

18/2017

28 de noviembre 2017

*José Manuel Moreno Mercado**

Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos

Resumen:

El control y el tratamiento de la información durante los conflictos bélicos ha sido una de las cuestiones que más han preocupado tanto a los círculos políticos como militares. La ventaja estratégica que representa el control de la información ha quedado patente desde el siglo XIX tanto en la guerra de Crimea (1853-1856), donde apareció por primera vez la figura del corresponsal de guerra, como en los conflictos armados de hoy en día.

El presente artículo tiene como objetivo realizar una revisión histórica sobre la gestión de la información en conflictos bélicos, así como señalar algunas cuestiones sobre la aparición de nuevos medios de comunicación y su efecto en las guerras.

Abstract:

The control and treatment of information during wartime conflicts has been one of issues that have preoccupied the most in both political and military circles. The strategic advantage of information control has been evident since the nineteenth century in the Crimean War (1853-1856), where the figure of war correspondent appeared for the first time until today's armed conflicts.

The purpose of this article is to conduct a historical review of information management in war conflicts, as well as to point out some questions about the emergence of new media outlets and their effect on wars.

***NOTA:** Las ideas contenidas en los **Documentos Marco** son de responsabilidad de sus autores, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento del IEEE o del Ministerio de Defensa.

Palabras clave:

Medios de comunicación, conflictos bélicos, guerra de la información, prensa.

Keywords:

Mass media, armed conflicts, information warfare, press.

Introducción

El papel de los medios de comunicación en los conflictos bélicos ha sido y es una cuestión que ha suscitado un enorme interés tanto en los círculos políticos como militares desde la aparición del primer corresponsal de guerra, William Howard Russell, en la guerra de Crimea (1853-1856), hasta la actualidad en los conflictos de Ucrania, Siria o Yemen.

Desde la aparición de la Comunicación Política como disciplina en el siglo XX, nadie ha dudado de la relevancia de los medios de comunicación en la configuración de políticas públicas y en la opinión de las audiencias. Ya en 1922, el pensador norteamericano Walter Lippmann señala la importancia de la gestión de la información en épocas de guerra en su famosa obra *La Opinión Pública*¹.

Para cualquiera que haya dado los primeros pasos en el campo de la comunicación política y gestión de la información, resulta evidente que la política exterior es, dentro de esta rama de estudio, un sujeto diferenciado. Esta diferenciación como materia de estudio independiente, proviene en primer lugar, de la «casi» obligatoriedad que tienen las audiencias de acudir a los medios de comunicación para informarse sobre asuntos relacionados con la política exterior. Pero sobre todo, radica en la diferenciación que hace María José Canel entre temas *obstrusive* y *unobstrusive*².

Estos temas (referidos a los efectos de la *agenda-setting*) se distinguen fundamentalmente en la existencia o no de experiencias directas, lo que modifica, por supuesto, el grado de influencia que poseen los medios de comunicación en las audiencias. Mientras que en asuntos relativos a política local, inflación, etc., (*obstrusive*), los receptores fabrican sus encuadres (*frames*) en base a sus contactos personales; en temas relativos a política exterior (*unobstrusive*), la inexistencia de conexión directa con el tema abordado implica un mayor poder por parte de los *mass media* de configurar el criterio del público.

El fin de la Guerra Fría, con la caída de la Unión Soviética en 1991, acabó con el paradigma capitalismo/socialismo donde los matices de la diplomacia únicamente se ceñían a esta distinción³, comenzando así una nueva reformulación en la elaboración de

¹ LIPPMANN, Walter, "La Opinión Pública", Langre, Madrid, 2003.

² CANEL, María José, "Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información", Tecnos, Madrid, 1999.

³ GARCÍA MARÍN, Javier, "El comportamiento de la prensa durante los conflictos de Kosovo e Irak", Tesis doctoral, Universidad de Granada, 2007.

políticas públicas en materia de política exterior, donde la opinión pública se incluiría como una variable de relevancia y por ende los medios de comunicación. De ahí surgirá el modelo del «efecto CNN» que estipulaba que la cobertura mediática de un conflicto armado puede obligar a reconfigurar la agenda de los Gobiernos, basando su experiencia en las reformulaciones de agenda que se produjeron durante la primera guerra del Golfo o el conflicto de Kosovo.

El «efecto CNN» dio lugar a que aparecieran otros modelos teóricos de gran relevancia, dejando atrás el «modelo de propaganda» de Herman y Chomsky propio de la Guerra Fría, sobre todo durante los conflictos surgidos en los años noventa, como el modelo indexado de Lance Bennett, aunque es el de «activación en cascada», del politólogo norteamericano Robert Entman, el que más interés ha suscitado por parte de la comunidad científica al incorporar otros actores al proceso de comunicación política como es la opinión pública.

Evidentemente, la gestión de la información durante la guerra ha sido uno de los factores principales para influir en el desenlace final de esta, aunque por supuesto la creciente evolución de las tecnologías comunicativas y el nuevo carácter asimétrico de las últimas guerras han dificultado su estudio empírico. Por lo pronto, resulta imprescindible analizar y preguntarse cómo afecta y cómo afectará esta nueva revolución tecnológica a la idiosincrasia de los conflictos armados actuales y venideros.

Los modelos teóricos

Hablar de medios de comunicación implica elaborar dos preguntas esenciales: ¿son los medios de comunicación un espejo de la realidad?, o más bien ¿son un elemento que altera y deforma la realidad? Las respuestas, de difícil solución, radican en los encuadres (*frames*) de los cuales se han dado una gran multitud de definiciones y descripciones. Irving Goffman afirmará que son «principios organizativos que gobiernan los eventos – al menos los sociales – y nuestra implicación subjetiva con ellos»⁴ mientras que Todd Gitlin dirá que son «principios de selección, énfasis y presentación, compuestos de pequeñas teorías tácitas sobre lo que existe, ocurre e importa. En la vida diaria, como ha demostrado ampliamente Irving Goffman, encuadramos la realidad para negociar con ella, gestionarla, comprenderla y elegir los repertorios apropiados de cognición y

⁴ GOFFMAN, Irving, “Frame analysis: An essay on the organization of experience”, Harvard University Press, Harvard, 1974.

acción»⁵. No obstante, es la aportación de Robert Entman la que más aceptación ha tenido al describir que los encuadres definen problemas, identifican causas, proporcionan soluciones y establecen juicios morales⁶.

