

El tema como marco: una oportunidad para la sinergia entre Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas

The theme as a frame: an opportunity to find synergy regarding Intelligence, Social Communication and Psychological Operations

Resumen: El presente estudio parte de la aproximación de la idea de marco, como actividad componente de la desinformación soviética sobre las sociedades occidentales, con el concepto de marco definido por ERWIN GOFFMAN (2012), para delinear cómo cada una de las Capacidades Relacionadas con la Información (CRI) productoras de discurso – Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas – se relaciona con los marcos de la experiencia social. Observamos, pues, convergencias entre inteligencia y esquemas primarios, Comunicación Social y las tonalidades y Operaciones Psicológicas y las maquinaciones. Por último, se utiliza el concepto de Comunicación Sincronizada de las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos para proponer que el tema sea considerado un Marco, que permitirá el logro de sinergias entre las CRI.

Palabras Clave: Marco. Desinformación. Inteligencia. Comunicación Social. Operaciones Psicológicas.

Abstract: This research starts with an approximation of the idea of framing, as an activity developed by the soviet misinformation system over western societies, with the concept of framing as developed by ERWIN GOFFMAN (2012), to map how each one of the Information Related Capabilities (IRC) – Intelligence, Social Communication and Psychological Operations – relates with the frames of the Frame Analysis. It was observed that there are convergences between the Intelligence activity and the schemata of interpretation, the Social Communication and the keys, and the Psychological Operations and the fabrications. Lastly, it was proposed that the Theme, a concept from the Synchronized Communication of the United States Armed Forces, would be used as a Frame, to make easier to get the synergy of the capabilities (IRC).

Keywords: Framing. Misinformation. Intelligence. Social Communication. Psychological Operations.

Luiz Eduardo Maciel Lopes 

Exército Brasileiro.

Porto Alegre, RS, Brasil.

maciellopes1@yahoo.com.br

Recibido: 11 de nov. 2020

Aprobado: 21 de enero 2021

COLEÇÃO MEIRA MATTOS

ISSN on-line 2316-4891 / ISSN print 2316-4833

<http://ebrevistas.eb.mil.br/index.php/RMM/index>



Creative Commons
Attribution Licence

1 Introducción¹

Para pensar en la sinergia entre Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas dentro de las Fuerzas Armadas Brasileñas, es necesario definir los conceptos desde el ethos de estos vectores, especialmente el Ejército Brasileiro, donde la inteligencia se define como una de las seis funciones de combate, porque: "su amplitud alcanza las otras funciones de combate, que están directamente afectadas o relacionadas con los productos de inteligencia" (BRASIL, 2015a, p. 2-1). La función de Combate Inteligencia está directamente relacionada con la obtención de información, esta última en su sentido más amplio, ya que comprende "el conjunto de actividades, tareas y sistemas interrelacionados empleados para asegurar la comprensión del entorno operacional, las amenazas (actuales y potenciales), los oponentes, el terreno y las consideraciones civiles" (BRASIL 2015a, p. 2-1).

Otra actividad de apoyo al combate que también se ocupa de la información es la Comunicación Social. Se define en el manual como "el proceso por el cual se busca mejorar la relación entre los seres humanos, como individuos o como miembros de un grupo social". También puede entenderse como "una serie de acciones según las cuales se pueden expresar ideas, sentimientos e informaciones dirigidas al establecimiento de relaciones y suma de experiencias" (BRASIL, 2019a, p. 4-2).

Las operaciones psicológicas (Op Psc) se definen como:

Procedimientos técnico-especializados, sistematizados para apoyar el logro de objetivos políticos o militares y desarrollados antes, durante y después del uso de la fuerza, dirigidos a motivar a audiencias objetivo amistosas, neutrales u hostiles para lograr comportamientos deseables. (BRASIL, 2015b, p. 196/288).

Aunque, por sí solas, tienen conceptos bastante dispares, las tres actividades se encuentran entre las identificadas como capacidades relacionadas con la información (CRI), de las que se deben buscar oportunidades de sinergia, así como establecer límites definidos, lo que implica prevenir el "fratricidio informativo". Todo eso bajo la coordinación de Operaciones de Información, que consisten en:

uso integrado de las capacidades relacionadas con la información (CRI) y otros recursos relacionados con la información, dentro de la dimensión de la información, para influir, interrumpir, corromper o usurpar el proceso de toma de decisiones de adversarios y potenciales adversarios, protegiendo al mismo tiempo el nuestro (BRASIL, 2019a, p. 3-1, 3-2).

Sin embargo, el desarrollo de capacidades de forma modular es recomendado por la Doctrina Militar Terrestre (DMT) para la generación de poder de combate:

1 El marco es un concepto utilizado para referirse a los principios de organización, observables por un individuo, que gobiernan los acontecimientos –al menos los sociales– y la participación subjetiva en ellos, que permiten la definición de situaciones. En resumen, el marco es un sistema de percepción, socialmente construido, que permite al individuo, cada vez que se enfrenta a una nueva situación, responder: ¿qué está pasando aquí? (GOFFMAN, 2012).

[...] la Fuerza Terrestre (F Ter) busca el desarrollo de capacidades, priorizando la generación de módulos sostenibles con capacidades completas (doctrina, organización, entrenamiento, material, educación, personal e infraestructura - DOAMEPI), con todas las funcionalidades de combate, y de acuerdo con las demandas de áreas estratégicas e intereses nacionales (BRASIL, 2019b, p. 4-1).

Ante esta premisa, el desarrollo de los tres CRI en estudio ocurre de forma independiente. Sin embargo, el mismo DMT indica la necesidad de reunir capacidades bajo un solo comando:

Para la generación de fuerza [...] deben tenerse en cuenta las capacidades necesarias para contraponer las amenazas percibidas. Su constitución debe seguir los siguientes criterios:

- a) basarse en estructuras de organización preexistentes;
- b) tener una composición modular, de acuerdo con las capacidades operativas necesarias;
- c) Tener flexibilidad para adaptarse fácil y económicamente a las variaciones de la misión y la situación; y
- d) tener una unidad de mando, de modo que la responsabilidad del cumplimiento de la misión recaiga en una sola autoridad (BRASIL, 2019b, p. 4-3).

Por lo tanto, se asume que las CRI, Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas, pueden (y deben) constituir módulos a ser reunidos bajo un solo comando, si el estudio de situación indica esta necesidad para que la fuerza pueda contraponer las amenazas listadas.

Sin embargo, el desarrollo de las CRI de manera hermética hace con que cada una esté centrada en su propia manera de abordar los problemas militares, en su estructura particular de procesamiento de la información y en las soluciones específicas que pueden proporcionar por separado.

La inteligencia organiza los datos para producir un discurso que permita "asegurar la comprensión del entorno operativo, las amenazas (actuales y potenciales), los opositores, el terreno y las consideraciones civiles"² (BRASIL, 2015a, p. 2-1). La Comunicación Social organiza datos para producir un discurso que preserve y fortalezca la imagen del Ejército con la comunidad nacional e internacional (BRASIL, 2017). Y las Operaciones Psicológicas organizan los datos para producir discursos (y aquí está el énfasis en plural) con "el objetivo de motivar audiencias amistosas, neutrales u hostiles a manifestar comportamientos deseables, con el fin último de apoyar el logro de las metas establecidas" (BRASIL, 2015b, p. 196/288).

La pregunta, en resumen, que se presenta a un Estado Mayor que recibe módulos de Intlg, Op Psycho y Com Soc es: ¿cómo producir un discurso común entre las tres actividades que llevan a cabo tales discursos?

