

Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán

Manuel R. Torres Soriano* y Javier García Marín**

El artículo mantiene la hipótesis de que los Estados-nación tienen una serie de limitaciones estructurales para adaptar su estrategia a los requerimientos de la nueva dimensión informativa acerca de los conflictos bélicos, algo que no sucede con los adversarios asimétricos, dotados de una serie de características que les permiten explotar todas las potencialidades de la sociedad de la información. Como respaldo a esta postura se incluye una revisión sea de las principales perspectivas teóricas sobre conflictos e información y conflictos asimétricos, sea de algunos de los aspectos más relevantes de la gestión de la información, tras las intervenciones militares occidentales en Afganistán, en 2002, y en Irak, en 2003.

Palabras Clave: medios de comunicación, conflictos, conflictos asimétricos, guerra de la información, Irak, Afganistán

War & Information Management: A Revision after the Conflict in Iraq and Afghanistan

In this article, the authors support the idea that nation-states have some structural limitations in order to adapt their strategies to the requirements of the new information dimension of armed conflicts. This, however, is not the case of their asymmetric adversaries, provided with some characteristics that allow them to exploit every potential of information society. As a support to this statement, the authors review the main theoretical perspectives on conflicts and information, asymmetrical conflict, as well as some of the most important aspects of information management during the interventions in Afghanistan (2002) and Iraq (2003).

Keywords: media, conflicts, asymmetrical conflicts, information warfare, Iraq, Afghanistan

Fecha de recepción: 09/01/2009

Fecha de aceptación: 29/09/2009

I. INTRODUCCIÓN

Existe un acuerdo casi unánime entre aquellos estudiosos que han investigado la compleja realidad de la guerra: el creciente papel que tiene la gestión de la información pública en el desarrollo de los conflictos bélicos (Libicki, 1995; Alberts et al., 2001, Armistead, 2004). Esta preponderancia se manifestó en algunos de los conflictos de la década de los noventa, como la llamada Guerra del Golfo, y en los de la antigua Yugoslavia y Kosovo. A pesar de que en ellos la gestión de la información jugó un papel destacado en la estrategia de los contendientes, el desenlace de estos conflictos estuvo vinculado a los tradicionales elementos del "poder duro", según la distinción de Joseph Nye (1990). Sin embargo, en los últimos años, hemos podido asistir a un acelerado incremento de la importancia del componente "inmaterial" de la guerra. La generalización y sofisticación de las nuevas tecnologías de la información, junto con la aparición de una nueva tipología de conflicto

caracterizado por la asimetría en la naturaleza y fines de los contendientes, han situado a la dimensión informativa de los conflictos en el lugar central de toda reflexión sobre la naturaleza de las guerras del presente y el futuro.

El análisis detallado de este nuevo contexto en el cual tienen lugar los enfrentamientos armados hace necesario replantear los tradicionales cálculos en torno al papel de la información en los conflictos (Berkowitz, 2003). Con objeto de llevar a cabo este propósito, en el presente artículo realizamos una revisión de los principales enfoques teóricos en torno a la gestión estratégica de la información. Como se verá más adelante, todos ellos se caracterizan por las complejas relaciones que se pueden establecer entre las instituciones estatales (principalmente el ejército) y los medios de comunicación de masas. La nueva tipología de los conflictos bélicos

* Profesor de Ciencia Política en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Doctor y Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad de Granada. mrtorsor@upo.es

** Profesor de Ciencia Política de la Universidad de Granada. Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Granada y Licenciado en Historia por la Universidad Autónoma de Madrid. jgmarin@ugr.es

y el entorno social y tecnológico en el cual se desenvuelven nos llevan a pensar que estos enfoques han quedado mayoritariamente superados. En el presente trabajo, planteamos la hipótesis de que los Estado-nación tienen una serie de limitaciones estructurales para adaptar su estrategia a los requerimientos de la nueva dimensión informativa de los conflictos bélicos; algo que no sucede con los adversarios asimétricos, los cuales, podrían estar dotados de una serie de características que les permitan explotar todas las potencialidades de la sociedad de la información.

A tal fin, primeramente, analizaremos cómo se ha gestionado la información pública durante los conflictos armados más tradicionales. Luego, revisaremos la concepción de conflicto asimétrico y sus implicaciones informacionales y, por último, veremos la gestión de dichos aspectos después de los conflictos de Irak y, en menor medida, de Afganistán.

II. CONFLICTOS ENTRE ESTADOS Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

La primera cuestión que hemos de abordar es si existe realmente una diferenciación de los conflictos —o la política exterior— como sujeto específico de la comunicación política. Es decir, ¿es diferente la gestión de la información en la política exterior?

A este respecto, una breve revisión de la literatura sobre comunicación política nos revela que esta diferenciación es bastante temprana, tanto como la propia disciplina. En su estudio, ya clásico, de 1922, Walter Lippmann (2003 [1922]) sugirió una diferencia al señalar que la cobertura de asuntos internacionales, por parte de los medios, proporcionaba el elemento primordial para la conformación de las percepciones del público. Nicholas Berry indica que los asuntos de política exterior son mucho más ajenos a la mente del público (1990) y autores, como Shanto Iyengar y Donald Zinder (1987) llegaron a indicar que, debido a que la mayoría del público estadounidense no tiene ni interés ni conocimiento en asuntos internacionales, se inclina a creer lo que muestra la televisión, su principal fuente de información de política exterior. Otros autores han agregado que, sencillamente, el público norteamericano carece de sofisticación suficiente para comprender los eventos internacionales (Paletz y Entman, 1980). Algunos autores muestran que la opinión pública se muestra confundida o mal informada acerca de importantes episodios de la política internacional: Greg Philo y Mike Berry en *Bad News*

from Israel (2004), por ejemplo, muestran cómo el público estadounidense, británico y alemán tienen diferentes percepciones sobre el conflicto palestino-israelí, hasta el punto de que algunas personas llegan a creer que los llamados “territorios ocupados” están ocupados por los palestinos. Stephen Kull, Clay Ramsay y Evan Lewis en “Misperceptions, the Media and the Iraq War” (2003-4), también llegan a la conclusión de que el público norteamericano tenía importantes deficiencias en su conocimiento sobre la crisis de Irak. Ambos trabajos, además, sitúan de forma explícita la culpabilidad en los medios de comunicación.