La diferenciación que hace María José Canel, explicada en la introducción de este documento, implica que el poder manipulador sobre las noticias resulta mayor en aspectos relativos a la política exterior. Esta idea será desarrollada por Jacobs que indicará que «los casos relativamente raros en que las élites se unen y dirigen efectivamente al público en una dirección concertada tienden a concentrarse en el área de la política exterior, donde unos pocos funcionarios gubernamentales monopolizan la información y pueden actuar secretamente»⁷. A todo esto se le suman los estudios que indican que la mayoría de las audiencias o bien no presta atención a los asuntos exteriores⁸, o tienden a creer todo aquello que les muestran los medios de comunicación, especialmente la televisión⁹. Esta influencia sobre la opinión pública ha arrojado datos muy interesantes sobre la percepción que tienen las audiencias acerca de la política exterior, como los mostrados por Greg Philo y Mike Berry en su obra *Bad News from Israel*¹⁰ donde se muestra cómo una parte de la audiencia norteamericana, británica y alemana piensan que los denominados territorios ocupados han sido ocupados por ciudadanos palestinos.

Por supuesto, dentro de la extensísima literatura, podemos encontrar autores que o bien defienden la postura de los medios como garantes críticos y activos, la figura del perro guardián (*watchdog*) como Graber¹¹, o bien sostienen que los medios son un instrumento más de las élites políticas, figura del «perrito faldero», donde se establece una orientación sacerdotal.

⁵ GITLIN, Todd, "The Whole World is Watching: Mass Media in Making and Unmaking of New Left", University of California Press, California, 1980.

⁶ ENTMAN, Robert, "Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, No. 43, Vol. 4, pp. 51-58, 1993.

⁷ JACOBS, Lawrence, "Manipulators and Manipulation: Public Opinion in a Representative Democracy", *Journal of Health Politics, Policy and Law*, No. 6, Vol. 26, pp. 1361-1373, 2001.

⁸ BERRY, Nicholas, "Foreign Policy and the Press: An Analysis of the New York Times' Coverage of US Foreign Policy", Greenwood Press, Nueva York, 1990.

⁹ IYENGAR, Shanto y KINDER, Donald, "News that Matters: Television and American Opinion", University of Chicago Press, Chicago, 1987.

¹⁰ PHILO, Greg & BERRY, Mike, "Bad news from Israel", Pluto Press, Londres, 2004.

¹¹ GRABER, Doris, "Mass Media and American Politics", Congressional Quarterly Press, Washington, 1997.

La opinión mayoritaria de los autores es que los medios ni son enemigos directos del sistema político ni tampoco meros instrumentos a su servicio, sino que establecen una relación de cooperación mutua donde ambos obtienen beneficios¹². Finalmente, otro punto de vista unánime de la comunidad científica es que las relaciones entre élites políticas y medios de comunicación resultan cruciales en la cobertura informativa de los conflictos armados, de ahí que se hayan elaborado diferentes modelos teóricos, cronológicos en el tiempo, que se han encargado de estudiar y analizar estos vínculos.

Fabricación del consenso o modelo de propaganda

El modelo de «fabricación del consenso o de propaganda» fue desarrollado por Edward S. Herman y Noam Chomsky en 1988 en su famosa obra *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*¹³ conocida en el mundo hispano-hablante como *Los Guardianes de la Libertad*. El modelo desarrollado por Herman y Chomsky incide en el papel instrumental de los medios de comunicación como base propagandista de los sistemas capitalistas. Aunque la voluntad de los medios no tiene por qué ser marcada o encauzada, se da por supuesto que estos son un actor más, insertado en el sistema, y por lo tanto refuerzan y vigilan la hegemonía corporativa¹⁴. El modelo, sostenido bajo el concepto de lucha de clases, establece una relación directa entre élites políticas y medios de comunicación, aunque los autores declararon que los medios no son controlados sino que obedecen a imperativos institucionales sistémicos. De ahí que Chomsky afirmase «El modelo de propaganda no afirma que los medios copien la línea de los gerentes estatales del momento al estilo de un régimen totalitario; en su lugar, afirma que los medios reflejan generalmente el consenso de las poderosas élites del nexo Estado-corporación, incluyendo aquellos que objetan algunos aspectos de la política gubernamental, típicamente en temas tácticos. El modelo argumenta, desde sus inicios, que los medios protegerán los intereses de los poderosos, no que protegerán a los gerentes del Estado de sus críticos»¹⁵

¹² ORREN, Gary, "Thinking about the Press and Government" en M. LINSKY (Ed.), "How the press affects Federal Policymaking", Norton, Nueva York, pp. 1-20, 1986.

¹³ HERMAN, Edward y CHOMSKY, Noam, "Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media", Pantheon, Nueva York, 1988.

¹⁴ GARCÍA MARÍN, Javier, "El comportamiento de la prensa durante los conflictos de Kosovo e Irak", *Op. cit.*, pp. 63-67.

¹⁵ CHOMSKY, Noam, "Necessary Illusions", South End Press, Boston, 1989.

La «filtración de la información» es para Herman y Chomsky la clave explicativa del funcionamiento de los *mass media* partiendo de la premisa de que la «información es poder». A pesar de esto, el modelo de propaganda se distingue del proceso de *gatekeeping* donde se analizan los criterios de la noticiabilidad política. Mientras en el desarrollo del *gatekeeping* los trabajadores de los medios analizan y filtran la información conscientemente en base a unas pautas (coste, nivel organizacional, rutinas comunicacionales...), el modelo de propaganda sugiere que la filtración de la información se produce de manera inconsciente a través de coerciones insertadas en el sistema, produciendo que aquellos que quieren continuar dentro del sistema «pronto se encontrarán con que interiorizan las creencias y actitudes que expresan y dan forma a su trabajo», aunque los estudios de psicología social no hayan demostrado estas afirmaciones hasta el momento.

Los pensadores estadounidenses señalarán 5 filtros que establecen qué información es publicable y cuál no:

- 1) El tamaño, la propiedad concentrada, la riqueza de los propietarios, y la orientación al beneficio de las empresas dominantes de los medios de masas.
- 2) La publicidad como fuente principal de ingresos de los medios de masas.
- 3) La confianza de los medios de información proporcionada por el Gobierno, los negocios, y los «expertos» financiados y aprobados por esas fuentes primarias y agentes de poder
- 4) La dureza como medio para disciplinar a los medios
- 5) Anti-comunismo como religión nacional y mecanismo de control.

