



Zorzi, Facundo Martín Federico

# Utilización de la propaganda y la teoría del encuadre (framing) como armas estratégicas, considerando la influencia de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, en la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de ...



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

Zorzi, F. M. F. (2025). *Utilización de la propaganda y la teoría del encuadre (framing) como armas estratégicas, considerando la influencia de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, en la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5782> ...*

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

# **Utilización de la propaganda y la teoría del encuadre (framing) como armas estratégicas, considerando la influencia de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, en la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica**

***TESIS DE MAESTRÍA***

**Facundo Martín Federico Zorzi**

[facundozorzi@yahoo.com.ar](mailto:facundozorzi@yahoo.com.ar)

## **Resumen**

La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación que se ha producido en los últimos años del siglo XX ha proporcionado nuevas herramientas, entre las que se destacan Internet y las redes sociales, en la utilización de la propaganda y la teoría del encuadre (framing) como armas comunicacionales fundamentales en los conflictos entre actores estratégicos. En nuestro trabajo estudiaremos esta problemática en un caso paradigmático de los conflictos contemporáneos, que es la guerra de Irak, tomando como período de análisis al comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica.

La actividad comunicacional ha estado presente en las tradiciones de hacer la guerra tanto de occidente como del oriente desde la antigüedad. En el siglo XX la creación de importantes medios masivos de comunicación social y el nacimiento de las ciencias de la comunicación impactaron en el uso que se le dio a la actividad comunicacional durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría, la Guerra de Vietnam y la Guerra del Golfo. Durante la Guerra de Irak un actor estratégico estatal (los Estados Unidos de Norteamérica) y un actor estratégico no estatal (la organización islamista Al Qaeda en Irak) utilizaron la propaganda y la teoría del encuadre como armas estratégicas del campo comunicacional para lograr sus respectivos objetivos en el más alto nivel de la conducción.

Palabras claves: Actividad Comunicacional – Propaganda – Desinformación – Teoría del Encuadre (Framing) – Guerra de Irak.

**TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA**

**TRABAJO FINAL INTEGRADOR DE LA MAESTRÍA EN CIENCIAS  
SOCIALES Y HUMANIDADES (CON ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN)**

**Título: “Utilización de la propaganda y la teoría del encuadre (framing) como armas estratégicas, considerando la influencia de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, en la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica”.**

Que para acceder al título de Magister en Ciencias Sociales y Humanidades

presenta el alumno: **FACUNDO MARTÍN FEDERICO ZORZI**

C.A.B.A, 27 de agosto de 2024.

**INTRODUCCIÓN**

<b>Antecedentes y justificación del problema</b>	<b>1</b>
<b>Definición del problema</b>	<b>8</b>
<b>Objetivos</b>	<b>8</b>

**DESARROLLO**

<b>La actividad comunicacional en las distintas tradiciones de hacer la guerra</b>	<b>8</b>
<b>La actividad comunicacional durante la Primera Guerra Mundial y el período de entreguerras</b>	<b>13</b>
<b>La actividad comunicacional durante la Segunda Guerra Mundial</b>	<b>22</b>
<b>La actividad comunicacional durante la Guerra Fría y la Guerra de Vietnam</b>	<b>28</b>
<b>La actividad comunicacional durante la Guerra del Golfo</b>	<b>38</b>
<b>La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación</b>	<b>45</b>
<b>La actividad comunicacional y la actual transformación de los conflictos armados</b>	<b>56</b>
<b>La actividad comunicacional y la Guerra de Irak</b>	<b>73</b>
<b>Antecedentes del conflicto</b>	<b>73</b>
<b>La guerra</b>	<b>82</b>
<b>La posguerra</b>	<b>101</b>
<b>La contrainsurgencia</b>	<b>122</b>
<b>La Guerra de Irak después de la Presidencia de George W. Bush</b>	<b>130</b>

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>133</b>
---------------------	------------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>142</b>
-----------------------------------	------------

## 1. Introducción

### a. Antecedentes y justificación del problema.

John Keegan (2021), uno de los historiadores militares británicos más importantes del siglo XX, analizando los distintos factores que llevaban a una nación a alcanzar el éxito en un conflicto bélico sostenía que “en la guerra lo decisivo es el resultado de la lucha: la fuerza de voluntad pesa siempre más en los combates que el conocimiento previo” (p. 36). La doctrina de las fuerzas armadas de los países más importantes del mundo valida esta sentencia a través de uno de los principios para la conducción de las operaciones militares que en nuestro ejército conocemos como el de la voluntad de vencer, que consiste en la disposición para empeñar todos los recursos disponibles en la búsqueda de alcanzar el éxito en la guerra. Este precepto tiene una relación directa no sólo con el estado moral de las fuerzas combatientes, sino también con el de la población que deberá hacer numerosos sacrificios, tanto en lo personal como en lo material, para poder sostener el conflicto bélico en el tiempo. Todos los ciudadanos de una nación que se halla inmersa en una guerra deben estar imbuidos de esa fuerza interior que emana de esta voluntad de imponerse sobre el oponente. Por lo tanto, una de las responsabilidades más importantes de aquellos que tienen sobre sus espaldas el deber de conducir las distintas acciones necesarias para triunfar en la guerra, en los distintos niveles de la conducción de la misma, es la de mantener el estado moral de los propios combatientes y de la población que los apoya espiritual y económicamente.

El filósofo e historiador militar israelí Yuval Harari (2018) postula que una de las características distintivas de nuestra especie, el homo sapiens, es nuestro lenguaje único que por “la capacidad de crear una realidad imaginada a partir de palabras permitió que un gran número de extraños cooperaran de manera efectiva” (p. 47). A lo largo de la historia de la guerra vemos que los distintos líderes que tuvieron la responsabilidad de conducir a sus naciones hacia el triunfo en un conflicto bélico han utilizado esta característica distintiva de nuestro lenguaje para inculcar en sus ejércitos la voluntad de vencer que les permitiera contar con la

moral necesaria para enfrentar a sus enemigos. En la antigüedad, la edad media y la modernidad, cuando el contacto con sus fuerzas combatientes era cara a cara, las arengas que los comandantes militares pronunciaban previo a aquellas batallas más importantes eran determinantes para incrementar la moral de la propia tropa. Un ejemplo paradigmático de las arengas de los líderes militares de esos tiempos ha quedado inmortalizado en la literatura universal a través del drama de William Shakespeare “Enrique V”, cuando este monarca inglés pronuncia el célebre discurso del día de San Crispín antes del comienzo de la batalla de Azincourt contra los franceses en el marco de la Guerra de los Cien Años. Más acá en el tiempo, en la era contemporánea, y ya con la existencia de medios masivos de comunicación social como la prensa escrita y la radio, tenemos el famoso discurso de Winston Churchill del 13 de mayo de 1940 cuando asumió como primer ministro del Reino Unido de Gran Bretaña ante la Cámara de los Comunes donde sólo podía prometer “sangre, sudor y lágrimas” al pueblo británico para derrotar al nazismo en la Segunda Guerra Mundial o su también insigne discurso “nunca nos rendiremos” del 4 de junio de ese mismo año, luego del éxito de la Operación Dinamo, que permitió la exitosa retirada de las tropas británicas y francesas cercadas por los alemanes en Dunkerque. He elegido estos ejemplos históricos, de los cientos que podrían citarse, de líderes del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte para que tomemos conciencia de la importancia que este país, que ocupa ilegalmente parte de nuestro territorio nacional, le otorga a la temática que abordaremos en este trabajo final de maestría.

La creación de los medios masivos de comunicación social permitió que esta función de incidir sobre la moral de los combatientes y el resto de los habitantes de un país, que era inherente a los grandes líderes nacionales, pudiera delegarse en organismos especializados instituidos para tal fin. Asimismo, y como la guerra es una lucha de voluntades, estas organizaciones no solamente tenían la función de incrementar el estado moral del propio bando, sino que también buscaban afectar la voluntad de vencer de las fuerzas armadas enemigas y de la población que las apoyaba. Como veremos a lo largo de este trabajo, la actividad destinada a incidir en los estados morales tanto de los propios, como de los oponentes e inclusive de los neutrales en el marco de un conflicto armado ha recibido distintas denominaciones a lo largo de los años como por ejemplo propaganda,

desinformación, operaciones psicológicas, guerra psicológica, acción psicológica, guerra cognitiva, operaciones de información, estrategia comunicacional, comunicación social aplicada al combate, etc. A nuestro juicio el nombre más adecuado es el de actividad comunicacional ya que básicamente el trabajo a realizar consiste en una acción consciente de comunicar que, a través de la producción y transmisión de determinada información y contenido simbólico, busca influir sobre las actitudes de las personas. En este sentido, entendemos que las actitudes son las predisposiciones, relativamente estables, que tenemos de responder de una determinada manera ante distintas situaciones producto de las opiniones o creencias (componente cognitivo), los sentimientos (componente afectivo) y los comportamientos (componente conductual) que hemos ido formando a lo largo de nuestra vida. Las actitudes no son conductas sino orientaciones generales hacia la acción que pueden ser modificadas bajo los efectos de influencias exteriores. La actividad comunicacional buscará entonces que las opiniones, sentimientos y comportamientos tanto de los propios combatientes que se encuentran en la primera línea como del resto de la propia población que nutre de personal y materiales el esfuerzo de guerra, se caractericen por la voluntad de vencer en el conflicto bélico en curso. También la propia actividad comunicacional tendrá por objeto afectar la moral de combatir de las fuerzas enemigas y las comunidades que las apoyan con la finalidad de quebrar su resistencia y voluntad de lucha. Por último, la actividad comunicacional buscará también que los estados neutrales y la opinión pública mundial tengan una actitud positiva con nuestra posición en el conflicto que mantenemos con el oponente, con el objeto de obtener su apoyo político y económico para nuestra causa.

Para analizar un fenómeno social como la guerra, donde básicamente miembros de una comunidad intercambian violencia mortal organizada a gran escala con integrantes de otra comunidad, podemos distinguir distintos niveles de la misma con sus correspondientes niveles de conducción responsables. En lo más alto tenemos un nivel estratégico que es el que define los objetivos políticos que buscan alcanzarse con el conflicto bélico y dirige todo el esfuerzo del potencial nacional, entre ellos el instrumento militar, para la consecución de los mismos. En un plano intermedio, tenemos el nivel operacional que es aquel que lleva a la práctica los objetivos fijados por el nivel estratégico, planificando y empleando

los recursos militares que le fueron otorgados por este nivel, para alcanzar el estado final operacional deseado. Finalmente, el nivel táctico es aquel en que se concretan los enfrentamientos entre fuerzas, a través de batallas y combates, los cuales concurren en los esfuerzos para obtener los objetivos del nivel operacional. En cada uno de estos niveles señalados el empleo de la actividad comunicacional tendrá características distintivas. En los niveles táctico y operacional, donde hay una clara preeminencia del instrumento militar, la técnica más utilizada es la de la propaganda que es aquella forma de comunicación persuasiva que tiene como eje a un emisor o a una organización emisora que dirige su mensaje a un determinado público receptor (en estos niveles sobre todo las fuerzas combatientes tanto propias como del enemigo) a través de uno o múltiples canales, con el objeto de formar, reforzar o modificar sus actitudes y conductas, en este caso sobre todo a aquellas que tienen que ver con la voluntad de vencer en los distintos enfrentamientos de fuerzas, los combates y las batallas. El publicista y periodista austríaco estadounidense Edward Bernays (2008) define que la propaganda es la persuasión organizada u organización del consenso que tiene por objetivo la manipulación consciente de la opinión pública. En este sentido, señala que:

Quienes manipulan este mecanismo oculto de la sociedad constituyen el gobierno invisible que detenta el verdadero poder que rige el destino de nuestro país. Quienes nos gobiernan, moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas son en gran medida personas de las que nunca hemos oído hablar. (p. 15)

Como refieren los psicólogos norteamericanos Anthony Pratkanis y Elliot Aronson (1994) el término propaganda se usó por primera vez en 1622 cuando el Papa Gregorio XV creó la Sagrada Congregación para la Propagación de la Fe como un medio de coordinar los esfuerzos para lograr la aceptación voluntaria de las doctrinas propugnadas por la Iglesia Católica Apostólica Romana y combatir así al movimiento de reforma protestante. Sin embargo, este concepto no conoció un uso generalizado hasta comienzos del siglo XX, cuando se utilizó para describir las técnicas de persuasión utilizadas por ambos contendientes en la Primera Guerra Mundial. El uso del término propaganda tiene en nuestros días un

carácter peyorativo pues se lo asocia normalmente a mensajes que dan información falsa o que exageran la realidad de un hecho.

Por su parte, en el nivel estratégico, donde intervienen otros componentes del potencial nacional aparte del militar, se aplican técnicas más sutiles y modernas como el framing, donde a través del encuadre que se realiza de un determinado tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración se busca que la opinión pública o audiencia tomada como blanco, comparta la perspectiva sobre el asunto abordado de quienes ejecutaron la actividad comunicacional. En este sentido, y siguiendo lo postulado por el paradigma crítico de investigación en las ciencias de la comunicación, los encuadres son concebidos como modelos persistentes de conocimiento, presentación e interpretación por medio de los cuales quienes concentran y ejercen el poder político, económico y social de una nación organizan sus discursos. Los encuadres son un resultado del ejercicio del poder, por lo tanto, para analizar el poder de los discursos, es necesario atender al contexto político y socio-cultural en el que estos encuadres se desarrollan. En esta línea de pensamiento, el profesor norteamericano Robert Entman (2004) propuso el “modelo de activación en cascada” para estudiar como los gobiernos y las élites políticas, con el apoyo de los medios masivos de comunicación tradicionales, ejercen influencia política sobre la opinión pública para estimular el apoyo u oposición de esta en un determinado conflicto.

Como hemos señalado, la aparición de los medios masivos de comunicación social como el cine, la radio y la televisión en el siglo XX permitió sistematizar la actividad comunicacional para incidir en la moral de las fuerzas combatientes y en la opinión pública de ambos contendientes de un conflicto armado. Asimismo, el nacimiento de las denominadas ciencias de la comunicación permitió estudiar como las distintas naciones han hecho uso de esta verdadera arma a disposición de los conductores militares y civiles en los trágicos conflictos que caracterizaron al denominado siglo de la violencia, especialmente en las dos guerras mundiales que afectaron a casi todos los habitantes del planeta y que provocaron millones de muertos y heridos. En los últimos años del siglo pasado se ha producido una verdadera revolución de las tecnologías de la información y la comunicación que ha proporcionado nuevas herramientas a disposición de la actividad

comunicacional entre las que se destacan internet, los teléfonos móviles y las redes sociales. Estos nuevos instrumentos le han allanado el acceso a la actividad comunicacional a actores no estatales a los que antes se les hacía muy difícil poder adentrarse en el manejo de los medios masivos de comunicación, lo que ha posibilitado que sus acciones e intenciones sean conocidas por la opinión pública general. Tanto internet como las redes sociales han permitido que el público receptor, que tradicionalmente tenían un rol meramente pasivo, se convierta también en un generador y distribuidor de contenido, no sólo informativo sino también persuasivo. La multiplicidad de emisores y canales de comunicación que podemos ver en la actualidad ha hecho que actores antes irrelevantes cobren una dimensión estratégica, dificultando asimismo el control del flujo de la información por parte de los estados ya que la población tiene acceso a variadas fuentes de información haciendo que los contenidos de los mensajes sean más difíciles de manipular y, por lo tanto, también las opiniones, sentimientos y comportamientos de los ciudadanos. Sin embargo, la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha provocado como contrapartida una saturación informativa que hace muy difícil el análisis y la gestión de los contenidos impidiendo también los propósitos que tradicionalmente tenía la acción comunicacional.

En este marco que hemos descripto brevemente, el propósito de este trabajo final de maestría es analizar cómo esta verdadera revolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha afectado al uso que los tradicionales actores estatales y los nuevos actores estratégicos no estatales hacen de la actividad comunicacional en el contexto de un conflicto bélico. Para ello, hemos tomado como caso de estudio la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica, ya que en el origen de este conflicto armado podemos ver un ejemplo clásico de la utilización del framing como herramienta estratégica de la actividad comunicacional por parte de un poderoso actor estatal y también porque en el mismo es donde por primera vez un actor no estatal empieza a utilizar las redes sociales con la finalidad de obtener objetivos estratégicos desde el punto de vista comunicacional. La temática abordada tiene una actualidad acuciante pues tanto el conflicto bélico entre la Federación de Rusia y Ucrania (que ha afectado

económicamente a todo el planeta) como el de la Franja de Gaza se han presentado desde sus comienzos como una verdadera “guerra por el sentido”, donde los actores estatales y no estatales involucrados han construido a través de su actividad comunicacional relatos y narrativas contrapuestas para lograr no sólo incentivar la voluntad de vencer en sus tropas combatientes y la población que los sostiene, sino sobre todo para conseguir el apoyo de la opinión pública mundial para sus respectivas causas, especialmente de aquellos países que cuentan con importantes materiales bélicos para alimentar las respectivas maquinarias de guerra.

Para desarrollar el tema elegido empezaremos en un primer momento señalando como la actividad comunicacional ha estado presente en las tradiciones de hacer la guerra tanto de occidente como del oriente analizando brevemente los escritos de dos autores clásicos representantes de estas dos concepciones, luego haremos un salto temporal al siglo XX donde estudiaremos sucintamente como la creación de importantes medios masivos de comunicación social y el nacimiento de las ciencias de la comunicación impactaron en el uso que se le dio a la actividad comunicacional durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría, la Guerra de Vietnam y la Guerra del Golfo; y cerrando los antecedentes necesarios para poder comprender la problemática que tenemos que estudiar, examinaremos como la actividad comunicacional ha sido ponderada por autores contemporáneos que han postulado una verdadera transformación en el carácter de la guerra producto de la ya señalada revolución que se ha dado en las tecnologías de la información y la comunicación. El centro de atención de nuestro trabajo como dijimos estará dirigido a la Guerra de Irak donde analizaremos y compararemos como un actor estratégico estatal (los Estados Unidos de Norteamérica) y un actor estratégico no estatal (la organización islamista Al Qaeda en Irak) han utilizado la propaganda y la teoría del encuadre como armas estratégicas del campo comunicacional para lograr sus respectivos objetivos en el más alto nivel de la conducción. Finalizaremos el trabajo formulando algunas conclusiones que nos permitan sacar enseñanzas de lo estudiado con el objeto de que puedan ser explotadas por aquellos que tienen algún tipo de responsabilidad en la toma de decisiones dentro de nuestro sistema de defensa nacional.

b. Definición del problema.

¿Cómo ha influido la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación en la utilización de la propaganda y la teoría del encuadre como armas estratégicas en la guerra de Irak en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica?

c. Objetivos

Objetivo general:

Explicar la utilización de la propaganda y la teoría del encuadre como armas estratégicas, considerando la influencia de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, en el desarrollo de la guerra de Irak, en el período comprendido por las presidencias de George W. Bush en los Estados Unidos de Norteamérica.

Objetivos específicos:

- Describir y analizar la influencia del ámbito de lo comunicacional en el carácter de los conflictos contemporáneos.
- Interpretar cómo las nuevas herramientas producto de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación modificaron el empleo de la propaganda y la teoría del encuadre en la guerra de Irak.
- Identificar y contrastar como un actor estratégico estatal (los Estados Unidos de Norteamérica) y un actor estratégico no estatal (la organización yihadista Al Qaeda en Irak) han utilizado la propaganda y la teoría del encuadre como armas estratégicas del campo comunicacional en la guerra de Irak.

2. Desarrollo

a. La actividad comunicacional en las distintas tradiciones de hacer la guerra.

La guerra, con todo el sufrimiento y el horror que trae consigo, es un fenómeno social que ha acompañado a la humanidad desde siempre. La esencia de la guerra está en el empleo de violencia organizada para dirimir un conflicto social entre

dos o más grupos humanos masivos. Esta es su naturaleza, que ha permanecido inmutable a lo largo de la historia de nuestra especie. Sin embargo, cada época presenta características distintivas en la forma de hacer la guerra. Asimismo, podemos distinguir a trazo grueso una tradición oriental y otra occidental de entender y concebir los conflictos armados. Para ver como la esencia del concepto de lo que hemos definido como actividad comunicacional está presente desde los albores de la historia en estas dos tradiciones de hacer la guerra, analizaremos brevemente la obra de los clásicos representantes de las mismas.

El mayor y más reconocido autor de la tradición oriental de hacer la guerra es el general chino Sun Tzu, que se cree que vivió aproximadamente en el siglo VI antes de Cristo, aunque hay un viejo debate entre historiadores sobre si este destacado filósofo sobre la guerra existió realmente o Sun Tzu es un nombre de fantasía bajo el cual se han recopilado las enseñanzas y lecciones para el combate extraídas de los distintos conflictos a los que tuvieron que hacer frente, que la milenaria cultura china buscaba transmitir a sus guerreros. Su libro clásico es “El arte de la guerra”, un antiguo tratado militar que no solamente se estudia en la mayor parte de las academias militares del mundo, sino que también es una bibliografía habitual de carreras como administración de empresas, relaciones internacionales y ciencias políticas, ya que su obra es una verdadera colección de ensayos sobre el conocimiento de la naturaleza humana en situaciones conflictivas. Si bien “El arte de la guerra” pertenece a la edad antigua en sus páginas podemos encontrar claramente algunos de los propósitos que hemos señalado de lo que contemporáneamente conocemos como actividad comunicacional: mantener e incrementar el estado moral de las propias fuerzas combatientes y afectar la voluntad de vencer de los ejércitos enemigos. Al respecto el general chino indica:

Utiliza muchas señales para confundir las percepciones del enemigo y hacerle temer tu temible poder militar. De esta forma, haces desaparecer la energía de sus ejércitos y desmoralizas a sus generales. En primer lugar, has de ser capaz de mantenerte firme en tu propio corazón; sólo entonces puedes desmoralizar a los generales enemigos... Cualquier débil en el mundo se dispone a combatir en un minuto si se siente animado, pero cuando se trata realmente de

tomar las armas y de entrar en batalla, es poseído por la energía; cuando esta energía se desvanece, se detendrá, estará asustado y se arrepentirá de haber comenzado. (Sun Tzu, 2003, p. 20)

En otro de los pasajes más conocidos de su obra encontramos el esbozo de otra de las técnicas de la actividad comunicacional, y que todavía no hemos mencionado pues posteriormente la desarrollaremos con mayor detalle, la desinformación, que es el uso de la mentira que se difunde deliberadamente (y con frecuencia de manera encubierta) como técnica e instrumento de persuasión de masas a través del suministro de información incompleta o intencionalmente manipulada al servicio de ciertos fines. Si bien no es mencionada taxativamente por Sun Tzu, porque todavía era un concepto que no existía, la desinformación es una de las herramientas principales al servicio de la estrategia propia para engañar a los mandos enemigos. En este sentido, el autor señala:

El arte de la guerra se basa en el engaño. Por lo tanto, cuando es capaz de atacar ha de aparentar incapacidad; cuando las tropas se mueven, aparentar inactividad. Si está cerca del enemigo, ha de hacerle creer que está lejos; si está lejos, aparentar que se está cerca. (Sun Tzu, 2003, p. 5)

La desinformación es una herramienta de la actividad comunicacional que contribuye a que el adversario no pueda hacer una correcta apreciación de la situación que está viviendo contribuyendo así a la ineficiencia de su sistema de toma de decisiones. Con relación a esto SunTzu (2003) cuenta la siguiente anécdota:

Un emperador que fue un famoso guerrero y administrador, hablaba de manipular las percepciones de los adversarios sobre lo que es ortodoxo y heterodoxo, y después atacar inesperadamente, combinando ambos métodos hasta convertirlo en uno, volviéndose así indefinible para el enemigo. (p. 12).

Por su parte, del lado de la tradición occidental de hacer la guerra, no caben dudas de que el autor más estudiado por los militares de este hemisferio del planeta es el general prusiano Carl Von Clausewitz, quien durante el siglo XIX formó parte de los ejércitos de ese estado que se enfrentaron a los franceses en las guerras napoleónicas. Su monumental obra, “De la Guerra”, se compone de ocho libros (algunos en estado de borrador pues no pudieron ser completados por la

temprana muerte del autor) y es un análisis pormenorizado sobre la naturaleza y las características de ese fenómeno social que es la guerra. De los estudios teóricos que pudo realizar mientras era alumno y luego profesor en la Academia de Guerra de Berlín, y de su experiencia práctica personal combatiendo contra las fuerzas del genio militar más grande de su época, Napoleón Bonaparte, Clausewitz busco sacar enseñanzas que le permitieran comprender la esencia de la guerra. El militar prusiano concibe a la guerra como un acto de fuerza donde se busca imponer la propia voluntad al oponente mediante la violencia organizada, considerando por un lado la naturaleza de la guerra como algo permanente encarnado por una confrontación de voluntades humanas, mientras que el carácter de la misma presenta un espíritu cambiante que le permite adaptarse a las condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas de las distintas épocas en las que los distintos conflictos bélicos se desarrollan. En esta línea de pensamiento, Clausewitz postula que la guerra tiene una naturaleza dual ya que podemos claramente diferenciar en el desarrollo de los conflictos armados aspectos objetivos y subjetivos. La naturaleza objetiva de la guerra comprende aquellos factores que los distintos conflictos bélicos tienen en común entre los cuales el autor destaca a la violencia, la fricción, el azar y la incertidumbre. El carácter subjetivo, por el contrario, abarca todos aquellos elementos que hacen único al conflicto que estamos analizando como las características de las fuerzas armadas en oposición, el armamento que utilizan y la doctrina que da pie a las tácticas, técnicas y procedimientos de combate empleados.

La famosa trinidad clausewitziana es otro de los aspectos desarrollados por este autor que nos permite analizar tanto la naturaleza como el carácter de la guerra. Al respecto, el pensador prusiano señala que:

La guerra no es, pues, no sólo un verdadero camaleón, por el hecho de que en cada caso concreto cambia de carácter, sino que constituye también una singular trinidad, si se la considera como un todo, en relación con las tendencias que predominan en ella. Esta trinidad está integrada tanto por el odio, la enemistad y la violencia primigenia de su esencia, elementos que deben ser considerados como un ciego impulso natural, como por el juego del azar y de las probabilidades, que hacen de ella una actividad desprovista de

emociones, y por el carácter subordinado de instrumento político, que la inducen a pertenecer al ámbito del mero entendimiento. El primero de estos tres aspectos interesa especialmente al pueblo; el segundo, al comandante en jefe y a su ejército, y el tercero solamente al gobierno. (Clausewitz, 2010, p.24)

Como podemos ver la trinidad está compuesta en primer lugar por el gobierno, parte racional que intenta dirigir la guerra hacia algún objetivo político; en segundo término, mediante fuerzas armadas que con valor y adiestramiento deben lidiar con la imprevisibilidad de las acciones militares y finalmente por el pueblo, que es el reservorio moral de la fuerza emocional que sostiene la voluntad de vencer necesaria para persistir en la lucha contra el enemigo. Desde el punto de vista de la actividad comunicacional vemos que para Clausewitz el esfuerzo principal de la misma dentro de esta trinidad debe dirigirse hacia la población ya que es allí donde reside la pasión que permitirá sostener un conflicto bélico en el tiempo. La opinión pública es un factor que no puede ser soslayado por los conductores estratégicos de la guerra dado que la misma es sumamente volátil y se haya afectada por la emocionalidad. El pueblo siempre ha tenido un rol preponderante en todos los conflictos armados ya que su opinión es fundamental para mantener e incrementar la voluntad de vencer y el consecuente logro de la victoria.

Clausewitz considera que la opinión pública y el estado moral de las fuerzas combatientes son aspectos fundamentales a tenerse en cuenta en los niveles estratégicos ya que constituyen factores determinantes que influirán en todos los aspectos del conflicto bélico en el cual una nación se halla inmersa. Al respecto, en el libro tres de “De la Guerra”, que trata sobre la estrategia general, hay un capítulo dedicado a las fuerzas morales donde el pensador prusiano afirma:

Las fuerzas morales constituyen uno de los temas más importantes en la guerra. Son el espíritu que impregna todo el ámbito bélico. Se adhieren más tarde o más temprano, y con conformidad mayor, a la voluntad que activa y guía a toda la masa de fuerzas y, por así decir, se confunden con ella en un todo, porque ella misma es una fuerza moral... El espíritu y otras cualidades morales de un ejército, de un general o de un gobierno, la opinión pública en las zonas donde se desarrolla la guerra, el efecto moral de una victoria o de una derrota, son

cosas que en sí mismas varían mucho de naturaleza y que pueden ejercer también una influencia muy diferente, según como se planteen con respecto a nuestro objetivo y nuestras relaciones. Aunque poco o nada cabe encontrar en los libros sobre estas cosas, pertenecen sin embargo a la teoría del arte de la guerra tanto como todo lo demás que constituye esta última. (Clausewitz, 2010, p. 148)

Como podemos advertir, las fuerzas morales son el combustible de la voluntad de vencer que deberá permanecer con su fuego inextinguible a lo largo de todo el desarrollo del conflicto hasta alcanzar la tan ansiada victoria final.

Finalmente, y si bien no lo señala en forma literal, Clausewitz (2010) también nos orienta sobre que la actividad comunicacional no solamente debe tener por objeto a las propias fuerzas combatientes y población, sino que también es muy importante que machaque en forma permanente la voluntad de vencer de los ejércitos y de los habitantes del país oponente, aspecto que incluso considera más importantes que la destrucción de las fuerzas enemigas y la conquista del territorio adversario. En este sentido, el general prusiano sentencia claramente que “... la guerra, es decir, la tensión hostil y el efecto de las fuerzas hostiles, no puede considerarse como finalizada hasta que la voluntad del enemigo no haya sido sometida” (p. 25).

b. La actividad comunicacional durante la Primera Guerra Mundial y el período de entreguerras.

El profesor español Alejandro Pizarroso Quintero señala que la Primera Guerra Mundial fue el conflicto bélico donde por primera vez la propaganda se convirtió en una actividad sistemática. El autor postula que:

La propaganda de guerra se dirige en primer lugar a la propia vanguardia para sostener la moral combatiente; luego a la propia retaguardia que nutre de hombres y pertrechos a la vanguardia; también a los neutrales para impedir que se alíen al enemigo, para mantenerlos en su posición equidistante o para atraerlos hacia la causa; se dirige asimismo al enemigo, tanto a su vanguardia como a su retaguardia. Al conjunto de actividades de propaganda de guerra

dirigidas hacia el enemigo se le llama también guerra psicológica, lo que los tratadistas anglosajones denominan *psychological warfare*. (Pizarroso Quintero, 2005, p. 56)

Como aspecto característico de las campañas propagandísticas realizadas durante esta guerra el profesor español resalta la denominada “atrocidad propaganda” que tenía por objetivo la difusión de las atrocidades cometidas por el adversario con la finalidad de desacreditarlo ante la opinión pública internacional, independientemente de que las historias narradas respondieran o no a hechos que hubiesen efectivamente sucedido en la realidad. Entre los medios de comunicación utilizados durante este conflicto se destacan la prensa escrita, el telégrafo, el teléfono, la radiocomunicación y el cine. El reclutamiento de grandes masas de tropas y la activa participación de las retaguardias en la guerra hacen que la actividad comunicacional se torne en un factor determinante en el conflicto, lo que obliga a que los conductores de los distintos niveles de la conducción de todos los países involucrados bregaran por la creación de organismos especializados dedicados a este objeto. En línea con lo que venimos trabajando debemos entender que Pizarroso Quintero utiliza a la técnica de la propaganda como sinónimo de lo que nosotros hemos llamado actividad comunicacional. En este sentido, el autor distingue tres etapas en la evolución del uso de lo comunicacional en esta guerra.

La primera fase, que se extiende desde comienzos del conflicto (a finales del mes de julio de 1914) hasta los primeros meses de 1915, según el autor:

Se caracteriza por un predominio de la censura, del control de la información y está jalonada de enfrentamientos entre los distintos organismos de censura y los periódicos... La falta de información producida por la férrea censura se llena en la prensa con alegatos patrióticos e historias inventadas. (Pizarroso Quintero, 2005, p.50)

En esta etapa es donde surge el término guerra psicológica donde el principal blanco de la actividad comunicacional son las fuerzas armadas del enemigo a quienes se busca desmoralizar para que abandonen la lucha. El servicio de la propaganda aérea francés fue el primero que utilizó la técnica de bombardeo con hojas volantes desde aviones sobre territorio alemán que se haría tan común

durante los tramos finales de la Segunda Guerra Mundial. Los británicos y norteamericanos empleaban la misma técnica utilizando también morteros y globos, además de aeronaves, para el lanzamiento de los volantes propagandísticos. Por su parte, los alemanes difundían boletines de información sobre las operaciones bélicas por vía radiotelegráfica que eran reproducidos posteriormente por la prensa extranjera.

La segunda etapa, que va desde mediados de 1915 a mediados de 1917, es donde la propaganda alcanza su mayor desarrollo siendo el ejemplo paradigmático de este hecho la campaña británica dirigida a la opinión pública norteamericana para lograr que este país abandonara la neutralidad y se comprometiera activamente en la guerra. Asimismo, es en esta fase del conflicto cuando se amplía el campo de lo comunicacional, más allá de la guerra psicológica, primeramente hacia los propios combatientes, que se hallaban sumamente desmoralizados por el estancamiento de los frentes y la famosa “guerra de trincheras”; y también hacia la población propia a la que se consideraba que se necesitaba “proteger psicológicamente” de los crueles efectos de la guerra. Al respecto, el profesor norteamericano Melvin De Fleur y la socióloga canadiense Sandra Ball-Rokeach sostienen que la propaganda fue el instrumento que encontraron los distintos países involucrados en el conflicto para forjar sentimientos más fuertes entre los individuos pertenecientes a poblaciones diversas y heterogéneas y las sociedades industriales de las cuales formaban parte, con la finalidad de sostener el esfuerzo bélico. En este sentido, señalan que “se hizo esencial movilizar sentimientos y lealtades, inducir en los ciudadanos un odio y un miedo al enemigo, mantener su moral a pesar de las privaciones y capturar sus energías en una contribución efectiva con su nación” (1993, p. 213).

La entrada de los Estados Unidos de Norteamérica en la guerra marcaría el inicio de la tercera fase que se extendería hasta el final del conflicto. En ella se consolidan las organizaciones de información y propaganda en todos los países beligerantes. En el caso de los Estados Unidos se instituyó el Comité de Información Pública, conocido como Comité Creel por el nombre de su presidente (un editor amigo personal del Presidente Woodrow Wilson), que dependía directamente de la presidencia de la nación y estaba compuesto por autoridades

civiles y militares. Este organismo ejecutó mítines locales y alentó la producción de películas para convencer a la opinión pública de su país sobre la necesidad de entrar en la guerra y posteriormente apoyar el esfuerzo bélico, desempeñándose en la práctica como una verdadera agencia nacional de propaganda del gobierno norteamericano. Por su lado, para los británicos la propaganda era una de las técnicas de la denominada guerra política (political warfare) ya que la guerra psicológica siempre había estado íntimamente asociada en su concepción a la conducción de la política general del estado, es decir al máximo nivel de la conducción en un conflicto bélico. En esta línea de pensamiento, se creó un ministerio de información a cuyo cargo se puso al dueño del periódico Daily Express, lord Beaverbrook y entre cuyos integrantes se destacaban los famosos escritores Rudyard Kipling y H. G. Wells. El área de competencia de las actividades realizadas por este ministerio eran los países extranjeros, es decir la guerra psicológica en el nivel estratégico. Entre sus organismos dependientes se destacaba el comité secreto de Crewe House, encargado de realizar campañas que tenían por finalidad resaltar las atrocidades cometidas por las fuerzas alemanas con la finalidad de llevar a los Estados Unidos a que entraran en la guerra; la famosa “atrocidad propaganda” ya señalada y tan característica de este conflicto bélico. En esta misma línea de pensamiento, el sociólogo belga Armand Mattelart, analizando las diferencias entre la actividad comunicacional emprendida por ambos contendientes durante la guerra, resalta en primer término que mientras la propaganda alemana apuntaba principalmente al plano cognitivo, buscando justificar las acciones de su gobierno y sus fuerzas armadas; su contraparte británica tuvo un éxito mucho mayor ya que se dirigió principalmente a lo emocional, buscando la indignación y la reacción de sus combatientes y la población civil, mostrando las atrocidades que cometían las tropas enemigas. Como ejemplo de esta divergencia señala que mientras:

Berlín lanzaba largas disertaciones que demostraban que la guerra sólo se justificaba por el interés del Reino Unido en liquidar la industria de su competidor y explicaba con todo lujo de detalles las razones históricas y diplomáticas de la política de cerco a Alemania emprendida por Eduardo VII... la condena a muerte de la inglesa miss Edith Cavell, pronunciada en 1915 por el ejército alemán en territorio ocupado, soliviantaba a las multitudes,

conmocionadas por este bárbaro acto cometido contra una mujer, enfermera por añadidura, acusada de inteligencia con el enemigo. (Mattelart, 2017, p. 93)

El autor afirma que otra de las disimilitudes en la utilización de la propaganda por ambos bandos estuvo en que a partir de 1917 las fuerzas de la Entente empezaron con una verdadera campaña masiva que tenía por objetivo lograr el mayor número de desertores en las filas enemigas logrando que hasta 50.000 soldados alemanes abandonaran el combate. Finalmente, Mattelart señala que una de las grandes desventajas que tenían los germanos eran los problemas de coordinación de las campañas de propaganda, que emprendían los militares por su lado y las autoridades civiles por el otro, sin que hubiera un organismo dedicado específicamente a ese fin, lo cual ocasionaba un desperdicio del esfuerzo comunicacional tan importante en un conflicto que no solamente comprendía aspectos bélicos sino también políticos, económicos y psicosociales. Como contrapartida, resalta que cada una de las potencias aliadas montó su propia estructura de coordinación de las importantes operaciones de propaganda realizadas a lo largo de la guerra. Mattelart concluye su análisis señalando que la propaganda empezó a cobrar importancia durante la Primera Guerra Mundial como una técnica de gestión de la opinión de las masas, pero también como medio de presión sobre las autoridades de los gobiernos de otros países. Asimismo, el sociólogo belga afirma que este conflicto bélico fue la primera experiencia masiva de la cual la teoría de las ciencias de la comunicación ha extraído sus hipótesis acerca de la gestión de la opinión de las grandes multitudes a través del concepto de propaganda que en ocasión de la Segunda Guerra se transformará en la noción de guerra psicológica. Al respecto, cita un balance realizado por el London Times en 1918, días antes del armisticio, en donde se deja de manifiesto la importancia de la actividad comunicacional como arma estratégica, señalando que “una buena política de propaganda ha ahorrado probablemente un año de guerra. Y esto representa millones de libras y, sin duda, un millón de vidas humanas” (p. 92).