Asimismo, la obra de Bernard Cohen (1963) —que inauguró, de alguna forma, las teorías de *agenda setting*— llevaba por título, precisamente, *The Press and the Foreign Policy*. En dicha obra, el autor distinguió las funciones de informar y explicar la política exterior al público en general y la de criticar y cuestionar las decisiones gubernamentales sobre la materia¹. Desde entonces, varios autores han interpretado el papel de los medios como participantes activos e independientes, el “perro guardián” (*watchdog*) del interés público frente al gobierno (Graber, 1997). Por otro lado, existe la literatura que ve a los medios sólo como un componente más de la compleja estructura del poder político. Los medios son un *instrumento* que tiende a apoyar las posiciones de las elites, sin ofrecer disensión a las decisiones gubernamentales (Hallin, 1987). El modelo de propaganda o de “fabricación del consenso” de Herman y Chomsky (1988) apuntará en esta dirección al igual que los trabajos de David Miller (2003-4). La mayoría de los autores, sin embargo, adopta una postura intermedia, donde los medios no son ni enemigos abiertos ni componentes de la propaganda del gobierno. La relación entre el gobierno y los medios de comunicación es calificada de “simbiótica”, donde ambos cooperan y se apoyan entre sí, logrando beneficios mutuos (Orren, 1986: 14; O’Hoffernan, 1991; y, hasta cierto punto, Seib, 2004). También existe la concepción de que los medios de comunicación tienen un comportamiento sistémico (Luhmann, 2000) con unas determinadas rutinas y condicionamientos (tecnológicos, presupuestarios, etc.) que pueden provocar una cobertura sesgada en algunos casos (Philo y Berry, 2004; Kull, Clamsay y Lewis, 2003-4).

De lo anterior se desprende que multitud de académicos consideran que la política exterior posee unas características especiales que hacen que su cobertura informativa pueda ser más convincente para la opinión pública que otros tipos de cobertura. Por ello, la gestión de la información pública en los

1 En este sentido, es importante anotar que O’Heffernan (1991) afirma que la obra de Bernard Cohen señala un tipo de proceso de las relaciones entre los medios y las élites políticas, proceso que cambiaría con el final de la Guerra Fría. Este cambio estaría caracterizado, sobre todo, por una interdependencia entre ambos actores. Sobre la idea de que el final de la guerra fría marca una frontera en estas relaciones. Véase también Entman (2004).

episodios importantes de la política exterior, especialmente los conflictos, ha merecido la atención especial de todos los actores de la escena internacional y, sobre todo, de los estados. Naturalmente, esta gestión ha tenido diferentes etapas desde la labor del citado Walter Lippmann, en la Primera Guerra Mundial.

Sin ánimo de retrotraernos tanto en el tiempo, podemos afirmar que, como en casi todas las esferas relacionadas con la escena internacional y la seguridad, el fin de la Guerra Fría supuso un cambio de paradigma en la gestión de la información pública y los conflictos. Los nuevos conflictos surgidos en la década de los noventa supusieron no sólo un desafío a las instituciones de la comunidad internacional, sino el fin del exponente binario capitalismo/socialismo (o ellos/nosotros). Dicho paradigma servía como definidor primario de la gestión de la información en el diseño de la política exterior y, muy especialmente, durante los conflictos de los estados occidentales, con la complicidad de los medios de comunicación propios de cada uno de los países a pesar de la aparición de mitos como el papel mediático durante el conflicto de Vietnam. Desde el final de la contienda con el mundo comunista, se constata la existencia de un proceso caracterizado por la homologación de la política exterior al resto de políticas públicas, sobre todo, en los Estados Unidos, aunque también en muchos otros países, especialmente de Europa. La seguridad se ampliará a otras esferas y el término sufrirá reformulaciones. La obra de Barry Buzan, Ole Waever y Jaap de Wilde (1997) constituye un buen ejemplo de nuevos conceptos asociados a la seguridad.

No obstante, el principal fenómeno que se puede percibir durante la década de los noventa ha sido la incidencia de la opinión pública sobre las cuestiones de política exterior. Si el paradigma anterior suponía, como se ha dicho, una división binaria capitalismo/socialismo donde los matices de la diplomacia se veían simplificados en dichos términos, el fin del “Segundo Mundo” produjo indefinición en las políticas exteriores del mundo occidental, además del surgimiento de problemas largamente aplazados por la lógica de la Guerra Fría. Esta unión de indefinición/redefinición y la aparición de nuevos conflictos provocaron la llegada de fenómenos nuevos en la gestión y diseño de la política exterior, de difícil categorización; pero fundamentalmente, suscitaron la aparición de la opinión pública —como variable a tener en cuenta— y, con ella, el aumento del papel de los medios de comunicación de masas (Entman, 2004). Los conflictos en el Golfo Pérsico, en la región de los Balcanes y en África Subsahariana fueron los principales escenarios donde se pusieron de manifiesto los

nuevos equilibrios entre opinión pública, medios de comunicación y élites políticas, epicentros del proceso de comunicación política y verdaderos desafíos a las políticas de gestión de la información de los estados occidentales.

El primero de los conflictos internacionales que hizo su aparición en la década de los noventa fue la primera guerra del Golfo, donde una coalición liderada por los Estados Unidos y organizada por las Naciones Unidas expulsó a Irak de Kuwait. Además, constituyó uno de los primeros ejemplos de *guerra televisada*, hasta el punto que Bernard Cohen (1994) afirmará que este conflicto muestra la importancia de la televisión como medio de comunicación y su papel en la definición de las relaciones entre los medios y las elites políticas en la política exterior (9). De ahí la importancia de analizar el tratamiento de la información (*la gestión* de la misma que hacen los diferentes actores). Durante la guerra del Golfo, este tratamiento estuvo caracterizado por un férreo control sobre el material que debía publicarse, especialmente el audiovisual, lo que provocó las quejas de ciertos medios de comunicación al no poder enfocar el conflicto según sus rutinas. Este hecho pudo estar detrás de la aparición de la *tecnoguerra mediática* (o *guerra virtual* en los términos de Michael Ignatieff, 2000) como referente informativo en la cobertura del mismo, indicando el surgimiento de un enfoque centrado en las características técnicas del conflicto en lugar de sus consecuencias.

Este fenómeno hace pensar en que los Estados Unidos tomaron el ejemplo británico aplicado a la Guerra de las Malvinas (*Falklands*) donde la gestión de la información estuvo fuertemente marcada por el control del movimiento de los periodistas en las islas. Así, los profesores Susan Jeffords y Lauren Rabinovitch (1994) afirman que el Pentágono, explícitamente, censuró ciertos tipos de imágenes, especialmente aquellas que cubrían las bajas de guerra, con la creencia de que recordaba “a los efectos de cierto tipo de publicidad de guerra que atendía a la guerra de Vietnam” (20). Sin embargo, este nuevo concepto en la gestión de la información, por parte de las autoridades de los Estados Unidos, no pasó desapercibido ante los periodistas. En este sentido, algunos de ellos vincularon esta decisión con el nuevo concepto de *information warfare* presente en el ejército estadounidense (Tumber y Webster, 2006). Este intento de instrumentalizar la información pública hizo que el modelo fuera duramente criticado por autores como Lance Bennett y David Paletz quienes, en su obra *Taken by the Storm* (1994), argumentaban que los medios de comunicación de los Estados Unidos estaban *indexados* al debate político, sin

cuestionar los postulados ni alcance de dicho debate y sin ofrecer alternativas al mismo. Mervin Kalb afirmará que los medios de comunicación ejercieron lo que denomina como *patriotic journalism* (1994: 5) e, incluso, cuando la cadena de televisión CNN ofreció cierta independencia de criterio al cubrir la información oficial iraquí fue apodada "Saddam Network News" (5). En general, se puede afirmar que la gestión de la información durante la primera Guerra del Golfo, heredó el diseño binario del discurso de la Guerra Fría, al caracterizar el régimen de Saddam Hussein como maligno y las acciones de la coalición como benignas. Sin embargo, esta dualidad pronto se vería desafiada durante la década de los noventa al surgir conflictos internos donde las partes y los actores eran difíciles de definir y los intereses de occidente poco claros, en el mejor de los casos.

