos que afectan la percepción social sobre el desenvolvimiento de un conflicto armado internacional. Asimismo, este análisis se desarrollará a luz de la doctrina actualmente vigente en las

fuerzas armadas argentinas y sin extenderse a cuestiones ajenas a las operaciones militares.

Por otra parte, se delimita exclusivamente el presente trabajo al nivel operacional y a través del análisis de un ejemplo histórico, la Invasión de Irak (2003), se buscará interpretar la influencia de los medios de comunicación sobre la opinión pública regional e internacional y su impacto en el desenvolvimiento de las operaciones militares del nivel operacional.

Este trabajo de investigación expone la relevancia de la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre la opinión pública en relación a las acciones militares que lleva adelante un Estado. En este sentido, se aprecia que más allá de la incidencia del impacto que esta expresión del sentir popular tenga sobre las decisiones militares es inevitable no considerar el impacto del accionar militar sobre la opinión pública de la sociedad, sin perder de vista que ésta es la que expresa la legitimación social sobre el conflicto en cuestión.

Con esta idea general en mente, el presente trabajo tiene como propósito poder dimensionar el impacto que las operaciones militares producen sobre la opinión pública y de esta manera identificar cuáles serían las mejores alternativas para mitigar un posible impacto negativo o potenciar un impacto favorable a nuestros intereses. Por otro lado, se buscará identificar y dimensionar como la opinión pública puede afectar a las decisiones que el comandante del nivel operacional tome en un teatro de operaciones, buscando identificar, en caso de que existiera, como se podría otorgar mayor libertad de acción al comandante sin que esto implique futuros contratiempos a causa de una opinión pública desfavorable.

De esta manera se plantea alcanzar los siguientes objetivos.

Objetivo general:

Evaluar el impacto de la opinión pública en la legitimación de las operaciones militares en los conflictos armados.

Objetivos específicos:

- Analizar el concepto de opinión pública y la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la sociedad sobre los conflictos armados.
- Identificar la influencia de la opinión pública en las decisiones que se toman en el nivel operacional.

- Analizar la influencia de los medios de comunicación en las operaciones militares desarrolladas durante la invasión a Irak en el año 2003.

Por otro lado, se buscará corroborar el siguiente supuesto: Como consecuencia de la evolución en los medios masivos de comunicación, la accesibilidad casi irrestricta a internet y la inmediatez en las comunicaciones, los medios de comunicación son una herramienta necesaria para sostener la voluntad de lucha de la población expresada a través de la opinión pública favorable durante los conflictos armados, la cual le otorga legitimidad y libertad de acción al comandante para el empleo efectivo del Instrumento Militar.

La presente investigación será del tipo descriptiva a partir del estudio del material bibliográfico disponible. Se iniciará a partir de una lectura comprensiva y analítica de libros, artículos, revistas, publicaciones y todo aquel material bibliográfico pertinente sobre la temática presentada. A partir de la recopilación y el análisis de esta información, documentación impresa y electrónica, se dará respuesta al interrogante planteado.

Para este fin, el presente trabajo se articulará en tres capítulos que tendrán un desarrollo individualizado y un abordaje integral y transversal tendientes a resaltar la influencia de la opinión pública en las decisiones en el nivel operacional y sus efectos sobre el desenvolvimiento de los conflictos armados. En el primer capítulo, se definirán conceptos generales relativos a la opinión pública, puntualizando sobre los factores que impactan sobre la sociedad en relación a los conflictos armados. En el segundo, se identificará la influencia que tienen los medios de comunicación y la opinión pública sobre las decisiones del nivel operacional. Finalmente, en un último capítulo, a través del estudio de un caso histórico, Invasión a Irak (2003), se realizará un análisis del impacto de opinión pública de la sociedad sobre las operaciones militares y finalmente sobre el Estado Final Deseado del conflicto.

De esta manera, a través de un minucioso estudio conceptual y analítico de la temática planteada, y su final interrelación con el antecedente histórico mencionado, se buscará corroborar el supuesto planteado precedentemente.

Capítulo I – Los medios de comunicación y la percepción de la realidad.

Como se mencionó en la introducción, a lo largo de la historia quienes han investigado los conflictos bélicos han siempre subrayado y enfatizado la dimensión moral de una sociedad inmersa en una guerra. La moral, tanto de los soldados como de la sociedad que respalda la empresa bélica, ha sido invariablemente vista como un factor de considerable relevancia y como un componente esencial para llevar a cabo y mantener esta actividad humana de gran impacto.

En esta misma línea de pensamiento, es fundamental resaltar que la opinión pública no solamente se interpreta como un reflejo significativo de los sentimientos y valores arraigados en la sociedad, sino que también desempeña un papel crucial en la obtención del respaldo social indispensable para emprender acciones militares que impliquen la movilización de todos los recursos del poder nacional. En este sentido se vuelve en un factor determinante para lograr la legitimación del empleo del instrumento militar.

Si bien es cierto que se debe reconocer y resaltar la capacidad humana individual de pensar y razonar a la hora de generar y sostener opiniones fundadas, no se debe perder de vista que la vulnerabilidad social del individuo que lo motiva a buscar la aceptación de sus pares buscando evitar sentirse aislado. De esta manera, la opinión pública, que representa la voluntad colectiva, no necesariamente refleja la suma de las voluntades individuales sin el condicionamiento ejercido por las opiniones prevalecientes en el entorno social. En este sentido, para el investigador informático y empresario norteamericano Alex Pentland “es hora de que abandonemos la ficción del individuo como unidad básica de la racionalidad y reconozcamos que nuestra racionalidad está determinada en gran medida por la estructura social que nos rodea” (Pentland, 2014).

De esta manera, la información que llega a los individuos de una sociedad juega un papel determinante en el proceso de concepción de la opinión pública. Identificar aquellos aspectos específicos que influyan significativamente en la opinión pública en relación con las operaciones militares se vuelve fundamental poder ordenar nuestras acciones en torno a la interacción con los medios de comunicación tendientes a mantener favorable el apoyo de la voluntad social.

En lo que respecta específicamente a las operaciones militares, es menester destacar aquellos aspectos que tienen mayor potencialidad de producir un marcado

impacto en la opinión pública en relación con la utilización de la fuerza por parte de un Estado. De acuerdo a un estudio realizado por el Instituto Español de Estudios Estratégicos (“Apoyo público a operaciones militares: Factores claves” del Ministerio de Defensa Español), se identificaron en la opinión pública factores que son claves en la motivación de una sociedad para brindar apoyo a las intervenciones militares.

La percepción que la sociedad tiene sobre la realidad en la que se encuentra inmersa será el punto de partida en la construcción de la opinión pública, por lo cual aquellos elementos que produzcan un impacto directo en esta percepción serán claves en la generación de esta opinión social. En lo que respecta a las cuestiones militares, se pueden identificar tres grupos de factores que tienen mayor impacto que otros sobre la opinión pública relativa a estas cuestiones; aquellos que afectan la percepción de riesgo, la percepción de bondad o la perspectiva de éxito (Michavila Nuñez, Apoyo público a operaciones militares: Factores claves., 2011).

- Factores que afectan la percepción de riesgo.