La Primera Guerra Mundial y la aparición de medios masivos de comunicación social como la radio, trajeron como consecuencia que empezara a concebirse a las distintas poblaciones como sociedades de masas, y es en este marco donde encontramos las primeras investigaciones sistemáticas que analizan la relación

entre los medios de comunicación social y la opinión pública en un contexto bélico. Esta línea de trabajo inaugura la tradición de la Investigación en Comunicación de Masas (Mass Communications Research) donde se destaca la figura del sociólogo norteamericano Harold Lasswell quien enfoca su análisis en la influencia de la propaganda sobre la población durante la Primera Guerra Mundial. Al respecto, estudio las campañas propagandísticas alemana, británica, francesa y norteamericana entre 1914 y 1917 realizando un análisis predominantemente cualitativo apoyado en una técnica cuantitativa como el análisis de contenido. El trabajo de Lasswell, influenciado por las ideas de la psicología conductista que estaba en ese entonces en su apogeo, dio origen a lo que en las ciencias de la comunicación ha pasado a la historia como teoría de la bala mágica (por concebir el mensaje como un proyectil que siempre acierta en el blanco deseado, provocando el efecto buscado de forma inevitable) o de la aguja hipodérmica (por concebir a los medios como una especie de jeringas que inyectan los mensajes en la mente del público sin que éste pueda hacer nada por evitar el efecto de esos mensajes), que postulaba el efecto uniforme y omnipotente de la propaganda política. La idea central de esta teoría es que los medios de comunicación social son emisores todopoderosos que crean un estímulo a través de un mensaje que se inyecta en el receptor en forma directa, sin ninguna instancia de intermediación, provocando así que este adopte una determinada opinión o comportamiento. Asimismo, se sostenía la hipótesis que estos efectos cognitivos y conductuales en los receptores del mensaje se daban en el corto plazo. El trasfondo conductista que subyace bajo esta teoría podemos apreciarlo en la dirección unidireccional que tiene la comunicación, que por un lado presenta un emisor activo y potente representado por los medios de comunicación y como contraparte tenemos un receptor pasivo y homogéneo, escenificado por una masa amorfa vulnerable a los efectos del mensaje emitido. Ante un estímulo determinado el receptor tiene una respuesta directa, inmediata y uniforme ya que, en esta concepción, los medios de comunicación de masas tienen la capacidad de conformar la opinión y las creencias, cambiar los hábitos de vida y moldear el comportamiento de las personas. Lasswell escribió en 1927 su libro “Técnicas de propaganda en la Primera Guerra Mundial” donde postula la tesis de que los medios de comunicación social son un factor clave para influir no sólo sobre la

propia población sino también sobre la del adversario a través de la gestión gubernamental de la opinión pública. Basándose en las experiencias acaecidas en el conflicto bélico define a la propaganda como uno de los más poderosos instrumentos del mundo moderno para lograr la adhesión de las masas, resaltando sin embargo que la manipulación de la sociedad que esta tiene por objeto podía utilizarse también en tiempos de paz. Para Lasswell la propaganda constituye un medio de control más rentable que la violencia o la fuerza. Al respecto, afirma que:

Durante el período de guerra se ha reconocido que la movilización de los hombres y de los medios no era suficiente; había que movilizar la opinión. El poder sobre la opinión, así como sobre la vida y los bienes, ha pasado a manos oficiales porque el peligro que entraña la libertad es mayor que el que provoca los abusos de poder. En efecto, es evidente que la gestión gubernamental de la opinión es un corolario insoslayable de la guerra moderna que se juega a gran escala. (Lasswell, 1971, p. 14)

Sin embargo, esta teoría no tenía evidencia empírica que la corroborará, sino que se basaba en la popularidad que tenían nuevos medios de comunicación de masas como el cine y la radio, y de su intrusión en muchos aspectos de la vida diaria. Los medios de comunicación social son dispositivos técnicos por intermedio de los cuales tiene lugar la comunicación social. Siguiendo al sociólogo británico John Thompson (1998) entendemos por comunicación a un tipo diferenciado de actividad social que se caracteriza por la producción, transmisión y recepción de información y contenido simbólico. La comunicación mediática es un fenómeno social enmarcado en un determinado contexto que influye marcadamente en los distintos actos comunicativos. Las comunicaciones a través de los medios de comunicación de masas son aquellas mediante las cuales grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos para difundir un contenido simbólico a un público numeroso, con características heterogéneas y geográficamente disperso. El profesor británico Denis McQuail (1996) señala que los medios de comunicación social son un recurso muy poderoso ya que permiten sustituir el uso de la fuerza por la manipulación de la opinión pública a través de la expresión de valores y juicios normativos, hecho que les permite constituirse en

un verdadero instrumento de control social. Los medios de comunicación social son actores determinantes de las sociedades modernas ya que por un lado transmiten valores y construyen el sentido de los acontecimientos al mismo tiempo que reflejan los aspectos culturales que caracterizan a la comunidad a la que pertenecen. Con la aparición de los medios masivos de comunicación social, política, medios y opinión pública se convierten en factores estrechamente interrelacionados. Las campañas a través de los medios de comunicación tienen por finalidad alcanzar un objetivo informativo o persuasivo sobre una determinada población elegida de antemano. Los medios de comunicación intervienen como mediadores entre la gente y el mundo que la rodea interpretando y construyendo la realidad. Entre las características que los distinguen se destacan que los emisores son organizaciones o instituciones y que la relación entre los emisores y los receptores es impersonal y unidireccional, ya que no permite una retroalimentación. En las formas de comunicación de masas el flujo de la comunicación se produce normalmente en una sola dirección ya que los mensajes son producidos por un grupo de individuos y transmitidos a una pluralidad de destinatarios que están emplazados espacial y a veces hasta temporalmente lejos del contexto de producción. La tecnología para la transmisión del habla a través de ondas electromagnéticas se desarrolló en los años previos a la Primera Guerra Mundial y tuvo un amplio uso durante dicho conflicto bélico. Los experimentos de Marconi fueron financiados por la marina de guerra británica. Después de la guerra y a través de la radiodifusión se realizaron los primeros experimentos relacionados con la transmisión de mensajes dirigidos a una audiencia indeterminada y masiva. Al respecto, Thompson resalta que “al reconocer el potencial económico y el significado estratégico de la radio, los gobiernos y estamentos militares británicos, alemanes y norteamericanos jugaron un activo papel en su desarrollo” (1998, p. 113). Finalmente, en la década de 1920 emergió la radio como medio de comunicación de masas, añadiendo el valor de la inmediatez y de la proximidad, y su utilización se expandió rápidamente por todo el planeta.

En la década del treinta las ideas de Lasswell son refutadas por la investigación empírica en las nacientes ciencias de la comunicación en tiempos de paz, principalmente a través de encuestas en ocasión de realizarse distintos procesos

electorales en los Estados Unidos de Norteamérica. Los medios de comunicación social dejaban de ser sólo materia de especulación teórica ya que se empezó a acumular una gran cantidad de datos en el terreno. Asimismo, en el campo de la psicología, el paradigma conductista era reemplazado por el cognitivismo que postulaba la existencia de diferencias individuales en las maneras en las que las personas reaccionaban ante un mismo estímulo o mensaje, lo cual podía depender tanto de la estructura cognitiva de cada sujeto como también de factores situacionales. En efecto, las personas cuando reciben un mensaje no se encuentran aisladas, sino que forman parte de grupos y comunidades que también influyen sobre las cosmovisiones que estas tienen del mundo. Por otro lado, se reconoció que los individuos tienen intereses, creencias y opiniones previas que anteceden a las distintas proposiciones que un determinado emisor quiera transmitir a través de un mensaje y que también influirán en la decodificación que se haga de los mismos. Surge así la teoría de los efectos limitados de los medios de comunicación social que básicamente postula que estos no tienen la fuerza suficiente como para cambiar las actitudes y conductas de la opinión pública, sino que solamente pueden, en el mejor de los casos, intensificar y reforzar sus ya existentes predisposiciones previas. La comunicación de masas no actúa generalmente como una causa necesaria y suficiente de los efectos de audiencia, sino que funciona como un nexo entre y a través de factores e influencias mediadoras. El paradigma de los efectos limitados, conocido también como ley de las mínimas consecuencias, se basa en los conceptos de atención y percepción selectivas que sostiene que las personas se exponen, atienden y perciben sólo aquellos estímulos que son consistentes con sus creencias y puntos de vista previos sobre una determinada temática, ya que los individuos son renuentes a la disonancia cognitiva que genera la exposición a informaciones contradictorias. En esta concepción el receptor no es más una masa amorfa y homogénea, sino que presenta una singularidad por sus características individuales (que lo diferencian del resto de sus pares) y por las de la sociedad en donde se haya inserto. Los máximos representantes de la teoría de los efectos limitados de los medios de comunicación fueron el sociólogo austríaco Paul Lazarsfeld y su discípulo el sociólogo norteamericano Joseph Klapper.

c. La actividad comunicacional durante la Segunda Guerra Mundial.

Durante el desarrollo de este conflicto bélico se profundizó el uso sistemático de la actividad comunicacional como forma de influir en la voluntad de lucha del enemigo, en la de los propios combatientes y en la de la opinión pública de ambos contendientes, al crearse un área de la conducción especializada en la materia, en las diversas organizaciones militares de los distintos beligerantes. Mattelart (2017) agrega al respecto que durante la Segunda Guerra Mundial el término propaganda fue progresivamente desplazado por el de guerra psicológica, que si bien como señalamos ya había sido utilizado durante la Gran Guerra, empezó a cobrar preeminencia por la importancia que habían adquirido los especialistas en esta disciplina dentro de las fuerzas armadas tanto en Alemania como en los Estados Unidos de Norteamérica. Este último país entró en la guerra a fines de 1941 y contaba para la guerra psicológica con dos organismos destinados para este fin: la OWI (Office of War Information) que tenía por misión las operaciones de propaganda que se realizaban en forma abierta, y la OSS (Office of Strategic Services), precursora de la CIA, que se encargaba de las operaciones de propaganda encubierta y clandestina. Las técnicas mayormente utilizadas durante esta conflagración fueron el pegado de afiches o el arrojado de panfletos desde el aire para desanimar tanto a las tropas como a la población enemiga. Pero el factor distintivo de esta guerra, desde el punto de vista comunicacional, es que en ella aparece en escena el principal instrumento de propaganda de guerra de todos los tiempos, la radio. El régimen nazi hizo un uso intensivo de este medio masivo de comunicación social para difundir sus ideas, llegando incluso a bajar el precio de los artefactos radiofónicos para que todo el pueblo alemán fuera blanco de sus campañas propagandísticas. Sin embargo, la utilización de la radio no se limitaba al público alemán, sino que también comenzó a transmitirse emisiones de onda corta, en inglés y en alemán, con destino a los Estados Unidos de Norteamérica, con el objetivo de impedir que este país entrara en el conflicto del lado de los aliados.

La importancia que Hitler le otorgaba a la actividad comunicacional queda de manifiesto en que una de las carteras principales de su gobierno era el Ministerio de Ilustración Pública y Propaganda, dirigido por el tristemente célebre doctor

Joseph Goebbels desde 1933, año en que los nazis llegaron al poder. Asimismo, uno de los objetivos principales de Hitler desde que se hizo cargo del gobierno del país fue hacerse con el control de los medios masivos de comunicación social existentes en su territorio, como la prensa escrita, la radio y el cine; con la finalidad de utilizarlos para el levantamiento de la moral de la población alemana. En este sentido, el ministerio de propaganda nazi se organizó en cinco sectores dependientes: prensa, radio, cine, teatro y orientación general de la propaganda propiamente dicha. Los objetivos favoritos de las campañas de odio de los nazis, desde que asumieron el poder en Alemania, fueron los judíos y sus rivales políticos, los comunistas. En cuanto al cine, ya antes de la guerra el régimen nazi había producido en 1935 una de las películas de propaganda más conocidas y polémicas de la historia, “El triunfo de la voluntad”, dirigida por Leni Riefenstahl. El film se centra en el congreso del partido nacionalsocialista realizado en Núremberg en 1934 resaltando la figura del führer como el líder elegido para devolverle la gloria a la nación alemana. En la misma línea temática, tres años después, Riefensthal filmará “Olimpiada”, sobre los juegos de 1936 celebrados en Berlín, los cuales fueron utilizados por la propaganda oficial para exaltar la imagen ante el mundo de una nación perteneciente a una raza superior y para recuperar la dignidad del pueblo alemán que había sido humillado por las condiciones impuestas por el Tratado de Versalles al terminar la Primera Guerra Mundial.

En esta guerra podemos ver también uno de los usos habituales que se le da a la actividad comunicacional en el nivel estratégico que es brindarle a la conducción política un justificativo aceptable ante su propia población para desencadenar un conflicto bélico, con todo el espanto y la consternación que este trae a cuestras. Al respecto, y refiriéndose al comienzo de la guerra con la invasión alemana de Polonia el 1 de septiembre de 1939, el famoso historiador militar británico Antony Beevor (2002) señala:

La propaganda de guerra de la Alemania nazi contra Polonia se intensificó. Los polacos fueron convertidos en los causantes de la invasión que estaba germinándose contra su país. Y Hitler... para arrastrar a la opinión pública alemana en aquella empresa, no dudó en explotar el resentimiento de su pueblo

hacia Polonia por haberse quedado con Prusia occidental y parte de Silesia tras el detestado acuerdo firmado en Versalles. (pp. 32-33).

En nuestro caso de estudio, la guerra de Irak, veremos que los Estados Unidos de Norteamérica también hará uso de la actividad comunicacional para justificar, ante su población y ante la opinión pública mundial, la invasión del país asiático, pero lo hará empleando una técnica mucho más sutil y novedosa, el framing o teoría del encuadre.

Volviendo a las distintas técnicas comunicacionales utilizadas durante la Segunda Guerra Mundial, el psicólogo norteamericano Leonard Doob (1979) señala que la propaganda era considerada un arma de guerra por los alemanes que tenía por finalidad no sólo afectar la moral del enemigo sino también las decisiones de los conductores de los adversarios, a través de la difusión de informaciones cuyo contenido los condujera a sacar conclusiones erróneas. Más que a la propaganda de la que habla Doob, hemos señalado que la técnica que consiste en comunicar un mensaje falso, incompleto o desorientador con la finalidad de inducir a error en la adopción de resoluciones del adversario es la desinformación. Muchos confunden a la desinformación con la llamada propaganda negra, pero en esta última lo que está deliberadamente falsificado es la fuente para que el contenido del mensaje pueda ser aceptado como bueno por el receptor al que se dirige mientras que, en la desinformación en cambio, lo que está deliberadamente falsificado es el mensaje mismo. Desinformar es distribuir deliberadamente información falsa impidiendo o dificultando que la información correcta fluya hacia sus destinatarios. Subinformar es una parte de la desinformación que pasa por eliminar o apocar unas noticias y magnificar otras, amputarlas en su contenido o disminuir deliberadamente la importancia que tienen. Al respecto, Beevor nos muestra un ejemplo de la utilización de la desinformación en el nivel operacional por parte de la Abwehr, organización de inteligencia alemana, que contribuyó a la rápida y sorprendente caída de Francia en 1940:

El Sichelschnitt, o “golpe de hoz”, de Manstein, un ataque envolvente por la izquierda, era, pues, la versión opuesta del plan Schlieffen de 1914, un ataque envolvente por la derecha, que los franceses creían que el enemigo iba a

utilizar una segunda vez. El almirante Wilhelm Canaris de la Abwehr organizó una campaña de desinformación sumamente efectiva, haciendo correr en Bélgica y en otros lugares el rumor de que ese era precisamente el plan de los alemanes. (Beevor, 2022, p. 120)

Considerando ahora la actividad comunicacional realizada por los aliados durante este conflicto bélico, Pizarroso Quintero (2005) señala que como consecuencia de los abusos, falsedades y exageraciones que durante la Primera Guerra Mundial se cometieron con la “atrocidad propaganda”, durante esta guerra los mismos se mostraron excesivamente prudentes en la difusión de noticias que iban llegando sobre las atrocidades de los campos de concentración nazis por el temor de suscitar la desconfianza de la opinión pública internacional. Al principio del conflicto los mensajes propagandísticos aliados que tenían por blanco las tropas alemanas enemigas tenían un efecto casi nulo, evaluados a la luz del número de desertiones de soldados y de la afectación de la voluntad de lucha de las fuerzas enemigas. Sin embargo, a medida que las derrotas germanas se iban incrementando y la identificación de las masas con la subcultura nazi iba desintegrándose, las campañas propagandísticas de los aliados fueron consiguiendo mejores resultados en el objetivo de minar la moral de los combatientes adversarios. Al respecto, Mattelart (2017) cita una investigación realizada por Janowitz y Shils que concluía que el impacto de la propaganda de los aliados en la eficacia de combate de las tropas alemanas no provocó la desintegración de la voluntad de lucha de las mismas hasta que los propios grupos primarios, especialmente el grupo de camaradas, empezaron a disgregarse. En esta línea de pensamiento, a fines de la década del treinta, dentro de los estudios relacionados con la comunicación de masas, adquiere relevancia el ya tratado concepto de actitud que se consideraba fundamental en el desencadenamiento posterior de un determinado tipo de conducta. Por lo tanto, las distintas investigaciones realizadas durante ese período se centraron en cómo los distintos mensajes persuasivos podían producir cambios o refuerzos en las actitudes de las distintas personas. En los Estados Unidos, que todavía estaba fuera de la guerra, un equipo de investigadores encabezados por Lazarsfeld, utilizó las elecciones presidenciales de 1940 para demostrar la preeminencia de la influencia persona a persona por sobre la que pueden ejercer los medios masivos de comunicación. En

efecto, los resultados del trabajo realizado demostraron que las personas preferían recabar información sobre el proceso electoral de las personas de su entorno y no de lo que podían escuchar en los distintos medios, resaltando así la importancia en los efectos de la comunicación de los grupos primarios. La teoría del flujo de la comunicación en dos escalones que se extrajo como corolario de esta investigación postula que en todos los grupos sociales existen líderes de opinión que son los encargados de tamizar las informaciones que se reciben de los medios de comunicación social de acuerdo a las normas y valores sostenidos por el conjunto, para luego retransmitirlos según su propia interpretación al resto de los miembros de la comunidad que tenían menor contacto con los medios y dependían de otros para obtener información. En este sentido, se consideraba al grupo como un elemento moderador de las influencias externas y al líder de opinión como mediador entre los medios de comunicación social (en esa época la radio y la prensa) y los integrantes del conjunto. Por lo tanto, desde este punto de vista resultaban más importantes las relaciones interpersonales y la influencia personal directa que ejercían estos líderes de opinión que la propaganda que pudieran transmitir los distintos medios.

Durante la Segunda Guerra Mundial el gobierno norteamericano le encargó a Lasswell la dirección de la Oficina de Información Bélica desde donde estudiará sistemáticamente la propaganda nazi y sentará las bases para las estrategias de propaganda estadounidense. Finalizado el conflicto bélico, y dentro del marco de la sociología funcionalista que concebía a los medios de comunicación de masas como un factor de regulación y equilibrio social, Lasswell presenta su famoso modelo sobre el proceso de la comunicación conocido como el de las cinco W por la escritura en el idioma inglés de las preguntas a las que se debía dar respuesta: ¿quién, dice qué, a quién, mediante qué canal y con qué efecto? (Who says What to Whom through Which channel with What effect?). El foco de este modelo estaba puesto sobre la persuasión que es la capacidad para convencer a una persona para que piense de una determinada manera o adopte un comportamiento. La comunicación persuasiva puede tener como finalidad crear actitudes donde antes no existían, incrementar o disminuir la intensidad de las actitudes ya existentes o modificar una actitud previa por su opuesta. Siguiendo este modelo un equipo de investigadores de la Universidad de Yale encabezados por el

psicólogo norteamericano Carl Hovland realizó numerosos experimentos donde estudiaron los cambios en las actitudes que podía provocar la exposición de las personas a los mensajes persuasivos de los medios de comunicación de masas. El objetivo de estas investigaciones era estudiar cómo el grado de influencia de los mensajes variaba en función del intervalo de tiempo considerado con la finalidad de poder mejorar los programas de información e instrucción militar. Uno de sus trabajos más conocido fue un programa de investigación con soldados norteamericanos en los frentes europeo y del Pacífico durante la Segunda Guerra Mundial donde usaban películas de orientación para informar a la tropa sobre las causas y objetivos del conflicto y persuadirla respecto de sus actitudes hacia el combate y hacia el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos militares. El procedimiento básico consistía en pedirles a los soldados que expresaran su opinión frente a una determinada cuestión para obtener sus actitudes precomunicacionales. Después, se les proyectaba una película con un mensaje persuasivo sobre el mismo asunto y finalmente, se medía los cambios entre la posición inicial y la posterior de la tropa acerca de la misma cuestión. Estos resultados eran comparados con los de otro grupo de soldados a los cuales no se les había pasado el filme. Hovland postulaba un modelo psicodinámico de la persuasión donde el mensaje persuasivo debía lograr alterar el funcionamiento psicológico del individuo e inducirle a realizar las acciones deseadas por el emisor del mismo. De las investigaciones realizadas el autor concluyó que existían efectos que tras la recepción de un determinado mensaje permanecían como dormidos en los receptores haciéndose presentes con posterioridad tras el transcurso de un determinado intervalo temporal. También resaltó que el público participante retenía mejor la información que se exponía al principio o al final de la película, llamándolos efectos de primacía y de recencia respectivamente. Sin embargo, a pesar de que las películas influían en el conocimiento que los soldados tenían de las normas militares, los resultados eran poco importantes a la hora de producir cambios masivos en la actitud y comportamiento hacia las mismas.

d. La actividad comunicacional durante la Guerra Fría y la Guerra de Vietnam.

Dentro del período de la historia contemporánea que se conoció como el de la Guerra Fría, por el conflicto entre los bloques occidental capitalista y oriental comunista, liderados por los Estados Unidos de Norteamérica y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas respectivamente, dentro del campo de lo comunicacional, se destaca el uso de la técnica de la desinformación, por estar la misma diseñada para engañar y desorientar al oponente, perturbar su percepción de la realidad, influir en sus decisiones y socavar su eficiencia política, económica y militar. Los soviéticos, durante la Guerra Fría, la consideraban como una de sus más importantes medidas activas y por lo tanto ofensivas, que se aprovechaba de la duda y la conciencia moral, ejes que según su concepción servían a la estructuración de las sociedades occidentales, para atacar a estas en su flanco más débil. Las medidas activas eran un conjunto de técnicas, tanto abiertas como encubiertas, dirigidas a influir sobre determinados sucesos y sobre las acciones de los otros actores estatales. Entre las medidas de carácter abierto se destacaban la propaganda a través de canales oficiales, las relaciones diplomáticas y la diplomacia cultural. Entre las técnicas encubiertas se incluían la utilización de agentes de influencia, radioemisoras clandestinas, organizaciones internacionales, la propaganda encubierta (fuente falsa) y la desinformación. La desinformación en la jerga soviética era una comunicación que incluía información intencionalmente falsa o incompleta, frecuentemente combinada con información verdadera, que buscaba engañar e inducir a los decisores del adversario o a la opinión pública a que llegara a conclusiones erróneas. El objetivo no era otro que el de desacreditar y debilitar a los oponentes, distorsionando así su percepción de la realidad.

Por otro lado, a fines de los años sesenta, el profesor norteamericano Herbert Schiller, dentro del enfoque que paso a conocerse como Economía Política de la Comunicación, desarrolló la teoría del imperialismo cultural. La misma sostiene que las culturas tradicionales de los países menos desarrollados de nuestro planeta han sido destruidas por la introducción de valores foráneos propiciados por los intereses comerciales de las grandes corporaciones transnacionales con sede en los Estados Unidos de Norteamérica, en conjunción con las élites políticas y militares de ese país. En este sentido, el imperialismo cultural es el conjunto de procesos

por los cuales la clase dirigente, el complejo militar-industrial y los medios de comunicación norteamericanos moldean las instituciones sociales de la comunidad para que las mismas se identifiquen con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema internacional. Esta influencia cultural se materializa a través de la producción y distribución planetaria de contenidos a través de todos los medios masivos de comunicación social. Según Schiller esta situación era consecuencia del claro predominio que los EE.UU. tenían en el sistema internacional luego de finalizada la 2da Guerra Mundial. Al respecto, puntualiza que:

La creación, en 1953, de la Agencia de Información de los Estados Unidos (United States Information Agency o USIA), destinada a ser el instrumento oficial del gobierno para las comunicaciones con el extranjero, coincidió con el gran aumento de la actividad de las corporaciones norteamericanas y de la influencia de los Estados Unidos en el exterior, en el período de posguerra. (Schiller, 1987, p. 62)

En relación con esto, Mattelart (2017) cita un memorándum de 1963 del presidente John Kennedy que detalla la misión de la USIA:

Su tarea es la de ayudar a cumplir los objetivos de la política extranjera de Estados Unidos: a) influyendo en las actitudes del público en las naciones extranjeras; b) teniendo al presidente, a sus representantes exteriores y al conjunto de los departamentos y de las agencias, al corriente de las implicaciones que la opinión extranjera puede tener en las políticas, decisiones y programas, presentes y futuros, que emanan de Estados Unidos. (p. 169)

La teoría de Schiller se basaba en los postulados de la Escuela de Frankfurt, cuyos mayores exponentes los filósofos alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer, sostenían que los medios de comunicación eran industrias culturales que tenían por finalidad mantener la estructura social jerárquica y autoritaria dominante a través de la homogenización de los contenidos transmitidos. Asimismo, consideraban que la cultura de masas estaba controlada por una elite política y económica que influía sobre la sociedad a través de los medios de comunicación social. Otro antecedente de esta línea de pensamiento podemos encontrarla en la noción de hegemonía del filósofo italiano Antonio Gramsci. Este

autor concebía a la hegemonía como la capacidad que tiene un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la comunidad de la cual forma parte, imponiéndole su cosmovisión del mundo. En este sentido, quienes gobiernan las instituciones dominantes aseguran su poder, directa e indirectamente, imprimiendo sus definiciones sobre la realidad circundante en aquellos a los que gobiernan. Schiller continuó sus investigaciones en las décadas posteriores analizando la estructura económica internacional y los medios de comunicación social con centro de gravedad en la relación entre el estado norteamericano, las grandes empresas de comunicación y las corporaciones industriales y financieras.

Entre otras ideas propuestas por las ciencias de la comunicación durante la Guerra Fría podemos destacar también lo postulado por Lazarsfeld y el sociólogo estadounidense Robert Merton referido a la disfunción narcotizante de los medios masivos que sostiene que ciertas élites políticas y económicas pueden utilizar a los medios de comunicación social para asegurarse la conformidad de la opinión pública con el statu quo social vigente, a través de la negación del conflicto social y del debilitamiento de la capacidad de la audiencia para ejercer el pensamiento crítico que le permita vislumbrar posibilidades de cambio. En relación a eso, los autores señalan que:

En la medida en que los medios de comunicación de masas han tenido una influencia sobre sus audiencias, ésta no sólo se ha revelado en lo que se dice, sino más significativamente, en lo que no se dice, ya que estos medios no sólo siguen afirmando el statu quo, sino que además dejan de suscitar preguntas esenciales acerca de la estructura de la sociedad. (Lazarsfeld y Merton, 1979, p. 148).

Por su parte, el filósofo y cineasta francés Guy Debord, en su famoso libro “La Sociedad del Espectáculo”, sostiene a fines de los años sesenta que la alienación que caracteriza a la vida contemporánea es producto de la proliferación de imágenes dominantes presentándose esta situación como una inmensa acumulación de espectáculos donde todo lo que antes era vivido directamente es reemplazado por una representación. Según Debord el sujeto actual vive a través de las imágenes de estas representaciones, pero deja bien en claro que “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre

personas mediatizada por imágenes” (1995, p. 1). En su concepción el autor entiende que el espectáculo es parte de la sociedad misma y es un instrumento de unificación que concentra las miradas y toda la conciencia de la opinión pública que se encuentra alienada en esta situación sin poner una resistencia efectiva. El sujeto actual no tiene vida propia, vive a través de las imágenes del espectáculo que contempla. En la misma línea de pensamiento que Debord, el filósofo y sociólogo francés Jean Baudrillard una década después nos habla de lo hiperreal, donde hay una suplantación de lo real por simulacros que sólo contendrían vestigios de lo real en forma de signos. El simulacro no es la representación de lo que en él aparece sino de un conjunto de espectáculos preexistentes en el imaginario de la cultura de masas. El simulacro no tiene ningún vínculo con la realidad que es por el contrario el espectáculo simulado. Por su parte, el semiólogo argentino Eliseo Verón, en la década del setenta del siglo pasado, formuló el concepto de producción de sentido, una noción que se enmarca en la teoría de los discursos sociales. La misma comprende un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social, entendiendo que esta última es la dimensión significativa de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido. El conjunto de hipótesis que sustentan esta teoría se basan primeramente en considerar al sentido como una producción discursiva y fruto de una práctica social, en segundo lugar, comprender a la red semiótica como sistema productivo y finalmente, entender a los fenómenos sociales en su dimensión significativa. Es decir que por un lado toda producción de sentido es necesariamente social ya que no se puede describir un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales de producción, pero también todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido. La incorporación de la dimensión productiva en los fenómenos de significación implica poner el foco del análisis sobre el funcionamiento de lo social en ese proceso productivo. Es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social por lo tanto el estudio de los discursos en el marco de sus condiciones productivas nos permite observar cómo las organizaciones emisoras pueden construir el sentido de una determinada realidad para los públicos a los cuales buscan influenciar con el contenido de sus mensajes, donde el discurso es un objeto ilusorio que solamente muestra su sentido en relación con el sistema productivo que lo ha engendrado. Según Verón los hechos

que componen la realidad social no existen en tanto hechos sociales con anterioridad a que los medios de comunicación social los construyan. Sin embargo, después que los medios los han producido los acontecimientos empiezan a tener múltiples existencias y efectos. En términos metodológicos, el punto de partida para el análisis es el sentido producido donde en los fragmentos del tejido del discurso pueden observarse las huellas y las marcas que la organización emisora ha dejado en el mismo y que permiten reconstruir las condiciones sociales de producción. En palabras de Verón (1993):

La posibilidad de todo análisis del sentido descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser (fragmentariamente) reconstruido a partir de una manipulación de los segundos. Dicho de otro modo: analizando productos, apuntamos a procesos. (p. 124)

El concepto de producción de sentido nos permitirá analizar en situaciones conflictivas, que son un fenómeno eminentemente social, como los distintos actores estratégicos en pugna construyen una determinada mirada de la realidad tanto para sus miembros como para otros públicos de interés, a través de la utilización de determinados productos discursivos.

En los años setenta, con el auge de la televisión, podemos observar un progresivo retorno a la vieja concepción todopoderosa de los medios masivos de comunicación social como fuentes de influencia sobre la opinión pública, producto de la significativa importancia social que fueron adquiriendo los medios en las sociedades al formar ya parte sustancial de la vida cotidiana de las personas en un grado e intensidad mucho mayores que en otras épocas. En esta línea de pensamiento, a fines de la década del sesenta, los investigadores y periodistas norteamericanos Maxwell McCombs (1996) y Donald Shaw desarrollaron la teoría del establecimiento de la agenda (agenda setting) donde postulaban que los medios de comunicación social tienen la capacidad de seleccionar y destacar o ignorar determinados temas para instalarlos o no entre las preocupaciones más importantes de la opinión pública, teniendo así un papel central y poderoso en la formación de la misma. El concepto de agenda comprende un conjunto de cuestiones comunicadas en función de una determinada jerarquía, entendiendo

que toda la información que llega a los diarios o a los noticieros de radio y televisión es solamente una pequeña parte de las mismas. La importancia de que un tema o una noticia figuren en la agenda marca una prioridad en los intereses ya que lo aparece en la agenda tiene una clara preferencia sobre los temas que no están en ella. Los creadores de la teoría reconocían a la tesis del periodista norteamericano Walter Lippmann, que consideraba a los medios de comunicación social como ventanas que nos permitían ver el mundo que quedaba más allá de nuestra experiencia directa creando así un pseudo-ambiente que actúa como puente entre el exterior y nuestras imágenes mentales, como su fuente de inspiración. Asimismo, la idea básica que iluminaba esta teoría era la hipótesis del profesor Bernard Cohen que sostenía que los medios de comunicación quizás no son tan poderosos en decirnos cómo pensar, pero sí lo son en instalar temas o preocupaciones sobre los que pensar. Mc Combs y Shaw, estudiando la campaña electoral en los Estados Unidos de Norteamérica en 1968, comprobaron empíricamente que los temas destacados por la cobertura mediática se instalaron como cuestiones importantes en la opinión pública. En este sentido, determinaron que la agenda mediática, integrada por las noticias que los medios informativos difunden sobre determinados acontecimientos, coincidía con la agenda pública, que está conformada por las principales preocupaciones que tienen las personas de una determinada sociedad. Sintéticamente, concluyeron que los medios de comunicación social tienen la capacidad de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la agenda de la sociedad en su conjunto ya que los temas que obtenían una mayor cobertura de los medios con el tiempo se convertían en los temas importantes para la opinión pública. En este sentido, los medios ejercen una influencia cognitiva sobre las personas incidiendo sobre las maneras que estas ven el mundo a través de la instalación en la agenda pública de determinadas temáticas. Los medios de comunicación social son usinas que a través de las informaciones que generan construirían una realidad para los ciudadanos devenidos en consumidores de bienes culturales y simbólicos. En estudios posteriores, donde se analizaba la intervención de condiciones contingentes que pueden reforzar o inhibir el efecto de agenda, los investigadores de la teoría del establecimiento de la agenda demostraron también que el consumo de medios de comunicación social aumenta significativamente cuando las personas están

interesadas y tienen incertidumbre o desconocimiento sobre una determinada temática, lo que provoca una necesidad de orientación que potencia el ya comentado efecto de agenda. Asimismo, y en relación a los distintos tipos de medios, se llegó a la conclusión de que la prensa escrita marca la agenda mediática generando una mayor cantidad de noticias que luego serán recogidas tanto por la radio como por la televisión, concepto que se denominó intermedia agenda setting. Posteriormente, en lo que se conoció como estudio de la agenda de atributos, se descubrió que la selección y jerarquía mediática de ciertas características, propiedades o rasgos que los medios emplean para pensar sobre las personas, temas u objetos influye significativamente en la percepción pública con relación a los mismos que presentan los citados atributos que los describen. Es decir, que los medios no sólo influyen sobre la selección de los temas que marcarán la agenda pública, sino que también tienen que ver en la manera como se piensa acerca de ellos. Este efecto de agenda es decisivo para el entendimiento social de un tema o personaje, ya que la imagen que nos hacemos en nuestra mente de los mismos queda definida y delimitada por las características resaltadas por los medios de comunicación social. Dentro de la agenda de atributos no sólo se trabaja sobre la parte cognitiva de la opinión pública, sino que también se busca ejercer influencia sobre los aspectos afectivos a través de la presentación valorativa (positiva, negativa o neutra) de las características salientes de los temas, objetos o personas consideradas. Aparte de la agenda mediática y la agenda pública también debemos considerar la agenda política que comprende los temas que se relacionan con contenidos gubernamentales, legislativos o electorales. Como corolario de la teoría del establecimiento de la agenda podemos decir que la misma puso en cuestionamiento el paradigma de los efectos limitados de los medios de comunicación social pues se demostró que estos tenían la capacidad de influir sobre la opinión pública en el mediano y largo plazo, estableciendo un listado jerarquizado de asuntos importantes y una serie de atributos relacionados con estos temas lo que les permitiría construir el presente social. El concepto clave de esta teoría es la transferencia de temas o figuras públicas de la agenda mediática a la agenda pública. Las investigaciones sobre el establecimiento de la agenda han llegado a la conclusión de que el conocimiento público de los asuntos

políticos está estrechamente relacionado con la cobertura que se les presta a estos en los medios de comunicación social.

Con relación ahora a la Guerra de Vietnam, la misma marca una auténtica transformación en la utilización de los medios de comunicación en los conflictos bélicos ya que, a partir de la misma, las guerras posteriores incorporarán ya abiertamente una estrategia mediática a la estrategia militar con la finalidad de construir un relato o narrativa que refleje la visión que los niveles estratégicos de los distintos contendientes quieran proyectar en la opinión pública. Toda guerra de la información se sustancia en la distribución de datos o relatos intencionadamente manipulados al servicio de ciertos fines, o en ocasiones se basa en la aportación de información insuficiente o directamente en su omisión. La difusión masificada de la televisión en cuanto tecnología alojada en el ámbito de la intimidad casera coincidió con el estallido de la Guerra de Vietnam, por lo cual este conflicto se convirtió en el primer enfrentamiento bélico televisado de la historia y el sentimiento anti bélico que se produjo en gran parte de la opinión pública norteamericana puede atribuirse al constante flujo de imágenes bélicas desfavorables en las pantallas de los hogares de la población de ese país. En la retaguardia, la opinión pública alejada geográficamente de la realidad del conflicto seguía las batallas y los combates a través de las narraciones y los relatos gubernamentales y sobre todo mediáticos utilizando este nuevo dispositivo. Al respecto, el profesor canadiense Marshall McLuhan (1985) señala que “la guerra de la televisión ha significado el fin de la dicotomía entre civil y militar. Ahora, el público participa en todas las fases de la guerra, y las principales acciones guerreras se libran en el mismo hogar americano” (p. 80). La televisión además de incrementar las audiencias masivas de la prensa escrita y la radio, de profundizar en el valor de instantaneidad y co-presencia del público que había inaugurado la radio como medio de masas, introduce de lleno a las sociedades occidentales desarrolladas en la cultura visual. En este sentido, la utilización de la televisión como medio de comunicación preponderante en esta guerra trajo como consecuencia la sustitución del lenguaje por la imagen. La presencia constante de la televisión proporcionando imágenes casi instantáneas de la guerra hacia que para los ciudadanos norteamericanos las cosas no ocurrieran hasta que no las mostraba la cadena de televisión Columbia Broadcasting System (CBS). Con

relación a esto, el camarógrafo de televisión, de acuerdo a las órdenes que recibía, escogía la porción de la realidad que se quería transmitir y desechaba el resto, lo cual era totalmente artificial pues la imagen es un fragmento del todo, el contexto en que se halla inserta y sin el cual no puede comprenderse. En este sentido, la imagen por su capacidad para la creación de la realidad pasa a ser desde ese momento un instrumento de la política y la estrategia de la actividad comunicacional. La Guerra de Vietnam quedo simbolizada por las imágenes de bolsas de cadáveres (body bags) que traían los cuerpos de los soldados norteamericanos que fueron muertos en este conflicto y los homenajes que los fallecidos recibían en sus localidades de origen. Esta llegada de las bajas mortales producidas en la guerra fue el mayor estímulo para el movimiento pacifista en Norteamérica que se oponía abiertamente al conflicto. Además del rol determinante ya señalado que tuvo un medio como la televisión, la radio fue también un arma de propaganda muy importante en este conflicto. Del lado vietnamita se destacó la famosa Radio Hanoi que trato de ser opacada por radios locales de Vietnam del Sur y emisoras clandestinas que operaban desde Camboya y Laos en apoyo del esfuerzo de guerra norteamericano. Al respecto, Mattelart (2017) señala que la USIA intervendría en la Guerra de Vietnam creando en Saigón la JUSPAO (Joint United States Public Affairs Office) que tenía por misión “conquistar los corazones y las mentes del pueblo vietnamita para sostener el esfuerzo de guerra norteamericano e intentar influir favorablemente en los periodistas, recoger informes sobre las tácticas de guerra psicológica del enemigo y socavar su moral” (p. 169). La CIA por su parte se encargaba de las llamadas operaciones de propaganda negra, donde se utilizaba material de inteligencia y cuya verdadera fuente emisora no correspondía con la que figuraba ser, y de las operaciones psicológicas en el terreno a través del trabajo conjunto con equipos de las fuerzas especiales de las fuerzas armadas. Entre las operaciones psicológicas realizadas por las tropas norteamericanas en esta guerra el teniente coronel del ejército estadounidense Andrew Whiskeyman destaca el programa Chieu Hoy (brazos abiertos en vietnamita). Al respecto, señala:

El Programa Chieu Hoy fue diseñado para incentivar a los insurgentes a abandonar el VC (Vietcong) y unirse en la construcción de Vietnam del Sur como una nación. También apuntaba a socavar el apoyo comunitario y familiar

a los insurgentes al destruir la creencia de que amigos y familia estaban obligados a apoyar cualquier pariente en la insurgencia. Busco cumplir estos objetivos al proporcionar entrenamiento laboral, adoctrinamiento político, y en algunos casos una base para la aceptación en el Ejército de la República de Vietnam (ARNV). (Whiskeyman, 2020, p. 139)

En el nivel táctico se utilizó sobre todo el lanzamiento de panfletos desde el aire, la utilización de altavoces y los que se denominaron panfletos de reacción rápida que motivaban al personal enemigo a desertar y eran entregados por los equipos de operaciones psicológicas que operaban acompañando a las unidades de combate en el terreno. La Ofensiva del Tet en 1968 provocó un cambio determinante en la opinión pública norteamericana que pudo vivir a través de sus televisores todos los horrores del conflicto. La victoria de las armas estadounidenses se transformó en una derrota psicológica ya que las altas bajas norteamericanas hicieron que la opinión pública de ese país comenzara a cuestionar el propósito de este conflicto en el sudeste asiático. Asimismo, la publicidad que se le dio a matanzas como la de My Lai, y la extensión de la intervención militar estadounidense a Laos y Camboya, crearon en la opinión pública norteamericana el deseo de salir de esa guerra a como diera lugar. Ante esta situación el presidente norteamericano Lyndon Johnson debió relevar al Comandante en Jefe de las Operaciones Militares general William Westmoreland y destituyó al Secretario de Defensa Robert McNamara. Haciendo un balance de la utilización de la actividad comunicacional durante este conflicto Whiskeyman (2020) concluye:

El mayor uso de operaciones psicológicas en la historia de los EE.UU. había fracasado en entregar los resultados esperados. El fracaso no parece corresponder al nivel táctico, porque las unidades intentaron integrar las PSYOP, aprendieron lecciones de las operaciones en desarrollo, y ajustaron las tácticas. El fracaso está en la administración de la expectativa. El General Westmoreland no entendió la naturaleza de las operaciones psicológicas y puso el tipo incorrecto de énfasis de comando en esas operaciones. De manera poco realista, esperaba resultados instantáneos y creyó que las PSYOP del nivel

táctico podrían producir efectos en los niveles operacional y estratégico. (pp. 145-146)

La oposición de la opinión pública fue un factor determinante para que el gobierno norteamericano terminara retirando sus tropas de Vietnam en marzo de 1973.