El modelo de indexado

El colapso del bloque del Este, transformará las bases del modelo de propaganda de Herman y Chomsky, apareciendo en 1990 lo que se conoce como «modelo de indexado» de Lance Bennett. Como señala Javier García Marín, «el modelo de indexado se puede considerar, debido a sus propuestas, una reformulación del modelo de propaganda en términos mucho más acordes a los requisitos de la comunidad científica, en ciencia política y comunicación»¹⁶ lo que ha producido que el modelo haya tenido una amplia aceptación por parte de la comunidad académica. El modelo de Bennett va un paso más

¹⁶ GARCÍA MARÍN, Javier, «Conflictos y cobertura mediática: una aproximación desde la comunicación», Cuadernos de Estrategia, No. 148, pp. 97-128, 2011.

allá al asegurar que existe una fuerte correlación entre los intereses de las élites políticas y la cobertura de los sucesos, incluyendo dentro del factor élites políticas a cualquier elemento político que posea algún ámbito de poder¹⁷.

El modelo plantea que la confianza de los medios en altos funcionarios descansa en tres tipos de pautas periodísticas:

- 1) Las virtudes profesionales de objetividad y balance de los periodistas.
- 2) La responsabilidad democrática
- 3) Las realidades económicas del negocio de la información. Por eso, Bennett da una gran importancia a la institucionalización de la prensa, donde los periodistas están fuertemente enlazados con los altos funcionarios que ocupan puestos de responsabilidad en la toma de decisiones.

Esta «indexación» de los *mass media* a la dinámica del debate gubernamental significa que, en aquellas situaciones de consenso político, los medios de comunicación tenderán a apoyar la línea narrativa de las élites políticas, creando un encuadre específico, mientras que, en situaciones de confrontación, se encargarán de mostrar los distintos encuadres, tomando partido por alguno de ellos. Como señala Lance Bennet. «Los profesionales de los medios de comunicación, desde la sala de reuniones hasta la calle, tienden a “indexar” el rango de voces y puntos de vista, en las noticias y editoriales, de acuerdo con el rango de puntos de vista dominantes expresados en el debate gubernamental sobre un tópico dado»¹⁸. Por este motivo, en el caso de que existan debates abiertos, el autor señala que es posible que se dé cobertura a voces disidentes y a diferentes puntos de vista, llegando incluso las élites políticas a perder el control sobre la toma de decisiones. No obstante, el modelo indexado señala que, en el caso de que el debate sea cerrado, los diferentes puntos de vista se encontrarán muy limitados así como los argumentos relativos a la política exterior. De esta forma Bennett afirma que la cobertura de los conflictos siempre se situará en un punto intermedio, no siendo los debates ni completamente abiertos ni cerrados, lo que produce que el debate se centre en la discusión que las élites políticas hacen de la política exterior.

¹⁷ ENTMAN, Robert, “Framing U.S. Coverage of International News: Contracts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents”, *op. cit.*, pp. 6-27.

¹⁸ BENNETT, Lance, “Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 1990, No. 40, Vol. 2, pp. 103-125.

Por supuesto, el modelo de Bennett sigue la línea del modelo de propaganda llegando incluso algunos autores, como Piers Robinson¹⁹, a considerarlo una escisión de este. El modelo de indexado ha tenido una gran aceptación dentro de la comunidad científica, llegando a realizarse numerosos estudios sobre el mismo. En cuanto a la opinión pública, Bennett la sitúa como una variable dependiente del nivel de debate existente en los medios de comunicación. Existiendo incluso la posibilidad de que en debates abiertos, la opinión pública se posicione en contra de la política gubernamental, a pesar de que son las élites políticas y no los medios los que establecen la categoría de los argumentos, hecho que no sucede en los debates cerrados.

El 'efecto CNN'

El denominado «efecto CNN», también conocido como «factor CNN» o «curva CNN», propone que los medios de comunicación tienen la capacidad de publicar y producir noticias a un ritmo tal que puede modificar los ritmos de la diplomacia, llegando incluso a forzar a las élites políticas a dar respuestas ante situaciones cubiertas²⁰. El modelo expone que los canales informativos internacionales, tomando como referencia el caso de la cadena norteamericana *Cable News Network* (CNN), son un elemento crucial en la dirección de la política exterior de los Gobiernos, influyendo de tal manera que incluso las élites políticas se vean obligadas a adoptar decisiones que en un primer momento no tenían previstas.

Como señala la teniente coronel del Ejército de los Estados Unidos, Margaret H. Belknap, a partir de los efectos observados tras los conflictos de Vietnam (1961), Granada (1983), Panamá (1989), primera guerra del Golfo (1991), Somalia (1992), Haití (1994), Bosnia (1995) y Kosovo (1995), la enorme cantidad de medios globales aparecidos en los años noventa ha creado una nueva clase de efectos, cualitativamente diferentes a aquellos que les precedieron históricamente²¹. El destacado papel que tuvo la CNN en la cobertura informativa durante la primera guerra del Golfo, también conocida como Operación Tormenta del Desierto por las Fuerzas Armadas estadounidenses, supuso la

¹⁹ ROBINSON, Piers, "The CNN Effect: Can the News Media Drive Foreign Policy?" *Review of International Studies*, No. 2, Vol. 25, pp. 301-309. 1999.

²⁰ STROBEL, Warren, "The CNN Effect". *American Journalism Review*, No. 4, Vol. 18, pp. 32-38. 1996.

²¹ BELKNAP, Margaret, "The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk?" *Army War Coll Carlisle Barracks PA*, 2001, disponible en <http://www.dtic.mil/docs/citations/ADA390527> Fecha de la consulta 06.05.2017.

reducción de los tiempos de respuesta política debido al modelo de «información continua» donde prácticamente la totalidad de la opinión pública estadounidense acudía para informarse en directo de los sucesos que se estaban produciendo en Oriente Próximo.

Aunque las premisas del «efecto CNN» han adquirido una enorme popularidad entre los sectores periodísticos y políticos, el modelo no ha experimentado una argumentación teórica ni por parte de la Ciencia Política ni por los analistas en comunicación de ahí que Robinson afirmase que el modelo «ha sido más afirmado que demostrado»²². La mayoría de autores apuntan a que esta aceptación del «efecto CNN» como modelo de «medios dominantes» tiene su origen en las consecuencias dramáticas de la guerra de Vietnam, donde incluso en la actualidad una considerable parte de la sociedad norteamericana (incluyendo sectores políticos) piensa que fue la cobertura mediática el principal desencadenante de la derrota estadounidense en el país asiático.

