

AMPLIANDO LA COBERTURA:

Asociarse con los medios de comunicación iraquíes

Teniente Coronel Frank B. DeCarvalho, Ejército de EUA;
Mayor Spring Kivett, Ejército de EUA; y
Capitán Matthew Lindsey, Ejército de EUA

DESDE EL COMIENZO de las operaciones de combate en Irak en marzo del 2003, los medios de comunicación han difundido un sinnúmero de relatos y artículos de interés relacionados con la guerra, alcanzando no sólo a la ciudadanía y a las familias militares de EUA, sino también a una comunidad internacional interesada en evaluar el progreso de la coalición. El deseo de información del público sobre la guerra es ambiguo, pero las malas noticias generan atención consistentemente. Los medios de comunicación norteamericanos que están integrados a las unidades militares se esfuerzan por captar y relatar los acontecimientos a medida que ocurren. Aunque los eventos sensacionalistas despiertan el interés del público, aquéllos menos dramáticos, pero potencialmente más importantes, pasan con frecuencia desapercibidos. Estos relatos ignorados no involucran ataques insurgentes espectaculares, el sufrimiento humano ni la degradación de la infraestructura. Según el corresponsal internacional de CNN Nic Robertson, “Existen muchos casos de lo que puede ser interpretado como malas noticias aquí [en Irak], pero esa es la información dominante. Es la información que prevalece.”¹ Sin embargo, en muchos casos, las situaciones que se consideran “menos merecedoras de atención” tienen un efecto considerable en las percepciones, actitudes, comportamiento y alianzas del auditorio más influyente en la Operación *Iraqi Freedom*—el pueblo iraquí. Los ciudadanos iraquíes son los que están más cercanos a la verdad, conociendo los eventos a medida que estos ocurren. Desde su perspectiva, el Gobierno de Irak (GOI) y la coalición están o avanzando o destruyendo lo poco que les queda.

Ejercer influencia sobre los iraquíes es esencial para gestionar un resultado favorable en esta guerra. Colocar una cara iraquí en las noticias para ayudar a contrarrestar la propaganda anti GOI o anti coalición será en definitiva necesario para lograr los mejores resultados. Tener iraquíes en la producción y difusión de las noticias es la mejor manera de eliminar las barreras culturales e idiomáticas en las comunicaciones. Las noticias importantes para acrecentar el espíritu popular ganan así un nivel de credibilidad inmediata que no puede ser comunicada por las operaciones de información de la coalición. Emplear reporteros locales aumentará las probabilidades de aceptación del pueblo de Irak, especialmente mediante el relato de historias creíbles de progreso que puedan resonar favorablemente a lo largo de las comunidades. Por lo tanto, las comunicaciones mediáticas hacia iraquíes transmitidas por

El Teniente Coronel Frank B. DeCarvalho es el Jefe de Operaciones de Información de la División Multinacional-Central. Previamente sirvió como director de Adiestramiento y Ejercicios en el Centro Conjunto de Operaciones de Información (JIOC) en la Base Aérea de Lackland, Texas. Recibió su Maestría en administración organizacional en la Universidad de Phoenix.

La Mayor Spring Kivett es subjefe de la sección de Planeamiento, Operaciones de Información y asesora principal de la Sección Mediática Iraquí en la División Multinacional-Central. Anteriormente sirvió como jefe de operaciones del 3/363º Batallón de la 402ª Brigada de Artillería en el Campamento Parks, estado de California. Recibió su licenciatura en ciencias policíacas en la Universidad Estatal de Western Oregon.

El Capitán Matthew Lindsey es el subjefe de la selección de objetivos [no letal] y asesor a la Sección Mediática Iraquí, Operaciones de Información en la División Multinacional-Central. Anteriormente sirvió como asesor del Jefe de Operaciones del 1er Batallón, 306º Regimiento de Infantería en el Fuerte Stewart, estado de Georgia. Recibió su licenciatura en biología de la Universidad de Boston.

FOTO: Reporteros iraquíes entrevistando médicos locales que regresan a trabajar en la clínica médica en Salman Pak, Irak, 23 de octubre de 2007.

Ejército de EUA, Sargento Ibrahim Masoud

iraquíes tienen el potencial de influenciar aún a los más obstinados críticos del Gobierno de Irak y de la coalición, fortaleciendo la resolución y el compromiso para combatir el terrorismo.

Desgraciadamente, salvo por el empleo de limitadas capacidades y recursos de operaciones psicológicas (*PSYOP*), el Gobierno de Irak y la coalición han dado poca atención, esfuerzo y fondos para comunicarse con los iraquíes. Para hacer mejoras en la guerra de información, la coalición necesita involucrar a los medios de comunicación iraquíes. Al respecto, se debe discutir dos asuntos principales: proporcionar seguridad a los medios de comunicación iraquíes y aún de mayor importancia, facilitar su acceso a la información de mayor interés. Si la coalición continúa ignorando estos dos asuntos fundamentales, los insurgentes seguirán siendo el grupo más influyente para manipular las percepciones y el comportamiento de los iraquíes.

Rompiendo el paradigma

Aunque los expertos puedan debatir si los reporteros iraquíes tienen el mismo estatus que sus pares internacionales, los corresponsales iraquíes acreditados claramente no tienen la misma influencia ni respeto que poseen sus contrapartes internacionales o norteamericanos. Con mucha frecuencia, los medios de comunicación iraquíes son considerados tardíamente.