A finales de la década del ochenta el lingüista y filósofo norteamericano Noam Chomsky junto al profesor Edward Herman propusieron un modelo de propaganda basado en la tesis de que los medios de comunicación social son instrumentos que están al servicio de los intereses de los gobiernos y de las élites políticas y económicas dominantes de la sociedad de un país. Según los autores este poder tamizará las noticias que se difundan a la opinión pública a través de los siguientes filtros:

1) la envergadura, la concentración de propiedad, la riqueza del propietario, y la orientación de los beneficios de las empresas dominantes en el ámbito de los medios de comunicación; 2) la publicidad como fuente principal de ingresos de dichos medios; 3) la dependencia de los medios de la información proporcionada por el gobierno, las empresas y los expertos, información, por lo demás, financiada y aprobada por esos proveedores principales y por otros agentes del poder; 4) las contramedidas y correctivos diversos como método para disciplinar a los medios de comunicación, y 5) el anticomunismo como religión nacional y mecanismo de control. (Chomsky y Herman, 2001, p.22)

Relacionado con la Guerra de Vietnam, Chomsky señala que casi todos los medios de comunicación social apoyaron la política del gobierno norteamericano hasta el momento en que se produjo un gran número de bajas en las tropas propias, comenzó a incrementarse de manera significativa el gasto militar y los intereses de la élite política, económica y cultural del país empezaron a verse amenazados.

e. La actividad comunicacional durante la Guerra del Golfo.

A raíz de las lecciones aprendidas en la Guerra de Vietnam, donde como hemos visto la opinión pública estadounidense fue un factor determinante en la

resolución del conflicto, el ejército norteamericano se esforzó por limitar el flujo de imágenes desfavorables de la Guerra del Golfo en los televisores de los hogares de ese país y en los del resto del planeta. En esta línea de pensamiento, podemos decir que la estrategia comunicacional norteamericana durante esta guerra se caracterizó por mostrar cero bajas y no brindar ninguna libertad de información a la prensa. Entre las diferentes medidas que se tomaron al respecto, se destaca que no se permitía a los distintos periodistas que cubrían el conflicto desplazarse libremente por la zona de combate. En este sentido, se implementó un sistema de equipos de prensa de combate (combat pools) bajo un estricto control de las fuerzas armadas. Estos equipos de cinco a quince personas salían al terreno de las acciones en visitas guiadas por un oficial de relaciones públicas del ejército que escogía a los soldados que iban a ser entrevistados, controlaba las fotografías y los rodajes y censuraba cualquier información que pudiera comprometer a las operaciones militares. Además, se realizó un férreo control sobre las imágenes y el material audiovisual que se publicaba, prohibiéndose la difusión de informaciones que hablaran sobre el número de tropas y materiales de guerra utilizados, lugar de emplazamiento de las distintas unidades, planes a ejecutar, operaciones previstas y tácticas de combate a emplear. Asimismo, en Arabia Saudita, el Pentágono a través de especialistas en comunicación y agentes de seguridad, controlaba a los miles de periodistas de todo el mundo alojados en un hotel en Daraham, a cientos de kilómetros de la zona de combate, mediante una serie de reglas cuyo no cumplimiento implicaba la retirada de la acreditación y su inmediata devolución al país de origen. El periodista norteamericano Bob Woodward cita la importancia que para uno de los protagonistas principales de los últimos conflictos bélicos de los Estados Unidos el general Colin Powell, en ese entonces Jefe del Estado Mayor Conjunto, tienen los medios de comunicación social en el desarrollo de los mismos:

Describió de qué modo trabaja sus relaciones con los periodistas, ganando su confianza y logrando que aceptaran sus explicaciones de las cosas. Y agregó “Una vez que tengan a sus fuerzas en movimiento y desplegadas y que todo esté en manos de los comandantes, vuelvan su atención a la televisión porque pudiera ocurrir que ganaran la batalla o que perdieran la guerra por no saber manejar correctamente los acontecimientos”... “a veces, el éxito de algunas operaciones se

ve disminuido a causa de un trato incorrecto en las relaciones con la prensa”. (Woodward, 1991, pp. 191 y 243).

Si bien como hemos señalado el control sobre la prensa fue sumamente estricto podemos afirmar también que este conflicto bélico ha pasado a la historia como la primera guerra televisada en vivo y en directo, destacándose la cobertura realizada por el corresponsal de la CNN (Cable Network News) Peter Arnett, quien reportaba diariamente desde Bagdad a través de su teléfono satelital con imágenes de los bombardeos nocturnos que realizaban los aliados y provocaban graves daños en la población civil iraquí. Con el efecto CNN desaparece la figura del mediador y la información llega cruda y en tiempo real al seno del hogar estadounidense. Desde el punto de vista técnico, esto es consecuencia de la portabilidad de los sistemas y del desarrollo de la tecnología del satélite, lo que hace que la televisión sea autónoma para trabajar en tiempo real y desde cualquier lugar del mundo. Al respecto, los coroneles de la fuerza aérea del ejército popular de liberación de la República Popular China Qiao Liang y Wang Xiangsui señalan que:

En términos de las emisiones de la cadena CNN, todo el mundo contemplaba lo mismo que el Presidente de los Estados Unidos en el sentido de que al mismo tiempo vieron y sintieron el conmovedor inicio de la guerra. En la era del intercambio de información, un presidente, a ciencia cierta, no tiene muchos más privilegios especiales que un ciudadano común. Aquí es el punto de encaje donde la guerra moderna difiere de las del pasado, con informes en tiempo real que convierten a la guerra en un nuevo programa que el público puede fiscalizar directamente a través de los medios de comunicación que se han transformado en una parte inmediata e integral de la guerra, y ya no se limitan a proporcionar sólo información proveniente del campo de batalla. (Liang y Xiangsui, 2021, p. 146).

La CNN se consolidó en este conflicto como una cadena de audiencia internacional de veinticuatro horas de información continúa todos los días con la capacidad tecnológica de establecer una comunicación planetaria en forma permanente, demostrando el máximo potencial de la televisión como medio de comunicación para transmitir un conflicto bélico en tiempo real. Como lado

negativo de este aspecto podemos decir que la información en tiempo real se transformó en un verdadero espectáculo como señalaba Debord en el que la verdad paso a ser sólo algo accesorio. Las imágenes desplazaron en importancia a las palabras y las ideas, que quedaron relegadas a un segundo plano. Al respecto, el politólogo italiano Giovanni Sartori (1998) nos habla del Homo Videns, una nueva clase de individuo acostumbrado a vivir en un mundo de imágenes donde adquiere preeminencia lo emocional por sobre la capacidad de abstracción y entendimiento. Todo lo que los espectadores de la opinión pública mundial pudieron saber sobre esta “guerra espectáculo” fue en forma de imágenes de propaganda que fueron monopolizadas por la televisión norteamericana. El enfoque preponderante estaba dirigido por la imagen lo que a menudo sustituía a la información ya que los medios de comunicación basados en la imagen, como la televisión, ocultan noticias tanto como las revelan. Anteriormente a la televisión, la conquista de las mentes estaba hasta entonces limitada al discurso escrito u oral; cuando ingresamos en el campo audiovisual a través de la difusión de imágenes se actúa en forma directa sobre las percepciones de las personas. Las presentaciones de los medios de comunicación vigiladas de cerca hicieron imposible distinguir entre la experiencia de lo que realmente sucedió en el conflicto y su tergiversación selectiva y estilizada a través de lo que vimos que Baudrillard llamaba simulacros. Mientras que en Vietnam se mostraban imágenes, podemos decir que en la Guerra del Golfo se creaban, siguiendo los postulados de la fenomenología de que la realidad que percibimos no es más que una construcción social. En este sentido, el filósofo argentino José Pablo Feinmann sostiene que el poder mediático es fundamental para que quienes detentan el poder en una sociedad se apoderen del sentido común, imponiendo sus intereses y creencias como los intereses y creencias de todos, a través de la creación diaria de la realidad que vivimos. El sujeto es para el poder mediático hegemónico un recipiente al que es necesario llenar de contenidos todo el tiempo, por lo tanto, el sujeto mediático es el sujeto constituyente ya que es el que constituye el mundo globalizado capitalista que rige actualmente el destino de la humanidad. En este sentido Feinmann (2013) señala:

Ese sujeto del sentido común es el sujeto-Otro. El que cree que dice lo que piensa y dice y piensa lo que el Otro lo ha conducido a decir y pensar. El sujeto-Otro es el que es dicho y pensado por el poder. (pp. 18-19).

Esta creación de la realidad podemos verla en este ejemplo en el terreno que nos señala la profesora norteamericana Dorothy Denning (2020):

La PSYOP y la gestión de la percepción también jugaron un papel importante, no sólo con los soldados iraquíes sino también con el público. Cuando la ciudad de Kuwait fue liberada, las imágenes de televisión mostraron cientos de kuwaitíes ondeando banderas estadounidenses mientras las fuerzas libertadoras entraron en la ciudad, demostrando su apoyo a los esfuerzos estadounidenses. Una agencia de relaciones públicas más temprano había organizado la distribución masiva de banderas de mano estadounidenses, así como pines para solapas. (p. 165)

Entre las distintas técnicas de la actividad comunicacional que se emplearon en este conflicto bélico en el nivel táctico se destacan el lanzamiento de salvoconductos y de radio transistores presintonizados para aquellos miembros de las fuerzas armadas iraquíes que quisieran desertar y la propagación de panfletos anunciando bombardeos que buscaban causar el miedo en la población local para que esta se rebelara contra el opresivo régimen de Saddam Hussein. Al respecto, Denning (2020) señala que:

Durante la guerra, los aliados arrojaron 29 millones de panfletos detrás de las líneas iraquíes. Estos panfletos, que venían en 14 variedades, alcanzaron aproximadamente al 98 por ciento de los 300.000 efectivos... La Voz del Golfo fue transmitida por más de seis estaciones de radio clandestinas, incluyendo tanto estaciones aéreas como terrestres. Durante su período de operaciones a principios de 1991, fueron transmitidos un total de 189 mensajes de PSYOP (operaciones psicológicas). Mensajes adicionales fueron difundidos desde altoparlantes en mochilas, vehículos y helicópteros durante las campañas terrestres... (p. 163)

Por su parte Liang y Xiangsui (2021) agregan que:

La Guerra Psicológica realmente no es una nueva táctica, pero lo novedoso de las Operaciones Psicológicas en “Tormenta del Desierto” fue su creatividad, después de arrojar una bomba extremadamente potente, los aviones tirarían los panfletos de propaganda, advirtiendo a los soldados iraquíes que se encontraban a varios kilómetros de distancia, quienes estaban temblando en sus botas por el bombardeo, pensando que la siguiente bomba tocaría a su puerta. Estas operaciones fueron suficientes para que las unidades iraquíes, organizadas en divisiones, colapsaran. En el campamento de prisioneros de guerra, un comandante de división iraquí admitió que el impacto de la Guerra Psicológica en la moral de la tropa, sólo era superado por los bombardeos de las fuerzas aliadas. (pp. 150-151)

Como resultado de la actividad comunicacional en este nivel el coronel del ejército norteamericano Christopher Lowe (2020) nos detalla que:

Casi unos 87.000 soldados iraquíes se rindieron cuando las fuerzas de Operaciones Psicológicas de EEUU (PSYOP) acosaron a unidades iraquíes con folletos, órdenes por altavoces y transmisiones de radio. La generalizada rendición y deserción iraquí indudablemente inhabilitó el comando y control iraquí (C2), ya que despojó al alto mando iraquí de sus “ojos y oídos”, contribuyó a la moral baja, y redujo la capacidad de respuesta táctica. Los llamamientos de PSYOP proporcionaron a los soldados iraquíes las instrucciones sobre cómo rendirse, aun cuando el bombardeo estadounidense proporcionó la motivación. (p. 34)

Por su parte, en el nivel estratégico, los distintos países que formaban parte de la coalición multinacional presentaron ante la opinión pública mundial a la potencia bélica de Irak como una amenaza de gran peligrosidad para la seguridad del sistema internacional. Siguiendo esta idea fuerza los principales medios masivos de comunicación repetían constantemente que Irak disponía del cuarto ejército del mundo en poder militar para justificar el importantísimo despliegue de tropas y medios realizado y más tarde los bombardeos masivos de la coalición en territorio iraquí. El particular encuadre (framing) que se realizó de esta información ocultaba que, comparado con el poderío militar norteamericano, las fuerzas armadas iraquíes eran prácticamente inexistentes, ya que el presupuesto

anual de defensa estadounidense era equivalente a la sumatoria de los presupuestos de la docena de países que le seguían en términos de poderío bélico (aproximadamente 300.000 millones de dólares anuales en promedio). Al respecto, Baudrillard llega a hablar inclusive de un “asesinato de la realidad”. En este sentido, sostiene que la Guerra del Golfo no ha tenido lugar:

Puesto que esta guerra ya estaba ganada de antemano, jamás sabremos qué pinta habría tenido si hubiese existido. Jamás sabremos qué pinta habría tenido un iraquí que hubiese luchado con alguna posibilidad de combatir. Jamás sabremos qué pinta habría tenido un americano que hubiese luchado con alguna posibilidad de ser derrotado. (Baudrillard, 1991, p. 65).

Del lado norteamericano participaron aproximadamente doce mil tanques, doce mil vehículos blindados, cuatro mil aviones, trescientos buques de guerra y más de dos millones de soldados pertenecientes a más de treinta naciones, incluyendo numerosos países árabes. Para Baudrillard esta diferencia entre el poder abrumador de las fuerzas armadas norteamericanas y el de las tropas de Saddam Hussein hizo que este conflicto sea una verdadera atrocidad más que una guerra. En cuanto a los justificativos para desencadenar el conflicto, Pratkanis y Aronson (1994) señalan que antes de la guerra, cuando se discutía en el Congreso de los Estados Unidos las consecuencias de entrar o no en la misma, los que defendían una postura positiva describían a Saddam Hussein como el nuevo Hitler comparando la invasión de Kuwait por parte de Irak con la de Checoslovaquia y Polonia por parte de Alemania durante la Segunda Guerra Mundial. Asimismo, se veía que el trato que Hussein le daba a los kurdos era semejante al que Hitler les había dado a los judíos. Por el contrario, quienes se oponían al conflicto bélico comparaban la situación con la de la Guerra de Vietnam postulando que ambos incidentes eran guerras civiles, uno entre Vietnam del Norte y su homónimo del sur y el otro entre dos pueblos de origen árabe, Kuwait e Irak.

Por el lado de las ciencias de la comunicación, en la década del noventa la teoría del establecimiento de la agenda entró en una nueva fase de estudios conocida como construcción de la agenda (agenda building) donde se intenta establecer el vínculo entre la agenda mediática y la agenda política y en qué sentido se daría el proceso de influencia entre ambas. La investigadora y

periodista argentina Natalia Aruguete (2015) señala que la diversidad de hallazgos que se encontraron en las distintas investigaciones realizadas no permite dirimir de manera concluyente esta cuestión. El interrogante fundamental de las investigaciones de la agenda building estaba centrado en quién les fija la agenda a los medios de comunicación social. La hipótesis sostenida por McCombs para responder a esta pregunta fue la de la metáfora de las capas de cebolla donde en las diferentes capas se representan los distintos actores y factores que compiten en la influencia por fijar la agenda mediática. En este sentido, y en un recorrido de afuera hacia dentro encontramos en primer lugar en la capa más externa a las fuentes externas, los hacederos principales de las noticias ajenos a las instituciones informativas (partidos políticos, organismos oficiales, otros actores sociales, etc); en segundo término se ubicarían los propios medios de comunicación social; luego estarían los soportes técnicos que marcan los límites de la cobertura y en el corazón de la cebolla hallaríamos a los distintos estilos o géneros periodísticos que hacen a la labor profesional y a la cultura organizacional. Además, esta competencia es influida por las normas de la comunicación (periodistas, fuentes, rutinas, intereses) e imposiciones específicas de cada formato. Esta teoría cuestiona la mirada objetivista en el proceso de construcción de las noticias mostrando que los medios de comunicación social sólo son un actor más en un complejo entramado de tensiones y negociaciones con factores endógenos y exógenos, estructurales y coyunturales, donde existen distintos condicionamientos al momento de seleccionar los distintos temas que integrarán la agenda mediática. Sintetizando, la tesis central de la agenda building es que hay una competencia entre las fuentes oficiales, los distintos gobiernos y también al interior de las propias instituciones periodísticas por fijar la agenda de los medios de comunicación social.

f. La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación.

El sociólogo español Manuel Castells (1999) sostiene que desde los años ochenta del siglo pasado se está produciendo una transformación tecnológica cuyas consecuencias en todos los ámbitos de nuestra existencia pueden equipararse a la aparición del alfabeto hace aproximadamente tres mil años. Esta

verdadera revolución en las tecnologías de la información y la comunicación que hemos vivido en los últimos años ha provocado una auténtica transformación del sistema capitalista que en opinión del autor ha modificado el modo en que “nacemos, nos reproducimos y morimos”. Según Castells, las tecnologías de la información y la comunicación comprenden aquellas relacionadas con la microelectrónica, la informática, las telecomunicaciones y la optoelectrónica, encontrando en las mismas un lenguaje digital común en el cual la información se genera, se almacena, se procesa y se transmite. Esta transformación radical que se está dando en las citadas tecnologías se materializa en la integración de los medios masivos de comunicación, las telecomunicaciones y los sistemas informáticos a escala global en una red interactiva. Las tecnologías de la información y la comunicación basadas en la microelectrónica permiten la combinación de todos los tipos de comunicación de masas en un mismo entorno. En este sentido, es a partir de la concepción de la microinformática a comienzos de la década del setenta, con la consecuente capacidad de digitalizar los procesos de producción, almacenamiento y distribución de contenidos de cultura e información, cuando la lógica divergente de las industrias culturales comienza a mutar hacia una tendencia de tipo convergente. La digitalización de la comunicación ha llevado a la difusión de un sistema de medios tecnológicamente integrado en el que productos y procesos son desarrollados en múltiples plataformas. Una plataforma es la combinación de hardware y software sobre la que se desarrollan, gestionan y distribuyen los contenidos, la interactividad y la conexión de diversos dispositivos a la red y es, asimismo, el punto de encuentro entre proveedores, usuarios e intermediarios de un servicio o bien. Las plataformas pueden ser de diferente naturaleza y se pueden utilizar a través de un ordenador, una televisión inteligente o un teléfono móvil. Al respecto, Castells (2009) señala que:

Un solo medio físico, ya se trate de cables u ondas electromagnéticas, puede transportar servicios que en el pasado se suministraban por separado. A la inversa, un servicio que en el pasado se suministraba por un medio, radio prensa o telefonía, ahora se facilita en diferentes soportes físicos... Desde el punto de vista tecnológico, las redes de comunicación, las redes de ordenadores y las redes de radio y televisión convergieron gracias a las redes digitales, las

nuevas tecnologías de transmisión y almacenamiento de datos, en particular la fibra óptica, las comunicaciones por satélite y el software avanzado. (p. 92).

En la misma línea de pensamiento, Thompson (1998) postula que hay nuevas formas de procesar información basadas en sistemas digitales de codificación y la convergencia gradual de las tecnologías de la información y la comunicación hacia un sistema digital de transmisión, procesado y almacenamiento común de información y contenido simbólico de manera mucho más flexible. La digitalización de la información, combinada con el desarrollo de las tecnologías electrónicas relacionadas como los microprocesadores, permite convertir en forma sencilla la información de un medio de comunicación a otro. El sociólogo británico también nos llama la atención sobre el fenómeno de la globalización de las comunicaciones que comprende la interconectividad sistemática, interdependiente y recíproca de las diferentes regiones y lugares del planeta. Entre las tecnologías que más han contribuido con este proceso se destacan el despliegue de sistemas de cable como la fibra óptica que permite la transmisión de información electrónica codificada, la utilización de satélites para la comunicación a larga distancia permitiendo la simultaneidad emisión-recepción a escala planetaria y el ya señalado uso de métodos digitales de procesamiento y almacenamiento de la información. Según el sociólogo norteamericano Daniel Bell (1981) los sistemas de telecomunicaciones son la transmisión de señales codificadas, voces o imágenes más allá de la vista o el oído de una persona, producto del descubrimiento de la electricidad. Las telecomunicaciones permitieron experimentar acontecimientos de manera simultánea a pesar de que ocurriesen en lugares espacialmente lejanos. Por su parte, la telemática es la fusión del teléfono, la televisión y el ordenador en un sistema único, aunque diferenciado, que permite la transmisión de datos o la interacción entre personas. Anteriormente, los medios audiovisuales permitían a los estados y sus respectivos gobiernos ejercer un mayor control de la opinión pública local. La llegada de la satelización trajo como consecuencia una transnacionalización de la información y la cultura ya que los medios electrónicos permiten el acceso instantáneo a mensajes procedentes de fuentes geográficamente remotas de las audiencias destinatarias de los mismos, hecho que ha dificultado la censura por parte de los centros de poder.

Entre los antecedentes e hitos que dieron pie a la actual revolución de las tecnologías de la información y la comunicación encontramos en 1944, durante la Segunda Guerra Mundial, la creación por parte de la empresa multinacional estadounidense IBM (International Business Machines Corporation) del primer ordenador electromecánico Mark I, que pesaba cinco toneladas y tenía ochocientos kilómetros de cableado. En 1947, se inventa el transistor, base de la microelectrónica, lo que dio comienzo a una carrera hacia la miniaturización de los distintos componentes de una computadora. En 1969, el Departamento de Defensa norteamericano estableció una red de comunicación electrónica y protección de información entre las computadoras del sistema de defensa, denominada Arpanet (Advance Research Project Agency Network), con la finalidad de facilitar los intercambios de datos entre los distintos equipos de investigación y que se convertiría en la base del actual internet. En 1971, se crea en Silicon Valley el microprocesador que permite que las capacidades de procesamiento de un ordenador queden circunscriptas a un chip. En 1975, se desarrolla la primera computadora personal, un ordenador de pequeña escala en torno a un microprocesador. También a mediados de los setenta se genera el software para los ordenadores personales. La fibra óptica y la tecnología en la transmisión de paquetes digitales ampliaron considerablemente las capacidades de las líneas de transmisión. Pero el uso masivo de internet llegaría con la iniciativa publicada en 1992 por el inglés Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau: la World Wide Web (WWW). Ya ese año había más de un millón de servidores conectados a internet. La ahora llamada web 1.0 basaba todo su modelo de negocios en la generación de contenidos; era una época en la que para comunicar y tener presencia en internet era imprescindible reunir un equipo de personas especializadas en programación, diseño y generación de contenidos multimedia. En 1993, la distribución del navegador web Mosaic permitió que millones de personas accedieran a la navegación digital. Posteriormente Netscape y Explorer capturaron la casi totalidad del mercado al incorporar el acceso a internet como una función básica de los sistemas operativos. Asimismo, también en la década del noventa, los grandes medios de comunicación social empezaron a transformar parte de sus contenidos impresos a formatos digitales. Este internet era una red informática unidireccional, donde los usuarios solo navegaban sin interactuar

entre sí y donde la generación de contenidos seguía en manos de los medios de comunicación tradicionales. La gran cantidad de información digital existente en la web creó la necesidad de sistemas de indexación como Yahoo y Google. El uso masivo de internet se produce en 1998 con la aparición de este último navegador, el primer buscador disponible en la web, el mayor ancho de banda, la proliferación de computadoras personales y la aparición de software que simplificaba el acceso, la transmisión, el almacenamiento y la descarga de contenido. En septiembre de ese año 150 millones de personas alrededor del mundo estaban usando internet. A finales de la década del noventa, hay una explosión de las comunicaciones inalámbricas al aumentar la capacidad de conectividad y el ancho de banda en los teléfonos móviles, que se convierten en la forma de comunicación predominante. A partir de 2001, con el nacimiento del 3G en Japón, internet salta de las pantallas del ordenador a las pantallas de los dispositivos móviles, iniciando un nuevo camino que llega hasta los actuales teléfonos inteligentes (smartphones), que están siempre en nuestra mano y nos permiten compartir información en forma veloz e inmediata. Esta capacidad para conectarse a internet desde un dispositivo inalámbrico no sólo permite la movilidad de los distintos usuarios sino la conectividad inmediata y permanente de los mismos con todo el mundo y en cualquier lugar. En 2004, aparece la web 2.0 donde no se contempla la figura del editor, moderador o intermediario entre los contenidos y la publicación de los mismos. Las tecnologías de la web 2.0 permiten a los consumidores producir y distribuir sus propios contenidos lo que facilitó la constitución de comunidades virtuales en torno a redes sociales. A partir de allí, internet es al mismo tiempo un medio de información, pues tiene disponible una enorme base de datos con información multimedia de todo tipo y sobre cualquier temática; y un canal de comunicación. Ese mismo año se creó una red social como Facebook que posibilitó el intercambio de mensajes, textos, imágenes y videos entre los usuarios conectados a la misma. En 2005 se crea la mayor plataforma audiovisual, Youtube, donde los usuarios pueden subir sus propios videos. En 2006 se crea la red social Twitter (actualmente X), en 2010 Instagram y en 2016 TikTok, red social de origen chino que permite compartir videos cortos. En 2017 Facebook ya tenía dos mil millones de usuarios y más del doble de esta cantidad se conectaban diariamente a internet (la mitad de la

población mundial). Para Castells las redes sociales tienen al mismo tiempo la característica de los medios de comunicación de masas que pueden llegar a una audiencia global y a diferencia de estos les permite a los antiguos receptores convertirse en emisores de mensajes que pueden tener un amplio alcance. El acceso y las capacidades para el uso de la información y de sus soportes tecnológicos que tiene la población resultan medulares en esta sociedad informacional. La telefonía móvil y la conexión on line (internet), tanto fija como móvil, han causado, y lo siguen haciendo hoy en día, importantísimos cambios sociales, provocando una verdadera revolución en la forma de vivir de los habitantes de nuestro planeta. En este sentido y con relación a la multiplicación de las pantallas en nuestra vida diaria, Baudrillard señala la aparición de un nuevo tipo de sujeto, el sujeto fractal, que se encuentra diluido en estas modernas tecnologías.

Este nuevo tiempo, de comunicación mediada por nuevas tecnologías diferentes a las de los medios masivos, con la irrupción de los medios digitales y de las redes sociales, han aumentado las posibilidades de interconexión entre los individuos. Asimismo, se han multiplicado como nunca antes la cantidad de fuentes y dispositivos de producción, almacenamiento y distribución de información. En este nuevo escenario comunicacional dominado por los medios digitales, los generadores de información alternativa como los blogs y las redes sociales, permiten un mayor acceso a información multimedia en un ambiente interactivo donde hay un creciente número de vías alternativas para informarse y comunicarse aparte de los tradicionales medios de comunicación social. Sin embargo, más información no equivale a mejor información. La proliferación de medios tecnológicos hace que los periodistas puedan emitir en tiempo real sus crónicas desde el mismo lugar de los hechos, algo que hace poco era impensable y que incide en los resultados de las acciones a nivel operativo y hasta estratégico. Los periódicos siguen siendo un medio de comunicación masivo, pero ahora ha cambiado su plataforma de difusión ya que la mayoría de los usuarios no los leen en su forma impresa, sino que los leen en línea a través de internet. La comunicación de masas es ahora una comunicación basada en internet tanto en su producción como en su transmisión. Asimismo, el patrón de comunicación sufrió un radical proceso de cambio donde las personas acceden a las noticias a través de

las redes sociales, quedando los tradicionales medios masivos de comunicación relegados a un segundo plano. Las redes sociales ofrecen maneras alternativas de informar que rompen con las que tradicionalmente usaban los medios de comunicación social y muestran los contenidos que estos dejan fuera de su agenda. Las encuestas muestran que en la actualidad las redes sociales son la principal vía de acceso a las noticias que tienen las personas. Al respecto, Arugete y Calvo (2020) señalan que las redes sociales son una gran mezcladora de encuadres mediáticos ya que estos dependen de la decisión de los usuarios de compartir e ignorar determinados contenidos. Para explicar la propagación de contenidos informativos en las redes sociales los autores consideran que debemos tener en cuenta tres conceptos clave. En primer lugar, tenemos a la denominada atención selectiva que es el proceso mediante el cual prestamos atención a usuarios y contenidos que son consistentes con la cosmovisión que tenemos del mundo que nos rodea. En segundo término, señalan el concepto de activación en cascada que es el proceso mediante el cual habilitamos contenidos con los que estamos de acuerdo para que aparezcan en los muros de nuestros contactos. Finalmente, definen como elementos de encuadre a la combinación de contenidos habilitados en nuestro muro que realzan determinados aspectos de una noticia o evento mediático. La conformación de encuadres depende de la activación de los mensajes ofrecidos por las autoridades en la red que son aquellos usuarios cuyos mensajes tienen mayores posibilidades de propagarse debido a que tienen una gran cantidad de seguidores en la web. Las redes sociales son, de este modo, el eje sobre el que se construye el ecosistema de información en el siglo XXI, al tiempo que también constituyen una expresión de esa horizontalidad democrática que da voz a todos los actores con independencia de su calidad, convirtiendo a los receptores en emisores. El usuario pasivo, propio de los comienzos de internet, se ha transformado en un usuario proactivo, que se mueve en un escenario donde no existen los intermediarios y en el que los ciudadanos son a la vez productores y consumidores, objetos y sujetos, proveedores y usuarios. Los internautas reunidos en comunidades virtuales interactivas generaron las redes sociales, abandonando el papel de consumidores pasivos de información para transformarse en productores de contenidos aprovechando las facilidades que proporcionan las tecnologías para la edición y distribución de la información. Internet y las redes

sociales han permitido que cualquier persona pueda narrar y comunicar lo que considere pertinente, algo que antes estaba reservado a las élites políticas y económicas de una sociedad. A diferencia de cómo sucedía bajo el reinado de los medios de comunicación tradicionales, el nuevo escenario de comunicación no está basado en la transmisión de datos y hechos, sino en la difusión eficaz de historias conmovedoras, subjetividades y sentimientos, lo que conforma una opinión pública menos informada y más manipulable. La noción de emirec, que conjuga los términos emisor y receptor, postulada por el periodista canadiense Jean Cloutier se centra exclusivamente en el ámbito de la comunicación. En este sentido, el modelo comunicativo del emirec postula que todos los interlocutores se encuentran en un pie de igualdad con sus pares, siendo todos los sujetos de la comunicación al mismo tiempo emisores y receptores. La revolución digital, la llegada de internet, la aparición de múltiples dispositivos con pantallas para el entretenimiento y la aparición de las distintas redes sociales han potenciado la figura del emirec. Al respecto, los profesores españoles Roberto Aparici y David García Marín (2018) señalan que:

Los medios sociales digitales superan el modelo broadcast jerárquico y proponen una isonomía donde las producciones de los medios tradicionales y la creación de los ciudadanos se presentan de la misma forma en un espacio en el que todos, los grandes medios y los otrora solamente receptores, son comunicadores. (p. 75)

Algunos autores señalan que producto de la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación vivimos en un tiempo de posverdad. En este sentido, el profesor en Ciencias de la Comunicación español Raúl Rodríguez-Ferrándiz sostiene que en la palabra posverdad el prefijo post no se refiere a posterioridad en el tiempo sino a la superación, cancelación o irrelevancia de aquello sobre lo que se aplica. En este sentido, el autor señala que “en otras palabras, una época “posverdadera” es aquella en que la persecución de la verdad se ha vuelto inútil o quimérica” (2019, p. 2). El Oxford English Dictionary fija que la posverdad es aquella situación en la que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción y a las creencias personales. Por su parte, el Diccionario de la Real Academia de la

Lengua Española define al término posverdad como la distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales. Esta última definición sostiene que la posverdad no es una situación neutra, sino que por el contrario responde a los intereses de un sector de la sociedad, generalmente los más poderosos, que buscan manipular las creencias y emociones en un sentido predeterminado. El fenómeno de la posverdad ha estado siempre implícito en la noción misma de opinión pública ya que desde tiempos remotos la retórica se ocupó de las estrategias persuasivas de la comunicación política. Sin embargo, una de las características modernas de la posverdad es la actitud tolerante, indiferente y complaciente de la opinión pública con esta ocultación de verdades incómodas para el tejido social. La irrupción de las redes sociales en la arena de la comunicación política, en competencia a veces, y en sinergia otras, con los medios de comunicación tradicionales, es un factor clave para explicar cómo la posverdad ha alcanzado masa crítica. La simultaneidad de las plataformas de redes sociales, de agentes autónomos dirigidos a la manipulación de la opinión pública y la relevancia de la big data ha provocado un coctel explosivo que explica la importancia que tiene el fenómeno de la posverdad en la sociedad actual. Una expresión casi indisolublemente ligada a la de posverdad es la de fakenews, definida como información engañosa o incorrecta, que pretende ser una noticia real sobre política, economía o cultura. Las fake news son un verdadero instrumento que permite llevar adelante la política de la posverdad. Sin embargo, al igual que hemos señalado al describir este último concepto, la distorsión en la comunicación interpersonal que provocan las fake news no es un fenómeno nuevo, lo novedoso es la velocidad en la propagación de estas informaciones falsas y engañosas. Algunos autores enfatizan la intencionalidad política de las fake news para distinguirlas de las false news que son el resto de las noticias falsas que no pueden ser validadas. En este sentido, la propagación de fake news es un ejercicio de poder político que tiene por finalidad dañar al oponente político y vigorizar al militante de la propia fuerza. El periodista argentino Jorge Liotti (2023) postula que “el ecosistema comunicacional se transformó más violentamente en los últimos 30 años que en los dos siglos previos” (p. 194). En este sentido señala que hay tres características que marcan esta verdadera revolución. En primer lugar, la

prescindencia de la tarea de intermediación de los generadores de contenidos producto de que las redes sociales pueden disputarle a los medios tradicionales la construcción de la agenda pública. En segundo término, la línea divisoria entre lo real y lo ficcional ha dejado de tener sentido como consecuencia de la proliferación de noticias falsas donde es sumamente difícil identificar al emisor de las mismas. Finalmente, la acción de los algoritmos y el Big Data ha provocado que pueda conseguirse la individualización de los contenidos a partir de los gustos y consumos de cada individuo lo que trae como consecuencia negativa la pérdida de una esfera pública común donde puedan intercambiarse distintas ideas y posturas. Al respecto, Liotti (2023) concluye que:

Se diluye así el espacio de debate y conversación colectivo porque la información se fragmenta indefinidamente y se multiplican las narrativas. Cada individuo construye su propia agenda y consume contenidos e información en una forma diferente al resto. La conversación colectiva se vuelve así caótica y atomizada. (p. 199)

En cuanto a la actividad comunicacional, esta revolución en las tecnologías de la información y la comunicación ha provocado cambios trascendentes. En primer término, debemos señalar que, si el campo de lo social se ha ampliado hasta el mundo del ciberespacio de internet y las redes sociales, la guerra, en tanto que hecho social, se extenderá también a ese nuevo dominio que distingue a las actuales sociedades. La guerra actualmente se libra también en la red y lo informacional tendrá una importancia determinante en la producción de sentido a través de la construcción de narrativas y relatos que den soporte a las operaciones militares. Los dispositivos móviles inalámbricos y las redes sociales han alterado las reglas de los conflictos violentos, reforzando las narrativas de “amigo-enemigo” en el sentido de lo sostenido por el jurista alemán Carl Schmitt, que exponen a las personas vulnerables a ideologías violentas que inflaman odios largamente latentes y crean corrientes masivas de opinión popular que son casi imposibles de prever y controlar. Mediante internet la guerra ha invadido el espacio privado de las personas. En segundo lugar, estas nuevas tecnologías que tantos beneficios han traído a los ciudadanos del mundo entero, presentan como contrapartida que no sólo que aumentan la vulnerabilidad de infraestructura crítica

ante ciberataques sino que también dejan a la opinión pública mundial a merced de campañas de propaganda y desinformación ya que se consume mucha información pero la misma no es adecuadamente analizada y por ende no puede ser comprendida. El hombre moderno no piensa, se informa. Internet es un medio que permite la difusión de propaganda y desinformación más allá de los controles y la censura sobre los flujos de información por la red que puedan realizar las distintas autoridades gubernamentales ya que cuando una determina página web es detectada y se cierra, se abren al instante otras del mismo tipo en otros servidores. La proliferación de las redes sociales permite el proselitismo, la propaganda y el reclutamiento de nuevos miembros de organizaciones que pueden actuar como quintas columnas de actores extranjeros, esquivando los radares de los servicios de inteligencia y seguridad. Un tercer aspecto a marcar es que la democratización de la red ha tenido una influencia directa sobre la cobertura de los conflictos armados, quebrando el monopolio que ejercían los medios tradicionales, hecho que podemos verlo claramente en las distintas fuentes a las que podemos acceder para seguir la actual guerra entre Rusia y Ucrania. A pesar de que como señala Castells (2009), las agencias de noticias Associated Press (AP), Getty Images, Bloomberg, Dow Jones, Reuters y Agence France Press siguen controlando el 70% del mercado global de redifusión de noticias, en el actual y caótico panorama de conformación de la opinión pública, nuevos actores han creado en los últimos años plataformas y grupos de comunicación que compiten casi en igualdad de condiciones con los medios de comunicación tradicionales. Nunca en la historia la humanidad dispuso de la cantidad de fuentes, y dispositivos de producción, almacenamiento y distribución de datos e información con los que hoy cuenta. El flujo de la información es tan rápido y dispone de tales tecnologías que la institución militar no puede controlarlo como hemos visto que sucedió en la Guerra del Golfo. La multiplicidad de canales a través de los cuales pueden realizarse campañas de propaganda ha quedado fuera del alcance de la censura y control de los medios militares y estatales. Por último, debemos señalar que actualmente, el comportamiento de las grandes compañías de medios de comunicación social no puede ser examinado aislado del comportamiento de los principales operadores de internet. Los conglomerados de medios líderes y las diversificadas compañías de internet desarrollaron estrategias

para asegurar que la red Internet 2.0 refuerce más que dinamite las configuraciones de poder existentes. Al respecto, el ex-director de Le Monde Diplomatique, el periodista español Ignacio Ramonet (2016) nos llama la atención sobre la actual centralización de internet en torno a las empresas privadas estadounidenses conocidas como GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft). Como consecuencia de ello, podemos decir que internet y la proliferación de dispositivos móviles y portátiles para la comunicación como los smartphones influye de modo creciente en el establecimiento de la agenda y en el encuadre de ciertas temáticas lo que aumenta la volatilidad de la opinión pública mundial y la complejidad en su relación con los medios masivos de comunicación social.

g. La actividad comunicacional y la actual transformación de los conflictos armados.