2 “[...] influencia de las instituciones civiles, las actitudes y actividades de los líderes civiles, la población, la opinión pública, el medio ambiente, la infraestructura creada por el hombre, los organismos nacionales e internacionales, gubernamentales o no gubernamentales, con la capacidad de influir y formar opiniones entre nacionales o internacionales, en el espacio de la batalla.” (BRASIL, 2015a, p. [44]).

Ante esta pregunta, la cuestión está estructurada: ¿existe una teoría sociológica cuyos conceptos permiten establecer una lógica dentro de la cual se puede pensar en el uso integrado de las Capacidades Relacionadas con la Información: ¿Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas?

El presente estudio tuvo como objetivo identificar una teoría sociológica cuyos conceptos facilitaron el uso sinérgico de las Capacidades Relacionadas con la Información (CRI) Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas. Para lograr el objetivo general del estudio, se esbozaron los siguientes objetivos específicos:

- a. explicar cómo la teoría sociológica de los "marcos de la experiencia social" puede relacionarse con el uso de la desinformación soviética del período de la Guerra Fría;
- b. describir cómo cada una de las Capacidades Relacionadas con la Información: Inteligencia, Operaciones Psicológicas y Comunicación Social pueden relacionarse con los conceptos relacionados con el marco;
- c. explicar cómo los conceptos de la teoría sociológica de los "marcos de experiencia social" pueden contribuir a una producción coordinada de discursos que caracterizan un uso sinérgico de las CRI.

Sin duda existen riesgos en el uso concomitante de Capacidades Relacionadas con la Información: Inteligencia, Operaciones Psicológicas y Comunicación Social, sin una planificación coordinada. Como ejemplo de riesgo, está la posibilidad de la divulgación de información que comprometa la contrainteligencia por parte de la Comunicación Social ya que le corresponde a ella "evitar que la fuerza opositora tenga acceso a datos y conocimientos sensibles" (BRASIL, 2015a, p. 3-3). Otro ejemplo de riesgo a plantear es la posibilidad de obtener, a través de la búsqueda de inteligencia, información contaminada por la reverberación de campañas desarrolladas por la Comunicación Social u Operaciones Psicológicas.

La falta de un canal institucionalizado para lograr la sinergia entre las Capacidades Relacionadas con la Información potencia los riesgos y reduce las oportunidades de sinergia a las iniciativas individuales, como se puede ver en la cita a continuación, que informa las estructuras que cubrieron el uso concomitante de la Comunicación Social y las Operaciones Psicológicas en la Intervención Federal en el estado de Rio de Janeiro, en 2018:

Había una estructura de Op Psc trabajando en beneficio de las operaciones, sin embargo, las O Psc no estaban directamente subordinadas al Comando Conjunto, como la sección Com Soc, sino más bien al Centro de Coordinación Táctica Integrada (CCTI). Es decir, aunque las operaciones tenían ambas actividades, no estaban coordinadas bajo el mismo mando o rango. [...] Las CRI presentes trabajaron de forma aislada gran parte del tiempo, a excepción de algunas iniciativas de integración personal (PONTES, 2019, p. 28).

En el extremo opuesto de esta acción segmentada de la CRI en el Ejército Brasileiro, está la actividad de Desinformación, cuyo uso, de manera sistemática, surgió en Rusia después de la revolución comunista de 1917, con la institución del Sector de Desinformación de la Checa (policía secreta en la Rusia Soviética, durante los años 1917-1922), por Felix Edmundovich Dzerzhinsky (1877-1926). La Desinformación surgió como una Operación Psicológica, un hecho que puede ser ejemplificado por la Operación Trust, desencadenada entre 1921 y 1926,

cuyo objetivo era obtener dos cambios de comportamiento de los rusos blancos, opositores al régimen bolchevique, que habían emigrado de Rusia durante la revolución: neutralizar su actividad contrarrevolucionaria y capturar o eliminar a varios de sus líderes. En este caso, la desinformación consistió en infiltrar agentes con la dirección de los emigrantes con un discurso de fragilidad del Régimen Soviético. Esto desarticuló los intentos de organizar la presión externa contra el régimen y finalmente provocó el regreso de estos líderes, en cuyo momento fueron arrestados y ejecutados (HARRIS, 1985).

Desde su creación, el Sector de la Desinformación se ha reestructurado en el contexto de la evolución del Servicio Secreto Soviético, dentro del NKVD (Comisariado Popular de Asuntos Internos, de 1934 a 1953) y luego en el KGB (Comité de Seguridad del Estado, que funcionó entre 1953 y 1991) durante la Guerra Fría (GONÇALVES, 2008, p. 73-74). La actividad de desinformación en sí misma evolucionó, recibiendo la siguiente definición del Teniente General Ion Mihai Pacepa, desertor del Servicio de Inteligencia Rumano el 27 de julio de 1978: "la desinformación (es decir, *dezinformatsiya*) es una herramienta secreta de inteligencia, con el propósito de otorgar un sello occidental no gubernamental a las mentiras del gobierno soviético" (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 69). Como ejemplo de lo que sería la desinformación en la actualidad, se puede citar:

Imaginemos que el FSB (la nueva KGB) fabricó algunos documentos como supuestas pruebas de que el ejército estadounidense estaba siguiendo órdenes específicas de atacar casas de oración musulmanas en sus ataques con bombas contra Libia en 2011. Si se publicara un informe sobre estos documentos en un canal de noticias ruso, sería mala información, y la gente en Occidente podría tomarlo correctamente con un pie atrás y simplemente no le importa un comino, viéndolo como propaganda rutinaria de Moscú. Si, por otro lado, este material se hiciera público en los medios occidentales, sería desinformación y la credibilidad de la noticia sustancialmente mayor (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 69).

El mismo oficial general declara perentoriamente que:

Existe una creencia muy extendida de que el peor daño causado por las operaciones de inteligencia rusas/soviéticas contra Occidente fue el robo de secretos altamente sensibles como la tecnología de la bomba atómica. No es así. El daño absolutamente dañino – y a menudo irreparable–infligido al mundo libre fue causado por las operaciones de desinformación del Kremlin destinadas a cambiar el pasado (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 79).

El KGB es conocido internacionalmente como Agencia de Inteligencia, pero se dice muy poco sobre su papel como ejecutor de actividades de desinformación. El trabajo integrado del CRI, entendido por el Ejército brasileiro, puede inferirse como el trabajo del KGB para construir o destruir reputaciones: "es fácil ver que todo esto fue producto de sofisticados especialistas *dezinformatsiya* y equipos de relaciones públicas, empleando todas sus técnicas de encuadre seguras y engañosas" (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 50). ¿Especialistas en *dezinformat-*

síya sería lo mismo que los especialistas en Operaciones Psicológicas? ¿Y los equipos de Relaciones Públicas serían el equivalente a equipos de Comunicación Social? Uniendo estas dos capacidades a la característica ya conocida del KGB de producción de conocimiento de inteligencia, se puede inferir que la Unión Soviética poseía, a su manera, una solo entidad que coordinaba e integraba lo que en la Fuerza Terrestre se llama Capacidades Relacionadas con la Información.

Cabe señalar que la desinformación y las Operaciones de Información tienen objetivos distintos; la desinformación tiene por meta desestabilizar, crear y fomentar la fricción dentro de las sociedades objetivo, las Operaciones de Información buscan lo contrario, moldean el entorno operacional para reducir la fricción de combate y aceleran la estabilización de los ambientes en conflicto.