Es importante destacar que la mayoría de los comandantes de la coalición no valoran los beneficios potenciales de incluir reporteros iraquíes en las visitas diarias al campo de batalla. Probablemente tampoco se sientan cómodos de hacerlo. La barrera lingüística y la necesidad de disponer de muchos recursos, en términos de escoltas y traductores, hace más fácil excluir a los iraquíes cuando se realiza la planificación de las operaciones mediáticas. Como resultado, los medios de comunicación iraquíes han tenido pocas oportunidades de reportar noticias relevantes sobre las acciones del Gobierno de Irak y la coalición. Alterar esa situación requiere una cuidadosa reflexión así como cambios en el estatus quo.

¿Cómo se está comunicando la coalición con la población iraquí?, La coalición usa, en gran medida, los medios de *PSYOP* para difundir

sus mensajes; no obstante, la distribución de información es precisa, limitada en duración y alcance. La coalición difunde frecuentemente la información a través de materiales impresos, pancartas, folletos y carteles mediante el contacto personal a nivel táctico. También usa transmisiones de radio. Aunque estos medios son adecuados para diseminar sus mensajes, la ciudadanía iraquí sabe el origen de la información y normalmente cuestiona su legitimidad, credibilidad e intención. Este escepticismo natural afecta especialmente a los iraquíes que muestran una ambivalencia hacia la coalición y el Gobierno de Irak y a quienes no han denunciado a influencias extranjeras, milicias sectarias ni a otros grupos que se oponen a la ocupación.

Emplear los medios de *PSYOP* para alcanzar a este público más escéptico plantea el dilema de la credibilidad. Usar personal de comunicación social del Ejército sería el mejor método de llegar a este sector de la población puesto que ellos se concentran principalmente en informar al público, no en manipularlo.² Por otra parte, las unidades utilizan los temas y mensajes de *PSYOP* para lograr—de modo eufemístico—un efecto específico. Las operaciones psicológicas están dirigidas a públicos seleccionados con información específica, ya sea si éste corresponde a insurgentes, población local u otros.³ A diferencia de la comunicación social, las *PSYOP* son publicidad por definición, diseñadas para inducir o reforzar determinadas actitudes o comportamientos favorables. Por lo tanto, su eficacia depende de cuán bien lo presenta el proveedor y cuán dispuesto está el público a aceptar un mensaje que fácilmente se reconoce como tendencioso.⁴ El proceso de *PSYOP*, inherentemente manipulativo, con el tiempo llega a un punto de rendimiento decreciente. El incentivo requiere no sólo de un mensaje persuasivo sino también de una fuente creíble.

Adicionalmente, las observaciones repetitivas limitan la capacidad de las *PSYOP* de influir a la población en general. Después de realizar actividades de *PSYOP* por cinco años, la población iraquí se insensibilizó respecto de los temas y mensajes repetitivos abogando por la unidad del Gobierno de Irak, la reconciliación, ningún refugio para los insurgentes y proporcionar antecedentes de inteligencia. Hoy en día, las

declaraciones de *PSYOP* de la coalición han llegado a ser tan molestas que ya no tienen ninguna credibilidad. Cabe preguntarse en qué momento dichas actividades se transforman en contraproducentes.

Mientras tanto, los iraquíes están frustrados por la ausencia de información actualizada y precisa. Quieren acceso inmediato a las noticias, no el rollo publicitario de la coalición. Para el pueblo iraquí, es molesto recibir noticias anticuadas endosadas a través de los medios de comunicación iraquíes, especialmente cuando son sólo una mera repetición de las noticias ya publicadas de EUA o de fuentes internacionales. La mejor manera de romper este paradigma para la coalición es apoyar y emplear los medios de comunicación iraquíes.

Desafíos que enfrentan los medios iraquíes

La percepción de ineficacia de los medios de comunicación iraquíes no proviene de la baja calidad de sus habilidades mediáticas. Sus problemas son más una cuestión del estatus pasado y presente, así como de las condiciones bajo las cuales operan hoy en día. Bajo el régimen de Saddam, había pocas fuentes noticiosas, y las que existían eran controladas, financiadas y operadas por el gobierno. Todas las noticias publicadas eran pro-gobierno, y los intentos por difundir informaciones o imágenes opuestas a la versión del gobierno sobre determinados eventos podían concluir en un retiro anticipado y definitivo.

Una vez que la coalición quitó estas barreras, emergió una numerosa cantidad de fuentes noticiosas independientes que produjeron informaciones en abundancia, algunas de estas imparciales. La contrainsurgencia se convirtió en el único enfoque de estas nuevas empresas mediáticas. No obstante, como la situación de seguridad en Irak se deterioró, trabajar con una empresa mediática llegó a ser uno de los trabajos más peligrosos en el mundo. Los cálculos indican 118 muertes y más de 300 bajas en los medios de comunicación en Irak desde marzo del 2003, muchas de estas como consecuencia de asesinatos.⁵

A pesar de los recientes éxitos de la coalición y de las fuerzas de seguridad iraquíes, desempeñarse como periodista en Irak sigue siendo peligroso.

Los terroristas atacan a los corresponsales iraquíes porque hacen crónicas de esperanza y progreso desfavorables a la agenda de los insurgentes. Si un reportero iraquí quisiera respaldar a la insurgencia, sólo tendría que concebir historias en la seguridad de su casa, pero cualquier corresponsal que quisiera atreverse a reportar una noticia que se opusiera a la insurgencia y las tácticas terroristas pone su vida en peligro. Gran parte de los reporteros iraquíes mueren tratando de presentar al mundo el sufrimiento desenfrenado de sus conciudadanos. Jerry Burke de *Fox News Channel* describió los peligros rutinarios que enfrentan todos los corresponsales: “Los medios de comunicación tienen un trabajo muy difícil. Tenemos que hacer el reportaje de algún aspecto de la noticia, entonces reportamos lo que podemos evitando que nuestros comentaristas y reporteros terminen muertos.”⁶

