La Comunicación Social en la Estructura de las Fuerzas Armadas

Colaboración de la Escuela de Comando y Estado Mayor del Ejército de Paraguay

Tomado de la *Revista de las Fuerzas Armadas*, número 434, 2do semestre de 1998.

DESDE el origen de los tiempos, los grupos humanos han organizado una fuerza que les da la seguridad suficiente para poder desarrollar su proyecto de vida.

El guerrero es la garantía que tienen los pueblos sedentarios frente al cazador de las tribus nómadas que, en su caminar infinito, se apropia de cuánto encuentra a su paso.

Para que el guerrero cumpla su función adecuadamente debe tener valor, fuerza, inteligencia y gran sentido de la alta responsabilidad que le corresponde y le impulse siempre a obrar bien y a estar preparado para combatir al cazador. Esto hace de él un punto de referencia permanente entre todos los integrantes de la sociedad y sus virtudes serán el espejo donde se mire el pueblo.

El grupo familiar, la tribu, el poblado, la ciudad, la comarca, la nación, el grupo de naciones, son otras tantas etapas de la evolución de la sociedad. Cada una de ellas se dota de una Fuerza que le dé seguridad y crece en la misma medida que crece la sociedad y las amenazas que se ciernen sobre ella.

A medida que las sociedades van siendo más grandes, el individuo, a nivel personal, pierde sensibilidad respecto a las amenazas que pueden afectar al grupo y se centra en los peligros de su entorno inmediato.

Este hecho es el origen de muchos pacifismos que hacen una inversión de la función de la Fuerza al convertir a ésta en la única y real amenaza para la sociedad. Con la llegada de la sociedad de masas la pérdida de sensibilidad y la consecuencia inmediata será la proliferación de movimientos pacifistas.

La pérdida de la conciencia de defensa lleva a los individuos a cuestionar de forma permanente cualquier inversión económica que se haga en materia de defensa.

La presión de la opinión pública sobre el poder ha hecho que la reducción de los ejércitos sea una propuesta permanente de los gobiernos para acallar esas corrientes pacifistas a las que antes aludía.

Pero la realidad es bien distinta. A lo largo de todo este siglo ha ido tomando cada vez más cuerpo la idea de la especialización de la fuerza. La búsqueda de una mayor eficacia y la de reservar las mejores fuerzas para esa última ratio han sido consideradas razones suficientes para iniciar una lenta, pero impagable división de la fuerza.

Hoy cabe preguntarse, ¿Qué son las Fuerzas Armadas? Pues la respuesta surge de su propia Carta Orgánica, sumamente ilustrativa: Las Fuerzas Armadas de la nación constituyen una institución nacional que será organizada con carácter permanente, profesional, no deliberante, subordinada a los poderes del Estado y sujeta a las disposiciones de la Constitución Nacional y de las leyes emanadas de ellas, podemos agregar aclaratoriamente.

Su misión es la de custodiar la integridad territorial y la de defender a las autoridades legítimamente constituidas conforme a esta Constitución y a las leyes, su organización y sus efectivos serán determinados por la ley. Esta inserción en la ley fundamental no lo expresa todo, ni tampoco limita sus actividades, quedando un campo suficientemente amplio para desarrollar operativos de bien general, comunitario, en los períodos de paz, como también en su función humanitaria en circunstancias de guerra asistir a un bien nacional, protegiendo, salvaguardando a la población civil, que es en última instancia la riqueza vital de este país, como lo será posiblemente en todos.

Las Fuerzas Armadas tienen su razón de ser justificadas y demostradas en la necesidad de una garantía de integridad nacional, que engloba toda la población, toda la ciudadanía y sus bienes físicos, culturales, económicos o de producción.

Y en esas actividades no encuentran reparos en prestar cooperación en múltiples actividades para las cuales cuenta con personal capacitado, experimentados y vastas instalaciones donde estas actividades pueden ser de salud, con hospitales y personal, cultural y deportivas y numerosas otras formas de operar conjuntamente con el pueblo en su misión de servir en dimensiones incalculables con generosidad y patriotismo.

RELACIONAMIENTO CON LA SOCIEDAD

Las Fuerzas Armadas y el pueblo nacional constituyen un solo cuerpo. Pues ambos conforman la Nación y por lo tanto deben comprenderse y complementarse e integrarse para crear una convivencia activa y constructiva, capaz de llegar a la mentada unión del espíritu y la acción por el bien de la sociedad paraguaya que es la Patria misma, Madre Común.

En este necesario y tácito relacionamiento unos se encargarán de producir diversos bienes que hacen la riqueza nacional, otros se encargarán de velar por la seguridad nacional, que ya es labor de gran cometido y preparación: así labor productiva y custodia permanente, hacen el campo propicio para la comprensión social.

Debemos llegar a comprender la gran verdad expresada por ese gran amigo del Paraguay, el autor de Martín Fierro, cuyos versos enseñan cantando: *Si los hermanos no son unidos, los devoran los de afuera.*

Y estamos en esta superficie del globo para hermanarnos todos y vivir razonablemente, sabia y edificadamente.