Modelo de activación ‘en cascada’

El modelo del profesor de la Universidad George Washington, Robert Mathew Entman, ha sido uno de los más aceptados por la comunidad académica. El modelo fue descrito en 2004 en el libro *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy* como una reformulación del modelo indexado de Bennett, aunque se le otorga una enorme importancia a la teoría de encuadres (*framing*), siendo esta la principal variable explicativa del modelo «en cascada».

En primer lugar, el politólogo norteamericano reconoce la propia incapacidad de los modelos anteriores de explicar las relaciones entre los medios de comunicación y las élites políticas, de ahí que señale la imposibilidad de explicar los cambios en la política internacional desde el derrumbamiento de la Unión Soviética²³, lo que induce a pensar que nos encontramos ante un nuevo modelo. Aunque los estudios sobre encuadres difieren en aspectos básicos referentes a la *agenda-setting* y *priming*, la clave se encuentra en cómo los temas (*issues*) son presentados a la opinión pública y no cómo son seleccionados, puesto que, según Entman, los encuadres son propios de los medios de comunicación y se encuentran concretamente en las noticias (más allá únicamente

²² ROBINSON Piers, “The Myth CNN Effect: The Myth of News Media, Foreign Policy and Intervention”, Routledge, Londres, 2002.

²³ ENTMAN, Robert, “Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy”, University of Chicago Press, Chicago, 2004.

de la política exterior). El modelo «en cascada» integra aún más a los actores que intervienen en el proceso de comunicación (grupos políticos, ciudadanía...), pero el hecho de que sea la política exterior su objeto de estudio, implica que se establezca un orden jerárquico, donde el Gobierno se sitúa en el escalafón más alto.

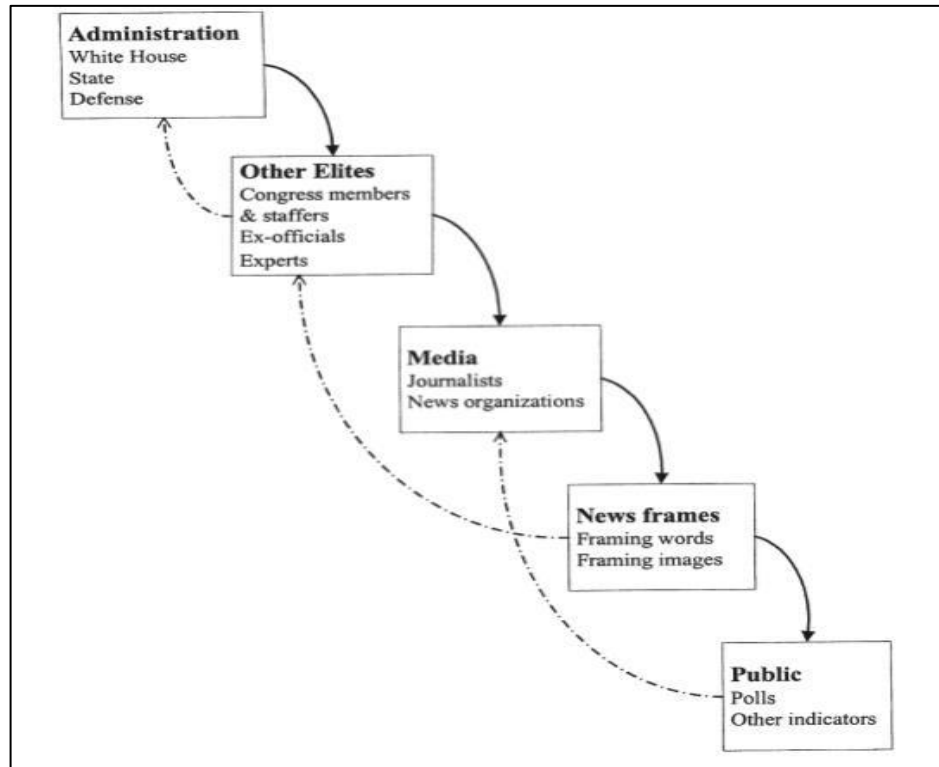


Figura 1: Modelo de activación en cascada. Fuente: Robert Entman 2004.

Este modelo en cascada parte de la base de que no existe un proceso de comprensión sobre los temas, si no que las ideas se encuentran empaquetadas en los encuadres seleccionados en una relación donde existe reciprocidad pero no igualdad. Por este motivo lo que «se transmite en la cascada no son ideas ni información concisa, sino encuadres o esquemas de pensamiento»²⁴. De esta forma existe una fuerte asimetría en cuanto a la capacidad de encuadrar. Evidentemente, es el Gobierno el actor comunicativo que se sitúa en la cúspide, pues es el que posee más información y de forma más rápida. Le siguen las élites políticas, donde se engloban expertos, partidos políticos en la oposición y Gobiernos extranjeros los cuales o bien aceptan el encuadre seleccionado del actor superior o bien lo rechaza pudiendo producirse una situación de

²⁴ GARCÍA MARÍN, Javier, "Conflictos y cobertura mediática: una aproximación desde la comunicación", Cuadernos de Estrategia, No. 148, pp. 97-128, 2011.

rivalidad, que puede dar lugar a nuevos encuadres que serán expuestos por los medios de comunicación en una situación a la que Entman denomina «concurso de encuadres»²⁵. Por último la información, ya encuadrada como resultado de la negociación anterior, llega a la opinión pública, la cual reacciona ante los encuadres a los que es expuesta por parte de los medios de comunicación, produciéndose un nuevo flujo de información en sentido inverso ya que, según Entman, los medios de comunicación son utilizados como barómetros de opinión por parte de las élites políticas. Los elementos que intervienen en el modelo de cascada están compuestos por dos variables internas (motivaciones y congruencia cultural), inherentes a los mecanismos de pensamiento de cada actor, y dos externas (poder y estrategia), que dependen del contexto circunstancial. Para Entman las motivaciones de los actores para aceptar o rechazar un encuadre son:

- 1) Minimizar el coste cognitivo.
- 2) Evitar la disonancia emocional.
- 3) Reaccionar ante amenazas contra los valores.
- 4) Participar en la vida pública.
- 5) Mantener relaciones interpersonales a través de la discusión.
- 6) Intereses profesionales, como promocionar una carrera política o periodística.