Durante el desarrollo de un conflicto armado, cuando el riesgo se transforma en amenaza real, la cantidad de bajas y la manera en la que se producen influye de manera significativa en el apoyo que la sociedad brinda a la operación militar en desarrollo, independientemente del tipo de misión que se trate. El apoyo público caerá en función del número de muertes en combate, produciéndose un fenómeno que se reconoce como el síndrome de los féretros o el rechazo a las bajas. A pesar de esta relación inversamente proporcional entre número de bajas y el apoyo público, esta relación no es lineal y a medida que el número de bajas aumenta su incidencia en la intervención del instrumento militar es menor, es decir que el impacto en la opinión pública decrece a medida que aumenta el número de bajas (Michavila Nuñez, Apoyo público a operaciones militares: Factores claves., 2011).

“La muerte de un soldado soviético –decía Stalin– es un drama, la muerte de un millón es estadística”.

De esta forma, identificamos en la percepción de riesgo un factor con relativa influencia sobre el apoyo social hacia el uso del instrumento militar. Esto se debe a que, al no existir una relación lineal entre el riesgo de la operación militar (normalmente representado por el número de bajas) y el rechazo social hacia esta operación, la forma en que la información sea presentada a la sociedad será fundamental para impactar en la opinión pública.

La forma en que se presenta la información sobre las bajas militares es crucial para influir en la opinión pública. Los líderes políticos y los medios de comunicación tienen un papel importante en la construcción de la narrativa en torno a un conflicto. La presentación de las bajas como números fríos y abstractos puede deshumanizar la guerra, mientras que contar historias individuales de valentía y sacrificio puede generar un mayor apoyo y comprensión por parte de la sociedad.

- Factores que afectan la percepción de bondad.

En otro orden, se identifica que el apoyo del público respecto a una operación militar se define en función de diversos factores referenciados tanto a la finalidad como a la causa que motivan la operación militar. Estos factores permiten al ciudadano evaluar la legitimidad de la acción desarrollada por las fuerzas militares. El papel desempeñado por las tropas, el consenso político nacional e internacional, la aceptación de la población local y el posicionamiento de los líderes de opinión de un Estado son algunos de los factores que influyen en la percepción de bondad sobre una determinada intervención militar. (Michavila Nuñez, Apoyo público a operaciones militares: Factores claves., 2011).

En este sentido, la percepción de que una campaña militar es justa y necesaria aumenta significativamente el apoyo público. Cuando la opinión pública considera que la causa detrás de la campaña es legítima, es más probable que respalde la acción militar. La percepción de bondad en este contexto, más allá de los factores mencionados anteriormente, se asocia con la creencia de que la campaña busca un objetivo moralmente aceptable, como la protección de derechos humanos o la prevención de amenazas graves.

- Factores que afectan la percepción de éxito.

Siguiendo la línea de investigaciones sobre el comportamiento de la opinión pública sobre cuestiones de seguridad y defensa nacional, se destaca que la percepción de éxito es un elemento que ha tomado extraordinaria fuerza en las últimas décadas. Numerosas investigaciones atribuyen a las expectativas de éxito mayor importancia que el número de bajas para explicar el apoyo público a una operación militar.

Cuando la sociedad percibe que una campaña militar tiene altas posibilidades de alcanzar sus objetivos, es más probable que respalde dicha campaña, incluso, como se mencionó con anterioridad, si implica un número significativo de bajas. Este fenómeno resalta la influencia de la percepción sobre la realidad, ya que las expectativas pueden

moldear la actitud de la opinión pública. En este sentido, las expectativas de éxito de una campaña militar desempeñan un papel crucial en la determinación del apoyo público a una operación militar.

Investigadores como Christopher Gelpi, Eric Larson, Richard Eichenberg, Bruce Jentleson, Steven Kull, y Peter Feaver resaltan que la opinión pública está dispuesta a asumir el riesgo de bajas inherentes a cualquier operación militar siempre que ésta otorgue los resultados esperables. La estrategia de comunicación desarrollada por la administración Bush durante primera parte de la guerra de Irak fue una clara muestra de la tesis expresada por los mencionados investigadores (Michavila Nuñez, 2011).

De esta manera, como corolario de lo expuesto precedentemente, se resalta el valor que tiene el contenido de la información y la forma en que es presentada a la sociedad durante el proceso de creación de la percepción de la realidad que finalmente moldea las bases de la opinión pública de una sociedad. En este sentido, los medios de comunicación poseen la capacidad de establecer prioridades dentro de la agenda de los asuntos públicos, fijar la forma de abordarlos y establecer los criterios de valoración tanto por la sociedad en general como por la clase dirigente (Michavila Nuñez, 2011).

Por este motivo los medios se vuelven un elemento que valora y cataloga la información como un tribunal auténticamente público en el que el acusado prácticamente no tiene la posibilidad de defenderse de las acusaciones recibidas, motivo por el cual la manera en la que la información sea presentada a la sociedad gozará de una inicial ventaja cuya refutación se vuelve más compleja que la propia generación de la idea presentada. Inciden directamente en las élites decidiendo que es importante y que no, y marcando la prelación de asuntos en la agenda (Fernández-Montesinos, 2013).

De esta manera se establecen las bases de la dinámica de la circulación de información que es conocido como narrativa. La presentación de la información a través de una narrativa coherente y atractiva puede tener un impacto profundo en la percepción de la realidad. Por lo tanto, la forma en que son presentados los hechos puede influir significativamente en la manera en que la gente comprende y se relaciona con la realidad.

En paralelo a esta realidad, la rápida evolución de los medios de comunicación ha tenido un impacto notable en el desarrollo de la sociedad en general. Este impacto se ha extendido al ámbito militar, donde la evolución ha sido especialmente significativa. En particular, el ciberespacio y la gestión de la información han adquirido una relevancia tal que se consideran una nueva dimensión en la que se llevan a cabo las operaciones militares. Como resultado, la comunicación estratégica se ha convertido en parte

fundamental de las doctrinas, los conceptos y las capacidades adoptadas para respaldar la conducción de operaciones militares en esta nueva dimensión. (Fojón, Llorrente y Piella, 2012).

Considerada como una capacidad militar con entidad propia o el marco general en el que pueden realizarse actividades informativas y psicológicas, la comunicación estratégica se define como un proceso enfocado a la obtención de opiniones favorables a los objetivos perseguidos mediante el empleo de acciones informativas claras, concisas y coordinadas en todos los niveles de la organización (Fojón, Llorrente y Piella, 2012).

De esta forma la comunicación estratégica desempeña un papel crucial en la planificación y ejecución de las operaciones militares en el ciberespacio o en apoyo a operaciones desempeñadas en los ambientes tradicionales. En un entorno altamente dinámico y complejo, la capacidad de transmitir información de manera efectiva y segura se ha vuelto esencial. Las fuerzas militares deben adaptarse a las demandas de los nuevos escenarios, desarrollando estrategias y tácticas que aprovechen al máximo las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Por otro lado, en este contexto actual donde el mundo se ha vuelto notablemente más complejo y saturado de información que en décadas pasadas, el aumento exponencial de la información disponible ha transformado profundamente el papel del periodista en la sociedad. Más allá de ser simples transmisores de datos, quienes tienen la responsabilidad de transmitir la información a la sociedad se han convertido en actores esenciales en la interpretación y organización de esta información, desempeñando un papel crucial en la construcción de significado y en la facilitación del acceso a los hechos. (García Ferreras, 2003).