Obviamente, como se defiende en la Doctrina Militar Terrestre, este trabajo no aboga en el sentido de la existencia de una solo entidad para desarrollar Operaciones de Información, sino en el sentido de la construcción de oportunidades de sinergia para guiar el trabajo de las células Op Info, cuando las estructuras modulares de Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas se combinan para resolver problemas militares.

El presente estudio se limita al marco de fundamentación teórica relacionada a las Operaciones de Información, buscando el uso práctico de los conceptos de marco, para obtener la sinergia entre Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas, sin adherirse a casos específicos de uso de células de Operaciones de Información, tanto en el Ejército Brasileiro como en el extranjero.

Las relaciones establecidas entre el trabajo de los CRI y los tipos de marcos descritos en los "Marcos de Experiencia Social" (GOFFMAN, 2012) se delinearón con el fin de encontrar una lógica que estructurara las oportunidades de sinergia entre ellos.

Las demás Capacidades Relacionadas con la Información (CRI) establecidas en la doctrina se abordaron solo a modo de ilustración o para extrapolar las conclusiones obtenidas.

La metodología utilizada fue la revisión de la bibliografía, para comprender los conceptos de marcos, así como su relación con la actividad de las Capacidades Relacionadas con la Información: Inteligencia, Operaciones Psicológicas y Comunicación Social. Posteriormente, se observó cómo el concepto estudiado puede contribuir para establecer una lógica a partir de la cual se puede pensar el empleo integrado de las Capacidades Relacionadas con la Información citadas. Por lo tanto, la investigación es bibliográfica y explicativa (VERGARA, 2008). Explicativa porque tiene como objetivo aclarar las relaciones que se establecen entre los temas abordados y bibliográfica porque tiene su base teórica y metodológica basada en la investigación de los temas disponibles en libros, manuales, informes y artículos de libre acceso al público en general.

2 Base teórica

2.1 Concepto Sociológico de Marco y su Relación con la Actividad de Desinformación del KGB

El marco puede considerarse lo que es común en la percepción de los diversos individuos de un grupo social dado. Es una forma de interpretación de las situaciones sociales, compartidas por

una cultura, que permite a los individuos que son componentes de esta cultura posicionarse y reaccionar (GOFFMAN, 2012).

En la construcción social de los marcos, los escalonan según su proximidad a Lo Real, tomados como la escena original, desprovista de significado. Por lo tanto, los esquemas primarios son aquellos que convierten lo Real, sin sentido, en algo significativo. Quienes lo aplican consideran que la aplicación del régimen primario no depende de ninguna interpretación anterior. El esquema primario funciona como una traducción en el sentido de la realidad experimentada (GOFFMAN, 2012).

El tono, por el contrario, es un proceso basado en un conjunto de convenciones, mediante las cuales, un evento ya significativo dentro de un esquema primario, se transforma en algo que se refiere al evento, pero visto por los participantes de la interacción social como muy diferente del evento en sí. La Tonalización es aplicar este proceso de transcripción de un hecho interpretado previamente por un esquema primario o por una tonalización previa, a un nuevo marco aceptado como algo diferente de los marcos anteriores. Cada adición realizada por tonalización se denomina capa o laminación (GOFFMAN, 2012).

La maquinación es un tipo de marco que representa un esfuerzo intencional de uno o más individuos para modificar la percepción de un hecho o actividad, de modo que una o más personas son inducidas a tener una falsa convicción sobre lo que está sucediendo (GOFFMAN, 2012).

A partir del concepto sociológico de marco, se puede entender el significado de los "marcos" asignados a los agentes de la KGB:

Entonces, ¿En qué los espías rumanos y soviéticos dedicaban su tiempo en los años de Guerra Fría? Gen. Pacea diría que "enmarcando", es decir, reescribir la historia y manipular registros, documentos, etc. con el fin de causar eventos (WOOSLEY, 2015, p. 17).

Se puede ver que la Desinformación, originalmente dirigida a cambiar el comportamiento (lo que serviría para clasificarla, según la doctrina del Ejército Brasileiro, como una Operación Psicológica) evolucionó hacia una búsqueda, por diversos medios, de un cambio en la percepción cultural de figuras prominentes, tanto de Occidente como de la Cortina de Hierro, en los años del KGB. Este tipo de marco, tomado a la luz de los conceptos que acabamos de abordar, podría clasificarse como una maquinación. Esto se vuelve aún más claro en:

Los marcos del Kremlin pueden ser negativos, para generar desprecio, o positivos, para generar prestigio; de una manera u otra, pueden afectar directamente el curso de la historia mundial. Gente admirable de Occidente fue calumniada o "enmarcada" como criminales, mientras que personajes criminalmente indignos pertenecientes a la esfera de influencia soviética/rusa fueron retratados o "enmarcados" como santos (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 80).

Los marcos contruidos por el KGB tenían, en su elaboración, un condicionamiento, que las noticias siempre debían construirse alrededor de un "núcleo de verdad" que le diera credibilidad (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 73). Esto denota un conocimiento, al menos empírico, del funcionamiento de marcos socialmente compartidos, porque el efecto obtenido por la adición de capas significativas de "marcos" es la existencia de una capa interna, relativa a lo que significa el hecho en un esquema de correspondencia primaria, y un borde externo, relativo a las concesiones significativas proporcionadas por la situación o por el medio en el que se transmitió el hecho (GOFFMAN, 2012). Es decir, el "núcleo de la verdad" alrededor del cual el KGB construyó sus marcos no es más que la capa interna, en relación con lo que el hecho significa en un esquema de correspondencia primaria. Como ejemplo:

Por lo tanto, Shalepin y Kirichenko decidieron que el marco de Pío XII debía basarse en un escenario ficticio apoyado por documentos vaticanos genuinos, ligeramente modificados (específicamente relacionados o no con Pío XII), cuyos originales nunca se darían a conocer al público. [...] La KGB sabía lo que tenía que hacer. Solo se necesitaron unos pocos documentos del Vaticano para dar un aura de autenticidad a la operación – "un núcleo de verdad" (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 163-164).

Además de la aplicabilidad del concepto de marco, en la forma en que es definido por la sociología, se puede verificar, en la actividad de desinformación desarrollada por el KGB, lo que la doctrina de las Operaciones de Información recomienda hoy como planificación basada en efectos (BRASIL, 2019a, p. 3-4): "allí el objetivo era manipular el futuro, no solo aprender sobre el pasado. Específicamente, la idea es fabricar un nuevo pasado[...] para cambiar la forma en que el mundo los percibe" (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 33). Se enfatiza aquí que los efectos buscados son en términos de percepción, y no en términos de cambio de comportamiento, lo que hace que la actividad de desinformación sea algo más complejo y permanente que una Operación Psicológica. Sin embargo, el esfuerzo dirigido a la maquinación del pasado está directamente relacionado con la "manipulación del futuro".

3 DESARROLLO

3.1 La función de Combate de Inteligencia y el Esquema Primario

La Inteligencia Militar, en cualquier nivel de actividad, tiene como denominador común la "identificación permanente de amenazas, minimizando incertidumbres y buscando oportunidades para el éxito de las operaciones" (BRASIL, 2015a, p. 1-1) para ello, es esencial analizar e integrar los datos obtenidos por los diversos sensores. "La identificación de amenazas y oportunidades es el primero de los resultados que la inteligencia militar debe proporcionar a los comandantes" (BRASIL, 2015a, p. 1-2).

Las conclusiones sobre qué amenazas u oportunidades son se construyen a través de un proceso sistematizado que permite una fusión de datos en fracciones significativas, que a su vez se organizarán en conocimiento. Luego,

el conocimiento es la información que ha sido procesada, analizada y juzgada relevante. Debe contribuir a la comprensión del terreno, el dispositivo y las intenciones del enemigo (fuerzas opuestas, hostiles o adversarias), las condiciones climáticas y las consideraciones civiles (BRASIL, 2015a, p. 2-1).