A pesar de la importancia de las cuatro variables, el politólogo norteamericano señala la congruencia cultural como el elemento de mayor relevancia, pues esta es la que engloba la compatibilidad o incompatibilidad de los encuadres a los que son expuestos los actores con los encuadres generalmente aceptados e interiorizados por la sociedad y el actor en concreto. De ahí que, a mayor congruencia del encuadre con el esquema aceptado socialmente menor verificación por parte de los actores que intervienen en el proceso. Por este motivo, en el caso de que los actores estén expuestos a un encuadre que resulte incongruente, estos lo bloquearán inmediatamente aunque estén expuestos a una gran cobertura mediática.

En cuanto al poder y la estrategia, el poder es entendido como la capacidad que tiene un actor de persuadir a los demás, es decir, que A logre hacer que B haga algo que en circunstancias normales no haría; mientras que la estrategia supone la planificación para fomentar un determinado encuadre.

²⁵ ENTMAN, Robert, "Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy", *op. cit.*, pp. 21.

El modelo de Entman se fundamenta en unas predicciones esenciales cuyo origen se encuentra en las variables que determinan las negociaciones entre los distintos actores.

Estas predicciones serían:

- 1) El poder de control del Gobierno será elevado cuando el encuadre es socialmente congruente. Es en esas circunstancias donde «el resto de élites políticas tienen a permanecer aquiescentes, lo que provoca que el encuadre descienda hacia los medios de comunicación, y la opinión pública, sin impedimentos».
- 2) Los medios de comunicación presentan una considerable tendencia a cuestionar la política gubernamental debido a principios profesionales, lo que produce que en el caso de que se dé un encuadre poco definido, los medios criticarán las acciones del Gobierno aun cuando exista consenso político.
- 3) Las élites políticas, al estar fuera del Ejecutivo, tienen una fuerte tendencia a criticar las acciones de este. De ahí que esta figura de control produzca un análisis continuo de las percepciones de la opinión pública. En caso de fuerte apoyo al Gobierno, las élites se mantendrán inmóviles, mientras que en las situaciones de disenso político fomentarán un ambiente competitivo donde aparecerán nuevos encuadres que disputen con la línea narrativa gubernamental.
- 4) En el caso de que se den encuadres ambiguos, el Ejecutivo puede perder el control sobre la definición de los problemas, lo que produce que otros actores (ya sean las élites políticas o la opinión pública) puedan tener la iniciativa sobre los encuadres.
- 5) Se acentúa la importancia mediadora de los medios de comunicación, pues la desaparición del Bloque del Este hace que las opiniones y percepciones de la sociedad sean más impredecibles por eso en situaciones de disenso «la vigilancia de los indicadores de la opinión pública suele ser máxima»²⁶.

Gestión y guerra de la información

El origen del concepto de «guerra» procede de la palabra alemana *werra*, llamada de combate de donde le han precedido el *wehr* del alemán contemporáneo, el *war* del inglés, el *guerre* del francés y el *guerra* en el bajo latín, el italiano y el castellano.²⁷ Dentro de la extensa literatura existente sobre la sociología de la guerra, los autores han otorgado

²⁶ GARCÍA MARÍN, Javier, "Conflictos y cobertura mediática: una aproximación desde la comunicación", Cuadernos de Estrategia, No. 148, pp. 119, 2011.

²⁷ VERSTRYNGE ROJAS, Jorge, "El "Sistema de Guerra" de la Sociedad Industrial", Revista Española de Investigaciones Sociológicas, No. 1, pp. 105-144. 1978.

multitud de definiciones, satisfactorias e insatisfactorias al mismo tiempo, como los casos de Clausewitz cuya finalidad es «la destrucción de un adversario»²⁸, Bobbio donde «la guerra es la manifestación más clamorosa de la política»²⁹, o Reinel Sánchez, «la guerra es un enfrentamiento de grupos de carácter destructivo»³⁰.

A pesar de la multiplicidad de definiciones y conceptos, los autores han coincidido en dos aspectos: 1) que el concepto de guerra integra una serie de elementos que van mucho más allá que la mera ausencia de paz; y 2) que la guerra engloba unos rasgos objetivos que fueron desarrollados por el sociólogo francés Gastón Bouthoul, padre de la polemología.

Dichos rasgos son:

- 1) La guerra es un fenómeno colectivo, hecho que lo diferencia de los episodios de violencia individual.
- 2) Se desarrolla a través de un combate armado.
- 3) Es una expresión de violencia organizada favorablemente sancionada por el orden jurídico.
- 4) La guerra implica la existencia de un enemigo al que hay que destruir dándose en el bando contrario el mismo caso.
- 5) La guerra implica un alto grado de colaboración y de apoyo mutuo entre los miembros pertenecientes al grupo social en guerra.
- 6) La finalidad de la guerra reside en servir en un sentido amplio al grupo que la lleva a cabo³¹.

El concepto de «guerra de información» (*Information Warfare*) surgido a finales del siglo pasado, aunque algunos autores niegan que se trate de un concepto moderno, engloba numerosos aspectos propagandísticos y de guerra psicológica encaminados a debilitar y derrotar al enemigo sin la existencia de un enfrentamiento físico. No obstante, la guerra de información se diferencia tanto de la propaganda como de la guerra psicológica por los tiempos en los que se ejecuta y por los destinatarios que esta tiene. Mientras que la propaganda intenta convencer a una audiencia de una determinada idea, la guerra

²⁸ VON CLAUSEWITZ, Carl, “De la Guerra”, La Esfera de los Libros, Madrid, 2014.

²⁹ BOBBIO, Norberto, “El tercero ausente”, Ediciones Cátedra, Madrid, 1997.

³⁰ REINEL SÁNCHEZ, José, “Una respuesta a la pregunta de “¿Qué es la guerra?”, Aposta: Revista de Ciencias Sociales, No. 6, 2004.

³¹ BOUTHOU, Gastón, “Tratado de polemología: (Sociología de las Guerras): métodos, doctrinas y opiniones sobre la guerra, morfología, elementos técnicos, demográficos, económicos, psicológicos, periodicidad problemática, desarrollo e investigaciones”, Ediciones Ejército, Madrid, 1984, pp. 30-31

informativa va mucho más lejos al intentar mermar las capacidades defensivas y ofensivas del enemigo debilitando la competencia de sus élites de tomar decisiones. En cuanto a la guerra psicológica, esta va encaminada a atacar y adulterar las percepciones cognitivas de las fuerzas armadas y de la población enemiga en tiempos de guerra mientras que en la *Information Warfare* este fenómeno puede producirse también en tiempos de paz³².