Máxime cuando entre los tópicos que se quieren distorsionar figuran destacadas gratificaciones morales que invitan a desconocer las funciones patrióticas necesarias y saludables de las disciplinadas Fuerzas Armadas y esto no es desidia prefabricada, es una larga planificación que arranca de mucho tiempo atrás, anterior a los mismos anarquistas, y puede ir más lejos aún porque la función normativa, honorable, basada en el reglamento de los antiguos caballeros, no es apoyo de mercaderes ni desubicados, sino de gentes sociables humanamente denominadas gentes.

Esa recuperación de imagen hacia las Fuerzas Armadas, se logra incrementando las actividades convivenciales, es decir acrecentando el ritmo de uso alternado y constante de las instalaciones con que cuenta el personal castrense, que al tiempo de ser útiles y funcionales, afirma también la amistad y cohesión.

A pesar de la existencia de una idea latente grabada de la memoria de cada pueblo con relación a las FF.AA., la falta de una educación sólida en la base, lleva también a la falta de comprensión mayúscula de su papel junto a la sociedad.

Las Fuerzas Armadas y la sociedad constituyen un solo cuerpo. Pues ambos conforman la Nación y por lo tanto deben comprenderse, complementarse e integrarse para crear una convivencia activa y constructiva, capaz de llegar a la mentada unión de espíritu y la acción por el bien de la sociedad paraguaya que es la Patria misma, Madre Común.

Las FF.AA. deben ser organizadas, equipadas y adiestradas de acuerdo a los delineamientos de la política militar del Estado que a su vez debe integrarse coordinadamente con las demás políticas adoptadas por el Estado para la consecución del bien común. En ese sentido, los exponentes de los diferentes sectores de la sociedad deben tener conciencia de que las FF.AA. son de la nación, son las FF.AA. de ellos mismos, se organizan y trabajan por el bien del país, y no tienen por qué considerarlas peligrosas ni motivo de atraso, pues son todo lo contrario, así lo demuestra el hecho de que las principales ciudades de nuestro país crecieron alrededor de cuarteles establecidos en el lugar. Las FF.AA. fueron, son y serán la base moral que mantiene esta Nación.

Todo esto lo debemos hacer entender a la sociedad, convencerlos de esta realidad y para ello necesitamos un servicio de comunicación social eficiente y altamente profesional.

LAS FF.AA. CON EL PUEBLO Y CON LA PRENSA

FF.AA con el Pueblo. La sociedad de la Patria es un conjunto vivo y orgánico de seres pensantes que viven alentando la idea de compartir la belleza de la vida y sus realizaciones con otras sociedades que vienen de generaciones en generaciones. Al encontrarse, intercambian experiencias y preguntan: ¿Qué hacen ustedes? ¿Qué han hecho? ¿Qué piensan hacer? Estas tres preguntas se harán siempre a toda institución castrense, máxime cuando se piensa que vivimos como monjes, meditando guerras. Estas ideas endosadas a la

Una acción social diversificada, llevada a todos los aspectos compatibles que esté al alcance de las Fuerzas Armadas, debe ser cultivada para que el pueblo regrese a la confiada amistad en el Ejército y sus hombres, más aún cuando tortuosa y malintencionadamente como intrigados por medio de la prensa para echar tierra sobre la milicia por intereses ocultos que nublan la vista de los mismos hombres rectos pero mal informados.

juventud inquieta, distrae la atención de la verdad y se llega a creer que todo es como dicen los irresponsables. Por eso, con mayor razón debe efectuarse una apertura hacia el pueblo, con el pueblo, para que conviviendo más seguidamente, más cercanamente, haciendo amigos a través de servicios que pueden proporcionar las Fuerzas Armadas, para que pueblo y milicia nos conozcamos y hagamos la misma senda de la vida nacional como amigos.

Este paso primordial debe darse sin demora, porque cada día que pasa la integración, la comprensión se demuda en olvido y en desconocimiento por falta de frecuencia activa y dinámica.

Una acción social diversificada, llevada a todos los aspectos compatibles que esté al alcance de las Fuerzas Armadas, debe ser cultivada para que el pueblo regrese a la confiada amistad en el Ejército y sus hombres, más aún cuando tortuosa y malintencionadamente como intrigados por medio de la prensa para echar tierra sobre la milicia por intereses ocultos que nublan la vista de los mismos hombres rectos pero mal informados.

Se entiende entonces que esta acción a intensificar las Fuerzas Armadas en todas sus instalaciones deben contar con el concurso de la prensa con el fin de difundir la verdad de cuánto somos y hacemos por la patria.

FF.AA con la Prensa. Es innegable la importancia de la prensa en cualquier país. Ésta sirve como termómetro y, al mismo tiempo, de brújula para el gobierno y por efecto de éste a sus FF.AA.

Pero, una prensa cumplirá mejor o peor su papel, con más o menos ética, con mayor o menor credibilidad, cuanto más valorado y exigente sea el público nacional consumidor de la noticia.