El dominio de la situación de un entorno operativo y en el Espacio de Batalla solo se puede obtener a partir de la conciencia situacional, un estado mental alcanzado por el tomador de decisiones que acerca la situación percibida a la situación real. Se logra a través de la "disponibilidad de conocimientos y la capacidad de lidiar con informaciones que, asociadas a la experiencia profesional, creencias y valores de un individuo, lo ponen en una ventaja operacional sobre su oponente" (BRASIL, 2015a, p. 2-2).

Esta búsqueda constante de la aproximación de la situación percibida con la situación real permite situar el esfuerzo de búsqueda de la actividad de Inteligencia como el tipo de marco más cercano a lo Real. En otras palabras, es justo decir que La Función de Combate Inteligencia está trabajando constantemente para proporcionar esquemas primarios, es decir, los primeros marcos que permiten transformar en algo significativo lo que de otra manera no habría tenido sentido.

Como ejemplo de tal esfuerzo en la búsqueda de los primeros marcos, que pueden explicar el hecho y, lo que es más importante, permitirle explorar la creación de un enemigo potencial, podemos mencionar el trabajo del Coronel Walter Nicolai, en la actividad de Inteligencia, y, desde 1905 y, más específicamente, en la estructura del Sistema de Inteligencia alemán, a partir de 1913, cuando fue nombrado Jefe del Servicio de Inteligencia del Alto Mando, y durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918). La escala de los medios de búsqueda, con agentes infiltrados en profundidad y la evaluación de la producción de conocimiento por las diversas fuentes, identificando las menos confiables, permitió la concatenación de los datos obtenidos en un conjunto significativo, lo que permitió la prospección de las líneas de acción de la Triple Entente (Reino Unido, Francia y Rusia – enemigos de Alemania en la 1ª Guerra Mundial) (CAMPBELL, 2009).

Vale la pena señalar el enorme contraste entre el resultado de esta estructuración y los manuales alemanes de 1908, que todavía sostenían que la inteligencia se podía obtener de manera eficiente a través de la observación del campo de batalla, mientras que el reconocimiento se podía dejar completamente en manos de las 10 (diez) divisiones de caballería del Ejército Alemán (JOERGENSEN, 2004 apud CAMPBELL, 2009).

La discrepancia entre la forma de producción de inteligencia, del coronel Walter Nicolai, y la recomendada en los manuales de 1908, radica fundamentalmente en la prioridad dada a la planificación del esfuerzo de búsqueda y el procesamiento de inteligencia sobre la simple obtención de datos. Esto se debe a que los datos obtenidos en profundidad, en altos escalones de las fuerzas armadas enemigas, la mayoría de las veces, aún tardan en impactar a las

tropas en contacto, lo que da un tiempo fundamental para llevar a cabo este procesamiento y la disponibilidad oportuna de conocimientos a los tomadores de decisiones.

De este modo, podría decirse que los datos sin tratamiento no constituyen todavía el esquema primario, sino las partes aisladas del mismo, cuya importancia aún no se ha establecido. Así, a través de la producción de conocimiento de inteligencia, hay una fusión de datos en un todo significativo, en el que los datos son procesados, analizados y seleccionados los que se consideran relevantes, en búsqueda de la composición del esquema primario.

Cuando hay una dificultad para obtener conocimiento de la inteligencia, se hace evidente la imposibilidad de responder a la pregunta establecida como paradigma para la composición de los marcos: "¿qué pasa aquí?" Esto se debe a que la falla surge precisamente en la actividad responsable del establecimiento del esquema primario, como se demuestra en la cita a continuación, por el General inglés Rupert Smith:

En ese momento, ya estaba trabajando en Londres en el Ministerio de Defensa, donde las noticias de estos eventos provenían de cuatro fuentes diferentes. Hubo informes del contingente británico de la UNPROFOR, elaborados sobre la base de los informes de su destacamento en la zona de Srebrenica. Eran oportunas y objetivas, pero sufrían de la perspectiva relativamente estrecha de una pequeña dependencia que participaba en acontecimientos importantes. Como proveedores de tropas, teníamos informes del Cuartel General de la UNPROFOR, pero éstos eran muchas veces menos actuales que los de los canales diplomáticos normales, porque su proceso de redacción requería más tiempo y porque las comunicaciones de la ONU se basaban en la red civil y eran deficientes en comparación con las proporcionadas por nuestro contingente militar. Recibimos informes de varias embajadas y misiones británicas, particularmente de la ONU y la OTAN, y finalmente tuvimos los medios de comunicación, cuya cobertura he considerado esencial: además de ser fuentes de información, me ofrecieron un contexto en el que adquirí cierta comprensión de cómo otras personas interpretarían lo que estaba sucediendo, y por lo tanto el valor de los otros informes, la mayoría de los cuales se centraron en aspectos completamente diferentes de los mismos eventos (SMITH, 2008, p. 391).

Sin embargo, la aproximación establecida en la mente del tomador de decisiones entre los informes de inteligencia y la realidad de los hechos, en oposición a las narrativas de los medios, es clara. Al comparar construcciones discursivas, el autor toma los informes de inteligencia como esquema principal y utiliza la narrativa de los "medios" para entender cómo otras personas interpretarían lo que estaba sucediendo - ¿una tonalización?

3.2 Comunicación Social y la Tonalización

La Comunicación Social, en el Ejército Brasileiro, adoptan el siguiente modelo de comunicación:

La comunicación entre una fuente transmisora y un receptor se establece mediante un vehículo, canal o medio transmisor, sujeto a ruido o interferencia, retroalimentación continua. Este flujo de información se denomina proceso de comunicación (BRASIL, 2017b, p. 2-1).

El término Comunicación Social, además de nombrar el instrumento que posibilita y determina la interacción social, también se refiere a una actividad realizada por una de las secciones del Estado Mayor de las Organizaciones Militares, responsable de tres aspectos de la relación de la institución con sus diversos públicos de interés: Asesoramiento a la prensa, Difusión Institucional y Relaciones Públicas (BRASIL, 2017b).

La misión de Com Soc, como una capacidad relacionada con la información, es preservar y fortalecer la imagen del Ejército con la comunidad nacional e internacional. Para cumplir con su misión, Com Soc (del Ejército Brasileiro) centra sus acciones en algunos preceptos, entre los cuales: "proporcionar respuestas adecuadas y oportunas a las preguntas de la sociedad, relacionadas con la Institución" (BRASIL, 2017b, p. 2-2). Uno de los principios de la Comunicación Social (como CRI) es el principio de verdad, considerado la "esencia de la actividad de Com Soc, ya que la fiabilidad de los hechos asegura coherencia, credibilidad y confianza" (BRASIL, 2017b, p. 2-4).

La idea de dar respuestas se acerca al concepto de "tono", porque una respuesta es una información procesada a través de un conjunto de convenciones por las cuales la actividad que originó el cuestionamiento, que "ya era significativa en términos de algún esquema primario, se transforma en algo guiado en esta actividad, pero visto por los participantes como algo muy diferente" (GOFFMAN, 2012, p. 71).

Un ejemplo característico del funcionamiento de la Comunicación Social, en el Ejército, como proveedores de información tonalizada es la producción de Notas a la Prensa. La Nota a la Prensa no es el esquema principal en sí, sino la apropiación de información ya significativa sobre un hecho, organizada a través de un proceso "convencional", para proporcionar a los medios de comunicación la palabra oficial de la Fuerza. Incluso si está totalmente guiada por el principio de la verdad, los destinatarios del comunicado de prensa no lo consideran el hecho en sí, sino algo guiado por el hecho, que es muy diferente.