Siguiendo a Tovar, la guerra de información está esquematizada en tres rasgos característicos:

- 1) Se ejecuta a través de los medios de difusión de masiva de información.
- 2) Se dirige a combatientes y no combatientes.
- 3) Se dirige a enemigos internos y externos.

Por lo tanto, el concepto engloba prácticamente todos los aspectos relativos a la recogida, análisis, procesamiento y gestión de la información siendo esta última una variable crucial tanto en el desarrollo de acciones bélicas como en operaciones de debilitamiento de carácter político. Este carácter completo y global es fácilmente observable en la definición que da Szafransky sobre qué es la guerra de información: «es una forma de conflicto que ataca directamente a los sistemas de información, como una manera de atacar el conocimiento o sus creencias. La Guerra de Información puede ser continuada como componente de un conjunto de actividades hostiles más amplio, un conjunto de guerras o una guerra cibernética o puede ser emprendida como una forma única de actividad hostil»³³.

Aunque los estudiosos de la disciplina han diferido en numerosos aspectos y claves, podemos afirmar que existe un consenso prácticamente unánime sobre la creciente importancia de la gestión de la información en los conflictos armados. Esta importancia, tiene su origen desde los años noventa, con los casos de la primera guerra del Golfo, Kosovo y los conflictos que terminaron por desintegrar a la antigua República Federal de Yugoslavia. Esta creciente relevancia proviene principalmente por el «acelerado crecimiento de la importancia del componente inmaterial de la guerra»³⁴ siendo la gestión

³² TOVAR, Hebert L, "Guerra de Información: ¿el arma es el mensaje?", UCV: Caracas, Cap. 1, 2011.

³³ SZAFRANSKY, Richard, "When waves collide: Future conflict", National Defense Univ Washington DC Inst for National Strategic Studies. 1995, Disponible en <http://www.dtic.mil/docs/citations/ADA528918> Fecha de la consulta 19.06.2017.

³⁴ TORRES SORIANO, Manuel y GARCÍA MARÍN, Javier, "Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán", *Confines de relaciones internacionales y ciencia política*, Vol. 5, No. 10, pp. 11-23, 2009.

de la información una pieza fundamental en la estrategia militar de los contendientes que actúan en esta. Si atendemos a la progresiva aparición de los modelos teóricos, expuestos anteriormente, podemos extraer tres conclusiones claras. Por un lado que las explicaciones de los autores se basan en sus experiencias directas muy fuertemente marcadas por su contexto histórico internacional. Que el fin de la Guerra Fría, supuso una nueva reformulación sobre el papel de los medios de comunicación en conflictos, al no existir dos bloques antagónicos cuyos medios se limitaban a combatir las posiciones del bloque contrario y al importante rol que juega la opinión pública. Y por otro lado que aunque existe un consenso a la hora de afirmar de que se han producido cambios, la aparición tantos modelos nos impide saber el alcance y los efectos de los mismos.

Como se ha mencionado anteriormente, los años 90 han sido el punto de inflexión en lo relativo a la gestión y guerra informativa, ya que si analizamos los conflictos surgidos desde la aparición del primer corresponsal de guerra en el conflicto de Crimea (1853-1856) hasta el final de la Guerra Fría resulta extremadamente difícil encontrar autores que defiendan un modelo teórico distinto al de propaganda de Herman y Chomsky, imponiéndose (con la salvedad de Vietnam) hasta la caída del Bloque del Este, un modelo de medios sacerdotal con un periodismo altamente sensible a las necesidades del sistema político.

La guerra hispano-estadounidense de 1898, también conocida como el Desastre del 98, fue el primer conflicto donde la gestión de la información tuvo un destacado papel siendo uno de los primeros antecedentes para cualquiera que se adentre en la disciplina de la cobertura mediática de los conflictos armados. La guerra entre España y EE. UU. supuso un hito en la historia de la propaganda al ser el primer conflicto bélico auspiciado por los medios de comunicación donde la figura de William Randolph Hearst, considerado padre de la prensa amarilla, ha pasado a la historia especialmente en lo relativo a la explosión del *USS Maine*. La cabecera «Patriote citizens advocate recourse to arms to wreak vengeance upon Spain for the cruel and cowardly destruction of Maine» del diario *The Examiner* es un buen ejemplo de las presiones de las que fue objeto el Gobierno de William Mckinley en sus relaciones con España.

Ya en la I Guerra Mundial el uso de la censura se usó ampliamente en los diversos bandos consolidándose las organizaciones de información y propaganda en todos los

Estados con cada vez mayor eficacia³⁵. En este periodo surgió por primera vez el concepto de *atrocities propaganda* donde primaron las difusiones masivas de atrocidades cometidas por el enemigo, reales o no, con el fin de desacreditarlo ante la opinión pública. Durante la Gran Guerra, el uso de la propaganda en la política exterior para ganarse nuevos aliados fue crucial, destacándose la gran campaña propagandística británica entre 1915 y 1917 dirigida a la opinión pública estadounidense con el fin de romper la neutralidad norteamericana hasta el momento.

Durante la II Guerra Mundial, los Estados perfeccionaron sus infraestructuras comunicativas, llegando incluso la Unión Soviética a crear en 1938 el Departamento de Propaganda y Agitación del Comité Central del PCUS. La gran novedad durante este periodo fue el uso masivo de la radio y el cine (tanto documental como de argumento) llegando algunos autores a asegurar que la resistencia británica ante la invasión alemana se sostuvo tanto por la acción de la Fuerza Área Británica como por la BBC en su misión de contrarrestar la propaganda germana. La II Guerra Mundial se caracterizó pues, por la creciente importancia de los medios de comunicación privados (BBC en Reino Unido o CBS en EE. UU.) así como grandes éxitos propagandísticos dentro de las fronteras nacionales y enormes fracasos en la política exterior (véase el caso de Japón o la Alemania nazi).

No obstante, es el caso de la guerra de Vietnam (1955-1975) el único conflicto que se salió de la lógica de los medios de comunicación durante la Guerra Fría. La intervención norteamericana en el país asiático fue el primer gran conflicto, antes de la primera guerra del Golfo, que polarizó a la opinión pública norteamericana y mundial. Además se trató del primer caso de *guerra televisada* donde la televisión se mostró como un medio de comunicación a tener en cuenta, especialmente por su capacidad de determinar las relaciones entre opinión pública y élites políticas, hecho apoyado posteriormente por Bernard Cohen en 1994 tras la guerra del Golfo.