La Prensa refleja a la sociedad a la cual sirve, en tanto que el soldado refleja su Fuerza Armada.

Para trabajar con la prensa es necesario, antes que nada comprenderla.

La misión, para el militar, se encuentra en el mismo diapasón que la información se encuentra para la prensa. Es su único compromiso.

Para obtenerla serán soldados como nosotros y morirán, exactamente como nosotros, para conseguirla.

Más que nunca la prensa es hoy una empresa y como tal tiene que vender su producto, tiene que oír a su cliente y atender a sus reclamos.

La evolución del periodismo a lo largo de la historia ha estado determinada por la evolución de las tecnologías y la organización del poder en la sociedad.

El periodismo, tal y como lo concebimos en nuestros días, surge con la sociedad de masas. No puede haber comunicación de masas si no existen estas masas. El periodista trata de mostrar todos los ángulos y opiniones en torno a un hecho o noticia. Tal actitud, a veces, contraría a las Fuerzas Armadas, a las que les gustaría ver su versión publicada en los diarios o difundida por televisión.

La formación del profesional de prensa es completamente diferente a la del militar. Los pilares de la jerarquía y de la disciplina nos imponen obediencia y respeto a las decisiones de los jefes, no hay peros luego de una decisión tomada.

Ya el hombre de prensa es informal y curioso por excelencia, es el detective de la noticia. Su visión de la autoridad militar es apenas la de una fuente de noticia capaz de crear un lead en los periódicos el día siguiente. Es la información bajo los diversos ángulos lo que les interesa.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Generalidades. Comunicarse no es el simple hecho de emitir mensajes, en nuestra comunicación existen múltiples factores que condicionan, limitan y hasta distorsionan una comunicación efectiva. La comunicación es un proceso.

Esto significa que ella debe ser creada, desarrollada y mantenida permanentemente.

A propósito de comunicarse, existen dos escuelas que las definen con una marcada diferencia, mientras se manifiesta utilizando la comunicación como un proceso unidireccional, la otra escuela se manifiesta utilizando la comunicación bidireccional, en el sentido de ida y vuelta.

La comunicación social no debe ser un fenómeno aislado, atendido sólo en los más altos niveles de decisión, por el contrario, su tesitura requieren omnipresencia en cualquier planteamiento estratégico, sea de cualquier índole siendo el ingrediente socio-económico semi-interno en todo agregado humano. Su presencia no debe

Los periodistas llegan a Monrovia, Liberia, para dar cobertura a la Operación *Assured Response*, el 14 de abril de 1996. Fueron transportados en un helicóptero *MH-3 Pavelow III* de la Real Fuerza Aérea de Gran Bretaña.

Fotos: Departameprito de Defensa

Los principios de libertad de información, libre circulación de información, etc. se convierten así en los pilares más sólidos de la organización social pero con significados diferentes según la visión particular que se tenga de ella.

descapitalizarse ni mucho menos ignorarse para que la comunicación social tenga significación orgánica funcional o sinérgica, debe constituirse en sistema de comunicación social.

El Concepto de Información. Hemos visto como la opinión pública se ha convertido paulatinamente en el árbitro de una sociedad, ya que es ella la que concede y legitima el poder. Esto ha hecho que la información se convierta en un bien supremo y la garantía de que la publicación esté sólidamente fundamentada o en un instrumento mediante el cual pueda ganarse la opinión pública.

Los principios de libertad de información, libre circulación de información, etc. se convierten así en los pilares más sólidos de la organización social pero con significados diferentes según la visión particular que se tenga de ella.

En los ejércitos, la información es considerada de otra manera; es un factor que proporciona seguridad y es esencial para conseguir la sorpresa tanto táctica como estratégica.

Esto es motivo suficiente para desarrollar el *secretismo*, tendencia que incita al estamento militar a no informar de ningún asunto relacionado con los ejércitos. Todos los países, sin excepción recogen esta visión de la información y se extiende a otras actividades del gobierno, lo que da lugar a una legislación que limita la libertad de información en los temas relacionados con la defensa nacional y los intereses del Estado. Este hecho ha sido y es motivo de no pocas controversias, ya que hay sectores de la sociedad que no aceptan ninguna restricción que afecten a la libertad de información, ya que la consideran que está como un bien que está incluido por encima de la propia seguridad, como antes ya apuntábamos. Sin discutir los efectos que pueda tener la información en el desarrollo de los acontecimientos de un conflicto armado, su argumentación la basan en los riesgos que son precisos correr para gozar de un grado suficiente de libertad.

Curiosamente aquí se produce una vez más una inversión de los significados, y la seguridad es considerada como una cualidad necesaria para poder vivir en libertad, vemos como ahora se convierte en un factor que nos priva y limita la libertad.