Como postulaba Clausewitz la guerra es la prosecución de la política por otros medios, es violencia organizada donde se lucha por el poder. Como hemos visto cuando analizamos brevemente su obra, la esencia de este fenómeno tan característico de la especie humana que es la guerra comprende aquellos aspectos que indubitablemente vamos a encontrar en cualquier conflicto armado de la historia que analicemos. Esta naturaleza objetiva de la guerra es inmutable a través del tiempo, mientras que aquello que es propio de su desarrollo en una determinada época histórica, su carácter, es lo que cambia. Estos aspectos subjetivos son los que distinguen el carácter de los conflictos bélicos actuales de aquellos que se produjeron en el pasado como por ejemplo las doctrinas, los armamentos, las tácticas, las estrategias, etc, los cuales hacen que cada guerra sea un fenómeno único. Los conflictos más representativos de las épocas moderna y contemporánea se caracterizaban por la preeminencia en los mismos de ejércitos regulares pertenecientes a un estado-nación que normalmente combatían de manera convencional y simétrica en frentes claramente definidos, con medios tecnológicamente avanzados para la época y sometidos a los usos y costumbres de la guerra comúnmente aceptados por ambos contendientes. Las formas de lucha no convencional o irregular sólo constituían un complemento menor de las acciones convencionales. A finales del siglo pasado, una serie de autores

empezaron a señalar en distintos libros y artículos especializados en la materia, que a raíz de distintos acontecimientos que se estaban produciendo en los órdenes político, económico, social y tecnológico, en las características de los conflictos armados se estaba realizando una verdadera transformación. Entre estos hechos que estaban modificando sensiblemente las características de las guerras contemporáneas podemos señalar como los más importantes: el inicio de un nuevo ciclo de globalización económica; el fin del bipolarismo político que había distinguido al período de la Guerra Fría y la emergencia de conflictos étnicos, religiosos y políticos que habían sido sofocados por la cabeza de cada uno de los bloques; la aparición de nuevos actores no estatales del sistema internacional (organizaciones no gubernamentales, corporaciones transnacionales, grupos criminales, organizaciones internacionales, grupos terroristas, etc) producto de la pérdida por parte de los estados del monopolio del ejercicio de la violencia y de otros instrumentos que caracterizan al poder nacional soberano; el surgimiento de megaconcentraciones urbanas, nuevos espacios donde surgen nuevos tipos de conflictos; la desprofesionalización de la guerra por la irrupción de actores de ideologías políticas o religiosas extremas que hacen un uso indiscriminado de la violencia absoluta y finalmente, la más pertinente con nuestro tema de estudio que es la ya analizada revolución en las tecnologías de la información y la comunicación que como hemos señalado ha producido importantes cambios en los ámbitos social y cultural. Al respecto, Mattelart (2002) resalta la noción de netwar que se aplica a las nuevas formas de conflicto de baja intensidad protagonizados por actores no estatales que cuestionan las jerarquías gubernamentales a través de las redes, exigiendo una respuesta de las autoridades por este mismo medio. En este sentido, el autor señala que el ejército norteamericano ha creado unidades especializadas en esta verdadera guerra de la información que se da en el sistema internacional de redes informáticas. Los conflictos actuales se caracterizan por ser multidimensionales y multimodales. Son multidimensionales ya que no sólo abarcan los tradicionales dominios del ámbito militar (tierra, mar, aire y espacio exterior) sino que los actuales teatros de operaciones se expanden a las dimensiones política, económica, cultural, tecnológica e informacional. Asimismo, son multimodales ya que en los mismos participan actores estratégicos estatales y no estatales utilizando ambas estrategias, tácticas y técnicas tanto de la

guerra convencional como de la irregular. El historiador militar israelí Martin Van Creveld plantea la desaparición del modelo trinitario sostenido por Clausewitz ya que se observa una pérdida del monopolio del estado como protagonista de los conflictos contemporáneos a raíz de la aparición de nuevos actores no estatales integrados por una nueva clase de “guerreros” que reemplazarían a los tradicionales ejércitos profesionales. Al respecto, señala que:

Los conflictos de baja intensidad asegurarán que una vez entremezclados las batallas serán reemplazadas por escaramuzas, bombardeos y masacres. El lugar de las líneas de comunicaciones será tomado por cortas aproximaciones a cubierto de naturaleza temporaria. Las bases serán cambiadas por escondites y depósitos enterrados, el control poblacional de los grandes objetivos geográficos que lo demanden será obtenido mediante una cierta mezcla de propaganda y terror. (Van Creveld, 2007, p. 280).

Por su parte, el periodista y crítico de los medios de comunicación norteamericano Danny Schechter resalta el uso de los medios de comunicación como herramienta en la lucha bélica moderna y como instrumento de propaganda y manipulación. Al respecto, señala que:

En nuestros tiempos de un alto nivel tecnológico de la comunicación, se libran guerras mediáticas paralelas a los conflictos armados. Los guerreros actuales luchan a lo largo de las redes de la tecnología: interdependencia económica y combate ideológico. Las guerras informativas se han convertido en un elemento central del combate bélico, y sus mensajes van dirigidos en la misma medida tanto a sus seguidores como a sus adversarios. (Schechter, 2004, p. 39)

En lo que sigue de este apartado analizaremos las principales ideas sobre esta transformación que se está produciendo en las características de los conflictos contemporáneos poniendo el foco de nuestro estudio en la preeminencia que el componente comunicacional ha adquirido en el desarrollo de los mismos, hecho que Ramonet (2005) sintetiza magistralmente:

Toda guerra moderna se desarrolla en dos frentes: uno militar y otro mediático. En nuestras sociedades hiperinformadas, este último tiene casi más importancia que el primero, porque vehicula signos, sugiere ideas, evoca mitos, crea

conciencia. Y porque el ser humano siempre sentirá pasión por los símbolos.  
(pp. 92-93)

El concepto de Guerra de 4ta Generación surge a finales de la década de los ochenta del siglo pasado cuando el historiador William Lind, junto a un equipo de cuatro oficiales de las fuerzas armadas estadounidenses, los coroneles Keith Ningtengale y Joseph Sutton (ejército), el teniente coronel Gary Wilson y el capitán John F. Schmitt (cuerpo de marines), publican en simultáneo en el boletín del cuerpo de marines (Marine Corps Gazette) y en la revista profesional del ejército (Military Review) un artículo titulado “El cambiante rostro de la guerra: hacia la IV Generación”. En dicho artículo los autores sostienen que desde 1648 (año de la Paz de Westfalia que marca el nacimiento de un nuevo orden internacional donde los actores más relevantes pasan a ser los Estados Nación) podemos distinguir claramente tres generaciones de los conflictos armados considerando los cambios cualitativos en la forma de hacer la guerra, producto por un lado de los avances tecnológicos y por el otro de las ideas (tácticas y estrategias) sobre el empleo del poder militar. La primera generación señalada por Lind y sus compañeros es la que se caracteriza en lo tecnológico por el fusil de ánima lisa como arma preponderante y las tácticas de línea y columna en el plano de las ideas, las cuales eran fundamentales para organizar a las poco adiestradas tropas que eran producto de las levadas en masa que distinguían a los ejércitos nacionales de la época de la Revolución Francesa. De esta necesidad de orden en un circunscripto campo de batalla surge una cultura militar que se distinguía de la sociedad civil por el uso de uniformes, la existencia de grados y jerarquías, etc. La segunda generación surge cuando este orden en el campo de batalla comienza a desmoronarse producto de los cambios que en arte de la guerra provocaron los desarrollos tecnológicos fruto de la Revolución Industrial como nuevas armas como el fusil de ánima rayada y la ametralladora, el ferrocarril para el desplazamiento de las tropas y el telégrafo para el comando y control de las fuerzas en el terreno. La táctica continuaba siendo lineal pero ahora se basaba en el fuego (principalmente indirecto a través del arma de artillería) y el movimiento. Finalmente, en las guerras de tercera generación podemos ver un incremento del poder de fuego en lo tecnológico pero lo que es verdaderamente característico de esta etapa son las tácticas donde el factor determinante es la maniobra. El ejemplo

paradigmático que señalan los autores es la guerra relámpago (blitzkrieg) utilizada por las fuerzas armadas alemanas durante la Segunda Guerra Mundial que se distinguía por el empleo ofensivo combinado de tanques y aviones en un frente de ataque angosto buscando rápida y sorpresivamente alcanzar la profundidad del dispositivo enemigo. Los autores de este artículo postulan que en los conflictos contemporáneos se observa que aparecen nuevos actores distintos de los estados y las fronteras entre las situaciones de paz y de guerra se hacen cada vez más difusas, lo que provoca que sea muy difícil de delimitar los límites precisos del campo de batalla y la distinción entre población civil y combatientes. En este sentido, señalan que hay cuatro características que estarían mostrando la aparición de una nueva generación de la guerra, la cuarta. En primer lugar marcan la ampliación del campo de batalla a toda la sociedad de los actores estatales involucrados en el conflicto (este hecho podemos verlo hoy en día en la Guerra de Ucrania) lo que trae como consecuencia la importancia que adquieren las acciones tácticas desarrolladas por las menores fracciones de combate, que al disponer de una mayor libertad de acción, deben conducirse a través de órdenes tipo misión donde debe quedar claramente especificada cual es la intención del comando superior. En segundo lugar, y dado lo señalado en el punto anterior, estos pequeños grupos deberán tener la flexibilidad suficiente para autoabastecerse de los recursos materiales que encuentren en el teatro de operaciones ya que será muy difícil hacerle llegar los distintos efectos por los canales logísticos tradicionales. El tercer aspecto que estaría indicando la aparición de una nueva forma de hacer la guerra, es la preponderancia de la maniobra por sobre la masa, lo que también redundaría en la ya señalada importancia que empiezan a tener las menores fracciones en el combate moderno cuyas acciones tácticas pueden en algunos casos tener relevancia estratégica. La última característica que señalan los autores es la que más nos interesa desde el punto de vista de lo comunicacional ya que postula que el objetivo a lograr no es más la destrucción física del enemigo, sino que lo que se busca es provocar su colapso interno afectando el apoyo de la población al esfuerzo de guerra mediante la propaganda. En este sentido, remarcan que:

Las operaciones psicológicas se convertirán en el arma dominante tanto en el nivel operativo como en el estratégico...Los combatientes de cuarta generación

manipularán los medios de comunicación para alterar tanto la opinión pública nacional como internacional, al punto de que un uso intensivo de las operaciones psicológicas podrá tornar imposible el esfuerzo de las fuerzas de combate. El mayor blanco será el apoyo y sostén del pueblo a su gobierno y a la causa. Las noticias de televisión, serán un arma más poderosa que las divisiones blindadas. (Lind et al., 1989, p. 24).

Como podemos ver en este artículo del año 1989 todavía no se había producido la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación que traería aparejada la aparición de nuevos medios de comunicación que complementarían a los ya tradicionales medios masivos de comunicación como la televisión. Extrapolando entonces estas ideas de Lind al mundo actual, no sólo las noticias de la televisión pueden ser más poderosas que una división de tanques, en los conflictos contemporáneos también puede tener este efecto un video subido a Youtube o una filmación a través de un teléfono celular que después sea compartida a través de una o más redes sociales.

En 1994, el teniente coronel del cuerpo de marines de los EE.UU Thomas Hammes, escribe un artículo en el boletín de esa institución titulado “La evolución de la guerra: la cuarta generación”, donde profundiza las ideas postuladas cinco años antes por Lind y sus compañeros. Hammes sostiene que la evolución de las guerras hacia una cuarta generación está ocurriendo en forma simultánea con el advenimiento de la era de la información y los cambios políticos, económicos, sociales y culturales que esta verdadera transformación está produciendo. Sin embargo, a diferencia de Lind que sostenía que las mutaciones de generación se producían fundamentalmente por la influencia de la tecnología, Hammes señala que las mismas son un emergente de los cambios en los distintos ámbitos ya señalados. En este sentido, critica a aquellos teóricos que consideran que el factor determinante de las guerras del futuro será el impacto de la revolución tecnológica sobre los distintos sistemas de armas y las tácticas de combate. Entre los cambios políticos que están marcando un cambio de generación en la forma de hacer la guerra el autor resalta que aparte de los estados han aparecido otros actores del sistema internacional que se han convertido en verdaderos protagonistas de las situaciones conflictivas como por ejemplo las organizaciones internacionales, las

organizaciones no gubernamentales, empresas transnacionales, grupos criminales, medios de comunicación social, movimientos religiosos, organizaciones terroristas, etc. Considerando las transformaciones económicas el militar norteamericano nos llama la atención sobre como la integración comercial y la interconexión financiera producto del proceso de globalización ha disminuido la soberanía de los estados por las restricciones que se le presentan a estos en el manejo de las distintas herramientas económicas disponibles. En relación con los cambios sociales Hammes afirma que los seres humanos han desarrollado interconexiones en casi todos los ámbitos de la vida diaria: en lo laboral, lo académico, lo recreativo, la vida privada, etc. Estas múltiples relaciones han debilitado los tradicionales vínculos de los ciudadanos con las comunidades políticas a las que pertenecen lo que lleva a un cuestionamiento permanente sobre la figura de los estados-nación erosionando así el poder y la libertad de acción que estos tenían antaño sobre sus poblaciones. De la influencia de todos estos cambios políticos, económicos y sociales sobre la forma de hacer la guerra el militar norteamericano concluye que la cuarta generación tomará la forma de una guerra en red (netwar). Dentro de esta “Netwar” el componente comunicacional tiene una importancia determinante dado que su finalidad última es modificar las percepciones de los distintos públicos elegidos como blanco a través del manejo de la materia prima de este tipo de conflictos, la información. En este sentido, Hammes señala que Netwar se refiere a los conflictos basados en la información en los más altos niveles entre naciones o sociedades. Significa tratar de perturbar, dañar o modificar lo que una población blanco sabe o cree saber sobre sí misma y el mundo que la rodea. En cuanto a los objetivos de la guerra en red postula que la misma puede centrarse en la opinión pública, en la opinión de las élites, o en ambas, en función de la estructura política del estado enemigo. Asimismo, el autor destaca sin definir las claramente como acciones importantes de toda Netwar a las medidas diplomáticas; la propaganda y las campañas de operaciones psicológicas; la subversión política o cultural, el engaño o interferencia con los medios de comunicación social locales; la infiltración de redes informáticas y bases de datos; y los esfuerzos para promover movimientos disidentes u opositores a través de esas mismas redes. Desde el punto de vista de los Estados Unidos de Norteamérica las campañas de comunicación estratégica son verdaderas guerras

virtuales donde el apoyo de la población, que contempla el desarrollo de las mismas a través de la televisión, tiene una importancia determinante para apoyar el objetivo declamado de expandir la democracia en todo el planeta y remover a los regímenes tiránicos que se opongan a esta finalidad. Del lado de los actores no estatales que se resisten a este propósito hay un exhibicionismo desmedido de la violencia ejercida no sólo sobre las fuerzas armadas oponentes sino también sobre la población civil. La violencia adquiere en este sentido un carácter simbólico destinado a afectar tanto a los combatientes como a la opinión pública en la cual estos se hayan insertos. En síntesis, el concepto de guerra de cuarta generación postulado por Hammes se basa en una lucha no sólo restringida a lo militar, sino que por el contrario está ampliada a los ámbitos político, económico y social; donde los distintos actores estratégicos utilizarán como armas a los tradicionales medios de comunicación social y a las redes sociales, es decir todos los canales de comunicación disponibles para llevar su mensaje a los distintos públicos blanco de las campañas. La guerra en red tiene por objetivo estratégico cambiar las mentes de los políticos enemigos. Este cambio no se logrará mediante el método tradicional de superioridad en el campo de batalla, sino que se alcanzará mediante el uso intensivo de todas las redes disponibles en la era de la información.

En 2007, el mismo Hammes, ya siendo coronel retirado del cuerpo de marines, publica un nuevo artículo en la *Military Review* titulado “La cuarta generación de guerras evoluciona; la quinta emerge” donde a la luz de los conflictos en Afganistán, Irak y el Líbano postula que pueden observarse cambios relacionados con las guerras de cuarta generación en tres ámbitos bien marcados: el estratégico, el organizacional y en el tipo de participantes. Relacionado con el cambio estratégico señala que “las campañas insurgentes han mutado de las campañas militares apoyadas por las operaciones de información a las campañas de comunicaciones estratégicas apoyadas por las operaciones guerrilleras y terroristas” (2007, pp. 16-17). Como podemos ver, el componente comunicacional pasa de ser un complemento de las operaciones militares a llevar el centro de gravedad del esfuerzo estratégico apoyándose en acciones directas especiales. En este sentido, las guerras de cuarta generación se caracterizan por emplear todas las redes disponibles (políticas, económicas, sociales y militares) con el objetivo de influir en las decisiones de los conductores estratégicos enemigos. Por lo señalado

precedentemente el militar norteamericano concluye que la información es el elemento principal en cualquier estrategia de las guerras de cuarta generación ya que es el único medio capaz de persuadir a los encargados de la toma de decisiones. Con respecto a los cambios en lo organizacional, Hammes marca que las tradicionales insurgencias de la Revolución China y la Guerra de Vietnam se caracterizaban por ser jerárquicas mientras que las que combatieron recientemente en Irak se distinguen por ser coaliciones voluntarias interconectadas por redes. Asimismo, nos llama la atención sobre que estas redes no sólo son transnacionales sino también trans-dimensionales ya que algunos de los elementos insurgentes existen en el mundo real, algunos operan en el ciberespacio y otros en ambos ámbitos. Finalmente, relacionado con la transformación de los participantes el autor señala que se ha producido un cambio en el personal que lucha y en las motivaciones que tienen. En este sentido, el militar norteamericano distingue tres clases de grupos insurgentes: los reaccionarios, los oportunistas y los ideológicos. Los grupos reaccionarios encuentran su motivación en alguna situación que los miembros del mismo experimentaron o con alguna situación con la cual se identifican. A menudo se forman cuando las comunidades se sienten amenazadas y suelen ser grupos nacionales o subnacionales que operan en áreas geográficas específicas intentando proteger a la población local. Por su lado, los grupos oportunistas buscan aprovechar la coyuntura política o económica para aumentar su poder o mejorar sus posiciones. Por último, los grupos ideológicos se caracterizan por no tener límites en los métodos y armas que utilizan los cuales pueden ser por un lado inesperados y por el otro despiadados, ya que fundamentan sus acciones en la moralidad de su causa. Hammes nos advierte también que actualmente podemos ver la aparición de un nuevo tipo de grupo, el híbrido, que está incitado por una combinación de motivaciones reaccionarias, oportunistas e ideológicas. Cerrando su artículo, el militar postula que los cambios políticos, económicos y sociales actuales estarían indicando la emergencia de una quinta generación de la guerra. En términos políticos señala un cambio en los participantes de las guerras que van de los tradicionales estados-naciones hasta pequeños grupos con ideas afines, pero sin una organización definida, que encuentran en lo ideológico una motivación para la lucha. Desde el punto de vista económico Hammes realza el poder determinante que tienen actualmente las

informaciones. En este sentido, puntualiza que los grupos insurgentes han perfeccionado sus redes de información para el desarrollo de verdaderas campañas de comunicación estratégica. “Los insurgentes han explotado rápidamente las poderosas herramientas de comunicación tales como los teléfonos celulares y la Internet para el reclutamiento, adiestramiento, comunicaciones, educación y para ejercer control sobre sus nuevos integrantes” (2007, p. 24). Podríamos agregar a lo mencionado por el autor que estas nuevas herramientas, producto de la revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones y la informática, les ha permitido a estos grupos insurgentes reducir la asimetría de poder de combate con las fuerzas estatales, pudiendo provocar hechos de trascendencia estratégica a través del uso de las redes sociales. Por el lado de lo social, Hammes destaca la transformación en el proceso de formación de comunidades donde como consecuencia de la conectividad a internet las personas les dan mayor preeminencia a sus causas personales que a los intereses de la comunidad nacional de la que forman parte.

Cuando hablamos de las transformaciones que podemos observar actualmente en la forma de hacer la guerra otro de los conceptos que surge inmediatamente en cualquier análisis que se haga de esta temática en un medio de comunicación social es el de la guerra híbrida. Uno de los primeros en desarrollar esta idea fue el teniente coronel retirado del cuerpo de marines norteamericano Frank Hoffman tomando como marco para su trabajo titulado “El conflicto en el siglo XXI: el advenimiento de la guerra híbrida”, el análisis de las amenazas y desafíos a la seguridad que debería enfrentar su país en este período histórico. En este sentido, caracteriza a dichas amenazas como híbridas ya que presentan propiedades tanto de enemigos convencionales, de oponentes irregulares como de grupos terroristas y donde este tipo de adversarios estarán en capacidad de emplear todas las estrategias y tácticas relacionadas con este modelo de conflictos simultánea o secuencialmente. El oponente no es una fuerza convencional o una fuerza irregular, es ambas cosas a la vez, de acuerdo a sus necesidades estratégicas. En pocas líneas podemos decir entonces que la guerra híbrida es aquella que utiliza medios simétricos y asimétricos coordinados en tiempo, espacio y propósito para alcanzar el estado final deseado, uniendo los niveles de conducción táctico, operacional y estratégico. Esta complementariedad y coordinación entre las

acciones convencionales y las irregulares genera efectos sinérgicos que hacen mucho más peligrosas las capacidades a disposición del enemigo permitiendo al oponente híbrido adoptar la configuración, las tácticas y las estrategias que sean más convenientes para lograr sus objetivos políticos. Las guerras híbridas se caracterizan por ser polimorfas no sólo por su naturaleza sino también por los distintos actores que son protagonistas de las mismas: los tradicionales estados-nación y nuevos actores estratégicos no estatales. Si bien muchos conflictos anteriores han tenido durante su desarrollo tanto componentes regulares como irregulares, estos se presentaban en teatros de operaciones diferentes. En la guerra híbrida estas acciones convencionales y no convencionales no solamente se producen en un mismo espacio de batalla, sino que muchas veces son planificadas y ejecutadas por una misma fuerza. Las tropas que actúan en los conflictos híbridos tienen en este sentido, un mayor grado de fusión o coordinación estratégica, operacional y táctica. El lugar donde normalmente se librarán los combates y las batallas de la guerra híbrida será el terreno complejo de las grandes concentraciones urbanas de los distintos países que caracterizan al mundo contemporáneo. El terreno megaurbano se distingue por la densidad de la población que se mueve por él lo que brinda ruido y cobertura para enmascarar el desarrollo de distintas acciones, las múltiples redes de transporte de distinto tipo que brindan una gran capacidad de maniobra y la dependencia de una complicada infraestructura de servicios públicos, lo que contribuye a que se borren cada vez más los límites entre los estados de paz y guerra por un lado y de combatiente y no combatiente por el otro. Este tipo de guerra también ha roto con el paradigma que asociaba a los actores estatales con las acciones convencionales y a los no estatales con las operaciones irregulares ya que ambos tipos de protagonistas de la esfera internacional recurren a todas las estrategias y tácticas que tienen en su menú de opciones de acuerdo al efecto que quieren provocar. Según el autor:

El futuro no augura un juego de retadores distintos con métodos alternativos o diferentes sino su convergencia en guerras multimodales o híbridas. Las Guerras Híbridas mezclan la letalidad del conflicto de estado con el fervor fanático y prolongado de la guerra irregular. El término “híbrido” reúne tanto a la organización como a sus medios. Organizacionalmente, pueden tener una estructura política jerárquica, junto con células descentralizadas y unidades

tácticas en red. Sus medios también serán híbridos en forma y aplicación.  
(Hoffman, 2007, p. 28)

Entre los medios y métodos de lucha característicos de la guerra irregular Hoffman destaca la agitación, la insurgencia, la guerrilla urbana, las acciones terroristas y uno que permite difundir los mensajes políticos propios y erosionar las opiniones públicas de los adversarios, nuestra conocida propaganda. El militar norteamericano no está de acuerdo con aquellos autores que sostienen que la guerra convencional y la guerra interestatal estén declinando, sino que lo que se está presentado en los conflictos contemporáneos es una fusión de formas de hacer la guerra donde se desdibujan los límites entre lo regular o convencional y lo irregular o no convencional. En efecto, los conflictos contemporáneos como la actual guerra en Ucrania se caracterizan cada vez más por una mezcla híbrida de tácticas y estrategias convencionales e irregulares coordinadas en tiempo y en espacio, donde las operaciones en el campo de combate se planifican y ejecutan en forma descentralizada y podemos observar la convivencia de los tradicionales actores estatales con nuevos protagonistas no estatales que utilizan para sus fines las innovaciones que ha producido la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación. En esta línea de pensamiento, el autor señala que:

No pudimos eliminar “la niebla de la guerra” mediante el dominio estadounidense de la información y crear mágicamente una nueva y extensa Pax Americana. Pasamos por alto lo que realmente constituía una amenaza a nuestros intereses de seguridad nacional en regiones clave del mundo, debido a nuestra entusiasta adhesión a una versión idealizada y pasada de moda de la guerra, y una subestimación del impacto movilizador de las herramientas de la Era de la Información cuando se las utiliza para fomentar el desorden y promover el odio (Hoffman, 2007, p. 13)

Una de las teorías que más influencia tuvo en el desarrollo del concepto de Guerra Híbrida es la de la Guerra Irrestringida, desarrollada a finales del siglo XX por los ya mencionados coroneles de la fuerza aérea del ejército popular de liberación de la República Popular China, Qiao Liang y Wang Xiangsui. Por guerra irrestringida o más allá de los límites los militares chinos aludían a aquellos conflictos contemporáneos que no estaban confinados solamente al tradicional

ámbito militar, sino que también comprenden las otras dimensiones del poder nacional: la política, la económica, la diplomática, la cultural y la tecnológica. Asimismo, sostienen que:

En el contexto de esta guerra todos los medios estarán disponibles, la información será omnipresente y el campo de batalla estará en todas partes, pero también significa que todas las armas y tecnologías podrán superponerse a voluntad, que todas las fronteras trazadas entre los dos mundos, las de las operaciones de guerra y las operaciones de no-guerra, las de lo militar y no militar, quedarán absolutamente decimonónicas y ello implica, a su vez, que muchos de los principios que gobiernan actualmente el combate se verán alterados por lo que cabría la posibilidad de reescribir las reglas de la guerra. (Liang y Xiangsui, 2021, p. 78)

En este sentido, los autores postulan que la guerra irrestricta tiene nuevos principios esenciales para conducir las operaciones entre los cuales destacamos: la omnidireccionalidad, la sincronía y la asimetría. La omnidireccionalidad se refiere a la ya señalada ampliación del campo de batalla moderno de las tradicionales dimensiones estudiadas por el poder militar a la consideración de aspectos políticos, económicos, culturales, tecnológicos e inclusive morales. En este último aspecto el componente comunicacional tendrá una importancia determinante. Por su lado, la sincronía implica la conducción de distintas acciones simultáneamente en un mismo período temporal en diferentes espacios producto de los múltiples dominios que deben tenerse en cuenta a la hora de planificar las mismas. Finalmente, la asimetría no debe considerarse solamente en el aspecto militar, sino que también debe ser tenida en cuenta en las otras dimensiones del poder nacional. Es la acción violenta de los que menos recursos materiales tienen usando sus ventajas relativas específicas en otros dominios contra las vulnerabilidades de un adversario mucho más poderoso empleando medios ilimitados pero restringidos al cumplimiento de objetivos limitados. Todas las nuevas dimensiones del conflicto se conjugan en un mismo espacio-temporal que es el campo de batalla moderno donde los conductores de la guerra deberán estar en capacidad de utilizar eficaz y eficientemente todos los recursos a su disposición para lograr los objetivos estratégicos. Entre estos recursos a tener en cuenta

resaltan por su importancia y determinación las llamadas guerras de la información. La guerra irrestricta se caracteriza por poseer una profundidad, un frente y un tiempo totales, donde se emplearán múltiples estrategias, tácticas y métodos de combate, en una guerra de dimensiones también totales. La guerra más allá de los límites es aquella que sobrepasa las fronteras físicas, psicológicas o técnicas a las que habitualmente deben circunscribirse las fuerzas de orden convencional. En los términos que habitualmente se utilizan en los conflictos armados esto podría significar el límite entre el campo de batalla y la zona que no lo es, entre lo que es un arma y lo que no lo es, entre soldado, civil y no combatiente, entre actor estatal y no estatal. Los militares chinos postulan que uno de los aspectos más importantes que los conductores de los conflictos modernos deben establecer es cuál de las dimensiones o dominios que hemos mencionado previamente es el que tiene una mayor importancia para poder alcanzar los objetivos deseados. De allí que como conducir una guerra en la actualidad, más que nunca antes, no puede ser un asunto solamente de los miembros de las fuerzas armadas.

Con respecto a la influencia del componente comunicacional en las guerras híbridas Hoffman resalta que la percepción de los acontecimientos será más importante que los resultados reales de los mismos lo que redundará en una motivación de la movilización popular determinante para lograr la victoria en este tipo de conflictos. En este sentido, lo que ocurre en los enfrentamientos armados es importante, pero lo es mucho más la habilidad que se tiene para narrarlos a la opinión pública propia, neutral y del adversario. En palabras del militar norteamericano:

El cambio más significativo en el carácter del conflicto moderno es la explotación de los medios para alcanzar a las masas y movilizarlas en apoyo de la causa. Por lo tanto, las Fuerzas Armadas tienen que aprender como operar exitosamente en este espacio del campo de batalla en expansión, para maniobrar contra la mente tanto de nuestros oponentes como de la población en general. (Hoffman, 2007, 51-52)

En este campo de batalla la utilización de internet para subir fotos, videos y mensajes que respondan a las distintas campañas comunicacionales planificadas

es un arma fundamental a disposición de los actores estratégicos antagonistas. En los conflictos híbridos el centro de gravedad estará dirigido a influenciar a las personas por lo cual la batalla de las narrativas será determinante para obtener algo parecido a la victoria dada la alta sensibilidad de la opinión pública, influida por una serie de elementos tales como el número de bajas entre las fuerzas en combate y, sobretodo, entre la población civil de los contendientes. Las acciones tácticas buscarán tener los mayores efectos estratégicos mediante una adecuada explotación informativa de las mismas y una espectacular puesta en escena en el terreno. En este sentido, el éxito estratégico más que de la imposición de la propia voluntad en el teatro de operaciones, estará dado por la influencia que podamos tener sobre el comportamiento de los propios combatientes y de nuestros aliados, del de los adversarios y el de la opinión pública de los estados neutrales de la comunidad internacional. No se trata solamente del dominio de la información sino también de una verdadera batalla por la mente humana y la cultura que permita fijar la agenda de temas internos como internacionales presentando un marco interpretativo de referencia alternativo al defendido por nuestro oponente. Dado que la clave de los conflictos estará dada por las percepciones de las distintas opiniones públicas participantes y neutrales más que de la realidad de las acciones realizadas, la estrategia de los actores se centrará en la batalla por las ideas donde las narraciones y relatos serán fundamentales para sacarle una ventaja al adversario. En este sentido, lo que ocurre en los enfrentamientos armados es importante, pero lo es mucho más la habilidad que se tiene para narrarlos. Esta batalla por el relato no sólo se dará en el frente del campo de batalla sino sobre todo en la retaguardia donde el apoyo de la opinión pública a las campañas militares será imprescindible para que estas logren los efectos deseados por quienes las pergeñaron. Al respecto Liang y Xiangsui (2021) nos dicen que:

Podemos citar una serie de otros instrumentos y métodos utilizados para librar una guerra no militar... Guerra Psicológica: difusión de rumores y noticias falsas para intimidar al enemigo y doblegar su voluntad... Guerra de los Medios de Comunicación: para manipular todo lo que la gente ve y escucha a efectos de resignificar la opinión pública. (2021, p. 125)

Quienes más han hecho hincapié en la importancia del factor comunicacional en la guerra híbrida han sido los rusos. La importancia del componente comunicacional en la estrategia militar rusa ha sido desarrollada en los años setenta en la denominada teoría de control reflexivo que postulaba lo decisivo de transmitir a un adversario información previamente preparada para inclinarlo a tomar voluntariamente una decisión predeterminada deseada por el iniciador de la acción. Según esta teoría el campo de batalla más importante no es ya el terreno físico sino las mentes y los corazones no sólo de los combatientes sino también de las poblaciones en disputa. En este sentido, el principal objetivo de las campañas comunicacionales es aumentar las tensiones internas de los países que son objetivos del ataque. Al respecto, el general Valeri Gerasimov, Jefe del Estado Mayor de las fuerzas armadas de la Federación Rusa y máximo responsable militar de la actual guerra con Ucrania, ha destacado la preeminencia en este tipo de conflictos de la influencia por sobre la fuerza ya que el objetivo no es aniquilar a los medios enemigos (como tradicionalmente lo era en la estrategia militar soviética) sino hacer colapsar el sistema de decisiones del adversario, no sólo en el plano militar sino también en las dimensiones política, económica, legal, comunicacional, mediática y cibernética. Según la Doctrina Gerasimov o Enfoque Adaptativo la estrategia es hacer uso de los oponentes internos del adversario para constituir un frente de lucha permanente en territorio enemigo, donde los medios no militares son reforzados por el uso encubierto de fuerzas y de interferencia militar abierta. Los medios no militares y las acciones sin contacto como la actividad comunicacional tienen cada vez más influencia y poder para efectuar modificaciones en el escenario internacional ya que las interacciones militares tradicionales están cediendo el paso a acciones indirectas novedosas y más efectivas haciendo uso del espectro electromagnético y del ciberespacio. Con relación a esto, el doctor en relaciones internacionales argentino Mariano Bartolomé (2021) señala:

Gerasimov le otorga una alta importancia a las capacidades no militares de un actor que persigue un objetivo político o estratégico, subrayando que en un conflicto externo se aplican cuatro veces más medidas no militares, entre ellas represalias económicas, propaganda, subversión política y operaciones psicológicas, que militares. Por eso resulta indispensable, para alcanzar el

triunfo, la previa obtención de la supremacía en el ámbito del manejo de la información y la comunicación estratégica. (p. 171).

En esta nueva estrategia adquieren una gran importancia los métodos indirectos y no lineales para alcanzar los objetivos militares hecho que resalta la trascendencia que tienen las distintas herramientas comunicacionales en este tipo de conflictos. En este sentido, el componente comunicacional tendrá la misión de hacerle llegar al oponente informaciones descontextualizadas y manipuladas que lo fuercen a tomar de manera voluntaria decisiones en contra de sus propios intereses. Al respecto, el periodista ruso Andrew Korybko (2019) resalta la importancia que tienen en este combate las redes sociales:

Google Maps, Youtube, Facebook y Twitter son partes integrantes del “arsenal” que los guerreros híbridos empuñan... Es así que la teoría de las Guerras Híbridas ve esas cuatro plataformas sociales, todas disponibles en teléfonos celulares modernos, trabajando juntas para desestabilizar caóticamente la sociedad y ayudar en la formación de enjambres. (p. 81)

En este sentido, se entiende por inteligencia de enjambre o mente de colmena a la conciencia colectiva que se busca crear en los públicos blancos de la actividad comunicacional ejecutada. Facebook se utiliza principalmente para crear grupos cerrados donde discutir estrategias y tácticas, para reclutar nuevos miembros y para hacer propaganda de las distintas acciones que se ejecutan. Por su parte, Google Maps se emplea para ver las mejores avenidas de aproximación y los objetivos más rentables para las operaciones a realizar. Youtube es el lugar donde se subirán y publicarán los videos de las distintas acciones ejecutadas que fueron filmadas con los teléfonos celulares. Finalmente, Twitter se utilizará también al igual que Facebook para publicitar los videos en internet con la finalidad de conseguir la mayor cantidad de visitas posibles. En el año 2017, el ministro de defensa ruso Serguéi Shoigú anunció la creación de las fuerzas de operaciones de información dentro de las tropas rusas con expertos en propaganda y guerra psicológica con el objetivo de potenciar el efecto multiplicador de la guerra de la información en los conflictos contemporáneos. Al respecto, el profesor británico Mark Galeotti (2022) nos muestra un caso paradigmático de este aspecto que pudo verse en la guerra del Donbás en los años 2014 y 2015:

Una de las innovaciones más llamativas en este caso concreto fue que, en pleno combate, los móviles de las tropas ucranianas empezaron a recibir una serie de mensajes de texto desconcertantes, tales como “nadie necesita que dejes huérfanos a tus hijos”, “encontrarán tu cadáver cuando se deshiele la nieve”, “para tus jefes, sólo eres carne”, que, en algunos casos, parecían proceder de los teléfonos de sus camaradas...Al parecer, fue gracias al sistema de guerra electrónica RB-341V Leer-3 ruso, un dispositivo de tecnología avanzada instalado en un camión que controla un repetidor de telefonía móvil acoplado a un dron. Cuando este sobrevuela el campo de batalla, puede capturar hasta 6000 conexiones telefónicas en un área de seis kilómetros de diámetro. (pp. 173-174).

#### h. La actividad comunicacional en la Guerra de Irak.

La llamada Guerra de Irak fue un conflicto bélico que comenzó en marzo del año 2003 y finalizó en diciembre del año 2011. Para nuestro trabajo estudiaremos en detalle los años de dicho conflicto en los cuales estuvo al frente de la administración norteamericana el presidente George Walker Bush, es decir hasta enero del año 2009. Para ello, dividiremos nuestro análisis, centrado en la utilización de la actividad comunicacional, en cuatro etapas diferenciadas: los antecedentes del conflicto, la guerra propiamente dicha, la posguerra y la contrainsurgencia. Finalmente, y por fuera de nuestro período de estudio, mencionaremos brevemente algunos hechos relevantes para nuestra temática de trabajo que sucedieron con posterioridad en Irak.

##### 1) Antecedentes del conflicto

Irak es un país que fue creado tras la Primera Guerra Mundial tomando como base tres provincias del desaparecido Imperio Otomano: Mosul, Bagdad y Basora. Irak está compuesto principalmente por dos grupos étnicos, los kurdos, que representan aproximadamente el veinte por ciento de la población y los árabes que comprenden el mayoritario ochenta por ciento restante. Estos últimos están divididos en sunitas y chiitas, los dos grupos dominantes de la religión islámica. En el mundo musulmán los sunitas son mucho más numerosos, pero Irak es uno de los pocos países islámicos donde la mayor

parte de la población es de confesión chií. Los suníes representan tan sólo el veinte por ciento de la población iraquí, el sesenta y cinco por ciento son chiitas y el resto se reparte entre kurdos, cristianos y turcomanos. Los chiitas se encuentran asentados sobre todo en el sur del país y en los barrios pobres de la capital del país, Bagdad. Los kurdos como dijimos no son árabes, pero religiosamente son musulmanes sunitas. Tienen una lengua distinta, viven con una relativa autonomía política y ocupan principalmente el norte del país. Los árabes sunitas, que son minoritarios, están mayormente en el centro del territorio. Relacionado con la situación básica de interés para la actividad comunicacional el coronel del ejército estadounidense Carmine Cicalese (2020) señala:

Los iraquíes comunes y corrientes de 2002 no tenían acceso consistente a Internet, en tanto que las élites sí tenían acceso. La radio, papel impreso y la palabra de boca-en- boca eran las formas más comunes de comunicación. La fábrica de rumores de Saddam gobernaba las calles. La televisión no controlada por el Estado estaba disponible para la élite que estaba autorizada al uso de antenas de televisión satelital, y a una pequeña minoría de iraquíes quienes deseaban tener una oportunidad en desafiar al régimen. (p. 192)

Más de dos tercios de las reservas mundiales conocidas de petróleo, recurso determinante en el desarrollo sostenido de las economías modernas, se encuentran concentradas bajo el suelo de siete estados situados a orillas del Golfo Pérsico: Irán, Kuwait, Arabia Saudita, Bahrein, Qatar Emiratos Árabes Unidos y por su puesto Irak. Teniendo en cuenta este importante factor muchos analistas internacionales señalan como la causa “real” de la guerra el que la destrucción del estado iraquí despejaría el camino para que los capitales norteamericanos tomaran el control del mercado del principal recurso natural del país, el petróleo. Al respecto, la socióloga argentina Mónica Peralta Ramos (2023) señala:

En 2002, Irak contaba con la segunda reserva mundial de petróleo. Asediado por la presión norteamericana, su Presidente Saddam Hussein, decidido a no usar más los dólares en sus exportaciones de petróleo, convirtió a euros los miles de millones (billions) de dólares de su fondo de reserva estratégico y anunció que no otorgaría más contratos de exploración de petróleo a

corporaciones norteamericanas. Estas medidas aceleraron los tiempos de la invasión norteamericana, seguida por la destrucción de la economía de Irak.