De entre estos nuevos conflictos, los surgidos a raíz de la desmembración de Yugoslavia, coparon la mayor atención mediática, especialmente, la intervención de la OTAN en Yugoslavia en 1999. En términos generales, todos los episodios en la región de los Balcanes estuvieron caracterizados por una mayor libertad para los medios de comunicación, quizá a raíz de una política poco clara en la gestión de la información por parte de los principales actores. Este fenómeno estuvo, tal vez, detrás del aumento exponencial en el número de periodistas sobre el terreno. Para el conflicto de Kosovo, se calculan unos 2000 sólo en Serbia (Tumber y Webster, 2006: 17). Sin embargo e independientemente del aumento de la libertad de los medios, de la cobertura y del número de periodistas, durante toda la década de los noventa, los medios de comunicación tendieron a explicar los conflictos en la antigua Yugoslavia bajo tan sólo dos enfoques: *disputa persistente* y *genocidio*. El primero de los encuadres aconsejaría prudencia en las decisiones, ya que nada puede hacerse al tratarse de un conflicto étnico de difícil solución. El segundo, *genocidio*, abogaría por la intervención exterior para detener una situación de abuso de los derechos humanos en la región. Estos enfoques, mencionados por Nelson, Oxley y Clawson (1997: 222) y hallados también en el conflicto de Kosovo (García Marín y Vázquez, 2006) pueden explicar el aumento del interés público sobre las cuestiones de política exterior, incluso hasta el punto de demandar una intervención (Cohen, 1994: 10).

Las relaciones entre informadores, decisores políticos y opinión pública cambiaron con los conflictos de la antigua Yugoslavia, promoviendo la aparición de nuevos paradigmas científicos para su estudio y análisis. El crecimiento del núme-

ro de reporteros, en cada conflicto, asegura que las noticias incluso las *poco deseables*, alcancen a los públicos occidentales, tal y como sucedió durante la guerra en Irak, en 2003, independientemente de las acciones preventivas de políticos y militares (Tumber y Webster, 2006: 18). Uno de los modelos que intenta estudiar estos cambios fue propuesto por Robert Entman, en 2004, denominándolo *modelo de cascada*, donde 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. De entre las sugerencias del modelo propuesto por Entman destacan, para nuestro propósito, tres: que las relaciones entre los medios de comunicación y los gobiernos (el Presidente de los Estados Unidos para Entman) han cambiado; pues los primeros prefieren oponerse a las explicaciones del segundo, si tienen oportunidad para ello; además, después de la Guerra Fría, si los gobiernos no saben administrar las relaciones con la prensa y el resto de elites políticas, pueden perder el control sobre la explicación del conflicto, entonces, el comportamiento de los actores es menos predecible, lo que aumenta el valor de la información y de los medios de comunicación.

Estas ideas sugieren que los estados se enfrentan a desafíos en la gestión de la información y que requerirán de estrategias bien diseñadas, sobre todo, desde el surgimiento de nuevos conflictos asimétricos con nuevos actores, no estatales, caracterizados, entre otras cosas, por una buena gestión de la información pública como herramienta —o, incluso, como fin— de su táctica en los conflictos. El desafío fue ya planteado por Bernard Cohen: "si el gobierno llega 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" (1994: 10).

III. LA LÓGICA DE LOS CONFLICTOS ASIMÉTRICOS

Otro de los elementos que han cambiado en la transición del paradigma de Guerra Fría ha sido la naturaleza de los propios conflictos, como ya hemos comentado. Una de las características de estos cambios es que suponen un desafío a las formas de actuación de los estados tradicionales, incluyendo la gestión de la información, elemento que, además, se ha convertido en una pieza clave. El término que más éxito ha tenido para definir estos cambios ha sido el de *conflictos asimétricos*.

Cuando hablamos de conflictos, la asimetría suele entenderse como: “actuar, pensar, y organizarse de forma diferente al oponente en orden a maximizar nuestras propias ventajas y explotar las debilidades del adversario” (Patterson, 2002: 1). La gran clave de las estrategias asimétricas consiste, precisamente, en evitar aquello en lo que los ejércitos occidentales se han estado especializando durante siglos: el combate abierto. No se trata sólo de acudir a una simple guerra de guerrillas, sino de llegar a mantener oculta la propia identidad del atacante, llegando incluso a modificarla o difuminarla constantemente. Los ejércitos occidentales, que siguen esperando un enemigo claro a quien batir en combate abierto, quedan frecuentemente desconcertados cuando éste se diluye, para después aparecer con otra identidad y en otro lugar.

La asimetría tiene otras manifestaciones; una de ellas es la convicción del oponente más débil que debe recurrir a todos los medios a su alcance para conseguir doblegar a su adversario. En el plano moral, esto implica actuar bajo un conjunto de normas y un sistema de valores completamente diferentes a los del enemigo, lo cual puede terminar suponiendo una ventaja estratégica en el desarrollo del conflicto. Así, por ejemplo, en un libro sobre los nuevos tipos de guerras, escrito por el coronel chino Wang Xiangsui, se establecía que: “La guerra ha tenido reglas, pero estas reglas han sido establecidas por occidente... si tú usas estas reglas, entonces los países débiles no tienen oportunidades... nosotros somos un país débil, entonces ¿necesitamos combatir con esas reglas?: no” (*cit.* en Schwartau, 2000: 199). El militar chino aplica su argumentación a un caso histórico estableciendo que el presidente serbio Milosévic hubiese podido fortalecer su causa durante la intervención militar de la OTAN en Kosovo, si éste hubiese lanzando ataques terroristas contra intereses americanos y de la Alianza Atlántica en Italia. Como señala, en uno de sus libros, el reportero de guerra y escritor Robert D. Kaplan, que asumir la crueldad y la realización de atrocidades como una forma legítima de guerra, confiere a quien la utiliza la capacidad de atacar al enemigo por “una vía que no encontrará una réplica similar” (Kaplan, 2002: 192).

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. Estrechamente vinculado a este requerimiento, aparece el término de origen militar “guerra de la información” (Hutchinson y Warren, 2001). Se trata de un concepto muy amplio que enfatiza la tremenda importancia de la información como eje

sobre el cual orbita el resto de las cuestiones relacionadas con el desarrollo de los conflictos bélicos del presente y del futuro. Proteger la propia información y atacar la del adversario, se convierte en un objetivo prioritario en la medida en que los tradicionales cálculos de equilibrios de armamentos entre los diferentes ejércitos quedan obsoletos.

Sin embargo, este concepto tiene, además, una vertiente no “material”, e incluso no violenta. Esta dimensión de la guerra de la información hace referencia al elemento “perceptivo” de la misma, enfatizando cómo la difusión de información y determinadas formas populares de entender la realidad tienen una importancia decisiva en el desenlace de los conflictos. Utilizando la terminología de Clausewitz (1984 [1873]), los nuevos teóricos de la guerra han advertido que hoy, más que nunca, el “centro de gravedad” de las sociedades más avanzadas descansa en su opinión pública, y que alcanzar e influir ese centro de gravedad puede convertirse en sinónimo de victoria (Taylor, 2002).