La débil censura militar, propiciada según diversos analistas por la naturaliza subversiva del conflicto, provocó que impactantes escenas (como la imagen de los niños vietnamitas huyendo del gas napalm) llegarán a la opinión pública norteamericana creándose durante los años sesenta grandes movimientos antibelicistas que terminaron por provocar la retirada de las tropas estadounidenses de la antigua colonia francesa.

³⁵ MARTÍN ARAGONÉS, Luis, "Medios de comunicación social. Influencia en los conflictos armados", Boletín de información, No. 255, pp. 109-120, 1998.

Tras el fin del conflicto gran parte de la sociedad norteamericana culpó a los medios de comunicación de la derrota sufrida, idea que sigue siendo defendida en la actualidad en algunos círculos políticos y militares a pesar de que las evidencias muestran lo contrario³⁶.

La lógica propagandística (ellos vs. nosotros) se mantuvo hasta el final del denominado «Segundo Mundo» donde por primera vez la política exterior sufrió una equiparación al resto de políticas públicas. La incidencia de la opinión pública como variable a tener en cuenta, y su consecuente complejidad a la hora de configurar la política exterior, ha provocado la aparición de nuevos modelos teóricos y efectos de compleja categorización especialmente en lo relativo a los conflictos armados. Como se ha dicho anteriormente las guerras surgidas a principios de los 90, son el principal ejemplo del equilibrio existente en el proceso de comunicación política entre medios de comunicación, élites políticas y opinión pública lo que ha propiciado nuevos desafíos en la gestión de la información de los Estados occidentales³⁷.

Tras Vietnam, fue la primera guerra del Golfo, donde una coalición de Naciones Unidas abanderada por EE. UU. expulsó a las tropas iraquíes de Saddam Hussein del pequeño Estado de Kuwait, otro de los grandes acontecimientos de la anteriormente denominada *guerra televisada*. No obstante el conflicto en Oriente Próximo se caracterizó por un fuerte control estatal sobre la publicación imágenes audiovisuales de la guerra, donde muchos analistas señalan como una lección aprendida de la derrota en Vietnam³⁸ hecho que suscitó un gran descontento entre los medios de comunicación norteamericanos. Además de la intervención del material audiovisual, la guerra del Golfo se caracterizó el control de los movimientos de los periodistas sobre el terreno (medida tomada ya anteriormente por el Ejecutivo británico en la guerra de las Malvinas (1982) contra la Tercera Junta Militar Argentina). No obstante, autores como Belknap consideran que la denominada Operación Tormenta del Desierto fue el conflicto más ampliamente reportado de la historia siendo la primera *CNN War* (2001), aunque otros autores como Lance Bennett o Paletz criticaron la *indexación* de los medios de comunicación

³⁶ HALLIN, Daniel, "The Uncensored War: The Media and Vietnam", California University Press, 1989.

³⁷ TORRES SORIANO, Manuel & GARCÍA MARÍN, Javier, "Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán", *op. cit.*, pp. 11-23.

³⁸ JEFFERSON, Susan y RABINOVITCH, Lauren, "Seeing through the Media: The Persian Gulf War", Rutgers University Press, Nueva Jersey, 1994.

norteamericanos al no contemplar alternativas ni postulados distintos al debate mediático sobre el conflicto produciéndose una instrumentalización de la información pública³⁹.

Los conflictos armados surgidos durante los años noventa, especialmente los relativos a la disolución de la antigua Yugoslavia y los desarrollados en el África subsahariana (Sierra Leona, Angola, Ruanda, Somalia, Sudán etc.) se caracterizaron no solo por una mayor libertad de los medios a la hora de realizar la cobertura de los conflictos sino por un considerable aumento del número de periodistas de guerra a pie de calle, llegando incluso a haber cerca de 2 000 periodistas durante el conflicto de Kosovo⁴⁰. No obstante, como apuntan los principales estudiosos, no ha sido la cobertura, ni el aumento de libertad de los medios, ni tampoco el aumento del número de periodistas (aunque en esta variable si mantiene una fuerte relación con la aparición de noticias «poco deseables») los factores determinantes de la opinión pública de los países occidentales. Desde los años noventa en Yugoslavia pasando por la guerra de Irak de 2003 así como en los conflictos actuales de Ucrania y Siria la explicación de los conflictos se ha visto reducida bajo tan solo dos o tres enfoques o encuadres que han llenado por completo el debate político de la opinión pública.

En el caso yugoslavo, los medios occidentales se decantaron por dos encuadres diferenciados: *disputa persistente* que abogaba por la prudencia a la hora de tomar decisiones de intervención en el país balcánico por la complejidad del conflicto por su origen étnico. Y *genocidio* mostrando el conflicto como una flagrante violación de los derechos humanos (muy sonado el caso de Srebrenica) donde la intervención militar era una necesidad inminente. Durante la guerra de Irak se produjo el mismo caso, los medios de comunicación se mostraron a favor o en contra de la intervención en el país árabe denunciando que el origen del problema se encontraba o bien *en la actitud unilateral de los EE. UU* (no intervención) o en *la actitud de Saddam Hussein como genocida y dictador* (sí intervención).

Evidentemente, el análisis de encuadres requiere un estudio exhaustivo de los medios de comunicación de cada país puesto que, como señala Javier García Marín, en situaciones de consenso político, los medios de comunicación y los grupos políticos usarán encuadres similares en sus discursos, mientras que en situaciones de disenso

³⁹ BENNETT, Lance y PALETZ, David, "Taken by Storm: The Media Public Opinion, and US Foreign Policy in the Gulf War", University Chicago Press, Chicago, 1994.

⁴⁰ TUMBER, Howard y WEBSTER, Frank, "Journalist under fire: Information war and journalistic practices", Sage, Nueva York, 2006, p.17.

político se producirá el fenómeno contrario (2007). Aunque la explicación de los conflictos en Siria (*Lucha contra el yihadismo del Daesh y Bashar Al-Assad es un genocida inviable para la paz*) y Ucrania (*invasión rusa del país y persecución política y étnica de la población rusófona*) ha polarizado el debate político en diversos países, si atendemos el caso español tanto los grupos políticos como los medios de comunicación examinan el conflicto ucraniano y sirio de forma similar aunque evidentemente con ciertas peculiaridades.

Resulta crucial señalar que los encuadres no se centran en los temas seleccionados por los medios de comunicación, sino en cómo dichos temas son presentados a la audiencia. Este hecho hace que no haga falta que se muestren plasmados en su totalidad ya que dependen de diversos mecanismos de activación, *priming*. Parafraseando a Entman el proceso de encuadre consiste en la selección «de algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más visibles en un texto comunicativo, de tal forma que se promueve una definición del problema, evaluación moral y tratamiento determinados»⁴¹.