Son muchos los métodos que se utilizan para ejercer influencia en las actitudes y el comportamiento de otros. La influencia se puede ejercer mediante la fuerza bruta o la fuerza superior de una persona, la que le permita imponer su voluntad sobre otros, mediante la habilidad de utilizar la propaganda para el engaño, pero el engaño influye negativamente en el comportamiento, al hacer que la gente se desilusione de la intención del propagandista.

El punto de encuentro entre estas dos concepciones es difícil, por no decir imposible. Libertad y seguridad no pueden ser términos en oposición si se tiene un sentido de la libertad presidido por el de solidaridad con nuestros semejantes. Cuando se antepone la libertad a la seguridad probablemente ya se pone en evidencia la insolidaridad y a partir de este momento el entendimiento es casi imposible.

Propaganda. Aunque hayan otras dimensiones del análisis de la sociedad, la del poder es de especial interés para los militares. En cualquier sociedad los hombres no son iguales en cuanto a su autoridad o poder. En cualquier grupo algunos dirigen y otros siguen. Los líderes surgen a través de la fuerza, el intelecto, la persuasión, o una combinación de éstos y otros factores como la propaganda.

En sus posiciones dominantes, los líderes periódicamente compiten por influencia con aquéllos que buscan el liderazgo; ellos deben contrarrestar los esfuerzos de éstos otros para mantener sus posiciones.

Deben tomar medidas par reducir la influencia de sus rivales.

Se puede ejercer la influencia mediante la persuasión y convenciendo a las personas con el razonamiento, la súplica o la información para que tomen un determinado curso de acción o para justificar una creencia. En cualquiera de los casos el líder que tuvo éxito pudo influir en las aptitudes y acciones de otros, en las direcciones que él deseaba mediante el uso de palabras, acciones o símbolos, que son factores de comunicación.

Son muchos los métodos que se utilizan para ejercer influencia en las actitudes y el comportamiento de otros. La influencia se puede ejercer mediante la fuerza bruta o la fuerza superior de una persona, la que le permita imponer su voluntad sobre otros, mediante la habilidad de utilizar la propaganda para el engaño, pero el engaño influye negativamente en el comportamiento, al hacer que la gente se desilusione de la intención del propagandista.

La propaganda es simplemente una sugerencia con intención persuasiva. Representa el proceso de impartir a través de cualquiera de los métodos o técnicas de comunicación, con el fin de persuadir a un individuo hacia el punto de vista particular.

La propaganda procura influir en las personas en una dirección que el propagandista considera deseable.

En forma más específica, trata de influir en sus actitudes y comportamiento. Su finalidad es impulsarla a actuar o a que se abstenga de actuar siguiendo un patrón determinado.

Todos los factores relacionados con la actitud y el comportamiento del individuo se relacionarán también con los grupos y actividades de grupo.

La propaganda va dirigida a los individuos como miembros de grupos, por lo tanto la relación entre individuos y grupos tienen especial importancia para el propagandista.

Las actitudes y el comportamiento del individuo y las costumbres que afectan a los grupos se determinan mayormente por la cultura de la sociedad donde viven y existen los individuos y los grupos.

En la mayoría de los casos el propagandista dirige sus mensajes hacia los miembros de una cultura que no es la suya. Aún dentro de la sociedad hay sub-grupos en los cuales las diferencias en los patrones culturales son significativos en términos de la interpretación de símbolos, significados y reacciones habituales.

Los individuos forman sus aptitudes y escogen su comportamiento de una variedad de selecciones.

La fuerza que impulsa a un individuo a actuar de una manera determinada para lograr cierto propósito se denomina motivación; por lo tanto si hemos de dirigir o alterar sus acciones, debemos considerar los factores que establecen la motivación de una persona o grupo de personas, utilizar los métodos o técnicas adecuadas y razonables para influir en ellas.

Cultura y Comunicación Social. El hombre no vive solo en ninguna sociedad. El depende, en grado variable de la producción, los esfuerzos y el razonamiento de otros.

Esta dependencia recíproca e interacción que resulta de la misma, produce reglas mediante las cuales los hombres se relacionan. Ya sea en una simple tribu o en una gran nación complicada o industrializada; estas instrucciones y reglas constituyen lo que llamamos cultura.

La cultura es un modo específico de existir y ser del hombre. Dentro de cada comunidad crea un conjunto de vínculos entre las personas que determinan el carác-

Un soldado reflexiona antes de contestar la pregunta de un «´reportero» durante un ejercicio de entrenamiento en relaciones con los medios de comunicación, realizado en Hohenfels, Alemania, en el mes de febrero de 1999.

Los medios de comunicación social deben superar las barreras ideológicas y políticas, acompañando a la humanidad en su camino hacia la paz y favoreciendo el proceso de integración y de solidaridad fraterna entre los miembros de esa sociedad convirtiéndose en vehículo de doble dirección, de formación y de cultura, los medios de comunicación deben contribuir a la renovación de la sociedad y, en particular, al desarrollo humano y moral de nuestros jóvenes, haciéndoles tomar conciencia de los compromisos históricos que les espera. A tal fin, los medios de comunicación deben abrir a la juventud nuevos horizontes educándola en el cumplimiento de las leyes, el respeto a sus semejantes y las instituciones.

ter interhumano y social de la existencia.