La guerra de la información no es un fenómeno nuevo. De una forma u otra, ha estado presente en todos los conflictos armados. La guerra psicológica, la propaganda y la desinformación han sido moneda común en las contiendas bélicas que se han sucedido a lo largo de la historia, pero, tradicionalmente, han ocupado un lugar secundario. Alcanzar la moral y los deseos de luchar del enemigo eran considerados esfuerzos adicionales que se sumaban a las acciones encaminadas a destruir materialmente sus recursos bélicos. Sin embargo, la evolución tecnológica, la transformación del modo de llevar a cabo la guerra, junto a la importancia creciente de la opinión pública en el desenlace de un conflicto, han determinado la primacía de la faceta informativa sobre cualquier otro aspecto de los enfrentamientos armados. Y todo ello en un ambiente caracterizado por unas nuevas relaciones entre los estados y los medios de comunicación, según las tesis ya expuestas de Robert Entman (2004).

Por un lado, el desarrollo armamentístico ha disparado el costo en términos de destrucción que implica utilizar la guerra como herramienta política, lo que ha determinado que “desmilitarizar” el conflicto y enfocarlo en términos informativos sea la elección más acertada desde el cálculo de costes y beneficios. Sin embargo, el principal elemento que ha propiciado su importancia ha sido la asimetría que caracteriza a los conflictos bélicos de la actualidad. La desproporción en términos de poderío armamentístico, económico y social que existe entre gran parte de los países de la Tierra, ha determinado que aquellos actores que carecerían de alguna posibilidad de victoria en un

conflicto bélico convencional, encuentren en la guerra de la información una herramienta de gran valor. Sin embargo, para aquellos actores, como grupos insurgentes y terroristas, cuya absoluta asimetría los aleja de cualquier otro tipo de estrategia, se ha convertido en el eje central de su acción.

Recurrir a la guerra de la información como principal recurso, no implica que la violencia desaparezca del conflicto. Antes bien, ésta permanece latente, o se integra como un elemento más dentro de la búsqueda de la derrota del enemigo. Las acciones armadas pueden ser parte de la guerra de la información, ya que la violencia puede convertirse fácilmente en un mensaje o en un eficaz transmisor de símbolos y significados.

El empleo de la fuerza con fines comunicativos puede estar orientado a influir en la percepción del propio bando o en la del enemigo. Este tipo de conflictos se estructuran como “batallas por el relato”, en pugnas por imponer un discurso o una narración de la realidad que justifique o condene las acciones que tienen lugar en el curso de la contienda; de ese modo, se trabaja el terreno de lo subjetivo para obtener resultados “objetivos”.

En este tipo de conflicto, conceptos como victoria y tiempo resultan aun más equívocos. No resulta fácil delimitar cuándo tiene comienzo y cuándo llega a su fin una guerra de la información; cuándo se está en tiempo de paz y cuándo en guerra. En el caso de grupos terroristas que acuden a estas estrategias, la indeterminación temporal es aún mayor. Las acciones terroristas se espacian en el tiempo por razones operativas y por cálculo estratégico. La diferente naturaleza de los actores, su concepción temporal del conflicto y las presiones que pesen sobre unos y otros constituyen variables relevantes para la comprensión de la guerra. Así, por ejemplo, un gobierno que tenga que revalidar su mandato en un plazo máximo de cuatro años, tendrá un planteamiento del enfrentamiento muy diferente de un grupo terrorista que asume el paso de varias generaciones antes de que se alcancen sus objetivos. De ese modo, el débil podría aprovechar el sentido de urgencia del fuerte.

IV. LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DESPUÉS DE LAS GUERRAS DE IRAK Y AFGANISTÁN

La ocupación de Irak y Afganistán, por parte de una coalición de Estados liderados por Estados Unidos, se ha convertido en un claro exponente del tipo de conflictos donde la gestión de

la información se convierte en el elemento central del enfrentamiento. Tanto unos contendientes como otros, han hecho un profuso uso de los mecanismos de la guerra de la información; sin embargo, los Estados Unidos y sus aliados no han conseguido exportar su abrumadora superioridad militar y material al ámbito de la vertiente informativa del conflicto. Este debería ser un resultado paradójico, si el desarrollo de este tipo de enfrentamientos fuera determinado por el volumen de recursos que cada uno de sus actores dedica a “combatir informativamente” a su oponente. De hecho, la faceta comunicativa del conflicto no ha tomado desprevenida a la doctrina militar estadounidense que, desde hace tiempo, ha trabajado e interiorizado en sus procedimientos algunas de sus principales lecciones (Jordán y Calvo, 2005). Así, el coloso estadounidense ha dedicado una cantidad ingente de recursos económicos para ganar la batalla por “la mente y los corazones” (Rid, 2007b). Se calcula que, en 2007, el montante de los recursos que el gobierno americano dedicó a operaciones de información, en ambos escenarios, ha alcanzado los 250 millones de dólares (Garfield, 2007). Sin embargo, sus resultados han sido tremendamente pobres, teniendo en cuenta los bajos niveles de audiencia de las emisiones de la coalición y el escaso impacto de su mensaje. Así, por ejemplo, al inicio de la ocupación en Irak, la Autoridad Provisional de la Coalición (CPA) puso en marcha un nuevo medio de comunicación destinado a crear un clima de opinión favorable al nuevo contexto político: *Iraqi Media Network* (IMN). Sin embargo, su audiencia nunca superó el 12% de la población, frente al 63% de los iraquíes que seguían cadenas panárabes como *Al Jazeera* y *Al Arabiya*, dispuestas a dar una amplia cabida, en sus espacios, a los mensajes y materiales audiovisuales elaborados por las organizaciones insurgentes y terroristas que operaban en el país (Chandrasekaran, 2007: 166).

De aquí surge una de las principales tesis que mantendremos en este artículo: la capacidad de resultar victorioso en la “guerra de la información”, no depende sólo de la importancia y los recursos que se le concedan, sino que puede ir íntimamente ligada a la propia naturaleza de los contendientes. Como trataremos de demostrar, a continuación, los actores estatales, caracterizados por una estructura jerárquica, por tener procedimientos estandarizados y estar sometidos a un estricto marco jurídico, se pueden encontrar en inferioridad de condiciones para hacer frente a actores estructurados en red, con gran capacidad de adaptación y cuya supervivencia depende del logro de una victoria incondicional. Todo ello, naturalmente, en el ámbito de las relaciones entre los Estados y los medios, descrito con anterioridad.

A este respecto, los grupos insurgentes en Irak y Afganistán están conscientes de que las acciones armadas contra las “tropas de ocupación”, a pesar de su frecuencia y magnitud, son ineficaces por sí solas, para lograr la derrota material de su enemigo (Kilcullen, 2009; Scheuer, 2008; Ricks, 2009). Sin embargo, sí que es posible derrotarlo en el ámbito de las percepciones, si son capaces de integrar adecuadamente comunicación y violencia.