En la misma línea de pensamiento, Ramonet (2005) señala sin pelos en la lengua que: “Una gran parte de la opinión pública internacional está convencida de que la invasión de Irak no tenía más objetivo que el petróleo. La razón verdadera era controlar una de las principales reservas de hidrocarburos del mundo” (p. 107).

Como vimos cuando mencionamos la Guerra del Golfo, en agosto de 1990 la República Iraquí invadió el Estado de Kuwait que se rindió sin oponer ningún tipo de resistencia. Ante esta situación, el entonces gobierno del Reino de Arabia Saudita permitió que las tropas de la coalición bajo mandato de las Naciones Unidas, encabezadas por las fuerzas armadas norteamericanas, entraran a su territorio para protegerlo de los iraquíes y posteriormente desde allí poder sacarlos por la fuerza de Kuwait. Dicho acto provocó el repudio de todo el mundo musulmán por entender que se había mancillado territorio sagrado para el islam pues dentro de Arabia Saudita se encuentran las ciudades santas de La Meca, donde nació el profeta Mahoma, y Medina, donde murió y fue enterrado. La concentración de las tropas de la coalición en territorio saudí llevo casi seis meses, pero la campaña militar fue relativamente corta ya que sólo fueron treinta y ocho días de intensos bombardeos masivos y una ofensiva terrestre de cuatro jornadas que culminaron con la expulsión de los iraquíes de Kuwait, objetivo de la resolución de las Naciones Unidas. Si bien no se invadió territorio iraquí los Estados Unidos de Norteamérica y el Reino Unido de Gran Bretaña decretaron de forma unilateral zonas de exclusión aérea al norte y al sur de dicho país sobre las regiones donde predominaban las poblaciones kurdas y chiitas respectivamente. Durante toda la década del noventa se mantuvieron los vuelos y bombardeos de aeronaves estadounidenses y británicas en las zonas de exclusión aérea en Irak y se sostuvieron las severas sanciones económicas contra el régimen encabezado por Saddam Hussein. Asimismo, la resolución 687 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas ordenó poner fin a los programas de desarrollo iraquí de armas químicas, biológicas, nucleares y de misiles de largo alcance así como que

fuera destruido el arsenal existente, hecho que sería monitoreado por la Comisión Especial de Control de las Naciones Unidas.

El 11 de septiembre de 2001 se produjo el ataque terrorista más espectacular de la historia de la humanidad en el que dos aviones de pasajeros se estrellaron contra las Torres Gemelas, símbolo del poder financiero estadounidense y un tercer avión colisionó con el Pentágono, símbolo del poder militar norteamericano. Un cuarto avión cuyo probable objetivo era el Capitolio o la Casa Blanca, residencia del presidente estadounidense, se estrelló en Pensilvania. El número de muertos provocado por este atentado se estima en tres mil seres humanos. La caída de las torres del World Trade Center fue vista en vivo y en directo por millones de personas en todo el mundo. Este atentado es una de las acciones de guerra en donde mejor podemos ver la explotación que se ha hecho del factor comunicacional como multiplicador del poder de combate. Los ataques fueron preparados en función de su efecto dramático como anteriormente lo hacían los grupos revolucionarios anarquistas de Europa y Rusia de finales del siglo XIX en lo que se que conocía como propaganda armada. Este atentado es el punto culminante de lo que se conoce como propaganda por la acción ya que los efectos de miedo y terror que la misma provocó pudieron percibirse en tiempo real y en forma simultánea en todo el planeta. La imagen en vivo y en directo y sus infinitas repeticiones posteriores con el impacto del segundo avión contra la torre sur, las dos torres incendiadas, personas arrojándose al vacío desde las mismas y el colapso y desmoronamiento de ambas estructuras conmovieron al mundo entero develando todo el horror que puede provocar el ser humano. El fenómeno del terrorismo internacional, que se creía limitado a determinados lugares del mundo como Medio Oriente, había llegado al interior de la nación más poderosa de la tierra: los Estados Unidos de Norteamérica. Si bien no hay un consenso global sobre el fenómeno terrorista, podemos definirlo como el uso sistemático del asesinato, el daño o la destrucción, o la amenaza de ellos, para crear un clima de terror, a fin de dar publicidad a una causa, o de intimidar a un sector más amplio de la población, para que satisfaga los objetivos de los que realizan estas acciones. El terrorismo es el uso de la violencia contra personas inocentes para lograr un objetivo político que busca causar miedo y terror en la

opinión pública. El terrorismo es un método, no un fin en sí mismo, al que normalmente se recurre cuando hay una asimetría de poder entre los distintos contendientes de un conflicto. La asimetría subraya las diferencias cualitativas en los medios empleados, en los modos de lucha y en los valores que sostienen las acciones realizadas. La guerra asimétrica se da normalmente entre un estado soberano y una organización no estatal, donde esta última utiliza medios de combate alternativos contra fuerzas mucho más poderosas. Sin embargo, el fenómeno terrorista expresa la existencia de un conflicto asimétrico en el que, paradójicamente, las mayores ventajas las tiene el actor menos poderoso ya que éste es quien escoge el instrumento, el lugar, el momento y el objetivo de su acción de fuerza. El terrorismo se caracteriza porque en él no existe un enemigo claramente identificado. Es decir, no hay un beligerante declarado, salvo la idea genérica de terrorismo que califica el modo de operar, pero que no alcanza para precisar el blanco u objetivo al que se dirige. El terrorismo realiza acciones violentas que repercuten en la población con efectos psíquicos desproporcionados respecto a los daños materiales generados, ya que su objetivo es atemorizar e intimidar. Como podemos ver, el terrorismo es un fenómeno esencialmente comunicacional ya que los medios encuentran en las acciones terroristas el espectáculo y el dramatismo que logran captar la atención y el interés de las grandes audiencias, logrando así un efecto multiplicador. Los terroristas contemporáneos cuentan con la cobertura continua, ininterrumpida y en tiempo real de los medios de comunicación social, los cuales intensifican el efecto intimidante de sus acciones. Como señala la doctora en comunicación española Teresa Sádaba (2008) “el terrorismo es un modo de violencia que necesita de los medios para sobrevivir; se ha definido como la nueva forma de violencia que se produce con el propósito de que su acontecer se convierta automáticamente en noticia” (p. 20). En la misma línea de pensamiento Schechter nos llama la atención sobre el fuerte impacto que los atentados del 11 de septiembre de 2001 tuvieron en los medios de comunicación europeos por la idea de que los mismos no sólo eran un ataque contra los Estados Unidos de Norteamérica sino también contra toda la civilización occidental. Asimismo, señala que:

Hay que tener en claro una cosa: Osama bin Laden y los dirigentes de Al Qaeda demostraron ser unos expertos en medios de comunicación... Utilizaron Internet para comunicarse entre ellos y disponían de su propio equipo de vídeo para grabar cintas de entrenamiento para su uso interno y grabaciones en vídeo para transmitir las al exterior a través de medios receptivos como la cadena qatarí Al Jazeera, que emite vía satélite para el conjunto del mundo árabe... Se trataba de comunicados muy pendientes de la imagen que debían ofrecer y que explotaban con habilidad los símbolos políticos de la yihad y de su líder... (Schechter, 2004, p. 39)

Osama bin Laden concedió entrevistas a la cadena de televisión qatarí Al Jazeera, una de las cuales fue transmitida por la CNN, lo que la consolidó como medio de referencia de los temas que afectan a miembros del mundo islámico a nivel internacional, abriendo posteriormente también en la web un portal en idioma inglés. Asimismo, y considerando la utilización de la actividad comunicacional como un arma estratégica, el líder de la organización islamista Al Qaeda grabó una serie de videos, declaraciones y cintas magnetofónicas que también hicieron llegar su mensaje no solamente a sus adeptos sino también al mundo entero, especialmente a aquellas personas de confesión musulmana. Al respecto, el politólogo francés Gilles Kepel, uno de los mayores especialistas en el islam y el mundo árabe, señala que en un manifiesto publicado en internet con el título “Caballeros bajo el estandarte del Profeta”, el cirujano egipcio Aymán az Zawahirí, número dos de la organización islamista, postula que

El campo de batalla mediático sería el primer lugar donde se obtendría la victoria de la guerra contra Occidente, y los atentados del 11 de septiembre, al proporcionar un espectáculo de factura casi hollywoodense a las televisiones de todo el mundo, tuvieron un impacto extraordinario. (Kepel, 2016, p. 21).

En el mismo sentido, Bartolomé (2021) recalca que:

La modernidad de Al Qaeda se confirmó en su uso intensivo de tecnología de punta, incluyendo telefonía satelital, computadoras portátiles y sitios web de diferentes características. También se verificó en su eficaz utilización de la televisión, entendiendo que la difusión mediática de las imágenes de un

acto terrorista le genera un inmenso beneficio a la organización que lo protagoniza. (p. 117)

El terrorismo internacional, es la expansión de esta forma de violencia más allá de las fronteras internacionales o contra blancos extranjeros. Hoy, la amenaza que representa la estrategia del terrorismo se ha incrementado, a partir de un factor crucial: la ya mencionada revolución en las tecnologías de la información y la comunicación. Al respecto, el politólogo sueco Magnus Ranstorp (2004) señala:

La importancia de la guerra psicológica como parte del arte militar de cuarta generación, en lo que se refiere a producir el colapso del enemigo desde dentro, tornando la fortaleza derivada de su intercomunicación en debilidad y vulnerabilidad. En el núcleo de esta estrategia de Al Qaeda se halla la utilización de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación tanto pasiva como ofensivamente, explotando las infinitas constelaciones creadas por el oscuro reverso de la globalización. (p. 206).

En la misma línea de pensamiento, el profesor español Fernando Reinares (2004) sostiene que “el actual terrorismo internacional que perpetrar fundamentalistas islámicos se caracteriza también por una espectacularidad que hace inevitable su inmediata a la vez que prolongada cobertura por los medios de comunicación de todo el mundo” (pp. 18-19). Por su parte, Kepel (2004), señala que la puesta en escena de los atentados del 11 de septiembre de 2001 tiene dos efectos. El primero y más evidente, es aterrorizar al adversario, asustándolo por el número de víctimas inocentes con las que todo el mundo se puede identificar. El segundo, intenta movilizar el apoyo de aquellos a quienes los autores de la acción terrorista quieren ganar para su causa, enardecerlos con una violencia ejemplar que promete una próxima victoria y que suscita su entusiasmo, a partir de una adhesión emocional a una acción vivida como el episodio de una guerra justa y sagrada. Si bien se cree que la organización islamista Al Qaeda (La Base) fue fundada en los años ochenta durante la invasión soviética de Afganistán, es en febrero de 1998 cuando se reorganiza como una red de alcance internacional con la formación del Frente Islámico Mundial para la Yihad contra Judíos y Cruzados que incorporaba a sus filas a otros grupos islamistas menores que hacen que su orgánica tenga un modelo

reticular que le permitió lograr una expansión mediática de dimensiones insospechadas.

El periodista norteamericano Bob Woodward señala que después de los atentados del 11 de septiembre de 2001 tanto el Secretario de Defensa Donald Rumsfeld como su subsecretario Paul Wolfowitz propusieron como primera alternativa de represalia contra los mismos atacar Irak. En este sentido, remarca que:

Antes de los atentados, el Pentágono llevaba meses elaborando una propuesta alternativa de acción militar en Irak. Todos los presentes (está hablando de los miembros del Consejo de Seguridad Nacional) consideraban al presidente iraquí Saddam Hussein, como una amenaza, como un dirigente empeñado en adquirir, y quizá también en utilizar, armas de destrucción masiva. Una guerra a gran escala contra el terrorismo tendría que incluir en algún momento a Irak como objetivo bélico. Lo que Rumsfeld planteaba era la posibilidad de aprovechar la ocasión que les brindaban los atentados terroristas para ir a por Saddam de inmediato. (Woodward, 2003, p. 70)

Antes de la llegada a la presidencia de George W. Bush, Irak era un objetivo de think tank conservadores como el Proyecto para el Nuevo Siglo Estadounidense (Project for a New American Century) del cual formaban parte personas que iban a tener un rol relevante en la futura administración Bush como por ejemplo Dick Cheney (futuro Vicepresidente), Donald Rumsfeld (futuro Secretario de Defensa) y Paul Wolfowitz (futuro Subsecretario de Defensa). Era un grupo de presión de líderes conservadores en materia de política exterior liderado por los neoconservadores William Kristol y Robert Kagan. Irak era considerado una amenaza mayor que Al Qaeda porque era un estado; tenía un ejército organizado, equipado y adiestrado; tenía miles de millones de dólares de petróleo y laboratorios de investigación y fábricas en capacidad de elaborar armas de destrucción masiva. A pesar de ello, el Presidente Bush se resolvió primeramente por atacar Afganistán, país que presentaba indubitables vínculos con la organización islamista Al Qaeda ya que el régimen talibán, entonces en el gobierno de ese país asiático, cobijaba y les había brindado asilo a los principales líderes de dicho grupo como el saudita

Osama bin Laden y el egipcio Aymán az Zawahirí. Desde el punto de vista de la actividad comunicacional en el nivel estratégico el presidente Bush pronunció un discurso en la catedral nacional de Washington el 14 de septiembre de 2001 donde afirmó que el conflicto había comenzado de acuerdo al cronograma y las condiciones de los terroristas, pero que terminaría de la manera y en el momento que lo decidieran los Estados Unidos de Norteamérica. Seis días después, en un discurso ante una sesión conjunta del congreso, señaló que los norteamericanos no debían esperar una sola batalla en la guerra contra el terrorismo sino una campaña prolongada, donde no habría lugar para la neutralidad. Este concepto de guerra contra el terrorismo aparecería por primera vez en un documento oficial en el año 2002 en la Estrategia de Seguridad Nacional. La ofensiva estadounidense, encabezando una coalición de países contra Afganistán empezó el 07 de octubre de 2001, con el objetivo de destruir a la organización Al Qaeda y derrocar al régimen islamista talibán. La capital Kabul fue tomada por las fuerzas de la Alianza del Norte y tropas de operaciones especiales norteamericanas el 12 de noviembre de ese año. La operación “Libertad Duradera” logró derrocar a los talibanes empleando solamente ciento diez agentes de la CIA y trescientos dieciséis integrantes de las fuerzas de operaciones especiales de las fuerzas armadas que guiaban con localizadores láser los bombardeos aéreos de manera que estos alcanzaran sus objetivos con precisión milimétrica. Desde el punto de vista del empleo de la actividad comunicacional en el nivel táctico en esta guerra Woodward señala cual era el objetivo que el entonces secretario de defensa norteamericano buscaba alcanzar con la utilización de esta herramienta:

Vamos a soltar OPSI desde el aire, dijo Rumsfeld. Se refería a las llamadas operaciones psicológicas. Lanzarían folletos explicando que Estados Unidos estaba allí para liberar al pueblo afgano de las fuerzas invasoras de Bin Laden y Al Qaeda, que no se trataba de una guerra contra el islam. (Woodward, 2003, p. 188)

Tras la caída de Kabul y la formación de un nuevo gobierno en Afganistán a finales del 2001 presidido por Hamid Karzai, el 29 enero de 2002 el Presidente Bush basándose en informes de inteligencia británicos que aseguraban que los militares iraqués estaban en capacidad de desplegar armas de destrucción

masiva a los cuarenta y cinco minutos que se tomará la decisión al respecto, dio un anticipo de adonde apuntaban ahora los cañones cuando en el discurso del Estado de la Unión afirmó que Irak, junto a Irán y Corea del Norte, formaban parte del “eje del mal” que amenazaba la seguridad del mundo ya que conectaba a las armas de destrucción masiva con el terrorismo. Afirmó también que la creciente disponibilidad de armas de destrucción masiva por parte de estos países y de grupos terroristas constituía un peligro real actual y una futura catástrofe potencial. Este discurso ante la sesión conjunta de las cámaras del congreso fue visto por televisión por cincuenta y dos millones de norteamericanos. El “eje del mal” traía ecos de la declaración que el presidente Ronald Reagan había hecho en 1983, cuando había calificado a la Unión Soviética de “imperio del mal” Asimismo, la palabra eje tenía connotaciones con las potencias del eje de la segunda guerra mundial. Sin embargo, Bin Laden nunca contempló Irak como un lugar donde su yihad pudiera prosperar dado que como señalamos previamente el sesenta y cinco por ciento de la población es de confesión chiita y la organización Al Qaeda por el contrario encuentra sus fundamentos doctrinarios en una de las corrientes más extremas del islamismo suní, el wahabismo. A pesar de ello, los norteamericanos invadirían igualmente Irak en 2003, abriendo una verdadera caja de Pandora en la conflictiva región de Medio Oriente.

## 2) La guerra

La compleja actividad comunicacional que se dio en el nivel estratégico de la conducción norteamericana buscó justificar la necesidad de invadir Irak en todos los foros internacionales buscando encuadrar su discurso tomando como base tres argumentos: en primer lugar, que era imperioso sustituir la dictadura de Saddam Hussein por un régimen democrático que traería estabilidad no sólo a Irak sino al conjunto de la región de Medio Oriente. En segundo lugar, sosteniendo que Saddam y su gobierno apoyaban no sólo a Al Qaeda sino también a otros grupos terroristas internacionales. Se buscó demostrar la inverosímil conexión entre Osama bin Laden y Saddam Hussein lo cual resultaba a todas luces problemático ya que el primero era un fundamentalista de la religión islámica y el segundo era el representante de un partido

nacionalista, secular y socialista, el Partido Baaz. Asimismo, se inventó la historia de un presunto encuentro entre Mohamed Atta, líder del comando terrorista que ejecutó los atentados del 11 de septiembre de 2001 contra las Torres Gemelas y el Pentágono, y representantes del gobierno de Hussein en la embajada iraquí en Praga. Posteriormente, el entonces presidente checo Vaclav Havel luego de las investigaciones pertinentes, confirmó que dicho encuentro nunca había tenido lugar. Finalmente, la premisa más importante utilizada era que el régimen iraquí estaba en capacidad de desarrollar armas de destrucción masiva que amenazaban y ponían en peligro la paz en todo el planeta. Se intentó aterrorizar a la población mundial con la peligrosidad para el sistema internacional que implicaba el arsenal de armas de destrucción masiva que estaban en poder del régimen iraquí. La amenaza era verosímil ya que las propias potencias occidentales le habían suministrado armas químicas a Saddam y este ya las había utilizado contra el pueblo kurdo en el norte del país. Asimismo, Hussein había expulsado a los inspectores de armamento de la ONU en 1998 y cuando estos regresaron se cansó de obstaculizar el trabajo que realizaban. Sin embargo, en 2002 el inspector de la ONU Scott Ritter había demostrado de manera incontrovertible que casi la totalidad de las armas químicas y biológicas en poder de Saddam Hussein habían sido destruidas. Ritter cargó las tintas sobre los medios de comunicación norteamericanos a quienes acusó de irresponsabilidad por haber engañado a la opinión pública respaldando las mentiras del gobierno. La ONU propició el regreso de los inspectores y en noviembre de 2002 estos volvieron para comprobar o no la existencia de armas de destrucción masiva encabezados por el diplomático sueco Hans Blix y el egipcio Mohamed El Baradei, director de la Agencia Internacional de la Energía Atómica (AIEA), que se encargaba de verificar que se respetase la no proliferación nuclear. La CIA les entregaba información de sus fuentes en el terreno acerca de posibles lugares en el interior de Irak donde se podían encontrar armas de destrucción masiva. Entre enero y marzo de 2003 presentaron varios informes en los que señalaban que en las más de cuatrocientas inspecciones que realizaron en más de trescientos lugares no había indicios de actividad nuclear en Irak ni ninguna prueba concluyente de que el país poseyera cualquier tipo de arma de destrucción masiva. El gobierno

de Bush logró su objetivo de convencer a la opinión pública norteamericana de que Saddam representaba un peligro real e inminente para la seguridad de su país lo que justificaba la urgencia de su derrocamiento mediante una intervención armada. Mucho después de la guerra Wolfowitz reconocería que las armas de destrucción masiva era un pretexto para convencer de la invasión a los países europeos. Analizando esta problemática Castells postula que los dos marcos mentales principales que hicieron que la opinión pública norteamericana apoyará la guerra de Irak fueron la guerra contra el terror y el patriotismo. En este sentido sostiene que:

La guerra contra el terror y las imágenes y temas asociados con ella (Al Qaeda, Afganistán, la guerra de Irak, el islamismo radical, los musulmanes en general) construyeron una red de asociaciones en la mente de la gente. Activaron la emoción más profunda del cerebro humano: el miedo a la muerte... La metáfora del patriotismo actuó sobre la emoción del entusiasmo, provocando la movilización en apoyo del país, congregando literalmente a la gente en torno a la imagen de la bandera americana ondeando en las pantallas de televisión, en los camiones de los bomberos y de los ciudadanos de a pie y en las insignias que llevaban los líderes de opinión. (Castells, 2009, pp. 231-233).

Castells concluye su argumento diciendo que al asociar la guerra de Irak con la guerra contra el terror y la defensa de la nación cualquier oposición a esta postura era fácilmente catalogable como antinorteamericana al no apoyar la tarea que estaban realizando las tropas propias en ese país.

El coronel argentino Julio Arroyo Arzubi señala que se utilizaron distintos recursos relacionados con la actividad comunicacional en el nivel estratégico de la conducción. Al respecto señala que:

Los medios de emisión variaron desde discursos presidenciales, conferencias de prensa de funcionarios de la primera línea, multiplicación de los mensajes por medio de las cadenas globales CBS, CNN, FOX, reportajes exclusivos, análisis de especialistas y libros de fuente directa escritos por comunicadores clave... (2004, p. 309)

Entre las piezas comunicacionales empleadas para encuadrar a la opinión pública norteamericana podemos destacar en primer término la disertación del

presidente Bush del 01 de junio de 2002 para inaugurar el curso en la academia militar de West Point, continuación del discurso ya señalado del Estado de la Unión que había identificado los objetivos posibles de la guerra contra el terrorismo. Ahora se especificaban los medios que se emplearían en el desarrollo de la misma, los ataques preventivos, que constituían básicamente una nueva doctrina sobre cómo iban a actuar los Estados Unidos de Norteamérica en el mundo ante amenazas que afectaran a la seguridad de su población. Woodward rescata este pasaje de dicho discurso: “No podemos ganar la guerra contra el terrorismo si permanecemos a la defensiva... debemos llevar la guerra allí donde esté el enemigo, desbaratar sus planes y hacer frente a las peores amenazas antes de que se hagan efectivas” (2004, pp. 156-157). Posteriormente, en una conferencia del presidente Bush ante la Asamblea General de las Naciones Unidas el 12 de septiembre de 2002, este conminó a Saddam Hussein a destruir inmediatamente y sin condiciones todas sus armas de destrucción masiva. Por la misma época, el primer ministro británico Tony Blair presentaba un informe de sus servicios secretos según el cual el régimen iraquí continuaba desarrollando armas de destrucción masiva y sería capaz a corto plazo de fabricar un arma nuclear. Al respecto Bush también había señalado que Irak había tratado de comprar en secreto uranio en Níger. El 17 de septiembre de 2002, Bush envió al Congreso el documento titulado “La Estrategia para la Seguridad Nacional de los Estados Unidos de América”, donde se especificaban los distintos modos de acción en la guerra contra el terrorismo internacional. En el contexto de este conflicto, la nueva doctrina estratégica que la administración norteamericana sostiene en ese documento prevé que los Estados Unidos lanzarán ataques preventivos contra todo aquel que amenace la supremacía no sólo militar sino también política y económica de su país en el mundo. El 10 y 11 de octubre de 2002 la Cámara de Representantes y el Senado votaron una resolución a favor de otorgarle al Presidente plena autoridad para hacer uso de la fuerza y atacar Irak unilateralmente. El 08 de noviembre de 2002 se votó por unanimidad la Resolución 1441 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, un ultimátum a Irak que decía que si Saddam persistía en la violación de su obligación de desarmarse tendría que enfrentarse a serias consecuencias. El 28

de enero de 2003, Bush pronunció su tercer discurso sobre el Estado de la Unión donde arremetió contra el líder iraquí sosteniendo que su gobierno no había declarado 25000 litros de ántrax, material para elaborar 38000 litros de toxina botulínica, gas sarín, agente nervioso VX y laboratorios de armas biológicas. Asimismo, usó el discurso para avalar su acusación contra el régimen iraquí basado en una información del gobierno británico que sostenía que Saddam había adquirido grandes cantidades de uranio en África. Sin embargo, este dato había sido considerado poco sólido por la propia CIA meses antes. Pero sin lugar a dudas la pieza comunicacional que más contribuyó a que la opinión pública norteamericana “comprara” el encuadre propiciado por la administración Bush para justificar la invasión de Irak fue la que involucró al general norteamericano Colin Powell. El miércoles 05 de febrero de 2003 el entonces secretario de estado estadounidense expuso ante el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas donde aportó distintas pruebas de carácter secreto sobre la probable posesión de armas de destrucción masiva por parte del régimen iraquí. Asimismo, señaló algunos datos de inteligencia que mostraban las conexiones del grupo islamista Al Qaeda con Irak, entre las cuales estaban los contactos de Abu Musab al Zarqawi, líder de esta organización, con un presunto centro de control de toxicología en el norte de Irak. La CIA sostenía que Saddam había amparado a Zarqawi al concederle una especie de santuario. De modo que, técnicamente, era una prueba de que el régimen iraquí amparaba terroristas. Ver a un general retirado, ex asesor de seguridad nacional y héroe de la Guerra del Golfo como Colin Powell arriesgando su alta credibilidad ante la opinión pública norteamericana al formular esta denuncia donde sostenía sin mostrar ningún tipo de duda al respecto la capacidad iraquí para producir armas de destrucción masiva y la presencia en territorio de ese país de grupos terroristas vinculados con Al Qaeda, contribuyó a afirmar la convicción en gran parte de la población norteamericana de la pertinencia de la guerra.

Siguiendo ahora un poco con el desarrollo de las teorías en las ciencias de la comunicación podemos señalar que las primeras manifestaciones relacionadas con el encuadre (framing) se produjeron en la década del setenta en los ámbitos de la sociología y la psicología en relación a cómo las personas construyen la

realidad en el lenguaje y en sus relaciones interpersonales. En este sentido, desde la psicología cognitiva el antropólogo británico Gregory Bateson consideraba que los marcos eran instrumentos psicológicos que le permitían a un individuo establecer las diferencias entre las cosas y dar cuenta de las razones por las que las personas atienden a determinados aspectos de la realidad e ignoran otros. Desde el campo de la sociología interpretativa, el licenciado en esta materia canadiense Ervin Goffman usaba la palabra *frame* para referirse a los esquemas cognitivos subjetivos que definen y construyen a una determinada situación social como real planteando que nuestra relación con la realidad social se da desde la iniciativa subjetiva. Retomaba así el concepto de definición de la situación del sociólogo norteamericano Gordon Thomas que postulaba que antes de actuar el individuo interpreta la situación que debe enfrentar en base a sus conocimientos e ideas previas. Asimismo, Goffman postula que los marcos se originan en y a partir de la interacción social y son estos los que organizan los datos objetivos de la situación y designan el contexto de la realidad. Por su parte, la socióloga norteamericana Gaye Tuchman, retomando las ideas del periodista norteamericano Walter Lippmann, fue la primera investigadora en llevar el concepto de *frame* a los estudios en ciencias de la comunicación. Para Lippmann, los medios de comunicación masiva son un puente entre el mundo que nos rodea y la idea que las personas tenemos de ese entorno. Aquí es donde los medios cumplen un rol muy importante, porque la información que nos dan sobre los hechos, es decir, la construcción que hacen de la realidad, influye en cómo nos imaginamos ese mundo exterior. Al respecto, Tuchman agregó a esta idea que las noticias eran una ventana al mundo que contribuía a la delineación del mismo ya que los periodistas recortaban, interpretaban y enfatizaban ciertos aspectos de la situación social en un momento y contexto particulares, para construir la realidad. En la década del noventa, y ya en el campo de las ciencias de la comunicación, el encuadre es considerado como una concepción o idea central que permite organizar un determinado contenido informativo suministrando un contexto interpretativo mediante el uso de la selección, la elaboración, el énfasis y la exclusión, permitiendo así estructurar el mundo social de modo significativo. A través de esta idea central se da una imagen determinada de lo

que sucede en el mundo ya que al seleccionar determinados aspectos de la realidad por sobre otros se los está haciendo más notables ante la audiencia. En palabras del profesor norteamericano Robert Entman (2004), encuadrar es “seleccionar y resaltar algunas facetas de eventos o problemas, y hacer conexiones entre ellos para promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución” (p. 5). La idea de ‘framing’ supone que las personas aplican esquemas interpretativos previos, marcos básicos que les permiten clasificar la información e interpretarla significativamente, a través de la operación de seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y darle más relevancia que a otros. Asimismo, el autor postula que los encuadres utilizados dejan huellas en los textos noticiosos que pueden identificarse por la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, una serie de frases, imágenes estereotipadas, fuentes de información y oraciones que proveen grupos de hechos o juicios reforzados temáticamente. El encuadre mediático de los distintos acontecimientos, incluyendo ciertos hechos y omitiendo otros u otorgándoles mayor o menor jerarquía, influye en la imagen que los individuos se hacen de la realidad política y social de su entorno más allá de sus propias vivencias personales. En esta línea de pensamiento Entman sostiene que el encuadre con el cual se presentan las noticias tiene por finalidad ofrecerle al receptor una determinada perspectiva del asunto tratado que le permita interpretar la información que está recibiendo. Los encuadres no pueden ser comprendidos fuera de la cultura en la que se desarrollan. Un frame logrará instalarse en la audiencia en tanto se asocie, coincida o active esquemas subyacentes culturalmente compartidos, relacionando los acontecimientos encuadrados con hechos o símbolos compartidos por toda la comunidad, haciéndolos así más comprensibles y recordables para todos. El autor postula la idea de que los marcos que emplean términos e imágenes con mayores resonancias culturales tienen mayores posibilidades de influir en la opinión pública por ser más comprensibles y cargadas de emociones. Si los encuadres se forman a partir de la interacción entre quienes elaboran las noticias y aquellos que las reciben, tal coherencia no podría tener lugar fuera de una comunidad de valores a la que ambos actores involucrados pertenecen. El concepto de encuadre cuestiona la objetividad de los medios de comunicación

social ya que cuando estos dan a conocer ciertos hechos y ocultan otros, como cualquier otra institución, actúan en función de sus ideas y sus valores culturales, y se mueven con base en ciertos intereses políticos y económicos, los cuales quedan plasmados en lo que se conoce como línea editorial. Es desde esa línea editorial que los medios deciden a cuáles asuntos darle importancia y convertir en noticia, cuáles omitir y dejar fuera de sus agendas y cuáles tratar de manera superficial. El proceso de producción de los encuadres mediáticos se denomina *frame building*. El *framing* analiza los distintos pasos que deben ejecutarse para lograr la influencia de un determinado mensaje o campaña comunicacional en la opinión pública. Para entender los encuadres es necesario analizar las condiciones de producción y recepción de una noticia, así como el contexto sociocultural en el que tal interacción tiene lugar.

Desde el paradigma crítico de la comunicación los distintos encuadres se desarrollan en un contexto político y socio-cultural determinado donde deben considerarse las relaciones de poder existentes ya que los *frames* no son inocuos, sino que por el contrario sirven a los intereses de las élites económicas y otros actores políticos y sociales poderosos contribuyendo al dominio hegemónico en lo comunicacional que estas ejercen y al mantenimiento del *statu quo*. En este sentido, el *framing* sería un proceso de interacción en el cual los factores determinantes a tener en cuenta son el contexto en el que se produce el encuadre, las relaciones de poder que se plasman en los textos de los medios de comunicación social y las consecuencias sociales que este proceso provoca. Las autoridades gubernamentales y los medios de comunicación de masas han contribuido históricamente a la formación de la opinión pública. La relación que se establece entre ambos actores y el modo en que entre ellos se generan y se difunden los enfoques de las distintas noticias quedó reflejado en el modelo de activación en cascada postulado por Entman, que determina el proceso de construcción de la realidad a través de significados e interpretaciones y cómo se difunden estos encuadres desde los niveles más altos de la administración política y bajan hasta el público y los ciudadanos con la complicidad de los medios de comunicación. Entman denominó modelo de activación en cascada a un esquema desarrollado para demostrar como los encuadres promovidos por las máximas autoridades administrativas de un

gobierno y las élites de la clase política se derraman sobre los medios de comunicación social y los textos que estos producen hasta llegar a la opinión pública donde ejercen una clara influencia en la manera en que la población tiene de interpretar determinados acontecimientos. En esta línea de pensamiento se concibe a los distintos medios como entidades subordinadas de los gobiernos de turno y de la casta política que tienen un papel mediador entre el hombre y la sociedad. El mecanismo central en este modelo es el de propagación de la activación donde los niveles más altos representados por la elite gubernamental y los medios de comunicación social tienen una mayor posibilidad de difundir sus encuadres a los niveles más bajos de la cascada promoviendo así la circulación de sus pensamientos, ideas e intereses en las mentes de los individuos de la sociedad que dirigen. La metáfora de la cascada fue elegida en parte para enfatizar que la capacidad de promover la difusión de marcos está estratificada, algunos actores tienen más poder que otros para llevar ideas a los medios de comunicación social y luego al público. Lo que se transmite a través de la cascada no es información sino encuadres o esquemas de pensamiento, que determinan la percepción y el punto de vista sobre cómo debe abordarse un determinado tema. En el caso de temas relacionados con la política exterior como en el que estamos analizando en el presente trabajo tienen como actor determinante al gobierno que tiene más y mejor información en la materia y cuenta con la misma en el momento oportuno. El modelo de activación en cascada sitúa a los diferentes actores de forma escalonada dependiendo de su poder a la hora de hacer prevalecer una determinada explicación sobre un episodio de política exterior. En la cúspide se situaría el gobierno, seguido del resto de elites políticas, como la oposición, los actores mediáticos y, en la base, la opinión pública. El nivel superior, la administración, se distingue de la élite política en que esta última comprende a aquellas personas que no trabajan para el poder ejecutivo. En el caso norteamericano, el máximo organismo responsable de los temas de política exterior, seguridad nacional y otras cuestiones de índole estratégica es el Consejo de Seguridad Nacional, integrado por el presidente (para el caso que estamos analizando George W. Bush), el vicepresidente (Richard “Dick” Cheney, quien había sido secretario de defensa durante la presidencia de

George Bush padre), el secretario de estado (Colin Powell), el secretario de defensa (Donald Rumsfeld), la consejera de seguridad nacional (Condoleezza Rice) , el jefe del estado mayor conjunto (general de la fuerza aérea Richard Myers) y el director de la CIA (George Tenet). En internet todas las principales páginas oficiales norteamericanas se ocuparon del conflicto: la de la Casa Blanca, la del Congreso, la del Departamento de Estado y la del Pentágono. En todas ellas se podía acceder a los contenidos publicados no sólo en inglés sino también en árabe. Por su parte, los medios de comunicación dominantes actúan como altavoces de los gobiernos de turno y de las elites políticas y económicas. Los medios de comunicación de particular interés para el caso norteamericano son las cadenas de noticias de televisión abierta ABC, CBS y NBC; las dos revistas de noticias de élite Time y Newsweek; y los dos principales periódicos, el New York Times y el Washington Post. Todos los medios más importantes de los Estados Unidos apoyaron y replicaron el encuadre propuesto por la administración del Presidente Bush: el grupo radiofónico Clear Channel Communications, la cadena de noticias CNN, los periódicos The Wall Street Journal, The Washington Post y The New York Times. Al respecto, Pizarroso Quintero destaca entre todos estos al grupo mediático Fox del magnate Rupert Murdoch señalando que “la cadena Fox se transformó hasta tal punto en un instrumento de propaganda del gobierno de Bush que, probablemente, deberíamos referirnos a ella y a su actuación en la guerra bajo ese epígrafe” (2005, p. 370). El apoyo de Fox News, cadena de información de veinticuatro horas de mayor audiencia en los Estados Unidos, fue fundamental para lograr el apoyo de la opinión pública norteamericana a la invasión de Irak. Los medios de comunicación actuales no sólo cubren los conflictos, sino que también se han convertido en actores del mismo al apoyar decididamente la posición gubernamental. Al respecto, Castells (2009) señala que:

Dado que los medios son la principal fuente de la comunicación socializada, que es una comunicación con el potencial de alcanzar a la sociedad en su conjunto, el enmarcado de la opinión pública se realiza mediante procesos que se producen principalmente en los medios de comunicación. (p. 216)

Asimismo, y analizando esta problemática desde un punto de vista global uno de los aspectos que pocas veces se tiene en cuenta en el encuadre de las

noticias internacionales es la existencia de solamente cuatro agencias internacionales de información que ejercen una posición de dominio en el sistema internacional para la recopilación y difusión de las distintas noticias que se producen a lo largo y ancho del planeta. Estas agencias están estrechamente ligadas a las élites políticas y económicas de los países en los cuales tienen su sede principal lo cual constituye una clara ventaja para estas naciones en los ámbitos comercial, diplomático y militar. Estas agencias son las norteamericanas Associated Press y United Press International, la británica Reuters y la francesa Agence France-Press. La mayoría de los periódicos del mundo y muchas organizaciones de noticias regionales dependen de estas agencias para las noticias internacionales por lo que el encuadre que estas adopten para el tratamiento de una determinada información será sumamente influyente en la opinión pública internacional hecho que podemos ver claramente reflejado en el actual conflicto entre Rusia y Ucrania.

Según Entman encuadrar es una acción estratégica que a través de la selección de algunos aspectos de la realidad percibida para hacerlos más relevantes tiene cuatro consecuencias a nivel discursivo: define un problema particular, interpreta las fuerzas que lo crean y el agente que los causa, hace una evaluación moral al establecer sus costos y beneficios y propone una recomendación de tratamiento para el asunto descripto. Analizando esta idea para el caso particular del atentado a las Torres Gemelas y el Pentágono, el profesor norteamericano señala:

Para el 11 de septiembre, el efecto problemático fue, por supuesto, miles de civiles muertos por un acto de guerra contra Estados Unidos; la causa, el gobierno talibán de Afganistán, sus líderes de facto, el Mullah Mohammed Omar y Osama bin Laden, y la red terrorista de Al-Qaeda de este último; el juicio moral, la condena de estos agentes como malos; y el remedio inicial, la guerra contra Afganistán (Entman, 2004, p. 6)

Analizando ahora el caso de la guerra de Irak podríamos decir que el problema particular era la posesión por parte de este país de un cuantioso arsenal de armas de destrucción masiva y sus vínculos con la organización terrorista Al Qaeda; el agente que lo causa el régimen dictatorial de Saddam Hussein; el juicio moral el peligro para todo el planeta, y especialmente para la

población norteamericana que esta situación conllevaba; y la solución para el asunto descrito no podía ser otra que la invasión de Irak y la eliminación de raíz del régimen tiránico imperante en ese país de Medio Oriente.