De esta manera, lo esencial no radica tanto en la información en sí misma, sino en los estándares utilizados para elegirla y en la forma en que se la presenta al público. En este contexto, lo que se conozca o se dé a conocer la realidad cobra mayor relevancia que la realidad objetiva en sí misma.

Por ese motivo, la imagen proporcionada al espectador es una versión simplificada y diseñada para hacerla comprensible al público en general. Esto permite una amplia interpretación que abarca tanto lo verdadero como lo evidentemente falso, así como aproximaciones tangenciales a la realidad. Además, al proyectar esta situación a una potencial situación de crisis, en un contexto transnacional, coexisten intereses informativos, empresariales y nacionales, lo que da lugar a intereses cruzados que

influyen en la perspectiva a nivel nacional e internacional y en la interacción entre ambos (Fernández-Montesinos, 2013).

Como fue expresado a lo largo del presente capítulo, la opinión pública representa el conocimiento o sentimiento que una sociedad tiene sobre un aspecto o temática en particular. A pesar de esto, este sentimiento no es más que una consecuencia de la apreciación que la sociedad hace sobre un asunto en cuestión, por lo cual, la opinión pública es simplemente la representación de la percepción social sobre alguna temática de interés.

En lo que respecta particularmente a las operaciones militares, se identificaron ciertos factores que tienen mayor capacidad que otros para afectar la opinión pública en relación con la utilización efectiva del instrumento militar. La posibilidad de alterar estos factores podrá ser determinante a la hora de influir en la opinión pública sobre las operaciones militares.

En este sentido, la influencia de la opinión pública en el ámbito de la guerra no se limita a una mera observación pasiva, sino que se convierte en un factor determinante que puede inclinar la balanza hacia el éxito o el fracaso de una empresa bélica. La aceptación generalizada de una causa, la comprensión de los objetivos estratégicos y la solidaridad en tiempos de conflicto son elementos esenciales que la opinión pública puede aportar y contribuye de manera fundamental a lograr la legitimación de la acción militar.

En efecto, la sociedad actúa como una fuerza impulsora en la toma de decisiones militares, ya que la voluntad y el compromiso de la población son recursos valiosos que pueden movilizarse en apoyo de las acciones militares. Para obtener ese respaldo necesario, los líderes políticos y militares deben comunicar de manera efectiva los propósitos y las justificaciones detrás de sus acciones, estableciendo así un vínculo de confianza con la opinión pública.

Además, la opinión pública puede ejercer presión sobre los responsables de la toma de decisiones, influenciando en la dirección y el alcance de las operaciones militares. La percepción de la sociedad sobre la moralidad y la legalidad de una guerra pueden llevar a movimientos de protesta, cuestionamientos y debates que, en última instancia, pueden moldear la estrategia y las políticas militares.

En resumen, la opinión pública no solo refleja los valores y creencias de la sociedad, sino que también desempeña un papel activo y determinante en la configuración del panorama de la guerra, siendo un recurso valioso que los líderes deben comprender y

gestionar hábilmente para alcanzar el respaldo necesario en acciones militares que involucren todo el poder nacional.

En ocasiones puede resultar complejo poder dimensionar fehacientemente en qué medida la sociedad brinda apoyo a las actividades bélicas que son llevadas adelante por una Nación. Más allá de esto, existen algunos parámetros que son indicadores de la tendencia social hacia el apoyo o rechazo de cualquier acción desarrollada por los niveles de conducción de un Estado y, en algunas ocasiones, condicionan las decisiones que se toman en estos niveles. Uno de estos indicadores es la opinión pública.

Por todo esto, los medios de comunicación tienen un papel crucial en la formación de la percepción de la realidad en la sociedad. Estos medios no solo transmiten información, sino que también la presentan de una manera que puede influir en la percepción pública de los asuntos, la agenda política y los criterios de valoración por parte de la clase dirigente. Los medios pueden determinar qué temas son importantes, cómo se abordan y qué se considera relevante.

En un mundo con una gran cantidad de información disponible, los periodistas no solo actúan como transmisores de datos, sino como organizadores y seleccionadores de información. La selección de información y la forma en que se presenta son cruciales para comprender la realidad, y esto puede influir en la toma de decisiones basadas en elementos emocionales más que en la razón.

De esta manera, los medios de comunicación desempeñan un papel significativo en la construcción de la percepción de la realidad, y esta percepción puede influir en la toma de decisiones y en la comprensión de los acontecimientos por parte de la sociedad.

Por este motivo, muchas veces las decisiones se toman en función de factores emocionales generados desde parámetros no racionales y condicionados por la información recibida, a menudo presentada solo en forma de imágenes, lo que finalmente es elegido por quienes toman decisiones y se presenta como una verdad irrefutable, ya que las imágenes siempre dan la impresión de ser verídicas.

A pesar del hecho de que contar con el apoyo de la población otorgará cierta libertad de acción en el proceso de toma de decisiones, no hay que perder de vista que la opinión pública es simplemente una apreciación de la realidad. Por este motivo y bajo ninguna circunstancia puede ser considerada como único elemento de juicio a la hora de tomar decisiones que influyan significativamente sobre la campaña. Sin embargo, resulta indispensable considerar el impacto que las operaciones militares tendrán sobre la opinión pública y, en caso de ser necesario, arbitrar los medios disponibles para amortiguar este

impacto y mitigar los efectos que puedan surgir como consecuencia de no contar con el apoyo absoluto de la sociedad.

En el siguiente capítulo, a la luz de las ideas y conceptos planteados durante el desarrollo del presente trabajo de investigación se realizará un minucioso análisis de la influencia que tiene la opinión pública sobre las decisiones que se toman en el nivel operacional.

Capítulo II – La opinión pública y su influencia en las operaciones militares.

A lo largo del capítulo anterior se pudo apreciar que la información que recibe la sociedad tiene la potencial capacidad de moldear la opinión pública y que la forma en que esta información sea presentada fijará las bases sobre la que se construye esta percepción social. Ante este hecho, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en el proceso de creación de esta percepción de la realidad que es el pilar sobre el que se construye la opinión pública. Este último punto se debe a que los medios de comunicación son los que tienen la función de presentar la información que moldeará la expresión del sentir social.

En paralelo a esta idea, como se ha mencionado a lo largo de todo el trabajo, la opinión pública no es más que la expresión de la percepción que tiene la sociedad sobre una temática determinada, pero a su vez refleja el sentimiento social hacia esta temática. En relación a los conflictos armados y en términos militares, la opinión pública es una clara expresión de la moral del pueblo que se encuentra inmerso en un conflicto bélico y, en paralelo, es la fehaciente expresión de la legitimación social para con el enfrentamiento armado que esta sociedad enfrenta.

Con estas dos ideas de base, en el presente capítulo se busca identificar la influencia de la opinión pública en las decisiones que se toman en el nivel operacional. Para lograr este objetivo es pertinente tener presente que, en cualquier nivel de conducción, la expresión del sentimiento social favorable a la causa es fundamental para poder llevar adelante, con total libertad de acción, las acciones que se consideren más eficaces en pos de alcanzar los objetivos perseguidos.