La voluntad de combate del ejército estadounidense y, por extensión, de cualquier otro ejército occidental, no sólo depende de la moral de sus tropas y cuadros de mando, sino que orbita en torno a las percepciones de su ciudadanía, la única que, en último extremo, legítima y que, por tanto, es capaz de accionar su poderosa maquinaria militar. La insurgencia —si es capaz de incidir en estas percepciones, deslegitimando la posición del adversario; asentando la idea de que la victoria es imposible o mostrando la inutilidad de sus objetivos— puede paralizar la acción de las fuerzas armadas occidentales lo que, en última instancia, equivale a una derrota militar. En la búsqueda de ese objetivo, insurgentes y terroristas han incorporado en el diseño de cualquiera de sus acciones armadas, la inserción de elementos informativos que se ponen, posteriormente, a disposición pública como la grabación en vídeo de estas operaciones. Estos documentos alimentan la lógica de un conflicto donde las verdaderas batallas no tienen lugar en las calles iraquíes o afganas, sino en los hogares de la opinión pública internacional, la cual forma buena parte de sus juicios sobre la realidad atendiendo a los medios que, en múltiples ocasiones, recurren a narraciones y documentos como los que elaboran los propios insurgentes. Según un oficial de inteligencia estadounidense destacado en Irak: “uno sólo de estos vídeos es peor que una división de tanques enemiga” (Johnson, 2007).

La sofisticación y calidad de estos materiales no ha cesado de crecer, desde el inicio del conflicto, en ambos países. Los insurgentes han utilizado para sus materiales los últimos avances en equipos digitales de grabación y edición de imágenes, lo cual no sólo les ha permitido equiparar la calidad de sus imágenes con las obtenidas por los equipos profesionales de las cadenas de televisión, sino que también sus habilidades narrativas han mejorado considerablemente. Así, por ejemplo, con una frecuencia cada vez mayor, los ataques son filmados simultáneamente desde diferentes puntos, lo que permite que estos vídeos puedan recrearse en la visión repetitiva de las diferentes perspectivas de un mismo ataque (International Crisis Group, 2008).

En este sentido, los adversarios asimétricos parecen ser tremendamente hábiles a la hora de encontrar las vías para a través de ellas, seguir alimentado informativamente la narración de este discurso. Sus materiales audiovisuales no sólo son copiados y distribuidos manualmente en las calles del mundo árabe-musulmán, sino que han encontrado en las nuevas tecnologías de la información su cauce natural de expresión. Estos archivos son editados informáticamente y distribuidos en internet, en cuestión de horas. Algunos de ellos son grabados en teléfonos móviles de última generación y enviados instantáneamente a través de un mensaje multimedia a la persona encargada de distribuir ese material en la Red.

Al contrario, las acciones puestas en marcha por Estados Unidos, para gestionar a su favor la información proveniente del conflicto, han estado muy por debajo de las habilidades y efectividad desempeñada por su enemigo, mostrando poca flexibilidad y un gran anquilosamiento en las técnicas de gestión de la información, utilizadas desde la primera Guerra del Golfo. Tanto Irak como Afganistán son ejemplos tremendamente ilustrativos de las posibles limitaciones de los entes estatales a la hora de confrontar a un adversario asimétrico. Muchas de estas vulnerabilidades son fruto de errores estratégicos o de una deficiente gestión; sin embargo, existe un buen número de ellas, cuyo origen podría situarse en debilidades de carácter estructural y que, por tanto, afectan a cualquier estado moderno. Estos son, según nuestro juicio, algunos de estos puntos débiles:

a) Dificultades para actuar eficazmente en el ciberespacio. Uno de los hechos más desconcertantes de la acción comunicativa estadounidense, en Irak, ha sido la escasa dimensión que tienen las operaciones de información cuyo origen y destino es la red de redes. Este *casi-abandono*, lejos de deberse a una falta de concienciación sobre su importancia estratégica, tiene su origen en una serie de constricciones legales que impiden al gobierno estadounidense plantar batalla en el ciberespacio. A inicios de la Guerra Fría, se aprobó una ley federal conocida como el Acta Smith-Mundt, de 1948, que tenía como finalidad fundamentar jurídicamente la acción propagandística contra la Unión Soviética. Como salvaguarda democrática, una de sus cláusulas prohibía expresamente la distribución doméstica de la propaganda elaborada para una audiencia extranjera. Esta ley sigue vigente, y sus disposiciones siguen afectando al planeamiento de la diplomacia pública estadounidense a pesar de que, en el momento de

ser elaborada esta norma, aún no existían algunas de las que hoy día se consideran las principales manifestaciones de la llamada sociedad de la información, como internet, la televisión vía satélite o la telefonía móvil. De ese modo, los equipos jurídicos del ejército, temen que la puesta en marcha de acciones eminentemente persuasivas en internet, puedan ser interpretadas como una violación de esta disposición, debido al hecho de que este medio invalida la distinción entre audiencia doméstica y extranjera. Este rigorismo legal ha podido reducir considerablemente la oposición que el discurso insurgente encuentra en internet, ya que su contestación proviene casi de manera exclusiva de entes no gubernamentales, con diversos y contrapuestos resultados. De ese modo, si bien estos grupos no han dudado en explotar las innumerables ventajas que proporciona este nuevo medio, las tropas de la coalición, apenas han podido disfrutar de algunos de sus posibles beneficios.

b) Una equivocada estrategia de aproximación al medio televisivo. La televisión constituye, a nivel global, el medio por excelencia a partir del cual la población se informa y forja sus opiniones. Esto ha sido especialmente cierto en Irak y Afganistán, donde las altas tasas de analfabetismo obstaculizan la influencia de la prensa escrita y los medios digitales. EE.UU. ha volcado el grueso de su actividad comunicativa en este medio, creando nuevos canales afines al mensaje de la coalición e insertando publicidad en los medios ya existentes. En el primer caso, en poco más de dos años, Estados Unidos puso en marcha, junto a Radio Sawa, las televisiones *Al Hurra* y *Al Iraquiya*. Cada uno de estos esfuerzos fue diseñado para incrementar los niveles de popularidad de Estados Unidos. *Al Hurra* se concibió como un antídoto a la influencia creciente de las televisiones panarábicas, particularmente *Al Jazeera*, mientras que *Al Iraquiya* pretendía llenar el vacío informativo de post-guerra, permitiendo a Estados Unidos tener un foro, en árabe, donde promocionar de manera efectiva sus éxitos.