Continuando ahora con la cronología del conflicto bélico el domingo 16 de marzo de 2003 se realizó una mini cumbre en el archipiélago portugués de las Azores de la cual participaron Bush y algunos de sus aliados: el Primer Ministro del Reino Unido de Gran Bretaña Tony Blair, el Presidente del Gobierno de España José María Aznar y el primer ministro local José Manuel Durao Barroso, donde el presidente norteamericano les expresó su determinación de iniciar la guerra en cuestión de días. Un día después Bush pronunció una arenga donde realizaba un ultimátum para Saddam Hussein y sus hijos a quienes se conminaba a abandonar el país en las próximas 48 horas; en caso de no hacerlo ordenaría a sus fuerzas armadas invadir Irak. El apoyo de la población mundial a la guerra contra el terrorismo encabezada por los Estados Unidos de Norteamérica comenzó a desvanecerse y empezaron a producirse manifestaciones masivas en todo el mundo en contra de la invasión de Irak. Estados Unidos busco presionar a países que como Alemania y Francia se resistieron abiertamente a una nueva intervención militar. Por su parte China y Rusia también dejaron bien clara su oposición. Al respecto, el profesor en relaciones internacionales argentino Juan Gabriel Tokatlian (2004) señala que:

Lo más significativo respecto a la segunda guerra a Irak de 2003 en comparación a la primera de 1991 y a la guerra en Afganistán de 2001, es que en la mayoría de los países mencionados las sociedades se manifestaron activa y masivamente contra el ataque preventivo en Irak (p. 180).

El ataque se realizó igual sin el amparo de una resolución expresa del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. España y el Reino Unido de Gran Bretaña apoyaron a los Estados Unidos, sin embargo, los resultados de numerosas encuestas publicadas mostraban las poblaciones de estos países no estaban tan convencidas de la conveniencia de la decisión que adoptaron sus respectivos gobiernos. Las naciones extranjeras que no participaron de la coalición fueron denunciadas como socios no fiables.

El miércoles 19 de marzo de 2003 Bush en una videoconferencia con el general Tommy Franks, Jefe del Comando Central de los Estados Unidos

(CENTCOM) y comandante de la fuerza multinacional que encabezaría la invasión, ordenó ejecutar la operación “Libertad Iraquí”. Esa misma noche en un discurso por televisión el presidente anunció a la población que habían comenzado las primeras fases de la campaña militar para desarmar y liberar a Irak sin dar mayores detalles de las mismas. El contingente militar que intervendría en la operación estaba compuesto por 250.000 soldados estadounidenses, 40.000 británicos, 2.000 australianos y 200 polacos. El plan militar para invadir Irak fue desarrollado por el CENTCOM entre cuyas responsabilidades estaba la región de Medio Oriente. El plan estaba dividido en 4 fases: la fase 1 comprendía el despliegue de tropas en proximidades de la zona de combate, la fase 2 las operaciones de fuerzas de operaciones especiales, la fase 3 las operaciones principales por aire y tierra y la fase 4 las operaciones de estabilización: suministrar ayuda humanitaria, desmantelar las armas de destrucción masiva, desarticular las redes terroristas, proteger los recursos naturales y la infraestructura, ayudar al restablecimiento de los principales servicios civiles como el suministro de alimentos, el agua, la electricidad y la atención médica, reformar las fuerzas armadas iraquíes, reformar los organismos de seguridad interna y lograr la transición del poder a los ciudadanos iraquíes. Sin embargo, y como veremos posteriormente, hubo una falta de planificación de esta última fase en el nivel estratégico cuyas trágicas consecuencias se verían en la posguerra. En el desarrollo del plan de campaña del CENTCOM se trazaban distintas líneas de operaciones que representaban las acciones más importantes que podían desarrollarse en forma independiente y a menudo al mismo tiempo, creando así una masa crítica que ayudaría a reducir el volumen del poder de combate convencional que se iba a necesitar. Las siete líneas de operaciones del plan militar eran: (1) operaciones cinéticas o fuegos operativos, es decir las tradicionales campañas de bombardeos, (2) combate no convencional de las fuerzas de operaciones especiales, (3) operaciones terrestres de fuerzas convencionales, (4) operaciones de influencia, consistentes en la diseminación de información y en un amplio abanico de operaciones psicológicas y de engaño, (5) apoyo a los grupos opositores en todo Irak, incluyendo a los kurdos en el norte y a los chiitas del sur, (6) aspectos políticos-militares de la diplomacia, (7) asistencia

humanitaria a la población iraquí. Como podemos ver la línea de operaciones número cuatro es el desarrollo de la actividad comunicacional en los niveles operacional y táctico. En la doctrina de las fuerzas armadas estadounidenses se habla de operaciones de influencia u operaciones de información, que comprenden el uso de las capacidades básicas de guerra electrónica, operaciones con redes de computadoras, engaño militar, operaciones de apoyo de información militar, operaciones de asuntos civiles, relaciones públicas, ciberdefensa, operaciones psicológicas (actualmente denominadas operaciones de apoyo a la información militar (MISO)) y operaciones de seguridad y contrainteligencia, de acuerdo a capacidades relacionadas y específicas de apoyo, para afectar los sistemas de información del enemigo, defender la información propia y para influir, alterar, interrumpir, corromper o usurpar el proceso de toma de decisiones de adversarios reales o potenciales al mismo tiempo que se protege el propio. Al respecto, el coronel del ejército norteamericano Mark Vertuli (2020) aclara:

En términos más generales, las operaciones de información apoyan la capacidad del comandante para alcanzar una posición de ventaja relativa a través de actividades en el entorno de información (las dimensiones físicas, informativas y cognitivas), para influir en la voluntad del adversario para luchar; alterar, corromper o usurpar sus capacidades para recolectar, procesar y difundir información; y finalmente manipular (engañar) o perturbar la comprensión del entorno operacional para la toma de decisiones del adversario. (p. XVI)

Las operaciones de información abarcan toda actividad que incremente el poder de combate mediante la influencia, disrupción y manipulación de las percepciones en el campo de batalla. Incluye lidiar con los medios de comunicación social y los nuevos medios para moldear la opinión pública de acuerdo a la visión de los conductores de la guerra. Resaltando la importancia que este tipo de operaciones tuvieron en el conflicto Woodward (2004) señala que:

Las operaciones de influencia, por otra parte, podían usarse con eficacia en la infraestructura comercial, económica y diplomática iraquí. Podrían incluso utilizarse contra los dirigentes y, sin duda, contra el ejército oficial,

que no era tan leal a Saddam como la guardia republicana. Si se quiere derribar un régimen, una campaña de bombardeos sólo puede ayudar hasta cierto punto, afirmó Franks. En este caso tenía que conseguirse que la gente sintiera una necesidad irresistible de librarse de Saddam. Y para ello serían fundamentales las operaciones de influencia e información. (p. 74)

El ejército de los Estados Unidos de Norteamérica cuenta con una unidad especializada en operaciones de influencia y en operaciones psicológicas, el 4th Psychological Action Group cuyo asiento de paz se encuentra en Fort Bragg en el estado de Carolina del Norte. La unidad tiene aproximadamente mil doscientos efectivos entre militares y especialistas civiles en distintas ciencias sociales, locutores de radio, diseñadores gráficos, etc. Entre los procedimientos de influencia utilizados se destacan la distribución desde el aire de panfletos, bolsas de alimentos y salvoconductos de rendición para las tropas enemigas que depusieran las armas y la propaganda por radio y televisión en todo tipo de bandas y frecuencias. Por su parte, la fuerza aérea estadounidense disponía de tres enormes aviones Commando Solo volando con estaciones de radio y televisión que transmitían fotografías de la guerra en Bagdad todos los días cinco horas, de las 0600 a las 1100. En el nivel operacional Arroyo Arzubí (2004) señala que las operaciones de guerra psicológica:

Se proyectaron en tres frentes de ataque: el eje cibernético, integrado por baterías de e-mails dirigidos a líderes políticos y altos jefes militares, con mensajes inductores a no ofrecer resistencia aislando a Saddam Hussein y su régimen de 55 jerarcas como principal objetivo de la operación del eje clásico, la distribución desde el aire de 8 millones de panfletos donde se difundía masivamente que la acción militar era contra Saddam Hussein y no contra el pueblo de Irak. El eje radiofónico, con nuevas técnicas de emisión simulando la operatoria y reproduciendo el estilo de las radios árabes, para propalar mensajes tendientes a aislar el régimen de Saddam de la sociedad iraquí y de sus FF.AA. regulares (p. 321)

Dentro de la propaganda de nivel táctico se usaron medios tradicionales como la radio y la distribución de panfletos. Al respecto, Cicalese (2020) señala que:

La coalición arrojó millones de panfletos sobre el RGFC (Comando de las Fuerzas de Guardia Republicana) iraquí y las fuerzas del ejército, suplicándoles que no pelearan. Los mensajes MISO variaban desde cuestionar la importancia de que los iraquíes lucharan por Saddam, hasta como los militares iraquíes deberían estacionar apropiadamente su equipamiento blindado. Otros mensajes resaltaron el estilo de vida ostentoso de Saddam y sus hijos para separar a las tropas militares iraquíes de sus líderes. Mientras tanto, equipos tácticos MISO usaron altavoces para incentivar a las fuerzas en contacto a que se rindieran (p. 198)

Dentro de las fuerzas iraquíes y de la población civil se diferenciaron marcadamente los distintos públicos blancos tratando de incidir sobre los diferentes grupos étnicos y religiosos que como hemos señalado componen la población iraquí. En este sentido, los kurdos y los chiitas eran considerados como potenciales colaboradores reservándose el lugar de enemigos para la mayoritaria población suní. Woodward (2006) señala también la importancia que el presidente Bush le daba a este tipo de operaciones:

Las notas de sus conversaciones y reuniones muestran que siempre hablaba de la victoria, pero también revelan un presidente preocupado porque los Estados Unidos pudieran ganar los combates terrestres y perder, sin embargo, la guerra de propaganda. “Necesitamos recordarle a la gente por qué estamos aquí”, afirmó el mandatario en una reunión celebrada en el Pentágono el 25 de marzo. Le dijo a Rumsfeld: “Tienes que recordarle al mundo a quién estamos combatiendo”. (p. 167)

Durante el desarrollo de la guerra la propaganda norteamericana tenía por objetivo disuadir a las tropas iraquíes para que abandonasen la lucha. Concluidas las hostilidades los ex combatientes reclamaron por el cumplimiento de las promesas que se les habían hecho, lo que ocasionaría numerosos problemas en la posguerra. Asimismo, el periodista norteamericano señala que el presidente estaba también preocupado por la utilización que el régimen de Saddam estaba haciendo de los medios masivos de comunicación social para lograr el apoyo de su población. Al respecto, puntualiza:

Bush volvió a hablar con Aznar: “Estamos perdiendo una parte de la guerra, y es la propaganda”, dijo. Irak empleaba furgonetas móviles para mantener

las emisiones de la televisión estatal, aunque Bush precisó que ya habían hallado y destruido esas unidades. (Woodward, 2004, 452-453)

Con respecto a la presencia en el terreno de los medios masivos de comunicación, en esta guerra los corresponsales de guerra fueron asignados a algunas unidades de combate y pudieron realizar su cobertura periodística desde las principales ciudades iraquíes.

En el nivel estratégico, Woodward señala la importancia que para el comandante del CENTCOM tenía la actividad comunicacional que pudiera realizarse por fuera del teatro de operaciones militares y que sin dudas contribuirían a alcanzar la victoria en el conflicto:

Para ser efectivo con las operaciones de influencia debemos comenzar de inmediato, dijo Franks, no tanto porque vayamos a invadir Irak sino para comenzar a aguijonear al régimen iraquí, a su servicio de inteligencia, por ejemplo, y a sus embajadas en todo el mundo. (Woodward, 2004, p. 77)

En la misma línea de pensamiento, el Subsecretario de Defensa Paul Wolfowitz propuso la creación de la Oficina de Influencia Estratégica (Office of Strategic Influence) en el Pentágono que tenía a su cargo la estrategia mediática del gobierno. Al comando de la misma se designó al brigadier general Simon Worden a quien se le encomendó la misión de influir en la opinión pública internacional mediante la difusión de pruebas que justificaran un ataque preventivo contra Irak. La Oficina de Influencia Estratégica estaba autorizada a practicar la desinformación en medios de comunicación extranjeros. La existencia de este organismo fue denunciada por el New York Times el 19 febrero de 2002 y se anunció su desactivación formal. Un año después se creó en su reemplazo la Oficina de Comunicaciones Global (Office of Global Communications) con sede en la Casa Blanca. Por otro lado, Wolfowitz creó la Oficina de Planes Especiales (Office of Special Plans) en el Pentágono con la misión de analizar la información obtenida por las distintas agencias de inteligencia (CIA, DIA, NSA) y producir informes para el gobierno. Esta oficina infló considerablemente la amenaza de armas de destrucción masiva, así como los lazos entre Saddam y Al Qaeda y también produjo informes sobre fosas comunes y fotografías de torturas ordenadas por Saddam Hussein. Asimismo, el Pentágono estableció un contrato con la firma

de relaciones públicas Rendon Group, que ya había sido empleada previamente en la Guerra del Golfo, con la finalidad de que esta consultora realizará una campaña de propaganda tanto en Norteamérica como en el exterior a favor de la intervención de Irak. Al respecto, Pizarroso Quintero (2005) señala que entre sus tareas estaban:

El seguimiento de medios internacionales, la dirección y organización de focus groups, la creación y mantenimiento de una página web sobre la campaña de Estados Unidos contra el terrorismo, así como el asesoramiento a las fuerzas armadas en tareas de contra-desinformación y en la mejora de su propia comunicación pública. (p. 360)

Ramonet (2005) también nos aporta información sobre las actividades realizadas por esta compañía:

Durante toda la campaña de intoxicación que precedió a la invasión de Irak, el Rendon Group desempeñó un papel decisivo. Por cuenta de la CIA y en coordinación con el Congreso Nacional Iraquí, llevó a cabo un considerable trabajo de propaganda contra el régimen de Saddam Hussein: exposiciones itinerantes sobre las atrocidades cometidas por Bagdad, fotos de kurdos martirizados, cómics que ridiculizaban a Saddam Hussein, vídeos, emisiones de radio, etc. Y también creó dos emisoras de radio clandestinas: Iraqi Broadcasting Corporation y Hurriah Radio. (p. 88)

Por su parte, la USIA, dependiente del departamento de estado norteamericano, realizaba campañas de mediano y largo plazo utilizando sobre todo los canales diplomáticos, es decir las embajadas norteamericanas con sede en casi todos los países del planeta. Otras organizaciones que se encargaron de propiciar la actividad comunicacional norteamericana en el nivel estratégico fueron la Science Applications International Corporation (SAIC), contratista del gobierno a órdenes del Departamento de Defensa para ganar los corazones y las mentes del mundo musulmán y el denominado Congreso Nacional Iraquí, organización de exiliados iraquíes presidida por Ahmed Chalabi y financiada por el Pentágono. Woodward resalta la importancia que para el presidente Bush tenía que las operaciones de influencia estuvieran coordinadas transversalmente en todos los niveles de la conducción:

Pasaron algún tiempo hablando sobre el potencial de las operaciones de propaganda. Por ejemplo, cómo podrían hacer llegar mensajes al ejército regular iraquí diciéndoles: no luchéis, no destruyáis los pozos de petróleo, no disparéis misiles. Franks dijo que la Junta de Estado Mayor y el Consejo de Seguridad Nacional tenían que participar en el proceso y que alguien en las altas esferas de la Casa Blanca tenía que hacerse cargo de las operaciones de información porque conllevarían declaraciones políticas y expondrían las causas de la guerra. Las operaciones de información tácticas tenían que encajar y estar ligadas a lo que todo el mundo, hasta llegar al mismo presidente, estuviera declarando en público. (Woodward, 2004, p. 133)

El 21 de marzo de 2003 comenzaron los ataques aéreos sobre Bagdad. Las tropas terrestres capturaron la capital en menos de tres semanas con solamente ciento treinta mil soldados desplegados en el terreno de operaciones. Esta etapa de la guerra fue una extraordinaria demostración de la fuerza tecnológica militar de los Estados Unidos, la primera potencia mundial sin ningún tipo de dudas desde el punto de vista militar. El 09 de abril tropas estadounidenses entraron en la capital iraquí. La escena que simbolizó el final de la guerra fue el derribo de una estatua de Saddam de seis metros de altura en el centro de Bagdad por parte de un grupo de ciudadanos locales ayudados por un vehículo blindado estadounidense que fue transmitida en vivo y en directo por las cadenas de noticias más importantes de todo el mundo. Al respecto Cicalese (2020) señala que:

Al darse cuenta que los iraquíes se sentían envalentonados lo suficiente para denigrar la estatua de Saddam, el equipo táctico de MISO uso altavoces para incitar a la multitud a presenciar cómo el M88 derribaba la estatua de Saddam. Los iraquíes brincaron sobre la imagen derribada de Saddam, arrojándole sus zapatos. Las imágenes resultantes enviaron un mensaje estratégico muy claro: Bagdad ya no era más la ciudad de Saddam. (p. 201)

En toda la ciudad miles de iraquíes tomaron las calles para celebrar la caída del régimen. En esta fase de la guerra los americanos tuvieron solamente ciento setenta y dos bajas. El 1 de mayo el presidente Bush declaró oficialmente el fin de las hostilidades bajando de un avión de combate con uniforme de piloto en

la cubierta del portaviones USS Abraham Lincoln que se encontraba fondeado frente a la costa de San Diego, el cual exhibía de fondo un afiche que decía “misión cumplida”, puesta en escena que daba a entender que el presidente había piloteado el avión cuando sólo fue un pasajero disfrazado con mono de aviador.

### 3) La posguerra

El presidente Bush encomendó la administración del Irak de la posguerra al departamento de defensa de su país. Para ello, el secretario Rumsfeld creó en el Pentágono la Oficina para la Restauración y la Ayuda Humanitaria (ORAH) y eligió para conducirla al general retirado Jay Garner que había gestionado la ayuda humanitaria a la población kurda durante la Guerra del Golfo. Los tres problemas básicos del Irak de la posguerra que Garner identificó al hacerse cargo de la situación eran la seguridad de la población, la infraestructura y la gobernabilidad del país. La ORAH tenía tres funciones principales, que ponían el centro de gravedad de sus acciones en dos de estas dificultades: brindar ayuda humanitaria a la población iraquí, la reconstrucción de la infraestructura del país y encargarse de la administración civil hasta que pudiera traspasarse el gobierno a pobladores locales elegidos democráticamente. La tercera problemática, la seguridad de la población, quedaría a cargo de las tropas de ocupación que comprendían 155.000 estadounidenses, 12.000 británicos y 16.000 soldados de otros países como Australia, Bulgaria, República Checa, Dinamarca, República Dominicana, El Salvador, Honduras, Italia, Países Bajos, Polonia, Rumania, España, Corea del Sur y Ucrania. Garner llegó a Bagdad el 21 de abril de 2003 pero tan sólo tres semanas más tarde fue sustituido por el diplomático Paul Bremer III quien arribaba a Irak con el estatus de enviado presidencial. Bremer creó en reemplazo de la ORAH la Autoridad Provisional de la Coalición (APC), organización que estaba compuesta por mil doscientos funcionarios, en su mayoría norteamericanos, cuya misión principal era encargarse de la administración del país, quedando momentáneamente congelados los planes para constituir un gobierno local iraquí. La Autoridad Provisional de la Coalición dividió Irak en tres zonas de seguridad: una zona norte en la región de Mosul-Kirkuk, una zona central en la

región Bagdad-Tikrit y una zona sur en la región Basora-Nasiriya. Las zonas norte y central eran responsabilidad de las tropas estadounidenses, mientras que la zona sur estaba a cargo de los británicos. La primer medida de la APC fue expulsar de todos los organismos del gobierno a la totalidad de los miembros del partido Baaz, lo que significaba no sólo sacar de sus cargos a todos aquellos que habían tenido que ver con el régimen de Saddam Hussein sino también el despido de miles de médicos, maestros y otros trabajadores indispensables para el funcionamiento de la administración pública puesto que si un iraquí quería tener un trabajo decente en su país, especialmente en el sector público, tenía que ser miembro del partido Baaz. Esta política de desbaazificación significó asimismo el desplazamiento de la minoría sunita del poder político en Irak, lo que posicionó a la mayoría chiita como un nuevo actor estratégico a tener en cuenta en las decisiones importantes que se tomaran. En segundo término, la APC disolvió todas las fuerzas armadas iraquíes, a pesar de que estos efectivos podrían haber sido utilizados para labores de reconstrucción de la infraestructura del país y en la seguridad fronteriza. Esta desagradable situación sumaba al sentimiento entendible de derrota que tenían las tropas iraquíes por estar su país ocupado por una potencia extranjera, la humillación para decenas de miles de oficiales, suboficiales y soldados de quedarse sin trabajo, sin salario y sin pensión en el medio del caos en que se había transformado su nación. Estas dos impopulares medidas comprendían en la práctica pasar a la clandestinidad a 50.000 personas del partido Baaz y a 300.000 efectivos de las fuerzas armadas iraquíes. Esa mano de obra desocupada, los cuales en su mayor parte contaban con instrucción y adiestramiento militar, constituyó la base de los grupos insurgentes que se opusieron a la ocupación de su país por las fuerzas armadas de una coalición de países extranjeros, conformando una verdadera insurrección nacional. Asimismo, la situación insurreccional en Irak se alimentó entre otros factores de la carencia de una autoridad legítima que pudiera garantizar la seguridad de la población y el cumplimiento de la ley; de las diferencias étnicas, religiosas y culturales que hemos señalado caracterizaban a la población iraquí; y de la influencia de países como Irán y Arabia Saudita que financiaban las acciones de los grupos insurgentes chiitas y

sunitas respectivamente. Esta situación caótica e inestable de insurgencia popular y desorden civil fue un fecundo caldo de cultivo para la proliferación de grupos islamistas extremos que utilizan el terrorismo como metodología para conseguir sus objetivos políticos. Al respecto Cicalese (2020) señala:

La información sin la correspondiente acción es inútil. Así fue la ocupación. La coalición dijo que la vida sería mejor sin Saddam. Pero, después de unos pocos meses la vida no estaba mejorando. El delito crecía y la sociedad se estaba desmoronando. La coalición les dijo a los militares iraquíes que luchar por Saddam no valía la pena, y que debían irse a sus casas con honor. Luego, la Autoridad Provisional de la Coalición los echó. Con el honor perdido y los chiitas apoyados por Irán asesinando a las sunitas batistas, las opciones para los sunitas eran pelear, emigrar o hacer nada. (p. 204)

En julio de 2003 Bremer aprobó un consejo asesor de gobierno iraquí conformado por veinticinco miembros que representaban tanto a la mayoría chiita como a los sunitas y los kurdos, pero como estaba dominado por antiguos exiliados, la población local que había permanecido en el país sufriendo las arbitrariedades del régimen de Saddam Hussein, no se sentía representada por el mismo. El 07 de septiembre de 2003 se aprobó en el Congreso de los Estados Unidos la ley de presupuesto que incluía aproximadamente 20 mil millones de dólares para reconstruir Irak a través de proyectos de infraestructura, con la salvedad de que los mismos sólo podían ser ejecutados por las grandes multinacionales estadounidenses dedicadas a esta temática. El 28 de junio de 2004 la APC se disolvió y Bremer transfirió el mando a un gobierno provisional iraquí encabezado por el primer ministro chiita Iyad Alawi quien se haría cargo de la administración del país hasta que se realizaran las elecciones nacionales previstas para el siguiente año. Como autoridad norteamericana en reemplazo de Bremer, se designó como nuevo embajador estadounidense en Irak al diplomático John Negroponte con un plantel de aproximadamente mil personas a su cargo y un programa de asistencia exterior de varios miles de millones de dólares al año que les permitirían a los estadounidenses seguir incidiendo en la política interna iraquí. Durante la posguerra una de las actividades principales fue la búsqueda de las armas de destrucción masiva, causa principal de la guerra, y a ella se

destinaron innumerables recursos humanos y financieros. Sin embargo, el 28 de enero de 2004 el experto en armamento especial de la CIA David Kay, que supervisó el grupo de 1400 hombres que inspeccionaron todo Irak dedicados a la búsqueda de armas de destrucción masiva, declaró ante el comité de fuerzas armadas del senado estadounidense que el 85 % del trabajo estaba terminado y que nunca se encontrarían armas de destrucción masiva. En efecto, los meses pasaban en Irak y tanto la pretendida existencia de armas de destrucción masiva como los supuestos vínculos del régimen iraquí con Al Qaeda terminaron por quedar totalmente desacreditados. El foco de la posguerra comenzó a desplazarse hacia el objetivo de aplastar la naciente insurgencia. Al respecto, Kepel (2004) señala que:

En Irak, lejos de traducirse en el éxito político inmediato vaticinado por quienes asimilaban la caída de Saddam a la del muro de Berlín, con lo que manifestaban su ignorancia sobre Oriente Medio, abre la caja de Pandora. Surge el irredentismo kurdo, suní y chií, propicio a la apertura de nuevas líneas de ruptura en las que reaparecen, junto con la resistencia armada contra el ocupante, las lógicas del terrorismo islamista que se suponía iban a ser erradicadas con la eliminación del régimen de Bagdad. (p. 17)

Bartolomé (2021) distingue cinco pilares que distinguen al fenómeno insurgente: utilización de la lucha armada contra la autoridad política establecida, la asistencia social a la población local, el activismo social y político, vínculos con actores extranjeros y el empelo de la propaganda. En el caso particular de la insurgencia iraquí algunas de las características que la distinguían eran el fuerte apoyo popular, la aptitud para realizar actos de sabotaje y ataques armados sostenidos, y la capacidad de actuar a voluntad y moverse con independencia por todo el territorio nacional. Un movimiento insurgente tiene como objetivo subvertir el orden existente mediante el uso de la violencia. En este sentido, la insurgencia iraquí buscaba desgastar a las fuerzas de ocupación hasta hacer que se fueran de su país e infiltrarse y cooptar las instituciones iraquíes emergentes de esta situación. Como podemos ver no es solamente un problema militar sino también político y, por lo tanto, su resolución no podía ser abordada exclusivamente por las fuerzas armadas estadounidenses; debía involucrar a los iraquíes, a su ejército y su policía, y a

su población en general. Los grupos insurgentes se apoderaron de los arsenales de armas convencionales que Hussein había distribuido por todo el territorio nacional luego de finalizada la Guerra del Golfo en 1991 para reprimir posibles insurrecciones. Entre las armas utilizadas había pistolas, fusiles, granadas propulsadas por cohetes y sobre todo artefactos explosivos improvisados. Con relación a estos últimos, Vertuli (2020) resalta la conexión de los mismos con la actividad comunicacional:

En Irak y Afganistán, los talibanes y Al Qaeda protagonizaron innumerables combates contra Estados Unidos y sus aliados, no tanto por los efectos en el entorno operacional inmediato, sino más bien para obtener una ventaja informativa en todo el mundo. Ataques con dispositivos explosivos improvisados grabados en video, al tiempo que son devastadores, funcionaron bien para promover la imagen de credibilidad organizacional, reforzar la voluntad de los adherentes para luchar, radicalizar poblaciones vulnerables, y aumentar el apoyo financiero. (p. XVIII)

Dentro del movimiento insurgente debemos diferenciar al que tenía como núcleo a la minoría sunita del que se apoyaba en la mayoría de confesión chií. La insurrección suní se caracterizaba por su retórica nacionalista, islamista y sectaria, nutriéndose del descontento del grupo minoritario que había regido los destinos de Irak desde su creación y que había quedado marginado con la disolución de las fuerzas armadas y el proceso de desbaazificación. El epicentro de esta insurrección estaba en el conocido como triángulo sunita, enclavado en el centro geográfico y político del país, el cual estaba conformado por las ciudades de Bagdad, Tikrit y Ramadi; donde la población era mayoritariamente de esta confesión religiosa y había una gran cantidad de miembros del partido Baaz. La insurgencia suní se inició dentro de esta zona geográfica, específicamente en las ciudades de Ramadi y Faluya, principales localidades de la provincia de Ambar, habitada en su mayor parte por árabes sunitas, gran parte de los cuales pertenecían al ejército y al ex servicio de inteligencia iraquí, el Mukhabarat. La localidad de Faluya, de aproximadamente un cuarto de millón de habitantes, situada a unos ochenta kilómetros al oeste de la capital Bagdad, y conocida como la ciudad de las mezquitas por tener más de doscientas en su territorio, sería escenario de una

de las batallas más importantes de la posguerra. Esta ciudad era el centro de operaciones de la organización islamista Al-Tawhidwal-Yihad (Monoteísmo y Yihad) que bajo el comando del jordano Abu Musab al-Zarqawi contaba con menos de un centenar de miembros. Desde Faluya, Zarqawi planificaba las acciones de sabotaje y los ataques contra las fuerzas ocupantes estadounidenses y sus colaboradores iraquíes. El 31 de marzo de 2004 insurgentes iraquíes atacaron un pequeño convoy de vehículos de pasajeros y mataron a cuatro guardias de seguridad de la compañía Blackwater que trabajaban como contratistas independientes. Días después, la cadena catari Al Jazeera difundió imágenes de los cadáveres de dos de esos norteamericanos arrastrados por una multitud de personas que terminaron mutilando y colgando sus cuerpos decapitados, desfigurados y carbonizados en un puente sobre el río Éufrates en la entrada de la ciudad, con multitudes de iraquíes celebrando, cantando y bailando en el trasfondo de las mismas. Asimismo, las imágenes con la mutilación de los cuerpos y su exhibición en el puente tuvieron una amplísima difusión mediática a través de las redes sociales. Este hecho trajo el recuerdo para la opinión pública norteamericana de la batalla de Mogadiscio producida en Somalia en 1993 donde murieron diecinueve soldados estadounidenses y los cuerpos de algunos de ellos que fallecieron producto del derribo de dos helicópteros Black Hawk fueron arrastrados por las calles de la ciudad y mutilados por una multitud de personas enardecidas. El presidente Bush, que se encontraba en plena campaña electoral en vistas de su reelección, no quiso aparecer ante la opinión pública de su país como un líder débil, como lo había sido Clinton en Somalia, por lo que ordenó una respuesta militar contundente. En abril de 2004 una fuerza expedicionaria de los marines lanzó una fuerte ofensiva sobre la ciudad. Sin embargo, la primera batalla de Faluya debió detenerse antes de finalizado ese mes por la presión de la opinión pública internacional ante las imágenes de los muertos y heridos civiles, aunque muchos de los mismos eran insurgentes, que estaba provocando la desproporcionada reacción de las fuerzas militares de ocupación. La ciudad continuó siendo el principal foco de la insurgencia sunita por lo que en noviembre de ese año se reanudaron las operaciones militares en lo que se conoció como la segunda batalla de Faluya. Durante el desarrollo de la misma

Al Jazeera difundió imágenes de civiles iraquíes desarmados muertos y mutilados (muchos de ellos niños) que perecieron producto de la feroz ofensiva estadounidense en la cual se utilizaron aviones cazabombarderos, blindados y tropas de infantería fuertemente armadas que dejaron la ciudad en ruinas. La batalla se convirtió en la más sangrienta no solamente de la posguerra de Irak sino de todos aquellos conflictos en los que hubieran participado tropas estadounidenses desde la guerra de Vietnam. Las fuerzas de la coalición reportaron 107 fallecidos, el número de insurgentes abatidos se estima entre 1200 y 2000. La Cruz Roja Internacional denunció que aproximadamente 800 civiles murieron durante la batalla. La infraestructura de la ciudad se vio sumamente afectada, destruyéndose numerosas viviendas, escuelas y muchas de las mezquitas que según las fuerzas de ocupación habían sido utilizadas como puntos fuertes por parte de los insurgentes. Un hecho clave para la formación la insurgencia sunita fue la reunión de miembros de grupos islamistas y ex miembros de las fuerzas armadas de Saddam Hussein en diversas prisiones del país, las cuales se convirtieron en verdaderos centros de reclutamiento donde el objetivo común que los animaba era la guerra contra las fuerzas extranjeras de ocupación para lograr que se fueran del país. Los simpatizantes del grupo islamista Al Qaeda eran prácticamente inexistentes en Irak antes de la invasión norteamericana; recién en octubre de 2004 con el juramento de lealtad del grupo Monoteísmo y Yihad hacia Osama bin Laden nace oficialmente Al Qaeda en Irak, quedando Abu Musab al-Zarqawi como el emir de esta organización islamista en el país. Los miembros de Al Qaeda en Irak se distinguían por su sectarismo ya que consideraban no musulmanes a los chiitas y como agentes de los norteamericanos y los judíos a los kurdos. Después de la guerra, la mayor parte de cesanteados de las fuerzas armadas iraquíes pasaron a engrosar las fuerzas de la resistencia enrolándose en esta organización. En el caso particular de la organización islamista Al Qaeda en Irak su estrategia de resistencia en ese país se caracterizaba en primer término por librar una guerra urbana en la cual el apoyo de la población local ante una fuerza de ocupación y el mayor conocimiento del terreno les permitía paliar la asimetría en la tecnología armamentística que caracterizaba a sus oponentes. En segundo lugar atacar los blancos más débiles y vulnerables de la coalición.

Dentro de este último aspecto se enmarcan los atentados suicidas ejecutados contra las tropas italianas, el secuestro y asesinato de trabajadores contratados de nacionalidad japonesa y británica, la tortura y decapitación de ciudadanos iraquíes que trabajaban para la APC, la destrucción de las instalaciones y la ejecución de empleados de organizaciones internacionales como la ONU y humanitarias como la Cruz Roja Internacional. Por último, los grupos insurgentes buscaban operar en reducidas redes descentralizadas lo que hacía que la afectación de su proceso de toma de decisiones por parte de las fuerzas de la coalición resultase casi imposible. Esta estrategia local se complementaba con una de dimensiones globales que ejecutaba la organización Al Qaeda atacando objetivos occidentales a través de sus filiales en países con poca seguridad como Indonesia, Marruecos y Turquía y ejecutando atentados directos contra los principales aliados de Estados Unidos en la coalición: Gran Bretaña y España.

En cuanto a la insurrección chiita esta se desarrollo principalmente en la ciudades santas de Kerbala y Nayaf (donde está el santuario más sagrado de esta confesión del islam, la mezquita del imán Alí), y en un suburbio situado en el cuadrante noreste de la ciudad de Bagdad con más de dos millones de habitantes, que antiguamente se llamaba ciudad Saddam, y que había sido rebautizado como como Ciudad Sáder (llamado así en honor del gran ayatolá Mohamed Mohamed Sadeq al-Sadr, líder clerical chiita asesinado en 1999). Tras la invasión de 2003 aproximadamente cien mil chiíes iraquíes que habían huido a Irán o que fueron expulsados por el régimen de Saddam, regresaron al país. La derrota del régimen sunita permitió el regreso a Irak de la clase política y del clero de los chiitas iraquíes como el Gran Ayatolá Ali al-Sistani. Como consecuencia de ello se expandió sobre Irak la influencia de la República Islámica de Irán. Las milicias chiitas aprovecharon el vacío en la ayuda estatal estadounidense para desarrollar acciones proselitistas en hospitales, escuelas e instituciones caritativas, proporcionando los servicios básicos a muchos barrios de las ciudades del país. En 2004, el clérigo chiita y líder en ciudad Sáder, Muqtada al-Sadr constituyó con esta base y el apoyo de Irán el Ejército del Mesías (Ejército de al-Mahdi), llamado así en honor del duodécimo imán chií, el imán oculto del que se espera que vuelva a la tierra

como mesías. Esta milicia de aproximadamente setenta mil miembros, que controlaba también escuelas y hospitales, sería la base con la cual lanzaría una ofensiva para conquistar el sur de Bagdad y el sur del país. Muqtada al-Sadr también se encargó de lograr el control de ministerios clave como transporte, salud y agricultura con la idea de que quien controla los servicios, controla a las personas. En abril de 2004, al mismo tiempo que se producía la primera batalla de Faluya, una unidad de fuerzas de operaciones especiales capturó a un lugarteniente de Muqtada al-Sadr en Nayaf iniciando una revuelta chiita en esa ciudad, produciéndose por primera vez una acción coordinada entre sunitas y chiitas contra los norteamericanos. Desde el punto de vista de la actividad comunicacional las milicias chiitas editaban el diario Al Hawza, ferozmente antiestadounidense ya que incitaba a atentar contra las fuerzas de la coalición y publicaba listas de nombres de colaboracionistas iraquíes. Asimismo, contaban con el apoyo a todo efecto de las cadenas de televisión del régimen teocrático iraní. La otra organización que nutría a las milicias chiitas era el Consejo Supremo para la Revolución Islámica en Irak (CSRII), partido chiita mayoritario liderado por el político y teólogo Abdul Aziz al-Hakim, cuyo hermano Mohammad Baqir al-Hakim fue asesinado con un coche bomba en agosto de 2003 después de haber retornado del exilio en Irán en mayo. El brazo armado de este partido político era la Organización Báder, cuya base de operaciones estaba en la ciudad de Basora. Al igual que el Ejército de al-Mahdi, el CSRII contaba con el apoyo y estaba bajo la influencia de la República Islámica de Irán. Ambas organizaciones también compartían su respeto por la figura del Gran Ayatolá Ali al-Sistani, máximo líder y guía espiritual de millones de chiitas en Irak. Tanto la insurgencia sunita como la chiita tenían una estrategia de resistencia y lucha que se caracterizaba por buscar el aislamiento de las fuerzas de ocupación estadounidenses a través de la intimidación y castigo a los ciudadanos locales que cooperaran con ellos. La fuerza ideológica más poderosa detrás de la insurrección era el islam y su hostilidad hacia los intrusos no islámicos. Los blancos de sus acciones armadas eran no solamente los informantes y colaboradores de los invasores sino también los miembros de las nuevas fuerzas armadas y de la policía, y los extranjeros que habían venido al país para trabajar en distintos rubros una vez

finalizada la contienda. Asimismo, se realizaban acciones de sabotaje contra infraestructura crítica como por ejemplo los oleoductos buscando así afectar los intereses de las empresas occidentales que vinieron a explotar el petróleo iraquí.