En lo que respecta específicamente al nivel operacional, el comandante junto con su estado mayor deberá asegurarse desarrollar todas las acciones militares necesarias que permitan concretar el objetivo operacional para materializar el estado final operacional deseado. De igual manera, no se debe descuidar ningún otro aspecto, más allá que exceda a lo estrictamente militar, que tenga incidencia, directa o indirecta, sobre el desarrollo de las operaciones propiamente dichas.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento Conjunto de Asuntos Territoriales (RC 15-01) en todos los escenarios de los conflictos armados la situación exige a un comandante considerar, durante el planteamiento y ejecución de sus operaciones, factores sociales, políticos, culturales, religiosos, económicos, ambientales y humanitarios. No sólo como una forma de minimizar la interferencia de estos asuntos en el desarrollo de

las operaciones, sino como una condición necesaria para el cumplimiento de su misión. El comandante debe considerar además la posible presencia de los medios de comunicación masiva, los cuales deberán ser tratados de manera tal que poco interfieran en el cumplimiento de la propia misión (Estado Mayor Conjunto FFAA, 2007).

En el complejo y dinámico ambiente en el que se desarrolla el conflicto, resulta fundamental considerar que a la luz de la doctrina actual de las Fuerza Armadas Argentinas se resalta dentro de las características de los Asuntos Territoriales la inmediatez de los medios de comunicación masivos en el seguimiento de los conflictos y sus consecuencias sobre la población (Estado Mayor Conjunto, 2007). Esta condición expresada expone la importancia relevante que le otorga el marco reglamentario actual a la consideración de los medios de comunicación dentro del teatro de operaciones, en este caso en particular, a la incidencia sobre los asuntos territoriales de la campaña, y las posibles consecuencias sobre la población en general.

Por este motivo, la conducción de la campaña debe considerar con especial atención la coexistencia de las fuerzas militares en el Teatro de Operaciones con organizaciones gubernamentales y agencias no gubernamentales que se involucran en los conflictos globalizados de la guerra moderna. Más allá de todas las agencias no gubernamentales que inciden directa o indirectamente en el teatro de operaciones (Organización de Naciones Unidas, Organización de Estados Americanos, Médicos sin fronteras, entre otros) se debe tener en consideración la existencia de agencias con vinculación directa a los medios masivos de comunicación, ya sea de prensa escrita, radiales, televisivos, telefónicos o de internet (Keny, Locatelli, & Zarza, 2017).

Por este motivo, para el logro del estado final deseado, se deberán generar líneas de operaciones y líneas de esfuerzos en las que se considere, planifique y amortigüe el impacto de las propias acciones militares sobre algunas de estas agencias mencionadas precedentemente. Esta interacción entre el instrumento militar y el resto de la agencias es compleja, muy dinámica y requiere el máximo de atención y previsión (Keny, Locatelli, & Zarza, 2017).

En este sentido, los medios de comunicación deben ser considerados con especial atención en esta interrelación entre los mandos militares y el resto de las agencias presentes en el Teatro de Operaciones, debido a que los medios de comunicación tienen un alcance que claramente exceden los límites físicos del propio teatro de operaciones. Un claro ejemplo de esto último se puede evidenciar como consecuencia de la velocidad con la que las imágenes del campo de batalla pueden difundirse al instante en todo el

mundo a través de teléfonos móviles, volviéndose imperativo poder anticipar esta situación e incluso considerar su utilización como herramienta de comando.

En vista de esta situación, es fundamental establecer una Oficina de Prensa y Asuntos Políticos con dependencia directa del Comandante, encargada de mantener una comunicación efectiva con los medios de comunicación, otras agencias y, en determinados casos, coordinar la asistencia humanitaria en el Teatro de Operaciones (Keny, Locatelli, & Zarza, 2017). En situaciones de conflicto, la coordinación con otras agencias, incluidas las humanitarias, es esencial para lograr coordinaciones eficientes y evitar contratiempos que puedan afectar el normal desenvolvimiento de las operaciones militares. En este sentido, la existencia de un punto de contacto centralizado facilitará la eficiente coordinación y acción con las diferentes agencias.

Más allá de esto, el correcto manejo de la relación con los medios de comunicación podría facilitar que el mensaje que llegue a la población sea lo más objetivo y menos tendencioso posible. Como se ha expresado previamente, la forma en que se comunica la información a la sociedad puede influir en la percepción pública sobre la operación militar. Asegurar la comunicación de manera efectiva mediante un elemento que centralice el manejo de la relación entre el comandante y los medios de comunicación facilitará que la opinión pública sea favorable y de esta manera existirán más posibilidades de lograr y mantener la legitimación de la operación militar.

Por otra parte, es esencial prever que el Comandante puede quedar expuesto al asedio mediático. Sin una estrategia adecuada en relación con los medios, existe el riesgo de distorsionar, tergiversar o exponer públicamente acciones de guerra, como operaciones planificadas o evaluaciones de daños, que, por su naturaleza, pueden poner en peligro tanto las operaciones de nuestras fuerzas como la continuidad del Comandante al mando de sus tropas (Keny, Locatelli, & Zarza, 2017).

De esta manera, la creación de un elemento de planificación, bajo la dirección directa del Comandante, que siga de manera estrecha la evolución de los asuntos territoriales, junto con una estrategia efectiva de manejo de medios de comunicación, se presenta como una medida esencial en la planificación y control de la evolución de la campaña. Esto no solo facilitaría la transmisión de información objetiva y menos sesgada a la población en general, sino que también protegería la integridad de las operaciones militares y la continuidad del liderazgo efectivo del Comandante frente a la posible intensa tensión mediática. En un entorno donde la percepción pública desempeña un papel sumamente significativo, estas consideraciones se vuelven fundamentales para lograr el

éxito de las operaciones militares dentro del teatro de operaciones y de esta manera buscar lograr alcanzar el objetivo operacional.

En la era actual, donde prácticamente cualquier individuo puede generar y difundir información en tiempo real, la necesidad de contar con un elemento de comando que concentre y gestione la información oficial se vuelve imperativa. Esta medida no solo fortalecerá la credibilidad de las comunicaciones oficiales, sino que también reducirá las posibilidades de malentendidos y tergiversaciones en el mensaje oficial.

La centralización de la información y la promoción de un mensaje único y claro a través de esta entidad de comando son esenciales para garantizar que la información sea precisa y confiable en un mundo cada vez más saturado de datos y opiniones diversas. Además, contribuirá a mantener la coherencia y la consistencia en la comunicación oficial, lo que, a su vez, fortalecerá la confianza del público en las fuentes de información gubernamental.

A modo general y retomando algunos de los conceptos planteados, se debe destacar la importancia crítica de la gestión de la opinión pública y la relación con los medios de comunicación en el contexto de las operaciones militares. La expresión de percepción de la sociedad sobre un conflicto armado no solo refleja su opinión, sino que también influye en la moral de las fuerzas militares y en la legitimidad de la causa. Por lo tanto, se debe prestar especial atención a cómo se presenta la información y cómo se maneja la relación con los medios de comunicación.

En un escenario de guerra moderna y conflictos globalizados, la interacción entre las fuerzas militares, organizaciones gubernamentales y agencias no gubernamentales se vuelve esencial para poder mantener el normal desenvolvimiento de las líneas de operaciones y líneas de esfuerzos de acuerdo a lo planificado. En este contexto, los medios de comunicación desempeñan un papel crítico que no sólo tienen impacto en las mencionadas agencias con incidencia sobre el teatro de operaciones, sino que, fundamentalmente, impactan sobre la apreciación de la sociedad fundando las bases de la legitimación del conflicto.