Ninguno de estos objetivos se alcanzaron ya que, desde su inicio, ambos medios fueron contemplados por la población musulmana con una enorme suspicacia, lo que dio como resultado unos paupérrimos niveles de audiencia (Clarke, 2004: 126). Este fracaso ha llevado a la administración estadounidense a conceder una importancia creciente a la inclusión de su mensaje en aquellos medios que sí gozan de aceptación e influencia. Sin embargo, aunque cualquier mensaje persuasivo que pretenda ser exitoso, debe adaptarse a la idiosincrasia

del público al cual va dirigido (o congruente culturalmente), el mensaje estadounidense hacia el mundo musulmán debe hacer frente a un enraizado cúmulo de prejuicios y preconcepciones que neutralizan su eficacia. Así, por ejemplo, en los casos iraquí y afgano, los responsables de comunicación estadounidenses pulieron sus contenidos al omitir la retórica democrática, liberal y cristiana, propia del sistema político estadounidense; al mismo tiempo, efectuaban continuos guiños a los elementos culturales, e incluso religiosos, del mundo islámico. El resultado fue totalmente contraproducente, en la medida en que la audiencia musulmana interpretó esta súbita conversión del emisor como un intento descarado de manipulación. Tampoco ha ayudado mucho la lógica simbólica y narrativa de algunas de las empresas publicitarias contratadas para la realización de estos *spots*, las cuales, han informado sobre la necesidad de aislar a la insurgencia utilizando una imaginería cinematográfica totalmente ajena a este entorno cultural. En definitiva, un universo visual demasiado lejano para una población acostumbrada a la cruenta realidad de los coches bombas y a décadas de la monótona, aunque simple, propaganda de sus respectivos gobernantes.

Sin embargo, la gran tragedia de esta acción comunicativa, no ha sido su escasa efectividad, sino la constatación de cómo los Estados Unidos han tenido que emplear cientos de millones de dólares para que su mensaje tuviese cabida en las emisiones de las cadenas árabes, mientras que, por el contrario, las imágenes elaboradas por los insurgentes han sido capaces de ocupar, de manera totalmente gratuita, cientos de minutos en los horarios de máxima audiencia.

c) Falta de reflejos, descoordinación y ausencia de una dirección estratégica. Una de las claves del éxito de una campaña de información consiste en su capacidad para imponer una agenda que incluya un número reducido de mensajes realmente relevantes. Para ello resulta imprescindible la existencia de una única autoridad, con la suficiente capacidad para coordinar y supervisar de manera ágil todas las cuestiones relacionadas con las "operaciones de información". Un diseño ideal, que se aleja completamente de la práctica occidental, en Irak y Afganistán, donde diferentes agencias gubernamentales, ubicadas en diferentes centros de mando, han competido entre sí por tener su parcela de acción en el campo de la comunicación y la diplomacia pública. Estos centros de decisión han fallado completamente a la hora de coordinarse y lanzar un mensaje coherente. La ausencia de comunicación entre ellos ha originado, por ejemplo, que, en Estados Unidos,

el Departamento de Defensa y el de Estado hayan contratado con la misma empresa publicitaria la realización de diferentes anuncios que perseguían un objetivo único, aumentando de ese modo el gasto gubernamental y la confusión entre una población que se ve saturada por mensajes, en ocasiones contradictorios.

No obstante, la principal dificultad se manifiesta en cómo la rígida y jerarquizada cadena de mando militar, junto con la resistencia a asumir riesgos por parte de otras agencias gubernamentales, ha desprovisto de cualquier tipo de agilidad y capacidad de adaptación a la acción comunicativa estadounidense. Cualquier iniciativa, independientemente de quien la plantee, debe pasar por un proceso de aprobaciones múltiples, que incluye responsables de *psyops*, abogados y mandos militares de alta graduación. Un proceso que consume días, e incluso semanas, antes de que reciba una aprobación definitiva. Esto imposibilita que la acción comunicativa estadounidense pueda rentabilizar determinados temas que, por su propia naturaleza (como determinados atentados contra la población civil), necesitan una acción rápida, capaz de entroncar con la indignación y la emotividad del momento. En ocasiones, determinadas iniciativas en este sentido, son puestas en marcha días después, cuando ha quedado diluido su efecto mediático, o incluso, han tenido lugar nuevos acontecimientos que anulan o incluso recontextualizan negativamente un mensaje caduco.

Si bien es cierto que la acción comunicativa se lleva a cabo de manera desestructurada y horizontal, ella, sin embargo, posee cierto nivel de coherencia estratégica, puesto que se la ejerce siguiendo las orientaciones generales establecidas de manera pública por determinados líderes carismáticos. La capacidad de estos grupos para aprender de manera vicaria, junto con la ausencia de rígidos procesos de aprobación, les permite llevar la iniciativa informativa, ya que no sólo son capaces de explotar, en cuestión de horas, determinadas acciones violentas o acontecimientos que favorecen su estrategia, sino que también son capaces de rebatir de manera casi instantánea los mensajes lanzados por la coalición, iniciándose así un falso debate que no encuentra continuación debido a la incapacidad estadounidense para lanzar una réplica inmediata. Esta "falta de reflejos" es aprovechada, igualmente, por los insurgentes para lanzar determinados bulos o informaciones falsas sobre nuevas victorias contra las tropas de la coalición o sobre atrocidades cometidas por los "invasores" (Rashid, 2009). La rigidez en la respuesta, permite que estos mensajes

ocupen, en solitario, el "espacio público". Cuando llega la refutación, la opinión pública de estos países ya ha interiorizado determinadas informaciones sin que haya tenido la posibilidad de contemplar una visión contradictoria del relato planteado por insurgentes y terroristas.

d) Falta de continuidad en los equipos encargados de gestionar la información. Implementar con éxito una estrategia de información requiere equipos altamente cualificados, profesionales con un profundo entendimiento de las claves culturales, sociales y psicológicas que explican la conducta de una determinada sociedad. Este tipo de personal, adaptado al ámbito concreto de las sociedades iraquí y afgana, no es especialmente numeroso dentro del bando norteamericano y aliado. La capacitación de nuevos equipos según las necesidades del momento, no es una solución, debido a la exigencia de una exhaustiva selección y un prolongado periodo de formación. Este proceso no se ve especialmente favorecido, a causa de la reducida consideración que estas labores despiertan dentro de la cultura militar estadounidense, volcada en el "ethos" del guerrero. De hecho, sus miembros prefieren aspirar a otras posiciones que no sólo disfrutan de un mayor reconocimiento entre sus iguales, sino también de una más evidente utilidad para la promoción profesional.

Esta carestía de profesionales cualificados se ve agravada por la rotación a la que se ven sometidos los efectivos destacados en la zona. Lo que origina un continuo proceso de aprendizaje desde cero ya que, cuando uno de estos equipos ha adquirido el suficiente bagaje sobre el terreno, se ve reemplazado por un nuevo equipo que deberá dotarse de una serie de competencias que sólo la experiencia directa es capaz de proporcionar. Esto no sólo origina ineficacia, ya que algunos de los nuevos relevos prefieren mantener el *statu quo* a la espera de su relevo, sino que también produce una continua oscilación en la estrategia comunicativa de la coalición, pues sus iniciativas obedecen a impulsos individuales que, en ocasiones, sólo buscan efectos en el corto plazo.