Es este requisito de confiabilidad de los hechos lo que nos permite entender los mecanismos de producción de discursos del CRI Com Soc como una tonalización documental, en el sentido de que busca utilizar registros que reproducen eventos, es decir, con el propósito de demostrar la ocurrencia de un hecho, caracterizándolo como algo que sucedió en el pasado. La Com Soc utiliza esta forma de producción de marcos, porque este es también, en general, el proceso de composición de noticias utilizado por los medios de comunicación. La documentación (o tono documental) emplea las huellas reales de algo que previamente apareció en el mundo real (en el sentido de menos transformado) (GOFFMAN, 2012). La necesidad apremiante de estas huellas reales indica el punto de contacto entre el CRI Comunicación Social y la función de Combate Inteligencia.

Entonces es necesario observar el entorno en el que se inserta la Comunicación Social para comprender las vicisitudes a las que está sujeta la actividad de tonalización de este CRI. Se podría decir que CRI Com Soc está directamente involucrado en la Batalla de la Narrativa, esta última definida como: el conflicto entre las narrativas que compiten entre sí, producido por los diversos actores involucrados. Según el manual estadounidense: "el objetivo de la Batalla Narrativa es ganar superioridad sobre la narrativa del adversario, disminuyendo su atractivo y número de seguidores y, cuando sea posible, suplantándola y haciéndola irrelevante" (UNITED STATES, 2013, p. III-9, nuestra traducción).³

A su vez, los medios promueven la *agenda-setting*, en la que las noticias de los medios de prensa, si no terminan necesariamente alentando el pensamiento de la gente sobre un determinado tema, al menos hacen que el público se adhiera a un tema en detrimento de otros (HOLFELDT, 1997, p. 42-51). Los vehículos de prensa, entonces, buscan el protagonismo de la noticia, para asegurar la prioridad en la programación, lo que refleja su característica de marketing. El titular del conocimiento sobre el evento extraordinario que será la próxima primicia tiene una mayor posibilidad de obtener audiencia superior durante la duración de su programación. Esto se debe a que "solo los eventos extraordinarios son noticias" (GOFFMAN, 2012, p. 38).

La aceleración rutinaria de las salas de redacción, en la búsqueda de la primera información, abre brechas para fallas que pueden ser explotadas por expertos en desinformación:

También tuvimos mucho éxito al llenar los medios de comunicación occidentales con la imagen de Ceausescu (dictador rumano). La verdad es que los medios occidentales fueron manipulados muy fácilmente, ya que a menudo construían sus noticias a partir de *press releases* y tendían, en general, a ser descuidados acerca de la naturaleza y confiabilidad de sus fuentes. Nuestra información cayó muy bien en el clima general de aceptación de Ceausescu por Occidente, como comunista occidentalizado. Para los occidentales, su posición generalmente parecía una brecha histórica y plausible en el Telón de Acero, y casi nadie salió a las calles para verificar los hechos y contradecirnos (PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 46).

Al mismo tiempo que los medios de comunicación están constantemente bajo presión, los medios de comunicación se han convertido en el escenario del debate público contemporáneo. Sin embargo, y precisamente por esta razón, un tema expuesto en esta etapa no es necesariamente de interés público. Puede haber sido pensado por los profesionales responsables por el marketing que tienen la intención de dar forma al gusto de la audiencia mientras programan sus debates (PENA, 2015). Esto se debe a que "el poder que tiene el tono documental para inhibir los sentidos originales es impresionante" (GOFFMAN, 2012, p. 101). Al emplear, para construir sus discursos, el tono documental, empleando rastros de hechos reales, los medios de comunicación le dan a su construcción narrativa suficiente credibilidad para suplantarse los significados originales de los eventos, lo que permite el desempeño de estos profesionales del marketing, la arquitectura de los marcos.

3 The goal of the battle of the narrative is to gain superiority over the adversary's narrative, to diminish its appeal and followership, and, when possible, to supplant it or make it irrelevant (UNITED STATES, 2013, p. III-9)

Cabe señalar que el marco realizado por un medio de comunicación sobre los hechos a informar es el resultado de elecciones realizadas dentro de un proceso productivo sistematizado. La noticia se elabora de acuerdo con el formato, y siempre hay una (re)contextualización de su enfoque durante la edición (TUCHMAN, 1978 apud PENA, 2015). En este sentido, "producir un marco es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y darles un mayor protagonismo en el texto comunicativo" (COLLING, 2001 apud CUNHA, 2005, p. 33).

Es posible, entonces, identificar al menos tres vectores que presionan el discurso organizado de un vehículo de comunicación y se centran en el proceso productivo de la noticia: la intención de marketing del propio vehículo, el interés del público, tomado este último como concepto previo, anterior al propio discurso y conformado por los cronogramas anteriores, y los hechos a ser seleccionados, organizados y convertidos en noticias.

Si hay un sesgo ideológico atribuible a los medios de comunicación, puede impregnar todo el proceso, ya sea en el establecimiento de objetivos de mercado, o en la definición de lo que interesa al público, o en la organización de los hechos en las noticias, pero principalmente como tono, no como maquinación, por la propia característica de la estructura de la construcción de los discursos.

Así, el problema que se presenta a la producción del discurso de la Capacidad relacionada con la Comunicación Social sobre cómo producir tonalizaciones, atendiendo principalmente al principio de verdad, es decir, basado en los hechos y comunicarlos al público en general, a menudo a través de los medios de comunicación, que tienen los mercados de intenciones, en un ambiente que es constantemente impulsado por los protagonistas de la historia, teniendo en cuenta los intereses del público, con el fin de ganar la ventaja sobre la historia de un oponente.

3.3 Operaciones Psicológicas y Maquinación

El objetivo principal de las operaciones psicológicas, según la definición discutida en la introducción de este artículo, es el cambio de comportamiento de ciertos públicos objetivo. El enfoque en el comportamiento conduce inevitablemente a una aproximación con el enfoque de la psicología comportamental en la que el estímulo, interactuado por el organismo, provocará una reacción global manifestada por un comportamiento (COUTINHO, 1997).

Sin embargo, cabe señalar que

Las Op Psc se centra en la perspectiva cognitiva de la dimensión informacional del entorno operativo, influyendo en las emociones, el razonamiento, las motivaciones, los objetivos y el comportamiento del Pub A (público objetivo) [...] (BRASIL, 2019a, p. 4-3)

Los estímulos entonces serán proporcionados para afectar la cognición de los individuos que componen un público determinado. La herramienta, descrita en el Glosario de las Fuerzas Armadas para la "difusión de cualquier información, idea, doctrina o apelación especial, dirigida a afectar opiniones, generar emociones, provocar actitudes o dirigir el comportamiento de indi-

viduos o grupos sociales" es la propaganda (BRASIL, 2015b, p. 226 / 288). Por lo tanto, los estímulos a la cognición se pueden producir a través de técnicas de propaganda.

En este caso, aunque el objetivo es el comportamiento, la estructuración de los discursos de la CRI Operaciones Psicológicas en piezas propagandísticas, dirigidas a la perspectiva cognitiva, genera un arrastre discursivo, en el que los marcos se distorsionan para que la cognición, fruto de ellos, genere el comportamiento deseado.