Además del peligro, los iraquíes enfrentan discriminación por parte de la coalición. En las discusiones con periodistas iraquíes, los oficiales de comunicación social de la Fuerza de Tarea *Marne* descubrieron que muchos de estos periodistas están preocupados por las experiencias que han tenido en sus relaciones de trabajo con la coalición. Perciben que no reciben las mismas oportunidades que los corresponsales internacionales o de EUA. Los corresponsales autóctonos tienen dificultades para registrarse y recibir las credenciales. Además, la coalición ha hecho muy poco para incluir a los medios de comunicación iraquíes en su ritmo diario de operación. El nivel de atención y acceso que reciben los medios de comunicación internacionales y de EUA que operan en Irak, en cualquier momento, excede ampliamente lo que reciben los periodistas iraquíes. Los reporteros internacionales y norteamericanos, aunque menores en número, tienen más fondos, mejor logística y más recursos electrónicos para recibir información y apoyo de sus bases en los países de origen. Los equipos mediáticos iraquíes no pueden competir en estas áreas.

Aunque los corresponsales iraquíes son menospreciados, la Fuerza Multinacional-Irak (*MNF-I*) ha proporcionado los recursos a una sección de su estado mayor en la zona internacional para satisfacer los requerimientos

para la integración de corresponsales iraquíes con unidades de la coalición. La sección, el equipo de cooperación con los medios de comunicación iraquíes (*IMET*), es el nexo operativo entre estos medios y las fuerzas de la coalición. El equipo de tres personas es un componente del Centro Combinado de Información de Prensa de la *MNF-I*, que apoya a los medios de comunicación internacionales y norteamericanos.⁷ El *IMET* apoya a cada unidad de nivel de brigada hacia abajo que solicita la integración de elementos mediáticos iraquíes. Sin embargo, satisfacer estas solicitudes frecuentemente produce problemas. Con la prioridad del apoyo principalmente hacia la *MNF-I* y el Cuerpo Multinacional-Irak, la programación de eventos para múltiples clientes multinacionales a nivel de división sigue siendo difícil.

Iniciativas mediáticas de la Fuerza de Tarea *Marne*

Esta fuerza de tarea formó una sección mediática iraquí (*IMS*) para sacar provecho a las capacidades mediáticas iraquíes y a las ventajas de emplearla. La sección está compuesta de 11 individuos en tres departamentos—visitas al campo de batalla, artículos y comunicados de prensa, y monitoreo de los medios de comunicación (véase la figura). Apartándose de la actual doctrina conjunta y del Ejército, la *IMS* no está subordinada a un oficial de comunicación social, sino bajo la dirección y supervisión de un coordinador de efectos (*ECOORD*). Este alineamiento no doctrinario permite que el destacamento de comunicación social se enfoque hacia una audiencia interna (iraquí) y norteamericana, y proporcione otra herramienta de influencia a la sección del estado mayor a cargo de las operaciones psicológicas. No obstante, que el estado mayor tenga una responsabilidad de coordinación para las relaciones de la *IMS* con los medios de comunicación iraquíes, no incluye un rol en las misiones de operaciones psicológicas. Esta relación establece la capacidad de moderar las operaciones psicológicas para una mejor coordinación y sincronización de los temas y mensajes. El nexo entre la *IMS* y las operaciones psicológicas se basa estrictamente en el hecho de que tiene el mismo público objetivo.⁸ Se

debe reiterar que la misión de *IMS* sigue siendo la misión central de la comunicación social—proporcionar información.

Separación y eficacia del estado mayor. Concentrar a los elementos de relaciones públicas y a los de efectos hacia distintos públicos objetivos permite orientar mejor los esfuerzos de influir e informar del comando para apoyar el plan de comunicaciones estratégicas, así como el proceso de selección de blancos no letales. Durante las sesiones de planeamiento del grupo de trabajo para la selección de blancos no letales, el *ECOORD* prioriza y sincroniza los esfuerzos de la sección de asuntos mediáticos iraquíes con todos aquéllos proporcionados por contribuidores no letales, incluyendo los de operaciones de información, relaciones públicas, operaciones civil-militares (gobierno y economía), la fuerza de tarea de asesoría iraquí y la procuraduría militar (imperio de la ley).

Durante una conferencia de comunicaciones estratégicas a nivel de división, el comandante de la Fuerza de Tarea *Marne*, General de División Rick Lynch, destacó, “seleccionar objetivos para el público norteamericano es una responsabilidad de la sección de comunicaciones sociales, y hacerlo para el público iraquí es una responsabilidad de la sección de efectos.” Habiendo trabajado como el coordinador de efectos estratégicos para el General George W. Casey, en la Operación *Iraqi Freedom III*, Lynch reconoció los beneficios de unir la sección de efectos con los medios de comunicación iraquíes. Al separar los medios iraquíes de las relaciones públicas, Lynch estableció líneas de responsabilidad claras, basado en sus experiencias trabajando con estos distintos públicos. Además, puesto que la doctrina actual del Ejército enfatiza que la batalla contrainsurgente decisiva está dirigida a las mentes de la población, responsabilizar a la sección de efectos de coordinar la cooperación con los medios de comunicación iraquíes enriquece mucho la relevancia temática de las operaciones psicológicas.⁹

Esta nueva metodología, no doctrinaria, ha funcionado bien en la Fuerza de Tarea *Marne*. Hasta la fecha de publicación de este artículo, la *IMS* ha realizado 38 visitas al campo de batalla con los equipos mediáticos iraquíes, y ha traducido más de 300 artículos de “buenas noticias” al idioma árabe, los que han sido publicados. La



El ejército de EUA. Sargento Ibrahim Masoud

Entrevistas a soldados del Ejército de Irak en un puesto de control cerca de la ciudad de Tuwaythah, previamente refugio de Al-Qaeda, 8 de agosto de 2007.

penetración del mercado noticioso de los artículos traducidos por la *IMS* mantiene un nivel de un poco más del 50%. Las visitas al campo de batalla tienen un promedio del 98%.