e) La eclosión del "soldado-periodista". La difusión generaliza de las nuevas tecnologías de la información, cada vez más asequibles y con un alcance y posibilidades en ascenso, ha roto la tradicional dicotomía entre aquéllos que combaten y aquellos cuya labor era informar sobre el conflicto. Los nuevos instrumentos de la sociedad de la información han originado un nuevo tipo de actor, el cual

desempeña de manera simultánea ambas funciones. Dicha realidad no sólo ha tenido una plasmación en el modo en que los terroristas e insurgentes planifican sus acciones violentas, indisolublemente unidas a su explotación mediática; sino que también ha tenido una extensión de efectos imprevisibles en los propios ejércitos convencionales. Hoy día cualquier soldado desplegado en un escenario de combate tiene acceso a una serie de medios tecnológicos de impacto potencialmente estratégico (Rid, 2007): cámaras digitales, equipos de filmación, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, blogs, correo electrónico, etc. Así, por ejemplo, una encuesta de 2004 detectó que el 95% de los soldados estadounidenses, en Irak, utilizaba el correo electrónico y que dos tercios lo utilizaban tres veces a la semana (Ricks, 2006: 306). Su empleo no sólo se ha limitado a incrementar y acelerar el flujo de información entre los soldados y sus círculos familiares y sociales, sino que el flujo sin restricciones de información ha tenido repercusiones en el propio desarrollo de las operaciones. De hecho, los correos, las imágenes y relatos proporcionados por estos soldados no sólo se han convertido en una fuente fundamental para conformar la percepción popular sobre el desarrollo del conflicto, sino que determinados de estos materiales se han convertido en puntos centrales de la evolución del mismo. Así, por ejemplo, algunas de las informaciones que más han dañado la imagen de EE.UU. y sus aliados en el conflicto iraquí, fueron originadas por materiales elaborados y difundidos por los propios soldados, como las tristemente famosas fotografías de torturas a los prisioneros iraquíes de la prisión de Abu Graib u otras imágenes similares que reflejaban abusos o conductas inapropiadas de soldados occidentales contra la población autóctona. Estos nuevos y, en ocasiones, involuntarios periodistas *amateurs*, no sólo se han convertido en una nueva fuente de información sobre el desarrollo del conflicto, sino en un contexto de extremada peligrosidad para el movimiento y desempeño profesional de los miembros de los medios de comunicación; los “soldados-periodista” se han convertido en la casi única fuente primaria de información y materiales “noticiales”.

¿Cuáles son las opciones del Estado ante la aparición de este nuevo interviniente en la dimensión informativa del conflicto? La respuesta es muy reducida. Gran parte de la legitimación de toda empresa bélica no sólo está vinculada a los propósitos que se pretenden alcanzar, sino también a la propia conducta del Estado hacia sus propios soldados. El acceso y libre utiliza-

ción de las nuevas tecnologías de la información se ha convertido hoy día en un derecho irrenunciable y equiparable a otro tipo de prestaciones materiales para las nuevas generaciones de combatientes plenamente imbuidos en la sociedad de la información. La única vía posible para que los líderes militares y políticos puedan controlar este flujo de información es vetar y perseguir el uso de este tipo de instrumentos de comunicación, por parte de sus propios soldados; una opción inviable para los ejércitos occidentales, obligados a proporcionar a sus miembros un elevado nivel de confort material y prestaciones, como única vía para mantener la moral y garantizar el reclutamiento en ejércitos de naturaleza profesional y voluntaria.

V. CONCLUSIONES

Son muchos los analistas que consideran que las llamadas operaciones de “contrainsurgencia”, como las que tienen lugar en Afganistán e Irak, son el tipo de conflicto bélico en el que, de manera mayoritaria, se verán envueltas las sociedades occidentales en los próximos años. Se trata de un tipo de enfrentamiento caracterizado por la naturaleza asimétrica de uno de los contendientes y donde las percepciones de las sociedades afectadas son el elemento central sobre el cual gira el enfrentamiento. Se trata de un tipo de lucha por la legitimidad, donde los contendientes persiguen la aceptación de un determinado tipo de autoridad política por parte de la población. Para los teóricos de la contrainsurgencia “clásica” (como la que aplicaron los británicos en Malasia, o los estadounidenses en Filipinas), es un asunto “donde los disparos suponen sólo un 25% del negocio” (Kilcullen, 2006: 123); una tendencia que se ha visto acentuada hasta el punto de que los actuales teóricos hablan de estos conflictos como un enfrentamiento “100% político” que se dirime en el ámbito mediático (Kilcullen, 2009).

Es necesario insistir en que este nuevo escenario asimétrico ha de confrontarse con la nueva realidad en las relaciones con los medios de comunicación, principal fuente de información política de los ciudadanos. Como se ha mencionado anteriormente, la lógica competitiva de los medios hace posible que el flujo de información sobre un determinado conflicto pueda resultar negativo para los intereses objetivos del propio estado, elemento que no impediría su aparición pública. Las imágenes de ataúdes de soldados o de Abu Graib son un testimonio de este elemento. Quizá la ausencia de marcos de referencia o encuadres claros (como los de la Guerra Fría) pueda estar detrás de este fenómeno.

Las instituciones estatales pueden encontrarse mal preparadas para adaptarse con éxito a este nuevo escenario. Es cierto que el Estado ha sido la estructura organizativa más eficaz para generar los enormes recursos económicos, humanos y logísticos necesarios para las guerras de la era industrial, pero, cuando se trata de librar conflictos asimétricos, la poderosa maquinaria burocrática del Estado puede ser más un obstáculo que una fortaleza. Esta tendencia en el futuro se puede ver acentuada en la medida en que los medios de comunicación tradicionales pueden perder relevancia como actores, a favor de elementos informativos descentralizados en internet, donde los contendientes asimétricos son capaces de incidir directamente y sin intermediarios en la dimensión informativa del conflicto. El Estado no sólo perdería uno de sus pocos recursos a la hora de intentar gestionar la información e incidir en las percepciones de la opinión pública, sino que la pérdida de control sobre los flujos de información se extendería hasta el interior de sus propias filas. Cada vez más, la visión estratégica y de conjunto sobre el desarrollo del conflicto (como por ejemplo, aquélla que tratan de proyectar los militares a través de las ruedas de prensa (Payne, 2005), se convierte en irrelevante en la medi-

da en que aumenta la disponibilidad de material audiovisual sobre los incidentes violentos más relevantes. Este tipo de contenidos, producidos tanto por los insurgentes como por los propios soldados, se adapta con mucha mayor facilidad a las nuevas herramientas de información, como los portales de videos en internet y las llamadas redes sociales.

En definitiva, la generalización de las nuevas tecnologías de la información, junto con el surgimiento de una nueva tipología de conflictos bélicos y el cambio en las relaciones entre los medios de comunicación y las instituciones, ha originado un reposicionamiento del papel del Estado en la gestión del componente informativo de los conflictos. De ese modo, ha pasado de ostentar una posición de primacía y privilegio a la hora de gestionar el componente informativo de los conflictos, presente hasta la Guerra del Golfo de 1991, hasta convertirse en un actor más que debe competir en pie de igualdad con otros actores infinitamente menos dotados materialmente, pero de características organizacionales mucho más aptas para resultar exitosos en la batalla por las "mentes y los corazones".