En este sentido, el método establecido de marketing, conocido como AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción) encuentra espacio para su uso. La autoría de este modelo fue atribuida por Edward Strong Jr a St Elmo Lewis, por la forma en que desarrolló su trabajo frente varias agencias de publicidad en los Estados Unidos, de 1899 a 1909 (STRONG JUNIOR, 1925, p. 349). Está dirigido a llevar al consumidor a realizar la compra de un producto, y representa, en resumen, cuatro fases o pasos que el consumidor debe recorrer (no necesariamente, pero en general), de manera progresiva, para decidir realizar la compra. Al reemplazar al consumidor con los miembros del público objetivo y considerar la adquisición de un producto como un cambio en el comportamiento, es posible visualizar el funcionamiento del método como una forma de empleo de la publicidad en beneficio de los objetivos de las Operaciones Psicológicas.

La construcción discursiva de la propaganda actuaría entonces con fuerza en las tres primeras etapas, dando lugar a marcos de interpretación capaces de fomentar la atención, el interés y despertar el deseo de una determinada acción. Cuando una situación encaja en el marco construido por la propaganda, el deseo de acción se convertirá en el comportamiento previsto por el propagandista. Por lo tanto, no hay responsabilidad ante la realidad, ya que el estímulo a la cognición objetiva se dirige exclusivamente al comportamiento pretendido, aunque la apelación a la realidad es necesaria para que la propaganda sea creíble. Un ejemplo característico de esta estructura es la iniciativa de la empresa Volkswagen conocida como la "teoría de la diversión", que convirtió una escalera, junto a la escalera mecánica, en un piano, en el metro de Estocolmo en 2009. La modificación intencional del marco (escalera-piano) fue responsable de, a la vez, atraer la atención, despertar el interés y provocar el deseo. El video que demuestra el cambio de comportamiento de las personas, que comenzaron a usar la escalera, en lugar de la escalera mecánica, está en Youtube⁴.

Así, el arrastre discursivo causado por el uso de la propaganda puede ser considerado un efecto que se acerca al concepto de maquinación, ya que la maquinación es un esfuerzo intencional de uno o más individuos, con el objetivo de modificar la percepción sobre un determinado hecho, para que una o más personas sean inducidas a crear una convicción distorsionada sobre lo que realmente está sucediendo. No en vano, aquellos que "planean un engaño pueden ser llamados operadores" (GOFFMAN, 2012, p. 118). La convicción distorsionada (que puede ser momentánea o permanente) es el gatillo para el cambio de comportamiento, como en el ejemplo de Volkswagen: ¿es una escalera o un piano?

Las maquinaciones, así como las tonalizaciones, requieren el uso de un modelo, el uso de algo ya significativo en términos de esquemas primarios: la apelación a la realidad, que tam-

⁴ Video disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=SBBymar3bds&ct=13s>. Accesado en: 10 Mar. 2021.

bién da credibilidad a la propaganda (GOFFMAN, 2012). El ejemplo de maquinación de obras de teatro por la desinformación soviética está elucidando:

Nosotros, como marxistas revolucionarios, no podemos considerar cumplida nuestra tarea si producimos una copia acrítica de la realidad, concibiendo el teatro como un espejo de los tiempos... El trabajo del teatro revolucionario es tomar la realidad como punto de partida y ampliar la discrepancia social, convirtiéndola en un elemento de nuestra acusación, nuestra revuelta, nuestro nuevo orden (PISCATOR, 1929 apud PACEPA; RYCHLAK, 2015, p. 173).

Hay, sin embargo, una diferencia fundamental entre la actividad de las Operaciones Psicológicas (según lo que prescriben los manuales del Ejército Brasileiro) y la desinformación, según lo definido por el Teniente General Ion Mihai Pacepa. La desinformación, aunque ha surgido, en la Operación Trust, como una Operación Psicológica, ha evolucionado hasta convertirse en una herramienta estratégica para cambiar las percepciones, por lo tanto, directamente involucradas en estratagemas de maquinación. Las operaciones psicológicas están dirigidas a cambiar el comportamiento, cuyo uso, a través del empleo de la propaganda, puede causar la aparición de maquinaciones. Sin embargo, su relación con los cuadros de la experiencia social, desde las maquinaciones, debe ser considerada a la hora de buscar la sinergia con la capacidad de comunicación social y con la función de Combate Inteligencia.

3.4 Comunicación Sincronizada y el Tema como Marco

La sincronización de la comunicación, para las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos de América, parte de la idea de que cada acción letal o no letal representa una parte de la narrativa que se quiere construir superior al oponente, configurándose en un enfoque de las operaciones militares desde una perspectiva comunicacional. Así, participa la capacidad relacionada con la información Comunicación Social, junto con el uso de capacidades letales, como tropas y armas, y otras, no letales (UNITED STATES, 2013).

Para ello, se han establecido algunos conceptos clave que están subordinados, permitiendo estructurar una comunicación que parte de una idea central y se dispersa a las diversas tropas en operaciones, proporcionando un sentido único para la comunicación llevada a cabo. Son ellos:

Narrativa — Expresión global del contexto y de los resultados esperados.

Tema — idea o intención convergente que apoya la narrativa y está diseñada para proporcionar dirección y continuidad en la producción de mensajes y productos relacionados.

Mensaje — una comunicación enredada (construida sobre y a través de una trama), dirigida a un cierto público, alineada con un tema específico en apoyo de un objetivo específico. (UNITED STATES, 2013, p. III-9, nuestra traducción).

La narrativa puede ser construida para retratar una Operación Militar como un todo, o puede ser elaborada para corresponder a cada fase de la Operación, con el fin de abarcar más precisamente los movimientos de tropas en el Terreno Humano, definido como "conjunto de características socioculturales existentes en un determinado momento en el tiempo y el espacio geográfico" (BRASIL, 2019a, p. 2-2).

Los temas se alinean con la narrativa e incluso pueden ser partes de ella. Al mismo tiempo, fomentan y delimitan la producción de mensajes desde las capacidades letales y no letales involucradas en la comunicación sincronizada. La idea es permitir que cada comandante o jefe se dirija a sus públicos, sobre los temas específicos de una operación o fase particular de la misma, abordando solo las cuestiones relacionadas con su nivel o actividad. Por lo tanto: "los temas, en cada nivel, tienen que ser abarcados por los temas de los niveles superiores y apoyar los temas estratégicos (dirigidos a los objetivos estratégicos). Son más duraderos y deben sincronizarse arriba y abajo de la cadena de mando" (UNITED STATES, 2013, p. III-9, nuestra traducción). Debido a que permiten la comunicación con el público y, al mismo tiempo, delimitar, la narrativa y los temas deben elaborarse con la participación activa de profesionales de contrainteligencia, capaces de asesorar sobre posibles brechas de seguridad y repercusiones perjudiciales para la institución.

Los mensajes son, en el esquema de comunicación sincronizada, lo que es emitido por las capacidades y representan el uso de la libertad de acción en la dimensión informacional obtenida por la delimitación implementada por los temas. De esa manera,

los mensajes están sujetos a temas y se construyen con información precisa, para una audiencia específica, para crear los efectos deseados. [...] Los mensajes se preparan de tal manera que se construye una red de argumentos con las comunicaciones previas y con los temas para un momento determinado, lugar, medio de difusión y público. [...] Su naturaleza flexible y más dinámica proporciona a los comunicadores y planificadores un margen de maniobra en la perspectiva cognitiva del entorno de la información para crear efectos más variados (UNITED STATES, 2013, p. III-12).