Es fundamental reconocer que las acciones militares no ocurren en un vacío y que las decisiones del nivel operacional deben considerar cuidadosamente la compleja interrelación entre las diferentes agencias con incidencia en el conflicto. La presencia de medios de comunicación y su capacidad para difundir información en tiempo real a nivel global requiere una planificación anticipada y una estrategia efectiva para garantizar la objetividad y minimizar riesgos tanto en las operaciones militares como en la imagen de

las tropas desplegadas en el teatro de operaciones.

En este contexto, la creación de una Oficina de Prensa y Asuntos Políticos bajo la supervisión directa del Comandante se presenta como una medida esencial para mantener una comunicación eficaz, coordinar la asistencia humanitaria y gestionar adecuadamente la relación con los medios de comunicación, con el objetivo de alcanzar un estado final operacional deseado en medio de un entorno altamente dinámico y desafiante. En este último punto, una estrategia sólida de comunicación, es esencial para garantizar una percepción pública objetiva y para evitar que la exposición mediática perjudique las operaciones militares y el liderazgo del Comandante del Teatro de Operaciones.

Como se puede apreciar, la comunicación desempeña un papel fundamental en los conflictos armados a nivel de la toma de decisiones. Su valor operacional radica en su capacidad para influir en la percepción pública de lo que sucede en el campo de batalla, lo cual derivará directamente en la configuración de la legitimación de la causa, convirtiendo a la comunicación de esta manera en un elemento crucial para el éxito de la misión. Esto implica que la gestión de la comunicación debe ser multidimensional y abarcar diversos aspectos más allá del ámbito operacional. Además, debe tener en cuenta aspectos temporales, de información, inteligencia, ayuda humanitaria, medio ambiente, asuntos civiles, asuntos militares, infraestructura, economía, ambiente psicosocial, criminal, financiero, biológico, entre otros (Castro, 2020).

En el contexto de los conflictos modernos, donde la velocidad de la información y la presencia de los medios de comunicación masivos pueden amplificar el impacto de las repercusiones de las operaciones militares, se vuelve necesario asegurar un adecuado manejo de información por parte de quienes tienen la responsabilidad de conducir la campaña. En este entorno donde la información fluye constantemente, la consolidación de la información y la claridad en las comunicaciones son fundamentales para una comunicación eficaz y creíble.

Por este motivo, la planificación y control de la evolución de la campaña deben considerar cuidadosamente el manejo de la información para que su impacto sobre la población no afecte la legitimación de las operaciones militares en pos de alcanzar el estado final operacional deseado. Poder lograr el adecuado control en el manejo de la información será de vital importancia para preservar la confianza pública, minimizar la resistencia o rechazo de la población a las operaciones militares y, en última instancia, alcanzar con éxito los objetivos operacionales de la campaña. El manejo efectivo de la

información se convierte así en un pilar fundamental para la consecución de una campaña militar exitosa y sostenible en todos sus aspectos.

En el siguiente capítulo, se llevará a cabo un análisis detallado de un caso histórico en el que la gestión inadecuada de la información relacionada con el desarrollo de un conflicto armado, con repercusiones significativas a nivel internacional, puso en peligro la legitimidad de la campaña militar y obstaculizó el mantenimiento del esfuerzo bélico requerido para garantizar el logro del objetivo operacional establecido.

Capítulo III – Invasión a Irak: medios de comunicación y la pérdida de la legitimación social.

En este último capítulo del presente trabajo se realizará un detallado análisis de la influencia que tuvieron los medios de comunicación sobre la opinión pública internacional durante la Operación Iraqui Freedom que comenzó en el año 2003. A partir del estudio de este caso histórico se buscará identificar aquellos elementos que jugaron un papel destacado en el proceso de legitimación de la campaña militar liderada por Estados Unidos en el mencionado país del mundo árabe.

Para contextualizar el marco en el que esta campaña militar tuvo lugar, resulta pertinente realizar un repaso general de la realidad internacional que se presentaba en el momento en el que se llevó adelante la invasión a Irak por parte de la coalición liderada por Estados Unidos. En líneas generales el entorno general estaba marcado una creciente tensión entre algunos países del mundo árabe y los del mundo occidental, principalmente con Estados Unidos.

En esta realidad, el gobierno del Presidente Bush solicitó al congreso la intervención militar en Irak al considerar que el país desestabilizaba la provisión de hidrocarburos a los mercados internacionales de medio oriente. Posterior a este movimiento político con marcado impacto internacional, la realidad global se vería sacudida por los ataques perpetrados sobre Estados Unidos el 11 de septiembre de 2001. Este hecho había alterado drásticamente la percepción de la seguridad global, y Estados Unidos buscaría dismantelar las redes terroristas y combatir el terrorismo internacional.

De esta manera, el gobierno de los Estados Unidos declaró la guerra contra el terrorismo que se materializó semanas después en la Guerra de Afganistán que tenía como objetivo la neutralización del líder de la organización Al Qaeda Osama, Bin Laden, quien se había adjudicado públicamente la autoría de los atentados terroristas. Seguido a esta intervención y con el objeto de poner fin a la financiación y promoción de estas células terroristas, Estados Unidos, a la cabeza de la coalición internacional, invadió Irak el 20 de marzo de 2003 (Castro, 2020).

Sumado a esta situación, la administración del presidente Bush acusaba a Irak de poseer armas de destrucción masiva, incluyendo armas químicas y biológicas, y de estar desarrollando armas nucleares. A pesar de esto y del intento de los Estados Unidos por engrosar la coalición internacional para respaldar la intervención, el apoyo internacional recibido no fue amplio. Si bien algunos países se unieron, otros como

Francia y Alemania, se opusieron a la invasión sin una resolución clara de la ONU.

Tras el inicio de las operaciones militares, se suscitó una rápida derrota del ejército iraquí, lo que llevó al derrocamiento del régimen de Saddam Hussein. Posteriormente, se estableció un gobierno provisional en Irak con el respaldo de Estados Unidos y Gran Bretaña, gobierno que enfrentó grandes dificultades para establecer la estabilidad y la legitimidad en medio de la violencia y la resistencia generalizada.

Tras años de conflictos de diferente magnitud y originados por diversas causas el presidente de los Estados Unidos Barack Obama inició el repliegue de tropas hacia el año 2010, pero no fue hasta 2011 cuando este y el primer ministro iraquí Nuri al-Maliki pusieron fin a la intervención de la coalición y la retirada de la totalidad de las tropas (Castro, 2020). De esta manera, una de las coaliciones militares más poderosas del mundo se veía obligada a abandonar el Teatro de Operaciones sin haber logrado alcanzar el estado final deseado.

Si bien no hay dudas de que la complejidad de un conflicto armado difícilmente se pueda reducir simplemente al análisis de una sola variable, a los fines de este trabajo de investigación, se buscará realizar un estudio del papel que jugó el manejo de la información y el impacto en la opinión pública en este conflicto. Inicialmente es bueno contextualizar como la opinión pública había jugado un papel sobresaliente en los conflictos precedentes en los que se había visto envuelto Estados Unidos.