Ahora para poder hacernos una idea de la magnitud y el impacto que tuvo la insurgencia en Irak, repasaremos brevemente las principales acciones realizadas por sus miembros. El 07 de agosto de 2003, tres meses después de que se había anunciado la finalización de la guerra propiamente dicha, se produjo la primera manifestación de la insurgencia con la ejecución de un atentado terrorista con bomba contra la embajada jordana en Bagdad. El 19 de ese mismo mes se produjo un atentado con un coche bomba en el Canal Hotel, sede de las oficinas centrales de la ONU en Irak, en el corazón de la denominada Zona Verde (área de seguridad muy bien fortificada de unos 10 kilómetros cuadrados) donde murieron veintidós personas, entre ellos el diplomático brasileño Sergio Vieira de Mello, representante especial del secretario general de las Naciones Unidas. Este ataque fue el peor golpe a la ONU en toda su historia y tras el mismo la organización retiró del país a la mayor parte de los seiscientos miembros de su personal internacional. Ante este hecho, el Mando Conjunto de Operaciones Especiales (JSOC) de las fuerzas armadas norteamericanas, a cuya cabeza estaba el general Stanley McChrystal, recibió la orden de eliminar a Zarqawi y a su grupo. El 29 de agosto de 2003 un coche bomba atentó contra la mezquita chiita de Nayaf matando a 125 personas incluyendo al ayatolá Mohammad Baqir al-Hakim, que como señalamos previamente era el líder espiritual del partido político de esa confesión religiosa más popular del país, el Consejo Supremo para la Revolución Islámica en Irak. Los atentados suicidas se convirtieron en un sello distintivo de la organización islamista Al Qaeda en Irak. Ese mismo mes acciones de sabotaje cortaron el flujo que transporta petróleo al puerto turco de Ceyhan. En noviembre de 2003 un coche bomba atentó contra una base italiana en Nasiriya produciendo 19 muertos. El 01 de febrero de 2004 se produjo un doble atentado suicida contra la sede de los dos principales partidos kurdos en la ciudad de Erbil, capital y sede del gobierno regional kurdo, situada en el norte de Irak consecuencia de los cuales murieron 105 personas. El 24 de junio

de 2004 una serie de atentados contra la nueva policía iraquí dejaron más de cien muertos en las ciudades de Mosul y Baquba. El 23 de octubre de 2004 en la provincia de Diala insurgentes disfrazados de policías iraquíes montaron un falso retén, sacaron a cuarenta y nueve soldados iraquíes de un colectivo, los forzaron a acostarse sobre el piso y los ejecutaron con disparos en la cabeza. El 14 de noviembre de 2004 insurgentes asaltaron la estación de policía de la ciudad de Mosul, ciudad de dos millones de habitantes en su mayoría de origen kurdo, robaron armas y desmembraron a un agente de policía herido. Asimismo, impactaron a dos aviones C-130 estadounidenses con misiles tierra-aire. El 21 de diciembre de 2004 se produjo un atentado a una base militar estadounidense en Mosul provocando la muerte de 22 personas. El 08 de febrero de 2005 un hombre bomba se acercó caminando a un grupo de reclutas del nuevo ejército iraquí en Bagdad, haciéndose estallar y provocando la muerte de 21 reclutas. El 28 de febrero de 2005 un coche bomba mató a 118 personas en la ciudad de Hilla. El 16 de julio de 2005 un atentado en Al Musayir, 60 km al sur de la ciudad de Bagdad provoca casi 100 muertos. Desde el punto de vista de la actividad comunicacional podemos señalar que las imágenes de todas estas operaciones eran transmitidas por internet y por los canales de televisión afines a la causa insurgente como Al Jazeera (en árabe significa la península). Este canal de televisión fue inaugurado el 1 de noviembre de 1996 por el emir de Catar, un pequeño estado de menos de un millón de habitantes cuya riqueza se debe a sus fabulosas reservas de gas. En 1998 fue la única cadena de televisión que mostró imágenes de los ataques aéreos estadounidenses contra Irak lo que aumento su reconocimiento en el mundo árabe y el vertiginoso aumento de su audiencia internacional. En 2006 se produjo el lanzamiento del formato de la cadena en inglés con la finalidad de aumentar la audiencia del canal entre los musulmanes del mundo que no hablan árabe. Woodward (2006) señala la preocupación que para el presidente estadounidense significaba la influencia que este canal de televisión tenía en la población iraquí:

¿Tenemos una estrategia de comunicaciones que pueda competir con Al Jazeera?, preguntó Bush. “Tenemos una cadena, y la estamos usando”, dijo alguien. “Debemos... ¿Tenemos la red de comunicaciones?, volvió a

preguntar Bush. “Sí” contestó alguien de nuevo. “Tenemos nuestra propia cadena, y además estamos tratando de usar a Al Jazeera y Al Arabiya tanto como podamos”. “Nuestro mensaje debe ser que los iraquíes no pueden permitir que vengan extranjeros a pelear a Irak”, afirmó el presidente. “Necesitamos apelar a algún tipo de nacionalismo que motive a los iraquíes a cooperar con nosotros para dejar por fuera a los extranjeros”. (p. 261)

El periodista norteamericano resalta el verdadero contrasentido que significaba que el comandante en jefe de una fuerza de ocupación de 130.000 soldados extranjeros fuertemente armados buscara apelar al nacionalismo de una población local que se hallaba sometida a sus designios.

El 14 de abril de 2004 Al Jazeera recibió un video con la ejecución del ciudadano italiano Fabrizio Quattrocchi, empleado de una empresa de seguridad privada que había sido secuestrado dos días antes. El 12 de mayo de ese mismo año aparecen en una página web islamista imágenes de la decapitación del ciudadano estadounidense Nicholas Berg vestido con un mono naranja similar al que visten los prisioneros en la cárcel de Guantánamo que trabajaba construyendo redes de comunicación y que fue ejecutado en venganza por las torturas que se estaban produciendo en la cárcel de Abu Ghraib. El video fue replicado en las cadenas televisivas CNN, Fox News y la BBC. El 22 de junio de 2004 Al Jazeera recibió un video con la decapitación del ciudadano coreano Kim Sun-il. El 16 de noviembre de ese mismo año, la cadena cataní recibió un video con las imágenes del asesinato de la ciudadana británica Margaret Hassan, responsable de la ONG Care International. Los secuestros y asesinatos de estas personas tuvieron una gran repercusión mediática en todo el mundo, especialmente en sus países de origen donde se organizaron campañas para petitionar por su liberación que llamaron la atención de la opinión pública mundial sobre las consecuencias negativas de la ocupación estadounidense en Irak. Abu Musab al Zarqawi, jefe de Al Qaeda en Irak, fue imputado como responsable de estos hechos; el precio de su cabeza subió a 20 millones de dólares. Estos asesinatos le brindaron a la administración norteamericana la excusa perfecta para desplazar el énfasis que había puesto en los residuos del antiguo régimen como impulsores de la campaña de violencia e insurgencia que azotaba al país para trasladarlo al

grupo Al Qaeda en Irak. Como contrapartida, ser el nuevo foco de atención de los estadounidenses le permitió a Zarqawi y a su organización cobrar una mayor notoriedad y reconocimiento, lo que redundó en una mayor recaudación de fondos para su grupo que mayormente eran aportados por las grandes fortunas saudíes, jordanas y sirias. Asimismo, los videos grabados con las ejecuciones de estos ciudadanos extranjeros que eran subidos a la red social Youtube y eran reproducidos por el canal catari constituían un verdadero ejemplo de lo que hemos denominado propaganda por la acción. Al respecto, el periodista norteamericano George Packer (2016) señala:

Sus integrantes aprendían de la experiencia, observando la cobertura de sus acciones en Al Jazeera; también coordinaban sus esfuerzos a través de los medios de comunicación. Se valían de la población local, principalmente por medio de la intimidación, pero también propiciando reacciones violentas y desproporcionadas por parte de los estadounidenses, que hacían oscilar el apoyo en su favor. (p. 372)

Los insurgentes utilizaban en sus mensajes el mismo lenguaje cultural que sus audiencias lo que hacía que estos fueran más eficaces en lograr los objetivos pretendidos por la organización, demostrando que Entman estaba en lo cierto cuando señalaba que los distintos enfoques que emplearan elementos que contuvieran ciertas resonancias culturales tendrían un mayor potencial de éxito para influir en los pensamientos y en las emociones de la opinión pública destinataria de estos encuadres. Las escenas de barbarie difundidas por redes sociales provocaron la popularidad transnacional de la organización Al Qaeda en Irak lo que permitió el reclutamiento de nuevos miembros atraídos por el mensaje de la guerra santa contra las fuerzas de ocupación norteamericanas. Los grupos insurgentes ampliaron su uso de internet no sólo para difundir sus mensajes y comunicados sino también para subir los videos y fotografías de sus secuestros, ejecuciones y atentados. Al respecto, el periodista norteamericano Lawrence Wright cita un reportaje que le realizó a Gilles Kepel (2017) donde este pone el acento en el papel en este conflicto de internet:

Internet es la clave... Permite la propagación de una norma universal, con un sistema de sharía y de fetuas a través de la red... Cualquiera puede buscar un dictamen de su jeque favorito en La Meca... En gran parte internet ha

venido a reemplazar a las cadenas árabes de televisión por satélite como canal de información y comunicación... Se puede afirmar que esta guerra contra Occidente empezó en televisión, pero, por ejemplo, en la decapitación de aquellos pobres rehenes en Irak y Arabia Saudí, las imágenes se difundieron a través de webcams y de internet. Se ha creado una subcultura yihadista que no existía antes del 11-S. (pp. 217-218)

Asimismo, los grupos insurgentes enviaban su material a medios de comunicación afines a su causa y empezaron a desarrollar páginas web propias donde podían colgar cualquier material de forma inmediata y sin restricción alguna. Además, estas verdaderas células mediáticas a disposición de las organizaciones de resistencia a la ocupación transmitían sus acciones de propaganda a través de volantes, DVD, videos, redes sociales e internet. Al respecto Kepel (2004) reflexiona:

Comenzada en las pantallas de televisión, con la retransmisión en las cadenas por satélite de las espectaculares imágenes del hundimiento de las Torres Gemelas el 11 de septiembre y prolongadas después con las apariciones, de una cuidada puesta en escena, de Bin Laden y sus comparsas ante una gruta afgana, esta guerra en el corazón del islam invade, con la ocupación de Irak, el salvaje universo planetario de las imágenes que circulan libremente por la Red. (p. 18)

La revolución en las tecnologías de la información y la comunicación que hemos tratado previamente ha provocado que los estados hayan perdido el monopolio indiscutido que tenían sobre la creación de encuadres hegemónicos que les permitían que la opinión pública conociera solamente su versión de los hechos que se estaban difundiendo como noticia, situación que les posibilitaba imponer y producir un sentido que luego se estructuraba como encuadre. Relacionado con el modelo de activación en cascada de Entman y en el marco del actual sistema comunicacional donde los medios digitales y las redes sociales tienen un fuerte protagonismo, la investigadora argentina Natalia Aruguete propone un modelo de activación de encuadres en red donde el proceso de activación de contenidos se da en contextos de comunicación entre pares. En este modelo los distintos encuadres surgen de la composición colectiva de las reacciones individuales de los usuarios conectados a una

determinada red social de aceptar o ignorar contenidos según estos tengan relación con sus visiones de la realidad. Las nuevas tecnologías como internet, los teléfonos celulares y las redes sociales han puesto en manos de la población en general pero también de estos grupos insurgentes herramientas que les permiten, con mayor facilidad que nunca, marcar agenda, crear encuadres y contra-encuadres e influir en el proceso de conformación de la opinión pública sin tener que recurrir a los medios de comunicación tradicionales, debilitado la hegemonía que poseían los gobiernos de turno para generar y transmitir verticalmente enfoques y encuadres hegemónicos. En el caso de la posguerra en Irak estos contra-encuadres se empezaron a manifestar en el uso del lenguaje que sostenían los distintos medios de comunicación de acuerdo a las simpatías o afinidad que tenían con la ocupación norteamericana. Mientras algunos medios hablaban de las fuerzas de la coalición, otros las llamaban las fuerzas de invasión; a la vez que unos ponían el acento en los grupos terroristas, otros los consideraban como fuerzas de una legítima resistencia. La utilización del término resistencia contra la fuerza de ocupación tiene una connotación positiva que es producto de un encuadre diametralmente opuesto que el que tiene calificar a un grupo como terrorista. Esta sutil pero no menos importante diferencia es una de las manifestaciones que tiene la guerra por el sentido en la cual es tan importante el desarrollo de la actividad comunicacional en todos los niveles de la conducción del conflicto bélico. Sin embargo, quienes han proporcionado los mayores logros propagandísticos a los grupos insurgentes fueron los propios norteamericanos. En primer lugar, el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica ha mantenido prisioneros durante muchos años sin juicio, y por lo tanto sin condena, a miles de musulmanes sospechosos de participar en actividades relacionadas con el terrorismo en la cárcel de Guantánamo en la isla de Cuba, lo que ha provocado la indignación de la opinión pública internacional, no sólo de los países musulmanes, contra esta situación que vulnera todas las normas vigentes relacionadas con los derechos humanos. En segundo término, en abril de 2004 apareció un CD conteniendo una serie de fotografías tomadas en la prisión iraquí de Abu Ghraib, cerca de Bagdad, donde podía observarse el uso de la tortura y tratos humillantes por parte de los guardias norteamericanos hacia los

prisioneros de guerra allí detenidos. Entre los abusos cometidos podemos mencionar golpes, la utilización de picanas, el uso de perros que ladraban amenazadores a prisioneros encogidos de miedo, pirámides de detenidos desnudos y apilados detrás de guardias sonrientes, etc. Las imágenes fueron difundidas el 28 de abril por el programa “60 minutos” de la cadena de televisión CBS y por otras pantallas de televisión e internet. Posteriormente, los periódicos *The New Yorker* y *The Washington Post* ampliaron el tema con la difusión de nuevas imágenes vejatorias e informes que fueron replicados por los principales medios de comunicación del planeta. Ante la magnitud del escándalo internacional que esta situación provocó, el mismísimo presidente Bush tuvo que salir a condenar estos hechos con el objeto de calmar a la opinión pública musulmana a través de un mensaje difundido por la cadena de televisión árabe Al Hurna TV, financiada por su administración. A pesar del escándalo internacional que este hecho provocó Castells (2009) cita al respecto un estudio de Bennett y otros donde se muestra que no obstante las abrumadoras pruebas fotográficas que demostraban las torturas realizadas los medios de comunicación norteamericanos, reacios a criticar a las autoridades políticas y a las fuerzas armadas en plena guerra contra el terrorismo, enmarcaron la noticia como una serie de abusos aislados cometidos por unos pocos soldados lo que hizo que el hecho desapareciera al poco tiempo de los titulares de la prensa y los medios audiovisuales estadounidenses. Sin embargo, esto no pudo evitar que las detenciones clandestinas, la transgresión absoluta de las normas internacionales en el trato de los prisioneros de guerra y las sistemáticas violaciones de los derechos humanos contribuyeran a incrementar el sentimiento anti norteamericano en la opinión pública internacional, especialmente en los países musulmanes.

En el Irak de la posguerra había dos guerras en marcha que se llevaban en forma paralela. Una era la que libraba el ejército convencional norteamericano y consistía en el mantenimiento de la ocupación militar, la otra era la que ejecutaba el Mando Conjunto de Operaciones Especiales (JSOC) buscando capturar o eliminar a los líderes insurgentes y a sus grupos y también a los máximos representantes del antiguo régimen iraquí. En julio de 2003 murieron Uday y Kusay, hijos de Saddam, en un asalto del JSOC en la ciudad de Mosul.

Saddam Hussein fue capturado el 13 de diciembre de ese año en una galería subterránea situada en las proximidades de una granja en las afueras de su ciudad natal, Tikrit. Desde el punto de vista comunicacional era el triunfo que la imagen de Bush necesitaba ante la opinión pública norteamericana. El efecto simbólico de este hecho repercutió en la sociedad estadounidense que reeligió a Bush como presidente en noviembre de 2004. Saddam terminó siendo ejecutado el 30 de diciembre de 2006. En cuanto a la ocupación militar, el plan de campaña para la posguerra del General George Casey, Comandante General de la fuerza multinacional Irak, tenía como líneas de operaciones los siguientes aspectos: 1) derrotar a los terroristas, neutralizar la insurgencia y restablecer, entrenar y equipar las fuerzas armadas iraquíes, 2) asistir a los iraquíes en el gobierno y en el desarrollo de la democracia, 3) ayudar a la prestación de servicios esenciales como electricidad, agua, salud y escuelas, 4) ayudar a fortalecer la economía, 5) apoyar el fortalecimiento de la legalidad y los derechos humanos, 6) aumentar el apoyo internacional, 7) comunicar y promover medios de comunicación libres, independientes y responsables. La guerra ya no consistía solamente en aplicar el poder de combate de las fuerzas armadas sino también desde el punto de vista de la actividad comunicacional el ganar los corazones y las mentes del pueblo iraquí solucionando el problema de seguridad y mejorando la vida diaria de la población. El plan contemplaba tres fases: 1) estabilización (hasta principios de 2007), 2) restauración de la autoridad civil (hasta mediados de 2008), 3) apoyo a la autosuficiencia (a lo largo de 2009). Casey proyectaba reducir las fuerzas norteamericanas en Irak de las 15 brigadas de combate desplegadas en ese momento a 10 en seis meses. Para diciembre de 2007 proyectaba que quedaran sólo 5 o 6 brigadas. Las elecciones del 30 de enero de 2005, en las cuales ocho millones de iraquíes fueron a las urnas, tenían por finalidad conformar una asamblea nacional provisional que designaría a un gobierno interino y redactaría una Constitución que sería sometida a votación del pueblo iraquí en un referendo. Si se aprobaba se haría una segunda elección nacional para escoger un gobierno permanente. El elegido como primer ministro interino fue Ibrahim al-Jaafari, un chiita que había sido parte del consejo de gobierno iraquí en la administración de Paul Bremer; y como presidente provisional el kurdo Yalal Talabani. La estrategia

general estadounidense para administrar la posguerra en Irak fue declarada el 04 de febrero de 2005 por el presidente Bush en Nebraska cuando postulo que la misma consistía en apoyar a los iraquíes a que se defiendan por sí mismos ayudándoles a formar unas fuerzas de seguridad de calidad, lo que sumado a la instalación de la democracia en el país permitiría que las propias tropas regresarán a casa con la misión cumplida. En una alocución a la nación desde Fort Bragg en Carolina del Norte el 28 de junio de 2005 resumió esta estrategia así: “en la medida en que los iraquíes avancen, nosotros nos retiraremos”. En noviembre de 2005, en el día de los veteranos, el presidente Bush dio un discurso en el almacén de suministros del ejército en Tobyhanna (Pensilvania) donde postuló que la nueva estrategia de posguerra en Irak podía sintetizarse en el lema despejar, conservar y construir: despejar áreas del control de los insurgentes, conservarlas con seguridad y construir instituciones iraquíes durables. Esta estrategia quedó plasmada por escrito en un documento titulado “Estrategia nacional para la victoria en Irak” que se hizo público el 30 de noviembre de 2005. El 15 de diciembre de 2005 once millones de iraquíes votaron para elegir a los miembros de una Asamblea Nacional que ejercería por un período de cuatro años. Entre las acciones relacionadas con la actividad comunicacional desplegada para apoyar estas elecciones Woodward (2006) resalta:

Hadley (el nuevo Consejero de Seguridad Nacional) se enfrentó con el director de la CIA, Porter Goss, y algunos de sus analistas y personal operativo. Quería que se comprometieran en operaciones de propaganda para apoyar las elecciones. Pero la idea que tenía la CIA de las operaciones informativas era que estas consistirían en propagar mentiras, pensó. “¿Para qué propagar mentiras?”, preguntó Hadley. “Propaguen la verdad. Es mucho más poderosa. Ustedes no lo entienden. Hay que buscar maneras de decir la verdad de modo que no quede instantáneamente desacreditada porque proviene de nosotros”. Estados Unidos tenía la voz más potente del mundo con su cine, su música y su televisión. Pero, se lamentó Hadley, todos los días su país era derrotado por los mensajes de los terroristas y Al Jazeera. (p. 390)

El 18 de diciembre de 2005, tres días después de las elecciones en Irak, el presidente Bush pronunció un discurso por televisión en horario central desde el salón oval donde resaltó el éxito de las elecciones, reivindicó su decisión de invadir Irak y admitió que no se habían encontrado las tan buscadas armas de destrucción masiva. El 21 de abril de 2006 el parlamento iraquí eligió como primer ministro permanente el chiita Nuri al-Maliki, perteneciente al partido al Dawa (el llamado), quien asumió formalmente el 20 de mayo de ese año. En un discurso pronunciado en Chicago dos días después Bush calificó el hecho como un momento decisivo en la historia de la libertad de Medio Oriente donde la democracia había derrotado al terrorismo.

Desde el punto de vista de la actividad comunicacional estadounidense durante la posguerra el departamento de defensa prohibió a todos los medios de comunicación el acceso a las ceremonias de llegada de los cadáveres de los soldados para evitar el efecto negativo que este hecho había provocado en la opinión pública norteamericana durante la Guerra de Vietnam. Sin embargo, la fuerte presión de los familiares hizo que el Pentágono hiciese públicas imágenes de la llegada a la base de Dover de ataúdes cubiertos por la bandera norteamericana en abril de 2005. En territorio iraquí Woodward (2006) resalta que:

Una vez derrocado el régimen, las antenas satelitales se esparcieron como maleza por todo el país, incluso en las áreas más pobres. Las chozas y casuchas, carentes de agua potable o alcantarillado, tenían antenas de televisión satelital en los techos o en los patios. Fue muy repentino, y Estados Unidos intentó moverse con rapidez para que el mensaje de la coalición pudiera salir al aire y, por lo menos, competir con toda la televisión árabe que, repentinamente, estaba siendo transmitida y era vista con entusiasmo en Irak. (p. 244)

Al respecto se le encargó la misión de desarrollar la actividad comunicacional con esfuerzo principal en la opinión pública iraquí a una empresa de San Diego contratista del departamento de defensa llamada Corporación Internacional de Aplicaciones Científicas (SAIC), que no tenía ninguna experiencia relevante en el campo de los medios de comunicación y que básicamente proyectaba construir cadenas de radio y televisión en el país

que apoyaran las acciones de las fuerzas de la coalición. Evaluado el accionar de la SAIC en Irak, el periodista norteamericano George Packer (2016) señala:

La SAIC pagaba a sus asesores de medios estadounidenses más de doscientos mil dólares al año, mientras economizaba hasta el último céntimo en la red en sí, que emitía una mezcla de anuncios oficiales de la APC y canciones en árabe. Era algo que a los iraquíes le recordaba a la televisión con el anterior régimen, y la mayoría de ellos preferían recurrir a la información proveniente de las incendiarias emisiones de Al Jazeera y la estación vinculada a la antena iraní... Todo el mundo en Bagdad sabía que el proyecto de medios de comunicación era un desastre. (p. 253)

Asimismo, durante la guerra y la posterior ocupación se multiplicaron los blogs que hablaban exclusivamente del conflicto. Pizarroso Quintero (2005) postula que usarlos como fuente de información puede ser peligroso ya que son un campo propicio para difundir información falsa. Asimismo, sostiene que en la guerra de Irak los blogs pueden ser clasificados en tres grandes grupos: los realizados por periodistas que cubrieron el conflicto, los que elaboraron los soldados de las fuerzas de la coalición y los de los ciudadanos iraquíes.

A principios del año 2006 el conflicto insurgente en Irak se agravaría con el desencadenamiento de una guerra civil entre los chiitas y los sunitas por el control del país, con centro de gravedad en la ciudad de Bagdad. La guerra al interior de la comunidad islámica o umma se conoce con el nombre de fitna, que se caracteriza por la violencia sectaria entre sunitas y chiitas. En efecto, el 22 de febrero de 2006 el ataque con bombas que derribó y dejó en ruinas la cúpula dorada de la mezquita chiita de al-Askari en la ciudad de Samarra, 100 km al norte de Bagdad, desató la fitna por ser uno de los santuarios más sagrados del chiismo. Esta acción terrorista atribuida al grupo islamista Al Qaeda en Irak fue el combustible que provocó una reacción en cadena. Las milicias chiitas de Muqtada al-Sadr se volcaron a las calles, lanzaron granadas y dispararon ametralladoras sobre las mezquitas sunitas de Bagdad como venganza por el atentado contra uno de los lugares santos del islam chií, provocando la muerte de tres imanes sunitas. Ante esta situación de anarquía las fuerzas de ocupación impusieron un toque de queda diurno en la capital iraquí. Pero la caja de Pandora ya se había abierto y esta situación fue el campo

fértil para que se desatara en Irak la violencia sectaria, desencadenando tensiones étnicas y un clima de violencia que infectó profundamente el proceso político en el país. En el mes de marzo de 2006 hubo más de 450 incidentes sectarios violentos en todo Irak con casi 2000 muertos de la población civil iraquí. Abu Musab al Zarqawi, máximo líder de la organización islamista Al Qaeda en Irak, fue el iniciador de una campaña de terror contra los chiitas, pese a la oposición de los máximos líderes de Al Qaeda que temían el comienzo de una lucha fratricida entre musulmanes en Irak que debilitaría la guerra contra las fuerzas de ocupación estadounidenses. Al respecto, el periodista estadounidense Graeme Wood (2017) cita un supuesto diálogo entre Aymán az Zawahirí, segundo de la organización a nivel mundial y el líder de Al Qaeda en Irak con relación a la fitna:

Zawahirí estaba abroncando al Estado Islámico de Irak, diciéndoles: “Os estáis pasando de la raya (matando chiíes), ¡demasiados baños de sangre, demasiados!”. Por su puesto, Zarqawi se encogía de hombros, se desentendía y les decía: “Allá vosotros, nosotros seguiremos a lo nuestro, tenemos que establecer nuestro Estado”. Zarqawi siguió aniquilando a tantos chiíes como pudo. (p. 154).

Los despiadados ataques de Zarqawi contra musulmanes chiitas terminaron beneficiando a la causa de la ocupación norteamericana y de la actividad comunicacional de su gobierno contra la resistencia iraquí. El grupo de Zarqawi representaba sólo una fracción de las múltiples fuerzas que atacaban a las fuerzas de ocupación estadounidenses, pero eran los que mayor visibilidad tenían por la espectacularidad de las acciones que realizaban. El 07 junio de 2006 Zarqawi muere durante un bombardeo con aviones F 16 guiados por láser por miembros del JSOC en la ciudad de Hihib. Sin embargo, a pesar de la muerte de su líder, los atentados de la organización Al Qaeda en Irak continuaron. El 01 de julio de 2006 un camión bomba explotó en ciudad Sadr, el enclave chiita de la capital Bagdad matando a más de 60 personas. En octubre de 2006 el grupo islamista pasó a denominarse Estado Islámico en Irak (ISI).

#### 4) La contrainsurgencia

El 30 de agosto de 2006 en Salt Lake City el presidente Bush analizando la situación de insurgencia y guerra civil que imperaba en territorio iraquí declaró que abandonar el país antes de que se pueda defender, gobernar y mantener por sí mismo sería un desastre total pues se les permitiría a los insurgentes crear un estado terrorista en el corazón de Medio Oriente en un lugar donde podrían controlar enormes reservas de petróleo. Asimismo, enfatizó que, si los estadounidenses dejaban las calles de Bagdad, el enemigo los iría a buscar a las calles de Norteamérica. El 05 de septiembre de 2006 George W. Bush en la Asociación de Oficiales Militares de Norteamérica declaró que en Irak no aceptaba nada más que la victoria destacando como logros recientes las exitosas elecciones realizadas en diciembre de 2005 y la eliminación en junio de 2006 del líder de la organización terrorista Al Qaeda en Irak, Abu Musab al Zarqawi. El 07 de noviembre de 2006 los demócratas ganaron las elecciones de medio término en los Estados Unidos para elegir representantes para el congreso quedándose con el control del senado. En diciembre de 2006 el presidente Bush destituyó al secretario de defensa Donald Rumsfeld y el 10 de enero de 2007 presentó su nueva estrategia por televisión desde la biblioteca de la Casa Blanca haciéndose único responsable de los errores cometidos y admitiendo que era claro que tenían que cambiar la política aplicada hasta ese momento. El enfoque centrado en establecer un régimen democrático con autoridades políticas nacionales y en entrenar a fuerzas locales iraquíes para que pudiera hacerse una transferencia de las responsabilidades políticas, económicas y de seguridad hacia las mismas había fracasado. Asimismo, no había un plan detallado para terminar con la insurgencia lo que había quedado de manifiesto en la incapacidad demostrada por las fuerzas de ocupación para lograr la estabilización de la situación en el país y las numerosas bajas norteamericanas provocadas por las acciones de la resistencia iraquí. Fue el bombardeo de la mezquita chiita de al-Askari en la ciudad de Samarra, la falta de una reacción del gobierno local ante la guerra civil que se desató y la insuficiente participación de las fuerzas de la coalición para controlar la situación lo que hizo que todo cambiara de una manera dramática. Como primera medida se anunció el plan “The Surge” (la arremetida o la oleada)

consistente en el traslado a Irak de cinco brigadas de combate para la capital y dos batallones de marines para la provincia de Ambar, totalizando así 30.000 nuevos soldados más sobre el terreno de operaciones, con la finalidad de retomar el control de Bagdad. La oleada de nuevas tropas era más una medida política que militar ya que se tomo más para generar el apoyo interno de la opinión pública norteamericana que para tener éxito sobre el terreno en Irak. Porque sin el apoyo del pueblo norteamericano, el esfuerzo de guerra nunca podría tener éxito, lección que había quedado marcada a fuego en el establishment estadounidense desde la guerra de Vietnam. Según el propio presidente cuanto más éxito tuvieran con esta nueva estrategia, más tropas estadounidenses podrían regresar antes a casa. En Irak desde el punto de vista político se busco compensar el poder que se le había dado a la mayoría chií con una mejor relación con la minoría sunita dotando a los líderes tribales de esta facción de recursos materiales para defender sus territorios. Se buscaba mostrarle tanto a sunitas como a chiitas que las fuerzas norteamericanas no estaban a favor o en contra de ninguno de ambos bandos, sino que solamente buscaban proteger a los ciudadanos y las localidades de las dos confesiones religiosas. El esfuerzo principal de las operaciones militares seguía estando en el combate contra la organización Al Qaeda en Irak, ahora autodenominada Estado Islámico en Irak (ISI), que continuaba siendo el más importante foco de la insurgencia en el país. El presidente y sus asesores evaluaron que una nueva política que implicaba un cambio de la misión y de la estrategia para alcanzar el éxito de la misma requerían de un nuevo liderazgo militar para llevarla a cabo. Para implementar esta nueva política en la zona de operaciones se nombró como nuevo comandante general de la fuerza multinacional Irak al general David Petraeus. El 10 de febrero de 2007 el nuevo comandante se hizo cargo de las tropas de la coalición definiendo como enemigos a derrotar a la organización islamista Al Qaeda y a los extremistas e insurgentes tanto sunitas como chiitas. La nueva estrategia de contrainsurgencia de Petraeus como responsable del teatro de operaciones iraquí era que las fuerzas de la coalición salieran de sus bases fortificadas y, junto a los nuevos integrantes del ejército y la policía iraquí, fueran a operar en las zonas donde estaban los insurgentes. El objetivo era demostrar que se estaba haciendo algo diferente, dejando bien en

claro que la misión primaria de las tropas de la coalición había cambiado de entrenar a las fuerzas iraquíes a conseguir la seguridad de la población local. Al respecto, el periodista argentino Mariano Beldyk (2017) cita el pensamiento de Petraeus sobre este asunto plasmado en su manual de contrainsurgencia:

“El pueblo iraquí constituye “el terreno” decisivo. Trabajen con nuestros socios iraquíes para proveer a la población un ambiente seguro y de respeto, para ganar su apoyo y para facilitar el establecimiento de un gobierno del lugar, la restauración de servicios básicos y el restablecimiento económico”. (p. 273)

El nuevo enfoque de las operaciones estaba centrado en las necesidades y la protección de la población con el objeto de que los ciudadanos les negaran un refugio seguro a los insurgentes permitiendo así que estos quedaran aislados y diferenciados del resto del pueblo iraquí. La victoria se conseguiría mediante el aislamiento permanente del insurgente de la población local para lo cual era fundamental que las fuerzas de la coalición, en lugar de regresar a sus grandes bases después de las patrullas y operaciones realizadas, vivieran con y entre la gente las veinticuatro horas del día durante los siete días de la semana. En esta tarea de separar a la ciudadanía de los terroristas era elemental contar con un adecuado sistema de inteligencia. Asimismo, era indispensable centrarse en conseguir mejoras políticas y económicas para la ciudadanía además de la ejecución de operaciones militares. Para ello, era fundamental establecer un gobierno con autoridades locales, reconstruir y restaurar los servicios públicos básicos y conseguir una mejora en la calidad de vida de la población. En este sentido, las operaciones de amplio espectro ejecutadas por las fuerzas de la coalición incluían restaurar la electricidad en aquellos lugares que así lo necesitaran, la construcción de líneas de agua potable y alcantarillado, la reapertura de instituciones educativas y sanitarias y todas aquellas acciones que les permitieran ganarse el apoyo de la población local. En la concepción de Petraeus la seguridad de la población era el tema clave en Irak ya que era la condición previa necesaria para el progreso político, para el desarrollo económico e incluso para el progreso social en ese país tan fracturado desde el punto de vista étnico y religioso. Entre las medidas tomadas para mejorar la seguridad de la población se incrementaron los puestos de seguridad

combinados y los puestos de avanzada fortificados cubiertos tanto por las fuerzas de la coalición como por las tropas de los nuevos ejército y policía iraquí. Con este fin era indispensable reformar las fuerzas armadas y de seguridad para lograr adiestrar un ejército y una fuerza policial local competente que pudieran apoyar en forma efectiva a las fuerzas de la coalición ya que se requieren veinte soldados contrainsurgentes por cada mil habitantes de la población local para una estrategia de contrainsurgencia efectiva. Según estos requerimientos del campo de la conducción de logística de personal solamente para la capital del país se necesitaban ciento veinte mil efectivos para controlar a los seis millones de personas residentes en Bagdad. La clave para reducir las fuerzas estadounidenses desplegadas en Irak era hacer que las fuerzas armadas y de seguridad locales protegieran a su propia población para que las tropas de Petraeus no tuvieran ese trabajo. Con respecto al combate contra las organizaciones insurgentes el general del ejército Stanley McChrystal venía encabezando el Comando Conjunto de Operaciones Especiales (JSOC) desde septiembre de 2003 y su campaña de contraterrorismo había alcanzado numerosos éxitos de carácter táctico como la eliminación de Abu Musab al Zarqawi y varios de sus lugartenientes. Sin embargo, Petraeus creía que el verdadero éxito estratégico llegaría con la aplicación de la nueva doctrina de contrainsurgencia. Al respecto, Woodward (2013) señala:

Petraeus volvió al tema de Irak, una vez más: Matamos a Zarqawi en Irak, que era tal vez el mejor líder, el más competente y carismático de Al Qaeda, en términos de verdaderos líderes en el campo de batalla, y la violencia siguió en escalada. La muerte de Zarqawi en junio de 2006 no había traído ni paz ni estabilidad. (p. 235)

Desde el punto de vista de la actividad comunicacional la estrategia de contrainsurgencia propuesta por Petraeus destacaba la importancia de ganar los corazones y las mentes de la población local iraquí. Al respecto Castells (2009) señala: “El general, un oficial muy culto, doctor en Relaciones Internacionales por la Universidad de Princeton, comprendió que la clave para influir en la opinión pública era reducir las bajas estadounidenses y la violencia en el conjunto del país...” (p. 247). Asimismo, el mismísimo Petraeus destaca la importancia del factor comunicacional en la Guía de contrainsurgencia del

Comandante de la Fuerza Multinacional-Irak, que a partir de que asumió el comando de las tropas de ocupación en ese país sintetizaba la estrategia que debían seguir los distintos elementos desplegados en el terreno de operaciones para poder cumplir adecuadamente la misión que se le había encomendado. En este sentido, postula en primer término:

Ser el primero en decir la verdad. Proporcione informaciones precisas sobre actividades significativas, tan pronto como sea posible, a la cadena de mando, a los líderes iraquíes y a los medios de prensa. Gáñele a los insurgentes, extremistas y criminales la carrera hacia los titulares y anticipe los rumores. La integridad es crucial en dicha lucha. No enmascare la verdad. Dese cuenta de los reveses y fracasos y luego declare lo que hemos aprendido y cómo reaccionaremos. Haga responsables a los medios de comunicación (y a nosotros mismos) por la precisión, caracterización y contexto. Evite la manipulación de la verdad y permita que los hechos hablen por sí solos. Desafíe las informaciones falsas del enemigo. Use en contra de ellos mismos sus mensajes inconsistentes, sus ideologías extremistas, sus prácticas opresivas y su violencia indiscriminada. (Petraeus, 2009, p. 4-5).

En segundo lugar, señala que hay que:

Pelear implacablemente la guerra de información. Dese cuenta de que estamos en lucha por la legitimidad que se ganará o perderá según la percepción del pueblo iraquí. Cada medida tomada por el enemigo y nuestras fuerzas inciden en el teatro de la opinión pública. Elabore y sostenga un relato eficaz y dirija permanentemente las ideas centrales hacia el objetivo a través de todas las formas posibles de medios de comunicaciones. (Petraeus, 2009, p. 5).

En el nivel más alto de la conducción política la pérdida de credibilidad en que había quedado la administración Bush por la no aparición de las tan mentadas armas de destrucción masiva que habían dado origen al conflicto llevo a que buscara trasladarse al centro de la escena pública a una figura carismática y creíble como Petraeus, que rápidamente supo ganarse el favor de la opinión pública norteamericana. Al respecto, Castells (2009) señala que:

La administración Bush reforzó con éxito, aunque sólo temporalmente, la legitimidad de la guerra trasladando el poder de establecer la agenda a una fuente más creíble y tradicionalmente muy bien vista: los jefes militares responsables del combate directo con el enemigo. Esto supuso una resurrección y una nueva imagen del marco de la victoria, un marco difícil de rechazar. La victoria incorpora el marco patriótico y el de la guerra contra el terror. También actuaba sobre los miedos a la vulnerabilidad estadounidense que habían dominado a la opinión pública desde el 11-S. (p. 248)

El año 2007 fue el más violento de toda la ocupación producto de un recrudescimiento de la ofensiva insurgente contra las tropas de la coalición y la continuación de la guerra civil entre chiitas y sunitas. El número de muertos y heridos se disparó a máximos nunca antes alcanzados, tanto en víctimas de la población civil iraquí, de las nuevas fuerzas armadas y de seguridad locales, como también las bajas en las tropas de ocupación. Solamente en ese año murieron aproximadamente en Irak un total de mil militares estadounidenses y más de seis mil de la misma nacionalidad fueron heridos en distintos incidentes, siendo esta la cifra más alta de bajas en las fuerzas armadas de este país en toda la ocupación. Asimismo, se estima que durante ese año cerca de veinte mil ciudadanos iraquíes perdieron la vida. En junio de 2007 hubo un segundo atentado contra la mezquita chiita de al-Askari en la ciudad de Samarra. El ataque a lugares emblemáticos y simbólicos como este tenía un impacto directo en la opinión pública local contribuyendo a que se percibiera tanto al gobierno como a las fuerzas de ocupación como débiles e incapaces de poner un punto final a la ola de atentados que asolaban al país. Asimismo, contribuía al desarrollo de violencia sectaria entre las poblaciones de las distintas confesiones religiosas. Sin embargo, a diferencia de lo sucedido tras el primer atentado contra la mezquita, donde como señalamos se desató un verdadero baño de sangre, en este caso se logró contener un poco la violencia sectaria. Luego de este incidente, el General Petraeus se presentó en un reportaje por la cadena Fox ante la opinión pública norteamericana donde destacó el acuerdo alcanzado por el gobierno iraquí con la UNESCO para la reconstrucción de la mezquita y la finalización de las reparaciones en las

terminales petroleras de Basora que también habían sido saboteadas. Con el paso del tiempo la estrategia de contrainsurgencia de Petraeus fue dando sus frutos alcanzando algunos éxitos importantes. Durante el año 2008 las estadísticas muestran que se bajaron los niveles de violencia en el país a los que imperaban en el año 2005 cuando aun no se había desatado la violencia sectaria entre sunitas y chiitas. La organización islamista Estado Islámico en Irak fue perdiendo su más importante santuario en la provincia de Ambar donde en lo que se conoció como “Ambar Awakening” (el despertar sunita en Ambar), la población local de esa facción religiosa empezó a dejar de apoyar a la insurgencia mostrando su voluntad de unirse a las políticas del gobierno local secundando las acciones tomadas por los miembros de las nuevas fuerzas armadas y policiales iraquíes destacados en la zona. La pérdida de apoyo y sobre todo de legitimidad de las organizaciones insurgentes en este sector se debió también a que parte de sus miembros habían realizado acciones abusivas contra la población local como por ejemplo la disposición de matrimonios forzados con mujeres y niñas de tribus de la zona, la utilización de hospitales y escuelas como refugio para sus combatientes y el uso de lugares religiosos como las mezquitas para decapitar y ejecutar no sólo a ciudadanos extranjeros sino también a aquellos pobladores locales que no cumplieran con sus órdenes. La poca empatía demostrada con los problemas diarios de los ciudadanos por parte de los grupos insurgentes y la brutalidad manifestada en hechos como el dejar los cuerpos decapitados de los ejecutados por su organización tirados en las calles sin el más mínimo respeto por las normas religiosas, fue erosionando paulatinamente gran parte del apoyo local con el que anteriormente contaban. Ante esta situación se conformaron grupos de ciudadanos locales armados, a los cuales se los empezó a llamar los “Hijos de Irak”, para vigilar y patrullar sus comunidades al mismo tiempo que proporcionaban información tanto a las fuerzas del orden iraquíes como a las de la coalición, lo cual tuvo como consecuencia una sensible disminución de los niveles de violencia en esta región del país. Con el paso del tiempo y la retirada de las tropas estadounidenses del conflicto los “Hijos de Irak” fueron traicionados por el gobierno sectario del chiita Nuri al-Mailiki. Por su parte, en la capital de Irak, el aumento de treinta mil efectivos permitió que se

establecieran treinta nuevos puestos de seguridad combinados alrededor de la ciudad. Asimismo, en el norte de Bagdad, en la zona chiita conocida como Ciudad Sáder, se consiguió que el líder del poderoso Ejército del Mahdi, Muqtada al-Sadr ordenara la suspensión momentánea de todas sus operaciones por seis meses, incluidos los ataques a las fuerzas norteamericanas, luego de un enfrentamiento que tuvieron con las fuerzas armadas iraquíes en la ciudad santa de Kerbala en el que murieron más de cincuenta peregrinos de esta confesión religiosa. Por otro lado, tanto el ejército como la policía iraquí fueron progresando en su desempeño producto de la instrucción y el adiestramiento recibido por parte de las fuerzas de la coalición lo que contribuyó a mejorar sensiblemente la seguridad no solamente de las ciudades iraquíes sino también de los sectores fronterizos con Siria e Irán. Con relación al combate contra la insurgencia propiamente dicho tanto el JSOC, como otras pequeñas unidades militares de fuerzas de operaciones especiales y elementos paramilitares de agencias de inteligencia como la CIA continuaron ejecutando operaciones encubiertas de contraterrorismo para localizar y capturar o ejecutar a los principales líderes del Estado Islámico en Irak como del resto de los grupos de la insurgencia sunita y de las milicias chiitas. El 10 de septiembre de 2007 y el 08 de abril de 2008 Petraeus y el embajador norteamericano en Irak Ryan Crocker dieron testimonio ante el Congreso de los Estados Unidos sobre la situación en Irak donde declararon que las condiciones en el país estaban mejorando producto de que se le había arrebatado la iniciativa al enemigo y que el aumento de tropas en el terreno estaba funcionando. Se había logrado estabilizar la situación de insurgencia y guerra civil imperante en el país reduciendo de manera drástica los niveles de violencia con la estrategia de contrainsurgencia cuyo principio esencial era el de proteger a la población local, ganándose su respeto y afecto al convivir con ellos y brindándoles seguridad para que pueda formarse y fortalecerse un gobierno con autoridades nacionales estable. En julio de 2008 la violencia sectaria que había llegado dos años atrás a dos mil muertos por mes se redujo a casi ninguna baja producto de este motivo. Asimismo, en el mismo período de tiempo los atentados con violencia se habían reducido significativamente de 1550 a 200 a la semana. El 16 de septiembre de 2008 el general Raymond Odierno asumió el comando

general de la fuerza multinacional Irak por el ascenso de Petraeus al Comando Central de los Estados Unidos (CENTCOM), puesto que asumió el 31 de octubre de ese mismo año, quedando así al mando de dos guerras, la de Irak y ahora también la de Afganistán. Antes de finalizar su mandato el presidente Bush firmó un acuerdo de seguridad con el gobierno local iraquí que fijaba un detallado calendario para la retirada gradual de las fuerzas de ocupación del país. Entre las fechas más relevantes del mismo se destacaba que para junio de 2009 las fuerzas extranjeras se retirarían de las ciudades iraquíes, para agosto de 2010 las unidades de combate dejarían Irak marcando este hecho el final de las operaciones militares de las fuerzas de la coalición en la región, quedando solamente cincuenta mil efectivos estadounidenses para instruir a las fuerzas armadas y de seguridad locales, quienes abandonarían definitivamente el país el 31 de diciembre del año 2011. El año 2009 se inició con una reducción considerable de la violencia en todo el país coincidiendo con el fin de la administración Bush en los Estados Unidos de Norteamérica, que era el símbolo de la ocupación estadounidense en Irak. Este hecho y los avances ya logrados en materia de seguridad con las fuerzas armadas y de seguridad locales, así como el propio desgaste de la insurgencia redujeron a niveles mínimos las bajas en las tropas de ocupación extranjera y en la población civil iraquí. Sin embargo, desde el inicio del conflicto y hasta ese momento habían muerto aproximadamente 4000 soldados norteamericanos y 30.000 habían resultado heridos.