Aunque la *IMS* está separada de las relaciones públicas, siguen vigentes los mismos estándares; las relaciones entre la *IMS* y los medios de comunicación iraquíes dependen del profesionalismo, la credibilidad y la confianza.

Interacción y monitoreo en el campo de batalla. La *IMS* comenzó como un esfuerzo de dos individuos que se concentraron sólo en el monitoreo de los medios de comunicación pan-árabes, también conocido como inteligencia a través de fuentes abiertas. Militares con la especialidad O9L realizaron el monitoreo mediático para determinar la percepción de la población (datos sobre lo que estaban reportando los medios de comunicación acerca de la coalición) y verificar alguna tendencia particular. El disponer de conocimientos actualizados sobre

los sentimientos y percepciones pan-árabes e iraquíes respecto de la coalición ayuda a los comandantes a validar o modificar el plan de comunicaciones estratégicas de la división.¹⁰

Con la incorporación de dos personas más, la *IMS* amplió su misión agregando el desarrollo, traducción y difusión de noticias relacionadas con la coalición a las fuentes mediáticas iraquíes. Comenzando con siete emisoras de radio, ocho de televisión y trece periódicos, la sección mediática rápidamente se estableció como una fuente de información creíble y actualizada. Como continuó difundiendo sus noticias a los contactos mediáticos iraquíes, más periodistas reconocieron el valor de la información proporcionada por al *IMS*. Hoy en día, la *IMS* tiene contactos con 11 emisoras de radio, 13 emisoras de televisión y 27 periódicos, así como una gran cantidad de páginas web mediáticas.¹¹ Además, la *IMS* firmó un contrato exclusivo con el famoso periódico *Al-Sabah*.¹² El contrato asegura que los relatos de

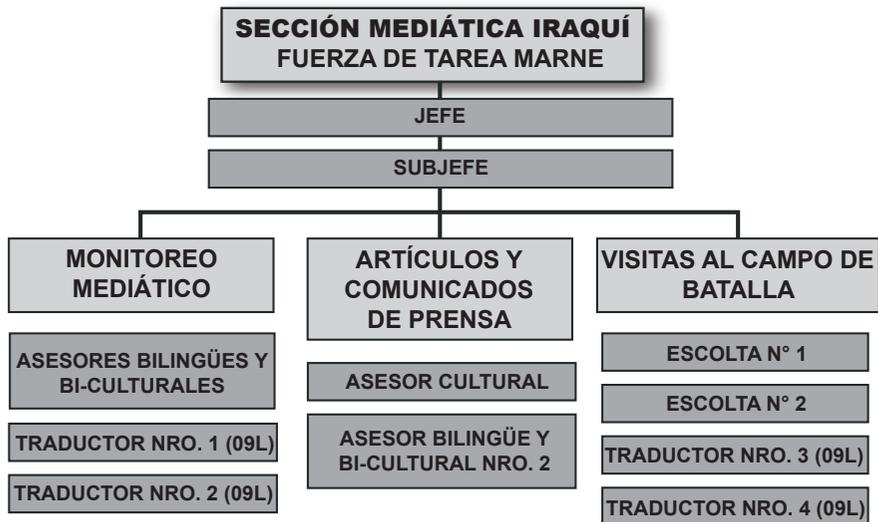


FIGURA 1. SECCIÓN MEDIÁTICA IRAQUÍ

importancia táctica y operativa de “alta prioridad” para la Fuerza de Tarea *Marne* se difundan a un amplio segmento de la población. Con frecuencia, la sección mediática recibe solicitudes para entrevistas, información militar, actualizaciones de informaciones de interés en desarrollo y de vez en cuando notas de agradecimiento. Los artículos se publican con total atribución a la Fuerza de Tarea *Marne*, originando la entrega de muchos datos no solicitados por parte de ciudadanos preocupados sobre la actividad insurgente.¹³ Aunque la *IMS* actualmente no cuenta con personal ni equipamiento suficiente para llevar a cabo entrevistas televisadas, la estrecha coordinación entre los iraquíes y norteamericanos y generar las capacidades orgánicas de relaciones públicas de la división, cumple la misión en forma adecuada.

Para interactuar eficazmente con los medios de comunicación iraquíes, la *IMS* tenía que entender la dinámica organizacional local. Las formidables barreras culturales e idiomáticas eran sólo dos de los muchos desafíos. El personal de los medios de comunicación iraquíes no son menos exigentes que sus contrapartes internacionales o norteamericanos. Esperan el mismo nivel de profesionalismo, cooperación, trato y cortesías. Comprender sus preocupaciones y solucionar rápidamente cualquier asunto que acontezca puede marcar la diferencia entre un buen evento mediático y una queja. Para minimizar la probabilidad de

un contratiempo durante un evento mediático, la *IMS* emplea escoltas e intérpretes militares para acompañar a los equipos mediáticos iraquíes con el objeto de asegurar que la coalición les trate con respeto e imparcialidad, que se mantengan en el horario previsto, enfocados en su misión y fuera de peligro.