Tras la derrota estadounidense en Vietnam, las lecciones aprendidas por parte de los Estados Unidos sirvieron de enseñanzas que fueron reflejadas en la guerra del Golfo Pérsico (1990/91). En la búsqueda de no cometer los errores del pasado, específicamente en relación con la opinión pública sobre las operaciones militares, los Estados Unidos se vieron compelidos a forjar una imagen de guerra limpia y legítima. Para lograr este cometido, la estrategia se centró en la manipulación de los medios de comunicación a gran escala. A diferencia de su experiencia en Vietnam, en esta ocasión, el Nivel Operacional demostró haber aprendido a aprovechar la influencia de los medios de manera efectiva. La cadena de televisión estadounidense CNN emergió como un aliado crucial en este proceso, dando lugar al fenómeno conocido como el "efecto CNN". Aunque inicialmente concebida para salvaguardar la veracidad de la información, la transmisión en tiempo real se transformó paradójicamente en un espectáculo donde la autenticidad pasó a un segundo plano. Dada su posición central en este sistema, la CNN se convirtió en una herramienta de propaganda de alcance global.

Esta manipulación de los medios no solo fue un intento de controlar la narrativa

de la guerra, sino también una manifestación de la creciente importancia de los medios de comunicación en la política y la diplomacia modernas. La percepción pública y la opinión global se convirtieron en elementos esenciales en la estrategia militar y política de los Estados Unidos, y la explotación de los medios, encabezada por la CNN, desempeñó un papel destacado en la promoción de la imagen deseada en un conflicto donde la verdad se volvió un bien relativo en el escenario internacional.

Esta estrategia comunicacional y de control de los medios fue realmente efectiva durante la Primera Guerra del Golfo marcando un punto bisagra en que se refiere a la cobertura y difusión periodística de los conflictos armados. Sin embargo, el control mediático ejercido sobre la cadena de información oficial difícilmente pudo ser replicado durante la invasión a Irak, en donde tuvo lugar una revolución en la transmisión periodística que aún perdura hasta nuestros días.

En primera medida se debe destacar que, en las dos guerras del Golfo, el control de la imagen se convirtió en un desafío crucial para el Nivel Operacional, ya que se consideraba que las imágenes eran material altamente sensible debido a su evidencia, explicitud y dificultad para refutarlas. Por este motivo, el acceso de los fotógrafos a las zonas militares estaba altamente restringido, a diferencia de Vietnam, donde se mostraron ejecuciones y escenas de muerte en pantalla. En estas guerras, las imágenes se centraron en visiones impersonales de explosiones, movimientos de tanques y actividades aéreas, evitando mostrar al enemigo, ni muerto ni vivo, ni a los propios soldados, que permanecían ocultos tras máscaras y blindajes. El control de la imagen se convirtió en un elemento crítico para el éxito de las operaciones militares en ese contexto (Borella, 2009).

A pesar de esta estrategia general que caracterizó al manejo de la información en ambos conflictos, la principal diferencia radicó en la aparición de un agente desconocido hasta el momento, el acceso casi irrestricto a internet por parte de la mayor parte de las personas. Si la II Guerra Mundial fue la guerra de la radio; Vietnam, la guerra de la televisión; y la Guerra del Golfo, propiedad de la CNN; la invasión de Irak pasó a la historia como la primera en que Internet se convirtió en la fuente de información más rápida (Ayerdi, 2003). Esta condición no prevista ni planificada introdujo una variable inédita que fue difícil de manejar por quienes tenía la responsabilidad de conducir el conflicto.

La invasión de Irak marcó un punto de inflexión en el papel de Internet como fuente clave de información y comunicación. Con aproximadamente 3,000 reporteros presentes en comparación con los aproximadamente 500 en la Guerra de Vietnam, se

destacó la influencia de la tecnología disponible para los periodistas, incluyendo teléfonos celulares con conexión satelital y cámaras digitales, lo que facilitó la difusión de información sobre la guerra y amplió la transmisión de noticias a través de fuentes independientes y alternativas a las grandes cadenas de televisión y agencias de noticias. Como resultado, los corresponsales oficiales se enfrentaron a la competencia de una información independiente y plural que desafiaba las narrativas oficiales proporcionadas por las principales agencias de noticias y periódicos (Mirea, 2016).

Este cambio en la dinámica informativa motivó una respuesta de los ciudadanos en contra de la guerra, quienes utilizaron Internet para organizarse en una "e-movilización". Esta nueva dimensión de Internet marcó el inicio del activismo político y propagandístico en línea. Surgieron agencias de noticias de movimientos sociales contra la guerra y foros donde los internautas podían expresar sus opiniones y apoyar a otros movimientos. Los activistas anti-guerra proporcionaron información que divergía significativamente de la ofrecida por los medios tradicionales, cuestionando tanto las justificaciones como las acciones del ejército estadounidense en un período que marcó el uso de Internet como una poderosa herramienta para la participación política y la difusión de perspectivas alternativas (Merino Fernandez, 2018).

De esta forma, el surgimiento de estas movilizaciones motivadas a través del uso de internet durante un período de oposición ciudadana a la guerra marcó un hito en la evolución del activismo político y la difusión de información. Internet se convirtió en una herramienta poderosa que permitió a los ciudadanos organizarse, compartir perspectivas disruptivas y desafiar las narrativas establecidas. Este cambio en la dinámica informativa demostró el potencial de Internet para democratizar el acceso a la información y facilitar la participación política a nivel global. Además, resaltó la importancia de tener una diversidad de fuentes de información y perspectivas en un mundo cada vez más interconectado, lo que subraya la necesidad de un análisis crítico y una mayor conciencia de la influencia de los medios en la formación de opiniones públicas y decisiones políticas.

El uso de los medios de comunicación social, a través de internet y por medio de las redes sociales facilitó conquistar la mente de jóvenes en occidente, que terminaron simpatizando con Irak, el Estado Islámico y otros, fundamentalmente como consecuencia del trabajo focalizado sobre gran parte de la población occidental que comienza a descreer de la información formal, buscando alternativas en lugares donde antes no existían. Este acontecimiento marcó el inicio de la guerra de la desinformación y claramente incidió en

las decisiones políticas que decantaron en el retiro de las tropas previo a alcanzar el estado final deseado (Castro, 2020).

Como se puede apreciar, la irrupción de Internet marcó un hito trascendental en la comunicación al relegar la efectividad de la propaganda tradicional. Este medio revolucionario transformó radicalmente la forma en que se difunde, accede y genera información. Su poder radica en su capacidad para eludir el control y la censura gubernamental, ya que los gobiernos enfrentan dificultades insuperables para ejercer dominio sobre esta vasta red global. La descentralización inherente a Internet democratizó la comunicación al permitir que cualquier individuo o entidad participe en la creación y difusión de contenido, rompiendo así con las restricciones impuestas por los canales tradicionales de propaganda.

Este nuevo paradigma ha planteado desafíos y oportunidades sin precedentes para la influencia y el control de la información en la esfera pública. Los gobiernos y actores poderosos se han visto desafiados por la democratización de la información en la era digital, lo que ha llevado a la necesidad de adaptarse y encontrar formas más sutiles y sofisticadas de influir en la opinión pública. En este contexto, la capacidad de influenciar a través de la persuasión, la narrativa y la gestión de la reputación en línea se ha convertido en un campo de batalla crucial en la era de Internet, donde la percepción y la legitimidad son tan valiosas como el control absoluto de la información.