La construcción de argumentos, finalmente, temas y mensajes, se estructura en el establecimiento de las razones de las acciones de las tropas y en la dirección de los resultados/salidas deseados del conflicto en términos comprensibles para las audiencias relevantes. Tales razones y resultados tienen que basarse en la realidad de la situación (UNITES STATES, 2013).

De lo descrito en este artículo se desprende que cada una de las capacidades no letales citadas (inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas) construye discursos y, consecuentemente, marcos de percepción de una manera muy particular. Pero los tres necesariamente pasan por el marco como un proceso de estructuración de sus mensajes. A partir de la cronología de la comunicación sincronizada propuesta por las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos de América y la afirmación de que los temas son más duraderos y deben sincronizarse por encima y por debajo de la cadena de mando (UNITED STATES, 2013), se puede proponer que los temas de la Comunicación sincronizada se consideren marcos, a partir de los cuales, el CRI construirá sus mensajes.

Así, con el fin de sincronizar el trabajo de CRI, en el contexto de las Operaciones de Información, la inteligencia recibiría demandas para dirigir su esfuerzo de búsqueda de los datos que indican la confirmación de ciertos temas de Comunicación Sincronizada. Estos temas serían el esquema primario con respecto a lo que se pretende lograr la conciencia situacional. La comunicación sincronizada se planificará para cubrir los indicadores de éxito previstos para la propia Operación Militar. Si la inteligencia buscará la ocurrencia de estos indicadores, terminará buscando la confirmación de los temas.

Aún en el mismo sentido, la Comunicación Social, siguiendo su principio de verdad, utilizará los temas para marcar la tonalización de la información obtenida, con el fin de guiar su construcción de discursos. A modo de ejemplo, se puede decir que los portavoces sólo podrán hablar sobre los temas cubiertos por los temas previstos para una fase determinada (y no en fases posteriores) de la operación, a su nivel. Esto es muy útil cuando se piensa en la técnica "idea-fuerza transición idea-fuerza", utilizada para respuestas a entrevistas, en situaciones de gestión de crisis de imagen (BRASIL, 2013). La narrativa para la fase de la operación y, más específicamente, los temas que componen la narrativa respectiva, para la comunicación social, vienen a funcionar, al mismo tiempo, como un repositorio y limitador, del cual deben extraerse las ideas-fuerza y las conexiones lógicas entre ellas, sincronizando los discursos en los diversos niveles y evitando el fratricidio informativo.

Finalmente, y aún manteniendo la misma dirección, las Operaciones Psicológicas pueden mecanizar los cuadros, en su propaganda, dirigiendo la Atención, el Interés y el Deseo de los públicos objetivo a los temas de la comunicación sincronizada. Por ejemplo, digamos que en una operación militar, una cierta área ya está bajo el control de tropas apoyadas por Operaciones Psicológicas y ya recibe la afluencia de acciones humanitarias coordinadas entre los organismos militares y civiles. En esta misma operación, los temas de comunicación sincronizada para esta fase son: la implementación de condiciones de seguridad adecuadas y la prestación de asistencia humanitaria. Las Operaciones Psicológicas pueden entonces propagar, a las zonas aún no ocupadas por las tropas, propaganda sobre la asistencia humanitaria que ya se ha proporcionado en los territorios controlados, con el fin de provocar el deseo de recibir esta asistencia, y, condicionada a esto, la fuerza ocupante necesita extender sus acciones en las zonas aún no atendidas. El resultado de comportamiento previsto es la colaboración con el ejército para la aplicación de condiciones de seguridad adecuadas que permitan prestar asistencia humanitaria.

En este sentido, los temas recomendados en la comunicación sincronizada son los impulsores del deseo de los miembros del público objetivo, para que los comportamientos así obtenidos corroboren para el éxito de las Operaciones Militares. En resumen, el marco propuesto por la propaganda se mecanizaría hacia el tema, este último, extraído de la narrativa construida para una fase de la Operación Militar. Como la comunicación sincronizada se organiza para retratar el movimiento de tropas en el Terreno Humano, naturalmente, los cambios de comportamiento previstos por las Operaciones Psicológicas se ajustarán a la narrativa y los temas de esta comunicación.

Cabe señalar que cada una de las capacidades relacionadas con la información abarcada por este trabajo tiene sus propias actividades externas a las Operaciones de Información, ya que de hecho, dan testimonio de las diferencias entre sus definiciones. La idea de abor-

dar los temas de comunicación sincronizada con la forma en que cada uno de ellos produce sus marcos es solo una posibilidad de sinergia entre ellos, en el contexto de la ejecución de Operaciones de Información.

También vale la pena aclarar que la Comunicación Sincronizada en las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos de América es elaborada por una célula especial, compuesta por varios especialistas entre militares y civiles (UNITED STATES, 2013). En el Ejército Brasileiro, con la característica más delgada de los Estados mayores, se sugiere que la elaboración de la Comunicación Sincronizada, en la fase de planificación, es responsabilidad de la célula de Comunicación Social, en coordinación con la célula de Operaciones de Información. Queda por sugerir que la implementación de la Comunicación Sincronizada, durante la ejecución de la operación, con respecto a la difusión de los mensajes en la Terreno Humana, y por los diferentes canales de acceso al público, mapeado desde la Capacidad de Inteligencia, Guerra Electrónica, Cibernética, Operaciones Psicológicas y Temas Civiles con – excepción de los medios de comunicación – es de responsabilidad de la Célula a las Operaciones de Información también de manera coordinada con la Com Soc, que le tocaría la misión de conducir la batalla en la Narrativa por medio de la Asesoría de Prensa, Difusión Institucional y Relaciones Públicas (BRASIL, 2017, p. 1-2).

4 Conclusión

Aunque no se ha puesto sobre la mesa durante este artículo, hay un concepto sin el cual no se podría concluirlo, debido a las preguntas que proporciona, se acerca de los marcos de la Experiencia Social, se trata de la Ventana Overton. Conocido como la ventana del discurso, fue propuesto por Joseph P. Overton, "(1960-2003) un ex presidente de la *Mackinac Center for Public Policy* (Centro Mackinac para Políticas Públicas), empresa *Think Thank*" (AVILLEZ, 2014, p. 40). Según él, "las opiniones públicas pueden configurarse gradualmente, de intolerables a consagradas en las políticas públicas, utilizando una clasificación de seis pasos" (AVILLEZ, 2014, p. 40): imposible, radical, aceptable, sensible, popular y necesaria. Luego, la viabilidad política de una idea depende principalmente de que caiga dentro de la ventana, entre aceptable y necesaria. Esta capacidad de transformar lo admitido por una sociedad, según una gradación, forma parte de la polémica discusión sobre la aceptación de este concepto (AVILLEZ, 2014, p. 40).

Independientemente de la discusión moral que suscite una posible aplicación práctica de esta idea, la Ventana de Overton, tomada como punto de observación, permitiría visualizar, por ejemplo, qué posiciones se consideran aceptables en una sociedad dada en un momento determinado. Se podría decir que la Ventana de Overton es una especie de marco o una condensación (por superposición de capas) de marcos, si permite a los responsables de las políticas públicas, o incluso a otros agentes del habla, posicionarse frente a "¿qué pasa aquí?" (GOFFMAN, 2012) en la sociedad a la que se dirigen.

Por lo tanto, al observar cómo la Ventana de Overton varió su enfoque en figuras cuya reformulación fue atribuida por el Teniente General Ion Mihai Pacepa a la KGB, se puede decir que la desinformación soviética sobre las sociedades occidentales tuvo éxito. No faltan ejemplos: el Che Guevara (que se convirtió en un icono de los movimientos estudiantiles) y el Papa Pío

XII (que, desde protector de los judíos durante la guerra, se convirtió en el Papa de Hitler), entre otros (PACEPA; RYCHLAK, 2015).