Sujeto y artífice de la cultura es el hombre y éste se expresa en ella, y en ella alcanza su equilibrio. Más aún, la cultura es por sí comunicación, no solo y no tanto del hombre con el ambiente que está llamado a señorear, cuanto del hombre con los demás hombres. Por tanto, la cultura está llamada a actuar precisamente en el terreno de la comunicación: la realización concreta del encuentro y de la interacción, y de su intensidad y eficacia, en gran medida dependen de la idoneidad de los instrumentos empleados en la comunicación. La prensa, cine teatro, radio y televisión, dada la evolución experimentada por cada uno de estos medios a lo largo de la historia, no siempre ha resultado adecuado para el encuentro entre el hombre y la cultura. En especial la cultura de nuestro tiempo parece dominada y plasmada por medios de comunicación novídisimos y potentes, sobre todo la radio y la televisión, hasta el punto de que a veces parecen imponerse como fines y no como simples medios, incluso por las características de organización y estructura que requieren.

Los medios de comunicación tienen un gran influjo

Los medios de comunicación social, por su capacidad de penetración en la sociedad, son llamados el Cuarto Poder, unido al Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial que todo gobierno debe poseer para ser considerado democrático, y por el poder que posee en las esferas política y económica, los consideran como el guardián fiel y motivador de las otras tres instituciones.

en nuestra cultura moderna y no se puede prescindir de ellos; por esto, hay que empeñarse en utilizarlos con su enorme potencial para el bien de las personas y de la sociedad sin dejarnos condicionar por intereses que frecuentemente hacen olvidar el auténtico bien moral de los niños, de los jóvenes, de las familias y la sociedad, a quienes se dirigen.

Los medios de comunicación social deben superar las barreras ideológicas y políticas, acompañando a la humanidad en su camino hacia la paz y favoreciendo el proceso de integración y de solidaridad fraterna entre los miembros de esa sociedad convirtiéndose en vehículo de doble dirección, de formación y de cultura, los medios de comunicación deben contribuir a la renovación de la sociedad y, en particular, al desarrollo humano y moral de nuestros jóvenes, haciéndoles tomar conciencia de los compromisos históricos que les espera. A tal fin, los medios de comunicación deben abrir a la juventud nuevos horizontes educándola en el cumplimiento de las leyes, el respeto a sus semejantes y las instituciones.

Medios de Comunicación. Los medios de comunicación social, por su capacidad de penetración en la sociedad, son llamados el Cuarto Poder, unido al Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial que todo gobierno debe poseer para ser considerado democrático, y por el poder que posee en las esferas política y económica, los consideran como el guardián fiel y motivador de las otras tres instituciones.

Sin embargo, este aspecto de los medios de comunicación modernos no debe hacernos olvidar que se trata siempre de medios de comunicación y que ésta es por naturaleza siempre comunicación de algo; por tanto, el contenido de la comunicación es determinante siempre, hasta el punto de cualificar la misma comunicación. Así pues, sobre los contenidos hay que apelar siempre, al sentido de responsabilidad de los comunicadores y al sentido crítico de quienes reciben la comunicación.

Ciertos aspectos decepcionantes del uso de los medios de comunicación modernos no deben llevarnos a olvidar que con sus contenidos pueden llegar a ser maravillosos instrumentos de difusión, adaptados a los tiempos y capaces de alcanzar los extremos más recónditos de país.

En los medios de comunicación de masas, una vez decidida la publicación de noticia, no existen escalones informativos ni tampoco criterios de las necesidades de información de los diferentes grupos sociales a los que se dirige.

La información va a un gran cesto y cada uno de sus lectores coge de él lo que quiere.

A lo anterior hay que añadir que la pluralidad de medios existentes en un mercado libre hace que ser el primero en dar una noticia suponga una ventaja comercial y por lo tanto un mérito que hay que renovar todos los días.

En el mundo del periodismo se dice que llegar primero una vez no es un mérito para que sea considerado como tal, hay que llegar primero todos los días.

Esto hace que el proceso informativo se acelere cada vez más y que no pocos periodistas se refieran a la información en directo que realizan la radio y TV como el objetivo a alcanzar, cuando en la actualidad es instantaneidad; cuando los públicos son testigos directos de los acontecimientos.

En canales de información jerarquizados frente a otros que buscan la instantaneidad, es evidente que la carrera la ganarán siempre estos últimos.

Las instituciones se defienden cerrando la información un poco más si es que es posible, lo que supondrá una causa más del distanciamiento de los medios de comunicación social.

La sociedad del futuro aceptará que muchas informaciones se reciban antes, a través de los medios de comunicación que por los canales oficiales.

Las razones por las que hoy se secuestran muchas informaciones, en un tiempo determinado, antes de darlas a los medios para que los canales oficiales puedan anticiparse, en muy pocos casos encuentran justificación.