De manera general, se puede apreciar que la incorrecta interpretación de la manera más eficiente para manejar de la información relativa a la contienda bélica incidió de forma directa sobre la percepción social en torno al conflicto en cuestión. Esta situación tuvo un marcado impacto en la opinión pública internacional y, en particular, en la del pueblo norteamericano, situación que condicionó el accionar de las tropas desplegadas en el terreno a tal punto que la campaña militar nunca logró alcanzar el estado final deseado.

Conclusiones

Durante el desarrollo del presente trabajo se ha realizado un estudio minucioso de la opinión pública y de la estrecha relación que existe entre esta y el proceso de legitimación de la causa que conduce a un Estado a un enfrentamiento bélico. Asimismo, se identificó como esta expresión social de la percepción de la realidad puede influenciar en el normal desenvolvimiento de las operaciones militares identificando algunas medidas paliativas que permiten tener un relativo control del impacto de la información sobre la sociedad. Finalmente, mediante el análisis de la Invasión a Irak se pudo reconocer como el mal manejo de la información decantó en la imposibilidad de alcanzar el estado final deseado de la campaña llevada adelante por la coalición militar más importante de ese momento.

Como se ha destacado durante el desarrollo del trabajo, la moral y la opinión pública han desempeñado un papel fundamental en los conflictos bélicos a lo largo de la historia. La percepción de la sociedad sobre la legitimidad, la moralidad y el propósito de una guerra puede influir significativamente en el apoyo y la legitimación de las acciones militares emprendidas por un Estado. La opinión pública no solo refleja los valores y creencias arraigados en la sociedad, sino que también puede ejercer presión sobre los líderes políticos y militares, moldeando así las políticas y las estrategias militares a adoptarse.

Asimismo, se han identificado factores clave que afectan la opinión pública en relación con las operaciones militares, como la percepción de riesgo, la percepción de bondad y la percepción de éxito. Estos factores pueden usarse de base para moldear la forma en que se presenta la información a la sociedad, resaltándose la importancia de la comunicación estratégica y la gestión de la narrativa en un conflicto armado.

Por todo lo expuesto, se destaca que la opinión pública no puede ser subestimada en la toma de decisiones militares, ya que puede ser un recurso valioso o un desafío significativo para el éxito de la campaña militar. Comprender y gestionar hábilmente la percepción pública se vuelve esencial para llevar a cabo acciones militares efectivas y sostenibles con la mayor libertad de acción posible.

Por otro lado, en el nivel operacional es fundamental entender el correcto gerenciamiento de la opinión pública y la gestión de los medios de comunicación para lograr la eficacia de operaciones militares. En este punto se destaca la crucial necesidad de presentar adecuadamente la información y de mantener una armoniosa relación con

los medios de comunicación, ya que un inadecuado manejo de la información puede generar un impacto profundo en la percepción social del conflicto armado y, en última instancia, en la legitimación de la causa militar.

La comunicación en el contexto de los conflictos modernos se ha convertido en una herramienta multidimensional que abarca diversos aspectos más allá de lo puramente operativo. Se deben considerar factores temporales, de inteligencia, información, ayuda humanitaria, asuntos civiles, económicos, ambientales, y mucho más. La velocidad de la información y la presencia de los medios de comunicación masivos en el teatro de operaciones pueden amplificar el impacto de las operaciones militares, lo que hace que el manejo de la información sea esencial para garantizar una comunicación efectiva y creíble.

Por otro lado, se identificó la necesidad de establecer una Oficina de Prensa y Asuntos Políticos, a alguna célula de similares características, bajo la supervisión directa del Comandante en el nivel operacional. Esta medida se presenta como esencial para mantener una comunicación eficaz, coordinar la asistencia humanitaria y gestionar adecuadamente la relación con los medios de comunicación. En este sentido, es menester la centralización de la información y la promoción de un mensaje único y claro a través de esta entidad de comando, lo que fortalecerá la credibilidad de las comunicaciones oficiales y reducirá las posibilidades de malentendidos o tergiversaciones en el mensaje oficial y cimentará la comunicación estratégica. Por este motivo, se resalta que la gestión de la opinión pública y la comunicación efectiva son factores críticos para el éxito de las operaciones militares en un entorno altamente dinámico y desafiante.

En virtud de dar respuesta a la pregunta de investigación que originó la presente investigación, ¿En qué medida el impacto de las acciones militares sobre la opinión pública afecta al proceso de toma de decisiones del comandante operacional de un teatro de operaciones?, se puede afirmar que el impacto de las acciones militares sobre la opinión pública puede tener un efecto significativo en el proceso de toma de decisiones del comandante operacional de un teatro de operaciones. Para fundamentar esta afirmación se resaltan algunos aspectos que fueron abordados durante la presente investigación.

En primer lugar, la percepción que la sociedad tenga en relación a la operación militar le otorgará legitimidad a la causa que motiva tal intervención. Si la sociedad, tanto nacional como internacional, percibe la acción militar como injusta o inadecuadamente justificada, esto puede socavar la legitimidad de la misión y la capacidad del comandante

para llevar a cabo sus operaciones de manera efectiva. Esta situación podrá afectar tanto al nivel operacional como a los niveles superiores, pero claramente tendrá un impacto directo sobre las acciones operacionales en el teatro de operaciones.

En una misma línea, la opinión pública puede influir en el apoyo político que recibe la operación militar. Si la opinión pública está en contra de la campaña o la misma carece del apoyo de la sociedad, los líderes políticos pueden verse presionados para retirar el apoyo a la misión o incluso poner fin a ella. Esta situación tendrá un impacto directo sobre las operaciones militares y en las decisiones que pueda tomar el comandante.

Asimismo, la presión mediática y la opinión pública también pueden generar demandas de transparencia y exigir justificaciones en relación con las acciones militares. Estas condiciones pueden desencadenar investigaciones y presiones para tomar medidas correctivas, lo que afectará la planificación y ejecución de las operaciones militares. Si la opinión pública se vuelve fuertemente en contra de una operación militar, puede dar lugar a movimientos de protesta y resistencia tanto en el país de origen como en la zona de operaciones. Estos movimientos pueden crear desafíos adicionales para el comandante en términos de seguridad, logística y relaciones con la población local.

En ciertas circunstancias, dependiendo de cómo evoluciona la expresión de la opinión pública, el comandante puede llegar a verse presionado para tomar decisiones que afecten, en forma directa o indirecta, a las operaciones militares. Estas circunstancias, motivará la adopción de decisiones condicionadas por la percepción social sobre factores tales como el progreso y la efectividad de la misión. En este punto, es necesario destacar que bajo ninguna circunstancia se puede considerar a la opinión pública como único elemento de valoración para la toma de decisiones, pero, a su vez, es necesario considerar el posible impacto de las operaciones sobre esta expresión del sentimiento social para evitar o anticiparse a posibles consecuencias o presiones adversas.