Las Operaciones de Información, sin duda, no son desinformación soviética. La desinformación objetiva desestabilizar, crear y estimular la fricción dentro de las sociedades objetivo, las Operaciones de Información buscan lo contrario, moldear el ambiente operacional para disminuir la fricción de combate y acelerar la estabilización de los ambientes conflagrados. Pero la acción integrada de CRI con vistas a los objetivos definidos tiene en la desinformación soviética un ejemplo de obtención de los efectos deseados. La propia implementación de las Operaciones de Información puede ayudar a combatir estos efectos de la desinformación en las dimensiones humana e informativa.

Respondiendo a las preguntas planteadas en la introducción de este artículo, la Comunicación Sincronizada, en la forma en que es entendida por las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos, permite marcar la agencia de los discursos de las Capacidades Relacionadas con la Información: Inteligencia, Comunicación Social y Operaciones Psicológicas para una convergencia. Sin embargo, la propuesta aquí no se trata de la importación pura y simple de una doctrina exógena, sino de su aplicación a través de la lógica que se puede deducir de la teoría sociológica de los marcos (GOFFMAN, 2012), lo que facilita pensar en el empleo integrado de las Capacidades en cuestión.

Así, la propuesta de considerar el tema de la Comunicación Sincronizada como un Marco corrobora una superposición intencional de los marcos, con el fin de permitir una mayor densidad discursiva. En resumen, la Inteligencia buscaría los datos que confirmarían o refutarían la ocurrencia del tema, tomado como esquema primario. La Com Soc tonificaría la información recibida de una manera que converge con el tema, para difundirla en la Batalla de la narrativa, mientras que la Op Psico mecanizaría su propaganda para conducir las salidas comportamentales en la dirección de los temas y la Narrativa propuestos. Los puntos de contacto entre el trabajo de las capacidades, por supuesto, no se producen automáticamente. Es necesario que el conocimiento situacional proporcionado por la inteligencia, por el propio monitoreo de la Operación Militar en curso y el uso del CRI sean procesados por una célula de integración, en el Estado Mayor, responsable de encontrar las oportunidades de sinergia entre el CRI, la Célula de Operaciones de Información.

Tal vez el mayor riesgo, además de los ya mencionados en la introducción de este artículo y además del posible "fratricidio informativo", en no utilizar el CRI de manera coordinada, es la pérdida de oportunidades. Considerada la Ventana de Overton como una condensación de marcos circulantes en una sociedad en un determinado momento, ¿puede una Fuerza Armada, en Operaciones, con todos los riesgos y esfuerzos que las involucran, abdicar de la posibilidad de actuar de manera contundente con una poderosa densidad discursiva sobre las Dimensiones Humana e Informativa? No coordinar el CRI es, difícilmente comparar, lo que sería en la Dimensión Física, una carga de caballería hipomóvil contra formaciones blindadas. ¿Exageración? En el otro lado está la desinformación.

Referencias

AVILLEZ, Gerson Machado de. **Ars Ad Speculum**: discursos sobre realidades. Joinville: Clube de Autores, 2014.

BRASIL. Exército. Comando de Operações Terrestres. **EB20-MC-10.213**: operações de informação. 2 ed. Brasília, DF, 2019a. Disponible en: <https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/5286/1/EB20-MC-10.213.pdf>. Accesado en: 10 mar. 2021.

BRASIL. Exército. Comando do Exército. **Falando com a imprensa**. Brasília: Centro de Comunicação Social do Exército, 2013.

BRASIL. Exército. Estado Maior. **EB20-MC-10.207**: inteligência. 1 ed. Brasília, DF, 2015a. Disponible en: <https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/1/2595/1/EB20-MC-10.207.pdf>. Accesado en: 10 Feb. 2021.

BRASIL. Exército. Estado Maior. **EB20-MF-03.103**: comunicação social. 2. ed. Brasília, DF, 2017. Disponible en: <https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/1/2595/1/EB20-MC-10.207.pdf>. Accesado en: 10 Feb. 2021.

BRASIL. Exército. Estado Maior. **EB20-MF-10.102**: doutrina militar terrestre. 2. ed. Brasília, DF, 2019b. Disponible en: <https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/4760/1/EB20-MF-10.102.pdf>. Accesado en: 10 Feb. 2021.

BRASIL. Ministério da Defesa. Estado Maior Conjunto das Forças Armadas. **MD35-G-01**: Glossário das Forças Armadas. 5. ed. Brasília, DF, 2015b. Disponible en: https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/141/1/MD35_G01.pdf. Accesado en: 10 Feb. 2021.

CAMPBELL, Kenneth J. Colonel Walter Nicolai: a mysterious but effective spy. **American Intelligence Journal**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 83-89, Fall 2009. Intelligence Support to the Warfighter. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/44327117>. Accesado en: 10 mar. 2021.

COUTINHO, Sérgio Augusto de Avellar. **Exercício do comando: a chefia e a liderança militares**, Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1997.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da. **Agora é Lula**: enquadramentos do governo do PT pelo Jornal Nacional. 2005. 198 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) –Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, 2005. Disponible en: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89396>. Accesado en: 10 mar. 2021.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social**: uma perspectiva de análise. Tradução de Gentil A. Titton. Petrópolis: Vozes, 2012.

HARRIS, Stephen A. **The trust**: the classic example of soviet manipulation. 1985. 67f. Master's Thesis (Master of Arts in National Security Affairs) – Naval Postgraduate School, Monterey, CA, 1985. Disponível em: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA161389.pdf>. Acessado em: 10 mar. 2021.

HOLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. Porto Alegre. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v 4, n. 7, p. 42-51, nov. 1997. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/2983/2265>. Acessado em: 10 mar. 2021.

PACEPA, Ion Mihai; RYCHLAK, Ronald J. **Desinformação**: ex-chefe de espionagem revela estratégias secretas para solapar a liberdade, atacar a religião e promover o terrorismo. Tradução de Ronald Robson. Campinas: VIDE Editorial, 2015.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

PONTES, Fausto Augusto de Sousa. **A integração entre as seções de Comunicação Social e Operações Psicológicas no estado-maior de uma força terrestre componente em operações**. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Avançado de Operações Psicológicas) – Centro de Estudos de Pessoal e Forte Duque de Caxias, Rio de Janeiro, 2019.

SMITH, Rupert. **A utilidade da força**: a arte da guerra no mundo moderno. Tradução de Miguel Mata. Coimbra: Edições 70, 2008.

STRONG JUNIOR, Edward. **The psychology of selling and advertising**. New York: McGraw-Hill-Book Company, 1925.

THE FUN theory 1: piano staircase initiative: Volkswagen. [S. l.]: Volkswagen Publicado pelo canal Volkswagen. 2010. 1 vídeo (1 min. e 47 s.) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SBymar3bds&t=13s>. Acessado em: 04 ene. 21

UNITED STATES. Joint Chiefs Of Staff. **Commander's Communication Synchronization**. Joint Doctrine Note 2-13. 16 December 2013. Disponível em: https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/jdn_jg/jdn2_13.pdf. Acessado em: 10 mar. 2021.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

WOOLSEY, R. James. Introdução. *In*: PACEPA, Ion Mihai; RYCHLAK, Ronald J. **Desinformação**: ex-chefe de espionagem revela estratégias secretas para solapar a liberdade, atacar a religião e promover o terrorismo. Tradução de Ronald Robson. Campinas: VIDE Editorial, 2015. p. 17-19.