Conclusiones, redes sociales y nuevos medios

Durante los últimos años, Internet (entendida como red de redes) se ha convertido en el canal comunicativo por excelencia. A pesar de ello, no podemos hablar de un único medio si no en una pluralidad de medios, donde evidentemente han entrado los medios de comunicación tradicionales. La explosión de los medios de comunicación cibernéticos tiene su origen no solo en la reducción considerable de costes, si no en que ha sido capaz de aunar, bajo un mismo prisma, información escrita, audiovisual, auditiva y visual. El poder de Internet, y por consiguiente las redes sociales, como herramienta movilizadora, quedó patente tras las revueltas de 2011 conocidas como la Primavera Árabe que terminaron por derrocar los Gobiernos en Túnez, Egipto y Libia y han producido fuertes conflictos que perduran hasta la actualidad como los casos de Siria o Yemen. La Primavera Árabe resultó uno de los fenómenos más increíbles e imprevisibles de los últimos tiempos hasta el punto de que una amplia mayoría de analistas atribuyen la responsabilidad de las revoluciones al aparente uso intensivo de las herramientas sociales de Internet. A pesar del debate y discrepancias dentro de la comunidad científica, existe un consenso prácticamente unánime a la hora de afirmar que desde la

⁴¹ ENTMAN, Robert, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", *op. cit.*, pp. 51-58.

aparición de Internet se ha producido una reestructuración de la cobertura de los conflictos armados, al romperse el monopolio ejercido por los medios de comunicación clásicos.



Figura 2: Herramientas digitales en el mundo. Fuente: We are Social, 2016

Tradicionalmente, como señala Manuel R. Torres, «los medios de comunicación han ejercido una labor de ‘puerta de entrada’ a la opinión pública a través de una serie de procedimientos que permitían filtrar y seleccionar la información relevante de aquella otra que posee un escaso valor»⁴². Estos procedimientos consistían en:

- La profesionalidad y experiencia de los periodistas a la hora de seleccionar noticias en los procesos de *gatekeeping*.
- Las rutinas informativas de cada medio de comunicación a la hora de recoger, analizar y tratar la información.
- La idea del coste-beneficio a la hora de sacar el máximo rédito económico a la hora de cubrir determinados sucesos.
- El establecimiento de unos límites de tiempo y espacio a la hora de abordar una determinada información.

⁴² TORRES SORIANO, Manuel, “Guerras Youtube: El impacto de las nuevas tecnologías de la información en el tratamiento mediático de los conflictos armados”, Cuadernos de Estrategia, 2011. no. 148, pp. 129-157.

El excesivo coste que ha supuesto a los medios de comunicación adquirir equipos de filmación, edición, trasmisión, así como el traslado de personal a las zonas de combate, se ha vuelto insostenible durante los últimos años desde la aparición de blogs, redes sociales, portales de noticias etc. Este entorno hipercompetitivo a la hora de cubrir los conflictos armados ha obligado a depender, cada vez más, de diferentes agencias de información y a suavizar los procesos de *gatekeeping* dándose un entorno mucho más volátil e inseguro. La excesiva expansión de la información a través de Internet ha favorecido la propagación de bulos, *Fake News*, y de noticias de difícil confirmación, fenómeno que ha afectado a los medios de comunicación tradicionales perjudicando su imagen profesional ante las audiencias.

A pesar de esto, no significa que los medios tradicionales se hayan convertido en sujetos irrelevantes. Los medios de comunicación siguen siendo los principales actores a la hora de producir los diferentes encuadres a los que está expuesta la opinión pública, permitiendo a esta «entender, valorar y modelar sus percepciones ante asuntos complejos»⁴³.

No solo la aparición de Internet ha supuesto un desafío a la hora de cubrir y gestionar la información de los conflictos armados. La llegada de nuevos canales informativos, cuyo contenido está disponible en varios idiomas las 24 horas del día, como *Russia Today* o *Hispan TV*, dependientes de ejecutivos de carácter no democrático, ha suscitado la pregunta ¿es el sistema capitalista el garante de la profesionalidad y la veracidad de la información? Aunque no poseemos datos y estudios empíricos que nos permitan elaborar postulados concluyentes, existe una parte considerable de expertos que consideran que, para que los procesos de *gatekeeping* vuelvan a asentarse sobre los pilares de la profesionalidad y la comprobación, es necesario que los medios de comunicación vuelvan a ser empresas rentables desde el punto de vista económico.

En cuanto a la gestión de la información, el nuevo carácter asimétrico de las guerras también ha cambiado la lógica informativa. Al no existir un oponente claro e identificable desde el punto de vista militar, «la falta de correspondencia entre la filosofía y los recursos de los contendientes hacen que la guerra asimétrica tome como escenario el espacio inmaterial de la información»⁴⁴. Tomando como referencia el ejemplo

⁴³ TORRES SORIANO, Manuel, *ibid.*, pp. 146.

⁴⁴ TORRES SORIANO, Manuel y GARCÍA MARÍN, Javier, “Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán”, *op. cit.*, pp. 11-23.

estadounidense tanto en Irak como en Afganistán, se puede constatar que la superioridad militar y tecnológica no es un factor determinante a la hora de resultar vencedor contra enemigos de carácter asimétrico. El enfrentamiento contra actores no estatales, que en buena medida realizan una buena gestión de la información pública como arma de guerra, obliga a desarrollar eficaces estrategias tanto en el ciberespacio como en la cobertura televisiva ya que «si el gobierno llegar a perder su poder para gestionar la cobertura de las noticias en un escenario de guerra, su capacidad para usar la fuerza militar puede perderse»⁴⁵.

Como conclusión, partiendo del análisis descriptivo e histórico realizado, tanto el carácter asimétrico de las nuevas guerras, como las pérdidas económicas que ha supuesto Internet a los medios de comunicación tradicionales, son los principales desafíos a los que se tendrán que enfrentar las democracias occidentales a la hora de gestionar y cubrir las guerras en los próximos años.

*José Manuel Moreno Mercado**
Ayudante de investigación,
Grupo de Estudios en Seguridad Internacional (GESI)
Universidad de Granada

⁴⁵ COHEN, Bernard, "A View from the Academy", en W.L. BENNETT & D.L. PALETZ (Eds.), "Taken by Storm: The Media Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War". Chicago University Press, Chicago, pp. 8-11, 1991.