Como se puede apreciar en el estudio del caso histórico analizado, la incorrecta interpretación de los medios más óptimos para mantener un relativo control del flujo de información sobre las operaciones militares imposibilitó mantener una opinión pública favorable durante el desarrollo de la campaña militar. Esta pérdida de la legitimación social sobre la operación militar terminó decantando en el retiro de las tropas del teatro de operación sin haber alcanzado el estado final deseado.

En forma resumida, se puede expresar que el impacto de las acciones militares sobre la opinión pública puede ser significativo y puede influir en múltiples aspectos del proceso de toma de decisiones del comandante operacional. Esto resalta la importancia

de la gestión de la comunicación, la transparencia y la adaptación estratégica en respuesta a la percepción pública en un entorno de operaciones militares.

Finalmente, y en virtud de la información analizada durante el presente trabajo podemos validar el supuesto presentado en la introducción que sostienen que: como consecuencia de la evolución en los medios masivos de comunicación, la accesibilidad casi irrestricta a internet y la inmediatez en las comunicaciones, los medios de comunicación son una herramienta necesaria para sostener la voluntad de lucha de la población expresada a través de la opinión pública favorable durante los conflictos armados, la cual le otorga legitimidad y libertad de acción al comandante para el empleo efectivo del Instrumento Militar.

Reforzando este último postulado, resulta necesario mantener el adecuado control de la información mediante el diseño de una correcta comunicación estratégica que debe ser planificada, ejecutada y controlada desde la paz, para asegurar que en ocasión del conflicto la eficacia de la misma sólo requiera de una correcta adaptación a las circunstancias reinantes. En este mismo aspecto, más allá de tener en consideración aquellos factores que fueron resaltados como de influencia significativa sobre la opinión pública sobre las operaciones militares, resulta necesario evolucionar al ritmo de las innovaciones que surgen en torno a los medios de comunicación y sus modos de empleo. Esto asegurará que, a la hora de tener que hacer frente al manejo de información y comunicación en situaciones de crisis, se disponga del adecuado conocimiento y manejo de las últimas tendencias en la materia y no se caiga en el error de combatir la batalla mediática del pasado, condición que puede conducir a la pérdida de la legitimación social con la potencial consecuencia de no alcanzar el estado final deseado.

Bibliografía

Aguilar Villanueva, L. (1987). Una reconstrucción del concepto de Opinión Pública. *Revista Mexicana de Ciencia Políticas y Sociales*, 97-128.

Ayerdi, K. M. (2003). *El valor de Internet durante el conflicto en Irak*. Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social.

Beahm, G. (2012). *The Boy Billionaire: Mark Zuckerberg in his own words*. Chicago: Agate.

Borella, G. (2009). *Medios en tiempos de guerra: un análisis evolutivo de la gestión de la información en los conflictos bélicos*.

Bouthoul, G. (1971). *La Guerra*. Barcelona: Oikos-tau S.A.

Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de. *Revista Latina de Comunicación Social*, 277-286.

Castro, C. N. (2020). *EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA TOMA*. Buenos Aires: Escuela Superior de guerra Conjunta.

Clausewitz, K. V. (1968). *De la Guerra. Volumen 1*. Buenos Aires: Círculo Militar, 2da Edición.

Estado Mayor Conjunto FFAA. (2007). *Reglamento Conjunto de Asuntos Territoriales RC 15-01*. Buenos Aires: Estado Mayor Conjunto.

Estado Mayor Conjunto, F. A. (2007). *RC 15-01 Asuntos Territoriales*. Buenos Aires: Estado Mayor Conjunto FFAA.

Estado Mayor Conjunto, F. A. (2017). *PC 20-01 Reglamento conjunto "Planeamiento para la acción militar conjunta del nivel operacional"*. Buenos Aires: Estado Mayor Conjunto, FFAA.

Fernández-Montesinos, F. A. (2013). *Conflicto y opinión pública*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.

Fojón, Llorrente y Piella. (27 de diciembre de 2012). *Las redes sociales como elemento de comunicación estratégica de las Fuerzas de Defensa Israelíes durante la Operación Pilar Defensivo en Gaza*. Obtenido de www.realinstitutoelcano.org: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/las-redes-sociales-como-herramienta-de-comunicacion-estrategica-de-las-fuerzas-de-defensa-de-israel-durante-la-operacion-pilar-defensivo-en-gaza/>

Freedman, L. (2019). *La guerra futura*. España: Critica.

García Ferreras, A. (2003). *Terrorismo, víctimas y medios de comunicación*.

Goldstein, F. L. (1996). *Psychological Operations Principles and Case Studies*. Alabama: USAFR Air University.

Johannsen, R. (1965). *The Linconl-Duglas Debates*. Oxford: Oxford University Press Inc.

Kaempf, S. (2019). A relationship of mutual exploitation: the evolving ties between the Pentagon, Hollywood, and the commercial gaming sector. *Social Identities*, 542-558.

- Keny, A., Locatelli, O., & Zarza, L. (2017). *Arte y diseño operacional*. Buenos Aires: Escuela Superior de Guerra Conjunta de las Fuerzas Armadas.
- Merino Fernandez, L. (2018). *La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de los conflictos modernos*. Barcelona: Universitat Abat Oliba CEU.
- Michavila Nuñez, N. (2011). *Apoyo público a operaciones militares: Factores claves*. Madrid: Ministerio de Defensa Español.
- Michavila Nuñez, N. (s.f.). *Opinión Pública y Conflicto*. Barcelona: Opus.
- Mirea, E. N. (2016). *Nuevas dimensiones de Internet: ¿fuente de información o propaganda? La guerra en red y el periodismo*. Madrid: Universidad Complutense.
- Moya, E. (2018). *La posverdad: Seguridad y Defensa*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Navy Ombudsman Social Media, H. (2010). Manteniendo la familia fuerte a través de la comunicación. *Navy Ombudsman Social Media Handbook*, 2.
- Noëlle-Neumann, E. (1992). *La espiral del silencio*. Barcelona: Gidesa.
- Otero, R. A. (2013). *Influencia de las redes sociales en la conducción estratégica operacional*. Buenos Aires: ESGC.
- Patrikarakos, D. (2017). *War in 140 Characters*. New York: Basic Books.
- Pentland, A. (2014). *The dead of individual. What really governs your actions?* New Scientist.
- Pinker, S. (2013). *Los Ángeles que llevamos dentro*. Paidós.
- Ponce, F. (2016). *Operaciones Cinéticas y No Cinéticas en el Teatro de Operaciones Irak*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Escuela Superior de Guerra Conjunta de las Fuerzas Armadas.
- Rissoan, R. (2011). *Las redes sociales, Facebook, Twitter, Linkedin y Viadeo en el mundo profesional*. Barcelona: Ediciones ENI.
- Rodriguez, N. (2020). The War for the Public's Mind. *JOURNAL OF THE AMERICAS*.
- Stotenberg, J. (25 de Marzo de 2015). *North Atlantic Treaty Organization (NATO)*. Obtenido de https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_118435.htm?selectedLocale=en
- Taylor, P. M. (1992). *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester University Press.
- Theohary, C. A. (2015). *The Role of Social Media in Conflict*. Wahsington DC: Library of Congress.
- Tzu, S. (2008). *El Arte de la Guerra*. Buenos Aires: Troquel S.A.
- William Marcellino, Meagan L. Smith, Christopher Paul. (2017). *Monitoreo de las redes sociales*. Santa Mónica: RAND Corporation.