##### 5) La Guerra de Irak después de la Presidencia de George W. Bush

Barack Obama asumió la presidencia de los Estados Unidos de Norteamérica en reemplazo de George W. Bush el 20 de enero del año 2009. Las últimas tropas norteamericanas abandonaron Irak el 18 de diciembre de 2011. Los muertos estadounidenses declarados al finalizar el conflicto bélico fueron 4530 mientras que la pérdida de vidas iraquíes se aprecia en más de 100.000 personas. Se calcula que los Estados Unidos de Norteamérica gastaron más de un billón de dólares a lo largo de la guerra siendo las compañías pertenecientes al complejo militar-industrial de este país quienes más se beneficiaron con este conflicto bélico. Entre las mismas podemos destacar a

Northrop Grumman (portaviones, acorazados, aviones F14 Tomcat y F 18 Hornet, ANT Global Hawk), Lockheed Martin (aviones F 117 furtivos, U 2 espías y C 130 Hércules), Boeing (helicópteros Apache y Chinook, aviones Awacs, B 52 y F 22 Raptor), United Technologies Corporation (helicópteros Black Hawk y Seahawk), General Dynamics (submarinos, tanques Abrams y misiles Hydra) y Raytheon (misiles Patriot y Tomahawk). Sin embargo, la inestabilidad en la región de Medio Oriente, particularmente en Irak, continuó. Luego del asesinato de Bin Laden en 2011 el grupo islamista fundado por Abu Musab al-Zarqawi rompió con Al Qaeda para declararse Estado Islámico en Irak y Siria (ISIS como se popularizó en los medios de comunicación internacionales por sus siglas en inglés o DAESH por cómo se lo conoce en el mundo musulmán). En junio de 2014 ocuparon y tomaron el control de Mosul, la segunda ciudad en importancia de Irak y donde la mayor parte de sus dos millones y medio de habitantes son suníes. Su nuevo líder Abu Bakr al-Baghdadi proclamó el establecimiento de un califato para todo el mundo musulmán por lo que la organización pasó a autodenominarse solamente Estado Islámico sin ninguna referencia geográfica adicional. Desde el punto de vista de la actividad comunicacional esta entidad islamista intensificó su utilización de internet, el ciberespacio y las redes sociales. En agosto de 2014 iniciaron una cadena de ejecuciones de rehenes de nacionalidad extranjera que multiplicaba al infinito la crueldad y brutalidad los métodos empleados previamente por Zarqawi. El video de la decapitación por parte de quien paso a conocerse en todo el planeta como “John el Yihadista” del periodista norteamericano James Foley, ataviado con el clásico mono naranja de los presos en la cárcel de Guantánamo en pleno desierto iraquí, fue transmitida en primer término por la cadena de televisión catari Al Jazeera y luego fue reproducida y difundida infinidad de veces por los usuarios de distintas redes sociales como Youtube a través de internet. A Foley le siguieron los ciudadanos norteamericanos Steve Stollof y David Haines, y el británico Alan Henning. Más de quinientos videos eran subidos por el Estado Islámico a las redes cada año incrementando exponencialmente el número de agencias de propaganda y de publicaciones en internet propias, creando de esta manera un potente entramado mediático que utilizaban para conseguir sus objetivos

estratégicos y aumentar el reclutamiento de miembros en todo el mundo musulmán. Con esta última finalidad se combinaban campañas de comunicación masivas a través de los medios de comunicación social tradicionales con mensajes directos y privados con los potenciales reclutas propios de organizaciones secretas de carácter celular, a través de redes sociales como Facebook y de los foros de yihadistas en internet. La red de medios de comunicación propios permitía la comunicación directa con distintas audiencias sin tener que pasar por el papel mediador de los medios de comunicación tradicionales. Este entramado mediático armado por esta organización islamista no tenía nada que envidiarle a los conglomerados de medios de comunicación social occidentales ya que contaba con agencias de noticias, cadenas de radios, productoras de material audiovisual y revistas impresas en distintos idiomas, que difundían en diferentes formatos las mismas historias, las mismas narrativas y los mismos encuadres, con la finalidad de que los distintos públicos blanco de su actividad comunicacional pudieran acceder al mensaje que quería transmitirse desde distintas plataformas. Asimismo, aparte de la utilización de red de medios de comunicación propios, la estrategia comunicacional del Estado Islámico buscaba también que sus productos audiovisuales de contenido violento penetraran en la agenda de los medios de comunicación tradicionales y de las redes sociales más populares para que estos también difundieran y multiplicaran su mensaje a audiencias a las que les era muy difícil llegar. Con este objetivo la organización islamista continuó incrementando el horror en los métodos criminales utilizados para ejecutar a sus cautivos como por ejemplo cuando quemaron vivo dentro de la jaula en la que se encontraba prisionero al piloto jordano Muadh al Kasasbeh. A diferencia de las cintas VHS desgastadas y con pésimo audio que utilizaba domésticamente la organización Al Qaeda para difundir sus mensajes que mostraban una realización amateur y una deficiente calidad técnica, las grabaciones y videos en alta definición confeccionados por el Estado Islámico estaban realizados por profesionales de los medios de comunicación social que demostraban en su trabajo un profundo conocimiento no solamente de las labores de edición, los más modernos procesos de realización y los métodos de narración audiovisual sino también de las técnicas para persuadir a distintas

audiencias y de las estrategias utilizadas internacionalmente para la comunicación política. Al respecto, Beldyk (2017) señala: “Para ISIS, Al Zarqawi fue un padre. Tomó su práctica de rebanar cabezas, pero reformuló la narración. Le sumó una edición profesional con distintos planos. Y en alta definición” (p. 168). La novedosa innovación de combinar decapitaciones propias de la época del profeta Mahoma con la utilización de las más modernas tecnologías de la información y la comunicación llevaron el terror y el horror de estas imágenes al seno de los hogares de las familias de las distintas sociedades de Occidente. Como podemos ver la organización islamista Estado Islámico ha considerado desde su aparición en la escena pública internacional a la actividad comunicacional como un pilar fundamental para el logro de sus distintos objetivos estratégicos. La utilización que le han dado a los medios de comunicación social tradicionales, pero sobre todo a internet, las redes sociales y los teléfonos celulares nos muestran que estos pueden utilizarse como verdaderas armas estratégicas que pueden ayudar a paliar la asimetría existente con su oponente en lo que hace a armamento y materiales para la guerra de última generación.

### 3. Conclusiones

Como hemos visto a lo largo de este trabajo final de maestría la actividad comunicacional ha sido siempre un componente fundamental de la guerra ya que su adecuada explotación les ha permitido a los líderes de los distintos niveles de la conducción, en distintos momentos y circunstancias históricas, incidir sobre la voluntad de vencer de las propias fuerzas combatientes y la población que las apoya, a través de la producción y transmisión de información y contenido simbólico. Asimismo, y como la guerra es una lucha de voluntades, la actividad comunicacional propia tendrá también la misión de afectar la voluntad de vencer tanto de las fuerzas armadas como de la población del enemigo. Además, nuestra actividad comunicacional buscará también que los estados neutrales y la opinión pública internacional tengan una actitud positiva con nuestra posición en el conflicto que mantenemos con el oponente, con el objeto de obtener su apoyo político y económico para nuestra causa. La revolución de las tecnologías de la información y

la comunicación que vivimos actualmente solamente ha aumentado la importancia y el impacto que este factor determinante tiene en los conflictos contemporáneos, multiplicando sensiblemente el poder de combate de las propias fuerzas y las del enemigo cuando hacen un aprovechamiento adecuado de esta actividad. El entorno de información en el cual se desarrollan las guerras actuales y en el que se desenvolverán las de un futuro cercano se ha visto sensiblemente ampliado, ya que no solamente incluye a los tradicionales medios de comunicación masiva, sino también a internet, las redes sociales, los dispositivos móviles inalámbricos y más recientemente a la inteligencia artificial. Internet ha posibilitado que la información sea difundida más rápidamente, a las mayores distancias y en mayores volúmenes de contenido que en cualquier otra era de la humanidad. Estos cambios en la tecnología han permitido que la actividad comunicacional, que antes estaba limitada a la utilización de los medios clásicos de comunicación social por parte de las organizaciones dedicadas a tal fin, este hoy en día al alcance de individuos y pequeñas organizaciones que a través del empleo de internet, las redes sociales y los teléfonos celulares pueden incidir en la opinión pública sobre una determinada temática o asunto, hecho que antes estaba limitado a las élites políticas y económicas de un estado. El tradicional monopolio que tenían las grandes agencias de noticias se ha roto para convertir a una multiplicidad de actores en generadores y transmisores de información y contenido simbólico. Por otro lado, desde el punto de vista de las audiencias, la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha aumentado significativamente la magnitud, la velocidad y las posibilidades de acceder a información. Los organismos de defensa y seguridad de los estados ante esta situación deberán desarrollar nuevas estrategias y tácticas en los distintos niveles de la conducción que les permitan identificar las amenazas y riesgos que esta novedad trae consigo para poder posteriormente tomar las medidas adecuadas para defenderse, neutralizar o morigerar los efectos que las mismas conllevan. La facilidad con la que cualquier individuo, grupo o organización puede utilizar internet y las redes sociales para desarrollar operaciones de información hace muy difícil que puede atacarse a los entes emisores de estas acciones por lo que el trabajo de la actividad comunicacional debería enfocarse en los receptores de las mismas, ya que es en los públicos donde se juega la verdadera batalla de los significados y del sentido.

Subsidiariamente a su propósito principal, que es incidir sobre la voluntad de vencer de los propios y del oponente, la actividad comunicacional, a través de técnicas como la desinformación, busca influenciar, engañar, manipular y moldear el proceso de toma de decisiones del enemigo en los distintos niveles de la conducción. Hace ya más de 2500 años el dramaturgo griego Esquilo sentenció que “la verdad es la primera víctima de la guerra” (aunque algunos autores atribuyen esta frase al senador norteamericano Hiram Warren Johnson cuando afirmó en 1917, en el momento en que su país entró en la Gran Guerra, que “la primera baja cuando empieza la guerra es la verdad”). El modo de producción informacional que caracteriza a la sociedad contemporánea es un caldo de cultivo más que propicio para la desinformación, la posverdad, las fake news y la distorsión deliberada de la realidad que estas traen aparejadas. En primer lugar, aquellas personas que solamente cuentan con pocos accesos a la información o que no tienen las capacidades y aptitudes para manejarse en este entorno digital son sumamente vulnerables a estas operaciones relacionadas con la actividad comunicacional. En segundo término, la saturación tanto de fuentes informativas como de flujos de información permite que las operaciones de desinformación y las fake news se camuflen en un entorno que les permite pasar desapercibidas por la gran cantidad de información disponible que caracteriza al mundo contemporáneo. Las comunidades virtuales son plataformas abiertas a la participación de cualquier usuario tecnológicamente capacitado para la incorporación de cualquier tipo de contenidos, hecho que facilita sensiblemente la diseminación de operaciones de desinformación. En este sentido, hay estudios que afirman que la mayor parte de los usuarios no se preocupan ni comprueban la fuente de la noticia que han recibido, y que luego comparten a través de las redes sociales.

El filósofo alemán Friedrich Nietzsche postulaba que no existían hechos sino sólo las interpretaciones de los mismos, es decir que lo importante no son tanto las acciones en sí como el entendimiento que las personas hagan de ellas. En este sentido, la percepción de un hecho cuenta muchas veces más que la realidad del mismo. La influencia en los asuntos públicos se mide por la capacidad que tiene un actor estratégico de imponerles su definición de la realidad a los otros. El poder de incidir en la construcción de una determinada realidad resulta fundamental a la hora de ganarse el apoyo de la opinión pública general para cumplir con las metas planificadas. Los seres humanos construyen narrativas para darle sentido a la

realidad del mundo que los rodea. Una narrativa toma elementos del pasado y del presente para armar un guión perfectamente delineado sobre la realidad que se pretende construir teniendo como meta el imaginario que se pretende alcanzar. La técnica del framing o teoría del encuadre permite escoger la porción de la realidad que se quiere transmitir, desechando otros aspectos del contexto que podrían llevar a los públicos destinatarios a formular otras conclusiones sobre la temática abordada. Analizar una situación desde un encuadre o enfoque determinado margina a un segundo plano y muchas veces esconde u oculta otras formas de entender esa misma realidad. El ideal de la transmisión de un determinado encuadre es que el público blanco destinatario de la actividad comunicacional internalice las ideas que se presentan, dando la impresión de que las distintas audiencias llegaron por su propia cuenta y espontáneamente a las conclusiones sobre la temática abordada que le fueron impuestas desde fuera. El desarrollo de una narrativa es un aspecto fundamental que no puede ser descuidado en un conflicto armado ya que resulta primordial para el mantenimiento de la voluntad de vencer de las propias fuerzas. Asimismo, las narrativas o relatos son un factor determinante para poder entender el comportamiento de los distintos actores que intervienen en una situación. Para ello es muy importante desarrollar entidades preparadas técnicamente para poder hacerlo con solvencia. La actividad comunicacional gestiona las percepciones afectando las formas en que varias audiencias construyen su realidad para que esta sea favorable a los propios objetivos e intereses. En consecuencia, debemos tomar conciencia de la importancia que tiene el entendimiento de las distintas audiencias o públicos destinatarios de la actividad comunicacional para poder confeccionar el mensaje adecuado y pertinente a las mismas. El encuadre de un tema o asunto es una herramienta de persuasión clave a disposición de una organización profesionalizada en la actividad comunicacional que busca conseguir el apoyo de la opinión pública para el logro de sus objetivos. La guerra por el sentido es una guerra por la construcción de la realidad donde lo que se busca es imponerle a la opinión pública nuestra visión de los hechos. La afectación de la voluntad de lucha de las fuerzas armadas y de la población enemiga es otro de los aspectos para los cuales se utiliza la actividad comunicacional. El derrotar al oponente desde dentro fomentando el disenso y la desunión de sus ciudadanos o el hacerle adoptar decisiones inadecuadas a los responsables de los distintos niveles de la conducción es, como ya hemos visto,

tan antiguo como la historia de la guerra. Decimos que es una situación conflictiva ya que también nuestro adversario buscará implantar el producto de su trabajo comunicacional en el entorno de la información. La guerra termina cuando se logra quebrar la voluntad de lucha del enemigo y en este propósito la actividad comunicacional tiene un papel trascendente.

En el caso de la Guerra de Irak, que fue nuestro particular objeto de estudio, hemos visto que la afirmación sobre la existencia de armas de destrucción masiva en poder del régimen iraquí de Saddam Hussein y las pruebas que mostraban sus nexos con organizaciones terroristas como Al Qaeda le permitió a los Estados Unidos de Norteamérica construir una narrativa de autodefensa donde la invasión y ocupación de Irak estaban plenamente justificadas por la imperiosa necesidad de proteger la vida no sólo de los norteamericanos sino también de todos los ciudadanos del mundo occidental que podían ser víctimas de estas dos amenazas. El encuadre de la situación que presentaba la administración presidida por George W. Bush no dejaba lugar a dudas de que era legítima una intervención armada para conjurar el peligro que se cernía sobre buena parte del planeta. En este sentido, era fundamental poder ganarse el apoyo de la opinión pública, sobre todo la norteamericana, para poder dotar de legitimidad el accionar de las fuerzas armadas estadounidenses ya que la comunidad internacional no le había dado la legalidad correspondiente a través de una resolución de respaldo del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas como sí lo había hecho en la Guerra del Golfo y en la invasión de Afganistán. Sin embargo, la intervención se basó en dos mentiras: las armas de destrucción masiva y los vínculos del régimen iraquí con grupos terroristas islamistas no existían y esa realidad fue construida por la narrativa ejecutada por los medios de comunicación social que seguían el encuadre que les había bajado la administración política presidida por George W. Bush. Los norteamericanos justificaron posteriormente la invasión con la liberación del pueblo iraquí de la tiranía de Saddam Hussein y el partido Baaz, y la construcción de un régimen democrático que fuera tomado como ejemplo a seguir por el resto de los países de la región de Medio Oriente. Empero, como hemos visto, la guerra de Irak, justificada ante el planeta entero como parte de la lucha contra el terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva, tuvo como principal objetivo estratégico la consolidación del poder y la influencia de los Estados Unidos en esa parte del mundo. Por otro lado, hemos analizado también que

el terrorismo internacional contemporáneo es una metodología que ha sabido sacarle el máximo provecho, no solamente a los medios de comunicación social tradicionales como quedó demostrado con los atentados del 11 de septiembre de 2001 a las Torres Gemelas y el Pentágono, sino también a internet y a las redes sociales como comenzó a hacerlo la organización islamista Al Qaeda en Irak y que llegaría a su punto culminante con su sucesora, el Estado Islámico. El impacto psicológico en la opinión pública internacional que han conseguido estos grupos con sus distintas acciones constituyen lo que anteriormente se conocía como propaganda por los hechos lo que ha permitido que las causas y temáticas que promueven se incorporen a la agenda de los asuntos a tratar por la comunidad internacional.

Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles inalámbricos como los teléfonos celulares han aumentado la importancia de la actividad comunicacional en los conflictos contemporáneos, hecho que ha quedado plasmado en el surgimiento del dominio de la información. Como señaló recientemente el creador de la red social Facebook, Mark Zuckerberg, ante una comisión del Congreso de los Estados Unidos en referencia al uso de las redes sociales por parte de la Federación Rusa para llevar a cabo la guerra de información: “esta es una carrera armamentista”. En efecto, en todos los conflictos actuales como el que tienen Ucrania y la Federación Rusa y el que tiene lugar en la Franja de Gaza podemos ver la utilización del componente comunicacional como un arma de guerra de carácter estratégico a través del manejo de la opinión pública internacional. Asimismo, la actividad comunicacional dirigida a los propios combatientes, a las tropas enemigas o a los neutrales es un factor determinante en las guerras contemporáneas y es capaz de modificar el equilibrio de fuerzas a favor de quien desarrolle adecuadamente sus técnicas. La actividad comunicacional es una verdadera multiplicadora del poder de combate de las fuerzas combatientes a través de la construcción narrativa del conflicto. En guerras anteriores folletos propagandísticos lanzados desde el aire o mensajes comunicacionales enviados por radio podían ignorarse al negarse a levantar y leer el folleto o al sintonizar otra emisora radial. Internet, la información on line, las redes sociales y los teléfonos móviles multiplican las posibilidades de las operaciones de propaganda y desinformación. Las redes sociales permiten que actualmente se realice una propaganda personalizada con mensajes de texto enviados al propio teléfono celular o a nuestra computadora personal, desdibujándose de este modo los límites entre el

frente de combate y la retaguardia. Asimismo, la revolución en las tecnologías de la información ha reducido considerablemente la brecha que existía entre los distintos niveles de la conducción del conflicto. Hoy cualquier hecho táctico cuyos efectos sean multiplicados por la actividad comunicacional puede tener consecuencias estratégicas. Los efectos de las acciones tácticas y operacionales multiplicados a través de los medios de comunicación social, internet y las redes sociales adquieren dimensiones estratégicas. No pretendemos que los decisores de los distintos niveles de la conducción sean expertos en la actividad comunicacional, pero si deben estar en capacidad de integrar y coordinar las distintas técnicas que esta comprende en los planes y operaciones que se ejecuten. En los niveles operacional y táctico los comandantes militares deben entender la naturaleza y el propósito de la actividad comunicacional para poder hacer un mejor uso de la misma en beneficio de la solución del problema militar operativo. Las distintas partes enfrentadas han tenido que compatibilizar las batallas, los combates y las acciones de las fuerzas armadas empeñadas con la guerra por el sentido utilizando narraciones y relatos que les permitan mantener la voluntad de combatir propia al mismo tiempo que se afecta la del enemigo. A la importancia de lo que ocurre en los enfrentamientos armados, debemos sumarle ahora la significación que tiene actualmente el relato que se construye de los mismos.

En los conflictos contemporáneos ha crecido sensiblemente también la influencia de la actividad comunicacional para el logro de objetivos políticos y estratégicos. En este sentido, el control de la opinión pública es un factor determinante en todo conflicto armado contemporáneo. En los conflictos bélicos actuales la actividad comunicacional será utilizada normalmente antes, durante y después del empleo de las fuerzas militares para poder alcanzar objetivos políticos y estratégicos como por ejemplo moldear una respuesta favorable de la opinión pública internacional a la utilización de la fuerza militar en el enfrentamiento con el adversario. La guerra por el sentido se pelea primeramente en el teatro de operaciones donde se busca mantener e incrementar la voluntad de vencer de las propias tropas y al mismo tiempo quebrar el empeño de las del enemigo para conseguir sus objetivos. Asimismo, la batalla entre narraciones se libra en las retaguardias, donde nuestra población civil y la del adversario, alejadas geográficamente de la realidad del conflicto, siguen las acciones en el campo de combate a través de los relatos de los

medios de comunicación social, las redes sociales y la información oficial que difunden los gobiernos respectivos. La revolución en las tecnologías de la información y la comunicación permiten que la opinión pública pueda vivir desde la comodidad de su hogar en tiempo real el fenómeno de la guerra, aunque esta se esté desarrollando en los lugares más alejados del planeta. Por último, este conflicto también se libra en el escenario planetario donde ambos contendientes buscan ganarse el favor y la aprobación de los otros países y de la opinión pública internacional. La actividad comunicacional es determinante en la conducción de operaciones militares que son seguidas minuciosamente por la opinión pública. En este sentido, la información que se proporciona en las comunicaciones oficiales, en las redes sociales o en las conferencias de prensa de los líderes políticos y jefes militares, puede inclinar la percepción de la población sobre como marcha un determinado conflicto bélico para un lado de la moneda o para el otro. La actividad comunicacional no produce resultados inmediatos, sino que por el contrario las operaciones relacionadas con la misma son muy difíciles de medir y requieren un esfuerzo sostenido en el tiempo. Asimismo, debemos resaltar también la importancia del vínculo entre hechos y palabras, ya que la actividad comunicacional requiere una acción o una promesa de acción convincente que la acompañe. La información en sí misma muchas veces no es suficiente para ganar el apoyo a una determinada causa.

El escenario internacional en el que actualmente vivimos se caracteriza por ser dinámico, turbulento, volátil, incierto, complejo y ambiguo. Asimismo, debemos tener en cuenta que la disputa entre las grandes potencias por el acceso a los recursos naturales de los países periféricos sigue más vigente que nunca y que el conflicto entre Rusia y Ucrania ha despertado un nuevo interés por los alimentos y las fuentes de energía. En este sentido, entre los desafíos y amenazas contemporáneas siguen estando los diferendos territoriales y la protección de los recursos naturales. Las fuerzas armadas de nuestro país contribuyen actualmente a la presencia y ejercicio de la soberanía efectiva en territorio de difícil acceso y en espacios jurisdiccionales de interés como la Patagonia, que se distingue por el vacío poblacional de sus extensiones semidesérticas lo que contrasta con la presión demográfica que caracteriza al mundo contemporáneo. Además, una de las misiones más importantes de las fuerzas armadas es la defensa de los recursos naturales de valor estratégico que se están volviendo cada vez más escasos, como el agua dulce, los alimentos, los hidrocarburos fuente de

energía y los minerales vitales. La vinculación entre la defensa nacional y los recursos naturales es un factor clave en los conflictos geopolíticos del siglo XXI, como hemos podido estudiar con el caso del petróleo en Irak. En el caso del agua dulce, la Argentina comparte el Acuífero Guaraní, segunda reserva de agua dulce más grande del planeta, posee el reservorio de los glaciares cordilleranos y potencialmente los hielos antárticos. Por el lado de los alimentos, en un planeta acechado por el hambre, nuestro país posee una de las cuatro praderas más ricas del mundo con una producción agrícola ganadera en capacidad de manufacturar alimentos para aproximadamente 400 millones de personas. Con respecto a las fuentes de energía contamos con Vaca Muerta, segunda reserva de gas y cuarta de petróleo no convencional a nivel mundial. En el caso de los minerales estratégicos sobresale el litio, recurso fundamental para las baterías que se utilizan tanto en celulares como en automóviles eléctricos. Junto con Chile y Bolivia, los tres países disponen más del 50 % de la reserva mundial de este recurso estratégico. A todo esto, demos sumarle los inmensos recursos animales y minerales del mar y nuestra plataforma submarina. La Argentina es el octavo país del planeta en superficie con una ubicación estratégica a las puertas del continente antártico y por todo lo señalado resulta sumamente apetecible para satisfacer las necesidades económicas, expansionistas o demográficas de otros estados. Asimismo, no debemos olvidar que parte de nuestro territorio, las Islas Malvinas e islas del Atlántico Sur, está bajo la ocupación de una potencia extranjera. Por todo lo expuesto previamente el prepararnos para un eventual conflicto bélico no sólo no resulta descabellado, sino que por el contrario es un imperativo que interpela a toda nuestra clase dirigente. En este sentido, el desarrollo de la actividad comunicacional desde la paz, en los distintos niveles de la conducción, resultará fundamental para lograr y mantener la voluntad de vencer de nuestras fuerzas combatientes y de la población que les brindará el apoyo para lograr la victoria. Para ello, nuestras fuerzas armadas deberán capacitar a su personal para que pueda desenvolverse adecuadamente en el entorno de la información multiplicando las distintas acciones que se realicen en los niveles táctico y operacional mediante la utilización de las herramientas que brinda la actividad comunicacional. Finalmente, es responsabilidad del máximo nivel de la conducción, el poder político, planificar y ejecutar las acciones relacionadas con esta temática tanto en tiempos de paz como de guerra en el campo de la estrategia y reclutar

personal idóneo formado en las ciencias de la comunicación para llevar a cabo esta trascendente tarea. La actividad comunicacional no reemplaza a los combatientes ni a los materiales de guerra que son necesarios para vencer en un conflicto bélico, pero como hemos visto a lo largo de este trabajo es un factor multiplicador del poder de combate que se ha visto sensiblemente potenciado en la actualidad por la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación y todas las consecuencias que hemos analizado que esta trae aparejada. No aprovechar las ventajas que puede proporcionarnos una utilización adecuada del dominio de la información es un lujo que un país como el nuestro no puede darse.

#### 4. Referencias bibliográficas

Aparici, R. y García Marín, D. (2018). *Prosumidores y emirecs. Análisis de dos teorías enfrentadas*. Comunicar, 55 (XXVI): 71-79. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6353340>

Aronson, E. y Pratkanis, A. (1994). *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Editorial Paidós.

Arroyo Arzubi, J. (2004). *Acción psicológica en la guerra de Irak en La primera guerra del siglo XXI. Irak 2003. Tomo 1 Nivel político, estratégico global y militar*. Buenos Aires: Círculo Militar.

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Aruguete, N. y Calvo, E. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Como funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Aruguete, N. (2021). *Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático*. Profesional de la información, v. 30, n. 2, e300218. Disponible en <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.18>

Aruguete, N. (2021). *Material de cátedra de la materia “El poder de los medios para establecer la agenda pública” de la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.

- Baudrillard, J. (1991). *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bartolomé, M. (2021). *Serpientes y terremotos. Apuntes sobre Seguridad y Defensa en el siglo XXI*. Buenos Aires: 1884 Editorial – Círculo Militar.
- Becerra, M. y Rodríguez Miranda, C. (2021). *Material de cátedra de la materia “Estructura de las industrias culturales” de la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.
- Beevor, A. (2022). *La Segunda Guerra Mundial*. Barcelona: Ediciones Pasado & Presente.
- Beldyk, M. (2017). *Isis en guerra. Cómo piensa. Por qué mata. Quién lo financia*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Bell, D. *La telecomunicación y el cambio social* en De Moragas, M (ed.) (1985) *Sociología de la comunicación de masas. IV Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Bernays, E. (2008). *Propaganda*. Santa Cruz de Tenerife: Editorial Melusina.
- Campos, G. (2019). *La Inmutable Naturaleza de la Guerra en Revista de la Escuela Superior de Guerra “TG Luis María Campos”*. Buenos Aires: Escuela Superior de Guerra.
- Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol I La sociedad red*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Editorial Alianza.
- Chomsky, N. y Herman, E. (2001). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Cicalese, C. *Operaciones de información en operaciones de combate a gran escala – Operación Libertad Iraquí I* en Vertuli, M. y Loudon, B. (2020) *Percepciones son realidad. Estudios de casos históricos de Operaciones de Información en Operaciones de Combate a Gran Escala*. Buenos Aires: Dunken.
- Clausewitz, von K. (2010). *De la Guerra*. Biblioteca virtual universal. Disponible en <https://biblioteca.org.ar/libros/153741.pdf>

- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La marca.
- De Fleur, M. y BallRokeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Denning, D. *Guerra del Golfo – Guerra de información en Vertuli*, M. y Loudon, B. (2020) *Percepciones son realidad. Estudios de casos históricos de Operaciones de Información en Operaciones de Combate a Gran Escala*. Buenos Aires: Dunken.
- Doob, L. *Goebbels y sus principios propagandísticos* en De Moragas, M (ed.) (1979) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Feinmann, J. (2013). *Filosofía política del poder mediático*. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Galeotti, M. (2022). *Las guerras de Putin. De Chechenia a Ucrania*. Madrid: Desperta Ferro Ediciones.
- Harari, Y. (2018). *De animales a dioses. Breve historia de la humanidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Penguin Random House.
- Hammes, T. (1994). *The Evolution of War: The Fourth Generation*, Marine Corps Gazette.
- Hammes, T. (2007). *La cuarta generación de guerras evoluciona: la quinta emerge*, Military Review.
- Hirst, M.; Pérez Llana, C.; Russell, R; Tokatliam, J. (2004). *Imperio, estados e instituciones. La política internacional en los comienzos del siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial Altamira.
- Hoffman, F. (2007). *Conflict in the 21st Century: The rise of hybrid wars*. Arlington: Potomac Institute for Policy Studies.

- Keegan, J. (2021). *Inteligencia militar. Conocer al enemigo, de Napoleón a Al Qaeda*. Madrid: Editorial Turner.
- Kepel, G. (2004). *Fitna. Guerra en el corazón del Islam*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Kepel, G. (2016). *El terror entre nosotros. Una historia de la yihad en Francia*. Barcelona: Ediciones Península.
- Korybko, A. (2019). *Guerras Híbridas. Revoluciones de Colores y Guerra no Convencional*. Buenos Aires: Batalla de Ideas Ediciones.
- Lasswell, H. (1971). *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge: MIT Press.
- Lasswell, H. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* en De Moragas, M (ed.) (1979) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada* en De Moragas, M (ed.) (1979) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Liang, Q. y Xiangsiu, W. (2021). *Guerra sin restricciones*. Buenos Aires: 1884 Editorial – Círculo Militar.
- Lind, W; Nightengale, K; Schmitt, J; Sutton, J y Wilson, G. (1989). *The Changing Face of War. Into the Fourth Generation*, Marine Corps Gazette.
- Liotti, J. (2023). *La última encrucijada. Los dilemas de la democracia argentina*. Buenos Aires, Editorial Planeta.
- Lowe, C. *La lógica de las operaciones de información (IO) en operaciones de combate a gran escala* en Vertuli, M. y Loudon, B. (2020) *Percepciones son realidad. Estudios de casos históricos de Operaciones de Información en Operaciones de Combate a Gran Escala*. Buenos Aires: Dunkin.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

- Mattelart, A. (2017). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México D. F.: Siglo XXI editores.
- McCombs, M. *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo en* Bryant, J. y Zillmann, D. (compiladores) (1996). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Editorial Paidós.
- McQuail, D. (1996). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México D. F.: Editorial Paidós.
- McLuhan, M. (1985). *Guerra y paz en la aldea global*. Barcelona: Editorial Planeta - De Agostini.
- Megret, M. (1956). *La Guerra Psicológica*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Packer, G. (2016). *La puerta de los asesinos. Historia de la guerra de Irak*. Buenos Aires: Grupo Editorial Penguin Random House.
- Papalini, V. y Maina, M. (2021). *Material de cátedra de la materia “Subjetividad contemporánea y cultura masiva. La experiencia de los públicos” de la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.
- Peralta Ramos, M. (2023). *Hacia un mundo desdolarizado*. Disponible en <https://www.elcohetelaluna.com/hacia-un-mundo-desdolarizado/>
- Pérez, S. (2021). *Material de cátedra de la materia “Análisis del discurso” de la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.
- Petraeus, D. (2009). *Guía de contrainsurgencia del Comandante de la Fuerza Multinacional-Iraq*. Revista Military Review. Disponible en [https://www.armyupress.army.mil/Portals/7/militaryreview/Archives/Spanish/MilitaryReview\\_20090228\\_art004SPA.pdf](https://www.armyupress.army.mil/Portals/7/militaryreview/Archives/Spanish/MilitaryReview_20090228_art004SPA.pdf)
- Pizarroso Quintero, A. (2005). *Nuevas guerras, vieja propaganda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Ramonet, I. (2005). *Irak. Historia de un desastre*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Ramonet, I. (2016). *El imperio de la vigilancia. Nadie está a salvo de la red global de espionaje*. Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

- Ranstorp, M. *Al Qaeda en el ciberespacio: desafíos del terrorismo en la era de la información* en Reinares, F. y Elorza, A. (2004). *El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). *Posverdad y fakenews en comunicación política: breve genealogía*. *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280314. Disponible en <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Reinares, F. *Al Qaeda, neosalafistas magrebíes y 11-M: sobre el nuevo terrorismo islamista en España* en Reinares, F. y Elorza, A. (2004). *El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Sádaba, T. (2008). *Framing. El encuadre de las noticias*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. Madrid: Santillana Taurus.
- Schechter, D. (2004). *Las noticias en tiempos de guerra. Medios de comunicación: ¿información o propaganda?* Barcelona: Editorial Paidós.
- Schiller, H. (1987). *Los manipuladores de cerebros*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Sillone, J. (2017). *Material de cátedra de la materia "Pensamiento militar contemporáneo" de la Especialización en Historia Militar Contemporánea*. Buenos Aires: Universidad de la Defensa Nacional.
- SunTzu (2003). *El arte de la guerra*. Biblioteca virtual universal. Disponible en <https://biblioteca.org.ar/libros/656228.pdf>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Van Creveld, M (2007). *La transformación de la guerra*. Buenos Aires: José Luis Uceda Editor.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Vertuli, M. *Prefacio. Introducción* en Vertuli, M. y Loudon, B. (2020) *Percepciones son realidad. Estudios de casos históricos de Operaciones de Información en Operaciones de Combate a Gran Escala*. Buenos Aires: Dunken.

- Whiskeyman, A. *Panfletos y altavoces: el papel de las operaciones psicológicas (PSYOP) en operaciones de combate a gran escala* en Vertuli, M. y Loudon, B. (2020) *Percepciones son realidad. Estudios de casos históricos de Operaciones de Información en Operaciones de Combate a Gran Escala*. Buenos Aires: Dunken.
- Wood, G. (2017). *La guerra del fin de los tiempos. ¿Qué quiere realmente el Estado Islámico?*. Madrid: Grupo Editorial Penguin Random House.
- Woodward, B. (1991). *Los comandantes*. Barcelona: Ediciones B.
- Woodward, B. (2003). *Bush en guerra*. Barcelona: Ediciones Península.
- Woodward, B. (2004). *Plan de ataque. Cómo se decidió invadir Iraq*. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Woodward, B. (2006). *Negar la evidencia*. Bogotá: Editorial Belacqva.
- Woodward, B. (2008). *The war within. A secret White House history (2006-2008)*. New York: Editorial Simon & Schuster.
- Woodward, B. (2013). *Las guerras de Obama*. Buenos Aires: Editorial Hojas del Sur.
- Wright, L. (2017). *Los años del terror. De Al-Qaeda al Estado Islámico*. Barcelona: Grupo Editorial Penguin Random House.