Coordinar el apoyo logístico para una visita al campo de batalla es otro gran desafío para la *IMS*. Estas visitas necesitan muchos recursos; pero

los beneficios de la oportunidad mediática son inmensos.¹⁴ Actualmente, la libertad de movimiento está limitada en la mayor parte de Irak y transportar los equipos mediáticos iraquíes a los lugares donde ocurren las noticias que la coalición quiere mostrar es una tarea formidable. Los retrasos de vuelos y medidas de alta seguridad en la Zona Internacional, cambios de misión de última hora y cancelaciones mediáticas esporádicas frustran y causan molestias a los periodistas iraquíes y a los escoltas de la *IMS*. El uso de medios aéreos de ala rotatoria es el método preferido y más seguro de transporte de los equipos mediáticos que visitan el campo de batalla; pero a veces, es necesario viajar en convoyes terrestres. Cualquiera sea el caso, tener planes de contingencia detallados normalmente alivia gran parte de la tensión asociada a los cambios sobre la marcha. Una visita al campo de batalla normalmente implica a los escoltas e intérpretes de la *IMS*, un vuelo del Campamento *Victory* a la Zona Internacional en Bagdad para unirse con un equipo mediático iraquí.¹⁵ Desde allí, todo el personal continúa el vuelo hasta la base operativa avanzada más cercana a la actividad que quieren cubrir. La unidad de maniobra que solicita la presencia de un equipo mediático iraquí envía un destacamento de seguridad personal para proporcionar el transporte terrestre al área designada. La misión no termina hasta

que la *IMS* escolte al equipo mediático sano y salvo de regreso a la Zona Internacional y ellos regresen al Campamento *Victory*.

Por ejemplo, la *IMS* llevó a cabo una exitosa visita al campo de batalla en al-Rashida, un pequeño pueblo al suroeste de Bagdad, el que había sido un refugio de los miembros de Al-Qaeda. La población local se había cansado de la presencia de Al-Qaeda en su región, sus ataques en contra de las fuerzas de la coalición, la intimidación a ciudadanos pacíficos y la perpetración de crímenes atroces. Los habitantes se juntaron y formaron un grupo ciudadano que guarneció puestos de control en varias intersecciones claves y que mantuvo la vigilancia de sus vecindarios de día y de noche. Dentro de poco, el grupo ciudadano forzó a los integrantes de Al-Qaeda a abandonar el área. Desde ese entonces, Al-Qaeda no ha mantenido ninguna presencia ni actividades importantes en al-Rashida ni a lo largo de esa parte de la Ruta *Malibu*. La *IMS* considera importante captar este reporte con “buenas noticias” porque destacó el efecto valioso que tuvieron los grupos ciudadanos en prevenir el terrorismo y asegurar sus vecindarios. Las visitas a la zona de combate también apaciguaron los temores de sus vecinos chiítas quienes creían que la coalición estaba armando a los grupos

ciudadanos sunitas. La Fuerza de Tarea *Marne* también pensó que este reporte podría motivar a la población chiita a formar sus propios grupos para combatir el extremismo chiita. Disponer de reporteros iraquíes contando esta historia de “éxito” enfatizó la importancia de tener un rostro iraquí en los mensajes de mayor trascendencia que apoyan los esfuerzos de la coalición.

La *IMS* escoltó al lugar a los equipos de los medios de televisión de *al-Iraqiya* y *al-Fayhaa*, donde llevaron a cabo entrevistas a los líderes de grupo y ciudadanos. Los reportajes se transmitieron varios días en la televisión iraquí. Los relatos mostraron a ciudadanos iraquíes adoptando una actitud fuerte en contra de los delincuentes y tomando el control de la seguridad en sus vecindarios. Las visitas a la zona de combate eran tan influyentes que *al-Fayhaa* produjo un programa especial de 15 minutos sobre los grupos de ciudadanos interesados, el que fue transmitido la semana siguiente. Para mantener el ímpetu mediático, la *IMS* publicó varios artículos sobre el evento y los diseminó a sus contactos en los medios de comunicación iraquíes. Un gran número de imprentas y sitios de Internet reeditaron los reportes, demostrando el gran interés popular sobre estos grupos.

Desde la fecha de transmisión del programa especial, han surgido otros grupos ciudadanos alrededor de al-Rashida. En la actualidad, el número de participantes en los grupos ciudadanos suman unos 8.000 individuos. Los oficiales de la 2ª Brigada de la 10ª División de Montaña informaron con alegría una reducción impresionante de la actividad insurgente como resultado de las acciones de los ciudadanos en su área de operaciones.

Uno de los beneficios más importantes de las visitas a la zona de combate es poner un rostro iraquí en el reportaje; un reportero iraquí que hable con sus conciudadanos tiene un efecto mayor en la psiquis iraquí que si el reportaje lo



El ejército de EUA, Capitán Matthew Lindsey

Medios de comunicación iraquíes entrevistando a soldados que proporcionan la seguridad a ciudadanos desplazados que regresan a sus hogares en la ciudad de Lutifiyah.

hubiese hecho un reportero de la coalición. Tener ministros o representantes del gobierno presentes en el planeamiento de un evento mediático y en el evento mismo incrementa radicalmente el impacto de una entrevista. Para asegurar el éxito, una meta de la *IMS* es establecer relaciones de confianza con los medios de comunicación iraquíes; no obstante, es un proceso lento que toma mucho tiempo. La gran mayoría de los periodistas iraquíes con los cuales trabaja la sección mediática son principiantes y tienen poca experiencia interactuando con las fuerzas de la coalición.¹⁶ Los iraquíes están constantemente formando y refinando sus opiniones sobre la coalición y la interacción que esta tiene con la población. Por este motivo, la *IMS* y sus escoltas tienen que hacer lo que sea necesario para que el representante de los medios de comunicación iraquí cause, desde el primer momento, una buena y positiva impresión. Mantener un equipo mediático con un nivel adecuado de entusiasmo, optimismo y dedicación, respecto

de proporcionar un servicio valioso para el pueblo de Irak es de suma importancia para ganar la guerra de las imágenes.