Referencias

- Alberts, D. S. et al. (2001). "Understanding information age warfare." *CCRP publication series*, 77.
- Armistead, L. (2004). *Information operations: Warfare and the hard reality of soft power*. Dulles: Potomac Books Inc.
- Bennett, W. L., & Paletz, D. L. (1994). *Taken By Storm: The Media, Public Opinion and Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Berkowitz, B. (2003). *The New Face of War*. New York: The Free Press.
- Berry, N. O. (1990). *Foreign Policy and the Press: An Analysis of the New York Times' Coverage of US Foreign Policy*. Nueva York: Greenwood Press.
- Bloch-Elkon, Y., & Lehman-Wilzig, S. (2005). Media Framing and Foreign Policy: The Elite Press vis-a-vis US Policy in Bosnia, 1992-95. *Journal of Peace Research*, 42, (1) 83-99.
- Buzan, B., Waever, O., & Wilde, J. D. (1997). *Security: A New Framework for Analysis*. London: Lynne Rienner Pub.
- Canel, M. J. (1999). *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.
- Chandrasekaran, R. (2008). *Vida imperial en la ciudad esmeralda. Dentro de la zona verde de Bagdad*. Barcelona: RBA.
- Clarke, R. A. (2004). *Cómo derrotar a los yihadistas*. Madrid: Taurus.
- Clausewitz, K. (1984). *De la Guerra*. Barcelona: Labor.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- (1994). A View from the Academy. En Bennett, W. L. & Paletz, D. L. (Eds.), *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War* (pp. 8-11). Chicago: Chicago University Press.
- Druckman, J. N. (2001). On the Limits of Framing Effects: Who Can Frame? *Journal of Politics*, 63 (4), 1041-1066.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University Of Chicago Press.
- García Marín, J., & Vázquez, R. (2006). Medios de comunicación y opinión pública en los conflictos bélicos: el caso de Kosovo. En Cueto, C. D. & Durán, M. (Eds.), *El conflicto de Kosovo: un escenario de colaboración entre actores civiles y militares*. Granada: Biblioteca Nueva. p. 69-100
- Garfield, A. (2007). The U.S. Counter-propaganda Failure in Iraq. *Middle East Quarterly*, Vol. XIV, 4. Consultado el 5 de enero de 2008. Disponible en: <http://www.meforum.org/article/1753>
- Graber, D. (1997). *Mass Media and American Politics*. Washington: Congressional Quarterly Press.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York: Pantheon.
- Hutchinson, W. & Warren, M. (2001). Principles of Information Warfare. *Journal of Information Warfare*, 1, 1-6.
- Ignatieff, M. (2000). *Guerra virtual: más allá de Kosovo*. Barcelona: Paidós.
- International Crisis Group [ICG]. (2008). Taliban Propaganda: Winning The War Of Words? *ICG Asia Report*, N°158 .
- Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. *Communication Research*, 20(3), 365-383.
- Jacobs, L. R. (2001). Manipulators and Manipulation: Public Opinion in a Representative Democracy. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 26 (6), 1361-1373.
- Jeffords, S., & Rabinovitz, L. (1994). *Seeing Through the Media: The Persian Gulf War*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Johnson, S. (2007). We're Losing the Infowar. *Newsweek*. Consultado el 5 de enero de 2008. Disponible en: <http://www.newsweek.com/id/56592>
- Jordán, J. & Calvo, J. L. (2005). *El nuevo rostro de la guerra*. Pamplona: Eunsa.
- Kalb, M. (1994). A View from the Press. En Bennett, L. & Paletz, D. L. (Eds.), *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War* (pp. 3-7). Chicago: Chicago University Press.
- Kaplan, R. D. (2002). *El retorno de la antigüedad. La política de los guerreros*. Barcelona: Ediciones B.
- Kempf, W. (2002). Conflict coverage and conflict escalation. En Luostarinen, H. (Ed.), *Journalism and the new world order: Studying war and the media* (pp. 59-72). Göteborg: Nordicom.
- Kilcullen, D. (2006). Counter-insurgency Redux. *Survival*, 48 (4), 111-130.
- (2009). *The Accidental Guerilla. Fighting Small Wars in the Midst of a Big One*. Oxford: Oxford University Press.
- Kull, S., Ramsay, C., & Lewis, E. (2003). Misperceptions, the Media and the Iraq War. *Political Science Quarterly*, 118 (4), 569-598.
- Lee, J. (1977). Rallying around the flag: Foreign policy events and presidential popularity. *Presidential Studies Quarterly*, 7 (3), 252-256.
- Libicki, M. C. (1995). *What is information warfare?* Washington: Storming Media.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.

- Miller, D. (2003). *Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*. London: Pluto Press.
- (2004). (Ed.). *Propaganda and Media Distortion in the Attack on Irak*. London: Pluto Press.
- Nelson, T. E., Oxley, Z. M. y Clawson, R. A. (1997). Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior*, 19 (3), 221-246.
- Nye Jr., J. S. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153-171.
- O’Heffernan, P. (1991). *Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process*. Norwood: Ablex Publishing.
- Orren, G. R. (1988). Thinking about the Press and Government. En Linsky, M. (Ed.), *How the Press Affects Federal Policymaking*. New York: Norton.
- Paletz, D. L. y Entman, R. M. (1980). Presidents, Power and the Press. *Presidential Studies Quarterly*, 10 (3), 416-426.
- Patterson, L. V. (2002). Information Operations and Asymmetric Warfare... Are We Ready? *US Army War College*. Consultado el 5 de enero de 2008. Disponible en: www.iwar.org.uk/iwar/resources/asymmetric-io/Patterson_L_V_02.pdf
- Payne, K. (2005). The Media as an Instrument of War. *Parameters*. Spring, 81-93.
- Philo, G. y Berry, M. (2004). *Bad News From Israel*. Londres: Pluto Press.
- Rashid, A. (2009). *Descenso al caos. EE.UU y el fracaso de la reconstrucción nacional en Pakistán, Afganistán y Asia Central*. Barcelona: Península.
- Ricks, T. E. (2006). *Fiasco. The American Military Adventure in Iraq*. New York: The Penguin Press.
- (2009). *The Gamble. General Petraeus and the American Military Adventure in Iraq, 2006-2008*. New York: The Penguin Press.
- Rid, T. (2007). War 2.0. *Policy Review* (Web Special). Consultado el 5 de enero de 2008. Disponible en: <http://www.hoover.org/publications/policyreview/5956806.html>
- (2007b). *War and Media Operations. The US military and the press from Vietnam to Iraq*. New York: Routledge.
- Scheuer, M. (2008). *Marching Toward Hell. America and Islam after Iraq*. New York: Free Press.
- Schwartz, W. (2000). Asymmetrical Adversaries. *Orbis*, 42 (2), 192-205.
- Seib, P. (2004). *Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by War*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Soroka, S. N. (2003). Media, public opinion, and foreign policy. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 8 (1), 27.
- Taylor, P. M. (2002). Perception Management and the ‘War’ Against Terrorism. *Journal of Information Warfare*, 13, 16-29.
- Tumber, H., & Webster, F. (2006). *Journalists Under Fire*. Nueva York: Sage.
- Wolfsfeld, G. (1993). *Introduction: Framing Political Conflict*. En Wolfsfeld, G. & Cohen, A. (Eds.), Norwood: Ablex Publishing.