En aquellos asuntos de carácter personal, se adoptarán medidas extraordinarias para que los afectados reciban la información directamente del órgano superior de mando, con el fin de que la información llegue un minuto antes que los medios de comunicación.

De hecho, en muchos países se está actuando ya de esta manera en algunos casos, pero todavía existen resistencias, las que cada vez que suceden uno de estos hechos se dejan de notar.

Público Objetivo. Para realizar una acción de comunicación social orientada a mejorar o mantener, mismo para desprestigiar, la imagen de una persona o una institución, se necesita de un público objetivo.

Estas acciones de comunicación social deben tener en cuenta tres tipos de públicos; y deben ser capaces de influir en ellos para ganar su apoyo y colaboración.

- *Público interno.* Integrado por todos los miembros de la organización militar.

Para formar opinión favorable y dar satisfacciones de tal forma a acciones de comunicación social que deben estar dirigidos a recoger inquietudes, obtener mayor y mejor rendimiento de ellos en provecho de la institución.

- *Público externo.* Es aquél ajeno a la institución, pero de una u otra manera es conveniente que tenga una opinión favorable hacia ella a fin de que apoye, o por lo menos que no se contraponga a los intereses y a las acciones militares.
- *Público peri-institucional.*

INTERACCIÓN ORIENTADA

La comunicación social es el medio principal para llevar a cabo la interacción entre los individuos.

Ya sea a través del lenguaje o por otros medios, la comunicación es un comportamiento mediante el cual el iniciador del mensaje busca despertar ciertos procesos internos en la persona que la recibe, y posiblemente lograr ciertas reacciones de su parte.

El proceso de la comunicación es esencial al funcionamiento de todos los niveles o sistemas sociales organizados. Es imposible imaginar relaciones sociales sin alguna forma de comunicación entre los individuos.

La comunicación es en parte el comportamiento de información o elemento de comportamiento, como tal afecta a por lo menos dos personas; el comunicador y una o más personas quienes reciben el mensaje. También requiere que la comunicación sea en términos comprensibles. Por tanto los elementos del proceso de comunicación incluyen: un comunicador o remitente del mensaje (como individuo o institución); un medio para transmitir el mensaje; un receptor a quien se dirige y un medio para que el mensaje llegue a quien desea el remitente y tenga a través de las técnicas adecuadas de la propaganda, la interpretación deseada.

La concordancia es el proceso paso a paso de tomar medidas concretas efectivas que expresan compromisos y son de significancia, aumentar la confianza, la transparencia y la comunicación entre dos bloques.

Y la verdad sea dicha, motivos para esta situación abundan en muchas de las Fuerzas Armadas del mundo y especialmente en América, que han sido objeto del ataque artero, de la desinformación y de la mentira de algunos medios de comunicación social que, obedeciendo a intereses político-partidista y/o de grupos de poder, han cometido tantas serias injusticias contra las instituciones castrenses como daño a la seguridad nacional de sus Estados. Sin embargo, también son muchos medios de comunicación o sus integrantes que con su labor han constituido un factor vital para el equilibrio de poderes y mantención de la libertad en diversas sociedades.

Todos los países, sin excepción, recogen esta visión de la información y la extienden a otras actividades del Gobierno, lo que da lugar a una legislación que limita la libertad de información en los temas relacionados con la Defensa Nacional y los intereses del Estado. Este hecho ha sido y es motivo de no pocas controversias, ya que hay sectores de la sociedad que no aceptan ninguna restricción que afecte a la libertad de información, ya que la consideran como un bien que está incluso por encima de la propia seguridad.

Las Fuerzas Armadas, como institución, actúan como las demás intensamente en el medio social, dando origen, como es natural, a opiniones polémicas.

Por ese motivo, sienten hoy la necesidad de contar con el auxilio de esta poderosa aliada, la actividad de Comunicación Social, particularmente con la entrada, en el escenario mundial, del soldado voluntario, haciendo surgir un nuevo componente en el concepto de nación armada: *el soldado profesional, el profesional de la crisis.*

Vemos así, que Fuerzas Armadas y Medios de Comunicación Social, son Instituciones nacionales vitales en el Estado-Nación, de importantísimo valor social debido a las irremplazables funciones que cumplen en beneficio del desarrollo, defensa, culturización, estabilidad y libertad de los Estados-Naciones a los cuales sirven. La primera más antigua que la segunda como organismo formal, pero ambas cumpliendo papeles estelares y trascendentales en la vida de los pueblos, especialmente en la historia contemporánea.

La Comunicación Social ya es del dominio de la libertad de acción y debemos utilizarla adecuadamente para favorecer a nuestras intenciones y mantener, reforzar o ganar la opinión y confianza del público externo, y así lograr la convivencia cívico-militar.

La democracia revitalizada debe producir un mayor entendimiento entre los sectores militares y civiles.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS FF.AA. DE HOY

El soldado profesional, un ciudadano informado, quiere saber cuáles son los valores por las cuales va a luchar y hasta incluso morir. Desea conocer el pensamiento de sus superiores, acompañar la evolución por la cual pasa su profesión, el desarrollo de nuevos armamentos, la transformación de la doctrina y los avances tecnológicos en curso.