Otro factor importante en la fase de coordinación es proporcionar a los equipos mediáticos designados tanta información como sea posible acerca de sus futuras misiones. Por supuesto, las medidas de seguridad operativa (*OPSEC*) forman parte de cada evento mediático para garantizar la seguridad tanto de los periodistas iraquíes como de los soldados de la coalición.¹⁷ Cuando la *IMS* les informa a los representantes mediáticos iraquíes lo que se puede anticipar, es menos probable que se molesten si cambian los parámetros de la misión. El elemento crucial para el éxito es seguir siendo optimista y flexible en la difusión y desarrollo del plan de visita a la zona de combate.

Integrar la ayuda de los expertos. La *IMS* no puede funcionar sin el apoyo dedicado de sus cuatro traductores O9L. Estos soldados son los elementos indispensables de la sección y apoyan a los tres departamentos de la *IMS*. A veces,



El ejército de los EUA, Capitán Matthew Lindsey

Entrevista a un ciudadano interesado en el nuevo cuartel general del grupo cerca de la ciudad de al-Rashida, 27 de diciembre de 2007.

los especialistas O9L desempeñan múltiples tareas en forma simultánea, trabajando como traductores en una visita al campo de batalla durante la mañana, coordinando otros eventos por teléfono con los medios de comunicación iraquíes durante la tarde y traduciendo artículos por la noche. Su astucia para perfeccionar los procesos ha contribuido enormemente a los éxitos de la *IMS*.

Además, la *IMS* adquirió los servicios de un asesor cultural iraquí para ayuda a los miembros de la sección a entender mejor las diferencias culturales, religiosas y étnicas que afectan las relaciones de trabajo. El asesor cultural interactúa directamente con las distintas fuentes mediáticas, actúa como el enlace inicial de la *IMS* y revisa todas las noticias y reportes para verificar la existencia de una adecuada traducción y la debida consideración a las sensibilidades culturales. El disponer de un asesor cultural iraquí para comunicarse directamente con los medios de comunicación iraquíes infunde credibilidad a la *IMS* e incrementa la voluntad de estos medios para asociarse con la *IMS* en futuros eventos.

Además del asesor cultural y los cuatro intérpretes O9L, la *IMS* contrató a dos asesores bilingües y bi-culturales para escribir y traducir artículos, así como servir de analistas mediáticos. Estos asesores aseguran que tanto el modo como el fondo de los artículos lleguen apropiadamente al público objetivo.

Algunas palabras, frases y títulos en inglés simplemente no se pueden traducir al idioma árabe. No reconocer estos sutiles matices lingüísticos ha causado fricción y malos entendidos en el pasado. Como un ejemplo de esto, el término “combatientes extranjeros” generó una reacción muy negativa en los lectores de la *IMS* puesto que la gran mayoría de los iraquíes piensa que el término se refiere a la coalición, así como a los insurgentes que entran a Irak desde otros países, y de ahí, la obvia fricción.¹⁸ Los escritores y el asesor cultural han ayudado a reducir este tipo de imprecisiones lingüísticas y han mejorado los efectos de las expresiones características de la coalición.

Los integrantes de la *IMS* también son expertos en la preparación de artículos para que el público entienda mejor la intención de un reporte. Al

enfatar lo que más les interesa a los iraquíes, la *IMS* incrementa la penetración y aceptación del reportaje. Aunque muchas operaciones de la coalición giran en torno a la reconstrucción y al suministro de servicios básicos, la *IMS* no publica estas acciones en forma excesiva.¹⁹ Los iraquíes entienden que la coalición se encuentra en Irak para ayudar al Gobierno de Irak y a la población, pero no quieren que EUA se los recuerde a diario. El elemento interesante de esta relación es que la función principal de la comunicación social, vale decir proporcionar informaciones, expande la función central de las operaciones psicológicas, cual es la de influir. De ese modo, la sensibilidad de la *IMS* para proporcionar informaciones contribuye a moderar la misión de las operaciones psicológicas de influir. Tal sensibilidad no disimula cínicamente la mano dura de las operaciones psicológicas; sino hace un esfuerzo honesto para que se conozca la verdad.

Además, cuando los artículos de la comunicación social mencionan unidades específicas o nombres de soldados, la *IMS* filtra estos datos para lograr una mejor traducción y mayor simplicidad. Dado el público objetivo, es superfluo al enfoque de la *IMS* el proporcionar detalles específicos sobre los soldados y sus antecedentes.²⁰ La meta de las Fuerzas Armadas de EUA es presentar los esfuerzos de la coalición con precisión. Detalles irrelevantes sólo pueden confundir este esfuerzo.

Labor de equipo y comunicación. La *IMS* no trabaja independientemente desde el interior del cuartel general de la división. Trabaja con cada uno de los coordinadores de efectos de los equipos de combate de brigada (*BCT*) para identificar los eventos que merecen ser cubiertos por los medios. No obstante, a veces la *IMS* planea los eventos basada en las orientaciones del nivel de división. Esta práctica sigue siendo la excepción, no la norma. Los coordinadores de efectos de los *BCT* sincronizan los esfuerzos de planeamiento con cada uno de sus batallones de maniobra y proponen eventos para la cobertura de los medios de comunicación iraquíes. Una vez que estos reciben la aprobación del comandante de *BCT*, los coordinadores de efectos elaboran un plan detallado del concepto de operaciones (*CONOP*) y lo remiten a la *IMS* para su

programación. Los eventos que normalmente se planean y reportan los medios iraquíes son las aperturas de escuelas, las acciones médicas combinadas, la finalización de proyectos civiles y entrevistas con líderes de la comunidad. Si la *IMS* recibe múltiples *CONOP* requiriendo la presencia de los medios de comunicación el mismo día, prioriza las solicitudes basadas en su importancia y el grado en que pueden ser apoyadas.²¹ La *IMS* evalúa cuidadosamente cada solicitud de visita de los medios de comunicación a la zona de combate de los *BCT* puesto que la asignación de los medios a eventos específicos es un proceso complicado. Mediante una coordinación meticulosa, los equipos mediáticos iraquíes pueden sacar provecho de oportunidades de interés periodístico, hacer entrevistas a ciudadanos comprometidos y a líderes tribales, y cubrir eventos comunitarios extemporáneos. Actualmente, la *IMS* puede apoyar dos visitas al campo de batalla por día.²²

Factores limitantes culturales y políticos.

Al trabajar estrechamente con el equipo de cooperación mediática iraquí, la *IMS* debe considerar los factores religiosos antes de asignar equipos mediáticos iraquíes. Los reporteros sunitas pueden sentirse incómodos de entrar en una comunidad chiita o cubrir un evento chiita y viceversa. Los requisitos de seguridad no permiten la divulgación de lugares exactos antes de que ocurran los eventos, y la *IMS* trabaja diligentemente con el equipo de cooperación para tomar en cuenta las sensibilidades y preocupaciones religiosas. A veces, los corresponsales iraquíes con asociaciones religiosas opuestas han cancelado su participación el mismo día de un evento si este coincide con una práctica o feriado religioso. Esta tolerancia previene de una potencial discrepancia. Este tipo de cambios de programación ocurre especialmente durante los feriados religiosos, incluyendo el mes de Ramadán.²³ Además, algunos periodistas perciben algunas áreas como demasiado peligrosas y no apoyarán misiones de esta naturaleza bajo ninguna circunstancia. Ejemplos de las áreas que han ahuyentado a los medios de comunicación iraquíes son los ex refugios de Al-Qaeda, las áreas de alta criminalidad y las áreas con alto número de milicias extremistas.

Progreso continuo

El futuro guarda muchas promesas de crecimiento continuo para la *IMS*. Sin embargo, su expansión depende en gran parte de dos factores: el cambio de percepciones de la coalición respecto de los medios de comunicación iraquíes, desde el nivel de compañía hasta el de brigada, y el aumento de la confianza en el planeamiento mediático programado. Los comandantes de unidades deben aceptar la realidad de que los medios de comunicación iraquíes son herramientas poderosas e influyentes puesto que poseen una credibilidad innata como agentes informadores dada la sincera motivación que los guía.

Los comandantes deben evitar deliberadamente las percepciones escépticas sobre los medios de comunicación iraquíes que los conciben como poco amistosos, antieconómicos y de segundo orden. Los medios de comunicación iraquíes pueden ser un multiplicador de la fuerza. Las fuerzas de la coalición deben tratar a los equipos mediáticos iraquíes con respeto e igualdad respecto de sus contrapartes norteamericanas e internacionales. Una vez que la coalición reconozca el valor y potencial de los medios iraquíes, la *IMS* podrá emplear y alinear mejor sus limitados recursos para apoyar los eventos de alto rendimiento.

La *IMS* está actualmente considerando la contratación de corresponsales iraquíes independientes y el desarrollo de una red sostenible de periodistas informados. El uso de facilitadores mediáticos informales reducirá radicalmente el empleo de recursos de la *IMS* en traductores y escoltas y disminuirá el tiempo necesario para proporcionar la cobertura mediática iraquí en el campo de batalla.

Desarrollar una página web externa a la *IMS* es otro esfuerzo que merece atención. La *IMS* quiere crear un sitio y archivo en línea para todos sus artículos y alertas mediáticas de igual calidad a muchos otros sitios mediáticos árabes que están en línea. El acceso público a los artículos permitirá que la población iraquí evalúe los adelantos en Irak.

La *IMS* también planea ofrecer un programa móvil para otorgar credenciales de corresponsales con el fin de acelerar el proceso de evaluación y registro de nuevos corresponsales iraquíes. Hoy en día, sólo el Centro Combinado de Informaciones

de Prensa puede realizar este servicio, el cual es a menudo difícil y toma mucho tiempo. Si la *IMS* asume esta función disminuirá el trabajo del Centro de Informaciones y hará innecesario que los periodistas iraquíes viajen grandes distancias hacia la Zona Internacional. Además, la *IMS* tendrá más contactos con los medios de comunicación iraquíes para futuras visitas a la zona de combate.

A medida que la coalición cambia su enfoque desde la seguridad hacia el gobierno y la economía, la necesidad de cooperar con los medios de comunicación iraquíes asumirá nueva importancia. Poseer un mecanismo creíble y capaz que divulga los éxitos del Gobierno de Irak y de la coalición con autenticidad mediática mejorará los esfuerzos de reconstrucción. La *IMS* ha demostrado los beneficios de cooperar con

los medios de comunicación iraquíes para dicho propósito. Llegar a la población con informaciones creíbles ha permitido obtener resultados que habrían sido imposibles de lograr a través de las operaciones psicológicas por sí solas.

La penetración del mercado y la continua difusión de informes de los medios de comunicación iraquíes ampliarán el conocimiento de la población sobre las labores realizadas por el Gobierno de Irak y la coalición. Las noticias sobre reconstrucción, asociación y progreso muestran a los iraquíes que están ocurriendo más cosas en Irak que el combate contra los insurgentes. Por medio de la continua asociación con los medios de comunicación iraquíes, la *IMS* está aumentando el nivel de optimismo en toda el área de operaciones de la Fuerza de Tarea *Marne*.²⁴ **MR**

NOTAS

1. Mark Memmott, "Reporters in Iraq under fire there, and from critics," *USA Today*, 22 de marzo de 2006.

2. Véase la Publicación Conjunta (*Joint Publication - JP*) 3-61, Public Affairs (Washington, DC: Oficina Federal de Imprenta [*Government Printing Office - GPO*], 9 de mayo de 2005), Capítulo 2, "Public Affairs Responsibilities."