Necesita mostrarse a su pueblo, demostrar el nivel operacional en que se encuentra y difundir su disposición y competencia para proteger los intereses de su país. Es necesario incluso justificar, ante la opinión pública, los gastos para el mantenimiento de esta Fuerza Armada. El elemento de unión entre esos eslabones, informando al público interno y haciéndolo interrelacionarse con el público externo, es la comunicación social.

La comunicación social debe ser encarada desde el más alto nivel de Comando, pues requiere de decisiones y condiciones que sólo en ellos se puede lograr.

Esto en el sentido que la acción de la Comunicación Social requiere de la condición de ser acompañada por la realidad, que no debe reñir con la imagen que se requiere imponer.

Es ahí donde realmente este tema tiene interés ya que está visualizando la importancia fundamental adquirida por el público externo. Para la concreción de estas ideas es necesaria la integración de nuestro órgano de Comunicación Social con los medios masivos de comunicación.

Las Fuerzas Armadas, además tienen la imperiosa necesidad de influir en la población para formar una opinión que le favorezca, ganando la simpatía y la colaboración de la población para poder subsistir como Fuerzas Armadas.

En el ámbito militar la situación es la misma que en todo el gobierno, y también se tiene la necesidad de influir en sus miembros, para reafirmar su convicción militar e incentivar su colaboración.

La comunicación social es hoy una actividad de primordial importancia en el ámbito castrense; y su necesidad se acrecienta para hacer frente a la propaganda adversa incentivada por los detractores del servicio militar, y por personeros de obscuros intereses.

El esfuerzo por establecer una adecuada relación con la prensa debería ser una sencilla cuestión técnica o de procedimiento.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De acuerdo con la Doctrina en vigor en las Fuerzas Terrestres, estas acciones abarcan las siguientes actividades:

- Relaciones Públicas.
- Acción comunitaria
- Operaciones sicológicas.

NORMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Para que el sistema de Comunicación Social pueda funcionar con armonía y eficiencia son necesarias algunas prescripciones, que son las normas para la organización y el funcionamiento del Sistema de Comunicación Social de las Fuerzas Armadas, o simplemente, Normas de la Dirección de Comunicación Social de las Fuerzas Armadas.

Organismo del más alto nivel, directamente subordinado al Comandante en Jefe, con el papel de órgano central del sistema y con la misión de planear, orientar, coordinar y supervisar el desarrollo de las actividades de Comunicación Social en las Fuerzas Armadas, de acuerdo con las Directivas del Comandante en Jefe.

LAS RELACIONES PÚBLICAS

Misión

Asesorar a todos los dependientes de una organización sobre las mejores formas de establecer una corriente de entendimiento y comprensión entre ésta y su público, a fin de satisfacer los intereses de ambos.

Relaciones Públicas investiga, analiza, planifica, supervisa, informa para poder llegar a conclusiones, a partir de las cuales elabora los modos de acción a sugerir a la instancia que corresponda.

El asesoramiento de Relaciones Públicas constituye un factor de colaboración para toda la organización, a fin de establecer fases de entendimiento, aceptación y crear disposiciones favorables, es decir, conquistar la comprensión de todos y así lograr el objetivo de integración.

Tareas

- Programar y planificar las tareas de las Relaciones Públicas.
- Mantener vinculación con representantes civiles y prensa local.
- Conducirlas para apoyar las operaciones de la Unidad.
- Utilizar de la forma más apta el material publicitario.
- Programar y concertar visitas del público externo a la Unidad.

Preceptos básicos

- Es una actividad de Comando en la que participan todos los escalones.
- Su eficiencia reside en la verdad, transmitida en lenguaje fácilmente comprensible.
- La divulgación correcta de acontecimientos constituye una barrera contra la desinformación o falsedad.
- La aclaración al público interno y externo siempre traduce la voz del Comandante.

CONCLUSIÓN

Las interferencias militares en la vida política de los militares de este continente, en función de eventuales ineficiencias del segmento civil en promover el bienestar social, engendró desconfianza y hasta antagonismos entre importantísimas instituciones nacionales, como por ejemplo, la prensa y los Poderes Legislativo y Judicial de un lado y las Fuerzas Armadas del otro.

Es en este campo de dificultades en que la Comunicación social, direccionada a un público externo, trabajará tratando de mostrar el verdadero papel que las Fuerzas Armadas desempeñan en el seno de la sociedad.

Así vemos como la opinión pública se ha convertido paulatinamente en el gran árbitro de nuestra sociedad, ya que es ella la que concede y legitima el poder. Esto ha hecho que la información se convierta en un bien supremo y la garantía de que la opinión pública esté sólidamente fundamentada.

Los principios de libertad de información, libre circulación de la información, etc., se convierte así en los pilares más sólidos de la organización social, pero con significados diferentes según la visión particular que se tenga de ella.