3. Véase el Manual de Campaña (*Field Manual - FM*) 3-13, Information Operations (Washington, DC: *GPO*, 28 de noviembre de 2003), Capítulo 2, "Information Operations Elements and Related Activities, Psychological Operations."

4. Véase la *JP* 3-13, Information Operations (Washington, DC: *GPO*, 13 de febrero de 2006), Capítulo 2, "Core, Supporting, and Related Information Operations, Psychological Operations."

5. Para más información sobre las bajas de los medios de comunicación desde el comienzo de la ocupación de la coalición en Irak, véase, "Casualties of the Iraq War," disponible en http://en.wikipedia.org/wiki/Casualties_of_the_conflict_in_Iraq_since_2003.

6. Memmott.

7. Para más información sobre el Centro Combinado de Informaciones de Prensa de la Fuerza Multinacional-Irak, visite www.mnf-iraq.com.

8. La responsabilidad de asegurar la coherencia e intención de los informes escritos de la Sección Mediática Iraquí (*IMS*) y los temas y mensajes de *PSYOP* yace en la sección G7 del estado mayor. Para mantener separados los esfuerzos de *IMS* y *PSYOP*, el G7 utiliza el elemento operativo actual para sincronizar los esfuerzos para maximizar los efectos en el público objetivo.

9. Para más información sobre la sincronización de las operaciones de información a lo largo de todas las otras líneas de operaciones lógicas, véase el *FM* 3-24, Counterinsurgency (Washington, DC: *GPO*, 15 de diciembre de 2006), Capítulo 1, "Some of the best weapons for counterinsurgents do not shoot."

10. Las percepciones negativas y reportes ficticios e imprecisos podrían indicar la presencia de fallas en el plan y la necesidad de modificaciones.

11. Las estadísticas del monitoreo mediático realizado por la *IMS* muestran un 50% de los artículos, 100% de las alertas mediáticas y una o más fuentes mediáticas iraquíes/panárabes retransmitieron un 98% de las visitas al campo de batalla. Las cifras podrían ser más altas para los artículos y visitas al campo de batalla, pero no pueden ser verificadas por falta de suficientes capacidades de monitoreo mediático. Puesto que mayores empresas panárabes fuera de Irak poseen muchas de las fuentes mediáticas en Irak, la *IMS* tiene una penetración del mercado de largo alcance.

12. El periódico *Al-Sabah* es básicamente un periódico afiliado al Gobierno de Irak sin una afiliación sectaria específica. Su público lector de aproximadamente 60.000 personas está concentrado en Bagdad y en los cinturones meridionales. Tanto sunitas como chiítas aceptan el periódico como honesto. Se publica diariamente el periódico y cuesta el equivalente de 35 centavos. También hay una sección en inglés en la página web del periódico. Para más información, véase: www.alsabah.com/English.html.

13. Toda la información en la cual se pueden basar acciones concretas obtenidas por la *IMS* se traslada a la sección G2 del estado mayor para el análisis y acción inmediata.

14. Las visitas de los medios de comunicación al campo de batalla tienen una tasa de penetración mediática de un 98%; una o más fuentes mediáticas transmiten el evento.

15. Los equipos de cooperación con los medios de comunicación iraquíes proporcionan el transporte a los equipos mediáticos iraquíes desde el Centro Combinado de Informaciones de Prensa hasta la Zona de Aterrizaje Washington.

16. La tasa de cambio de periodistas en Irak es atribuible primariamente a las numerosas amenazas y la falta de seguridad en muchas áreas. Muchos periodistas hallan que el estrés y las horas son muy exigentes y por lo tanto buscan otras formas de trabajo.

17. La seguridad operativa, uno de los cinco elementos centrales de las Operaciones de Información conforme al listado en el *FM* 3-13 es un elemento crucial en las fases de coordinación y planeamiento de las visitas mediáticas al campo de batalla. Aunque los medios de comunicación iraquíes quieren tanta información como sea posible de antemano, la *IMS*, de acuerdo con las normas operativas, no revela el sitio del evento antes de su llegada al área de aterrizaje. Eso asegura que no haya ninguna filtración de información que pudiera llevar a un ataque insurgente.

18. También, malas interpretaciones por parte de los ciudadanos pueden originarse de productos de las *PSYOP*. El mismo nivel de escrutinio de los términos usados con los artículos escritos también se necesita en la formulación de mensajes y temas de las *PSYOP*.

19. Para que los artículos sean bien acogidos por los iraquíes, se les escribe en la manera más modesta que sea posible y sin excesiva devoción hacia la coalición.

20. Identificadores y/o lemas de las unidades de la coalición raramente son traducibles en árabe y no son apropiados para este público. Un ejemplo claro es la Tropa de Caballería llamada "Los Asesinos." Traducir eso a árabe y difundirlo a la población iraquí causaría preocupaciones. Para los propósitos de la *IMS*, el término "asesino" sería cambiado a "una tropa de la coalición."

21. Se hay más solicitudes que medios de comunicación disponibles, la *IMS* apoya los que producirán el mayor beneficio no legal.

22. Las visitas al campo de batalla necesitan una escolta y un traductor. Actualmente, la *IMS* tiene dos capitanes y dos traductores (de especialidad O9L). En casos raros donde la *IMS* está sobrecargada, la jefatura de equipo de combate de brigada puede proveer escoltas y traductores para llevar a cabo las visitas al campo de batalla.

23. La *IMS* asegura que proporciona comida religiosamente sensible, si es necesario, y siempre respeta a las costumbres religiosas.

24. El nivel creciente de libertad de maniobra o "permisividad" para las fuerzas de la coalición es una señal de mayor estabilidad.