En los Ejércitos la información es considerada de otra manera; es un factor que proporciona seguridad y es esencial para conseguir la sorpresa tanto táctica como estratégica. Esto es motivo suficiente para desarrollar el secretismo, tendencia que incita al estamento militar a no informar de ningún asunto relacionado con los Ejércitos.

Todos los países, sin excepción, recogen esta visión de la información y la extienden a otras actividades del Gobierno, lo que da lugar a una legislación que limita la libertad de información en los temas relacionados con la Defensa Nacional y los intereses del Estado.

Este hecho ha sido y es motivo de no pocas controversias, ya que hay sectores de la sociedad que no aceptan ninguna restricción que afecte a la libertad de información, ya que la consideran como un bien que está incluso por encima de la propia seguridad.

Con esta integración de las diferentes culturas y con el conocimiento casi inmediato de lo que ocurre en cualquier parte del mundo, la actitud de la población ante los problemas nacionales y las acciones de las Fuerzas Armadas han cambiado, haciéndose necesario un relacionamiento más estrecho, más fluido entre las Fuerzas Armadas y la población.

Sin discutir los efectos que pueda tener la información en el desarrollo de los acontecimientos en un conflicto armado, su argumentación se basa en los riesgos que es preciso correr para gozar de un grado suficiente de libertad.

Curiosamente aquí se produce una vez más una inversión de los significados, y si la seguridad es considerada como una cualidad necesaria para poder vivir en libertad, vemos como ahora se convierte en un factor que nos priva y limita la libertad.

El punto de encuentro entre estas dos concepciones es difícil, por no decir imposible. Libertad y seguridad no pueden tener términos en oposición si se tiene un sentido de la libertad precedido por el de solidaridad con nuestros semejantes.

Aunque cuenten o no con una nueva estructura de la fuerza en el ámbito de Relaciones Públicas y un sistema de entrenamiento mutuo, los Comandos pueden mejorar su capacidad para proporcionar acceso y asegurar la transmisión oportuna de los productos de los medios noticiosos, al integrar estas actividades en todos los ejercicios importantes.

Hoy en día, en un mundo tecnificado, informatizado y que empezó a transitar por los caminos de la cibernética, los medios de comunicaciones instantáneas han disminuido la importancia de los elementos; tiempo y espacio, en el mundo moderno haciendo que las distancias se vean acortadas y los conocimientos y culturas de los pueblos sean integrados.

Esto exige el permanente desarrollo de doctrina, la expansión de cursos sobre relaciones con los medios masivos de comunicación y la expansión de cursos sobre el impacto de los medios de comunicación instantánea en el Plan de Estudio en la Escuela de Comando y Estado Mayor y en otras de mayor nivel.

La prensa no cambia la imagen de las Fuerzas Armadas. Imagen es algo que se constituye a lo largo de los años de trabajo conjunto con el pueblo y que se transformó de costumbre militar de defensa en institución militar permanente.

Si los valores son fuertes y buenos, y eternamente interconectados a los objetivos de la Nación como un todo, cualquier Fuerza Armada podrá estar tranquila y confiar de que la actividad de Comunicación Social es apenas un medio auxiliar para proyectar sus valores junto a la sociedad interna, de donde provienen sus cuadros, y con reflejos positivos en la sociedad externa con la cual el país convive. ***MR***

NOTAS

1. "Misión Militar Brasileña de Instrucción en el Paraguay", *Palestra de Comunicación Social*, 1993, p.6.
2. Olmedo, Alvarenga A., "Sistema de Comunicación Social, Una Propuesta", *Imprenta Militar,* Revista Militar Nº 420, Feb.-Jun., Asunción, Paraguay, p. 42-43, 1992.
3. Reitz, John W., Cnel., "El Apoyo Público y los Tres Niveles de Conducción de la Guerra", *Military Review*, Enero-Feb., p. 9-10, 1994.
4. Ripoll, Molines F., Cnel., "La Prensa y la Defensa: Perspectivas de Interacción y Cooperación Hacia el siglo XXI", *Military Review*, Enero-Feb., p. 68, 1994.
5. Terra De Faria, Flavio C., Tcnel., "Un Nuevo Frente de Batalla: La Comunicación Social", *Imprenta Militar*, Asunción, Paraguay, Mayo-Jl., p. 47-48, 1991.
6. Wells-Petry, Melisa, Mayor, "Periodistas Como Centinelas De La Libertad", *Military Review*, Enero-Feb., p. 27, 1994.
7. Williams, R., "Los Medios de Comunicación" , *Península*, Barcelona, España, p.15, 1971.
8. Constitución Nacional, Congreso Nacional, Asunción, 1992.
9. Ejército de los Estados Unidos de América, *ST 33-153,* "Aplicación de la Teoría Sobre la Propaganda", Instituto para asistencia militar del Ejército de EE.UU., p.68, 1968.
10. Ejército de los Estados Unidos de América, "Operaciones Sicológicas", *FM33-1,*Instituto para asistencia militar del Ejército de EE.UU., p.238, 1987.