

## Military Review

Marzo-Abril 2024

<b>Referencia</b>	Levin, J. (2024). "How to Win Arguments on the Internet", <i>Military Review</i> , 104 (2), (Kansas: Army University Press), pp. 110-120.
<b>Autor/es</b>	Maj. Joseph Levin, U.S. Army, is the senior legal advisor for 2nd Brigade Combat Team (Strike), 101st Airborne Division (Air Assault). He holds a BA in political science from Stockton University, a JD from Drexel University Law School, an MA in administration from Central Michigan University, an LLM in military law with a concentration in contract and fiscal law from The Judge Advocate General's School, and a Master of Operational Studies from the Command and General Staff School. His assignments as a military attorney include work in the areas of contract law, criminal litigation, client services, and as a general advisor to commanders of various types of units.
<b>Palabras clave</b>	Internet, información, relaciones públicas, crisis.
<b>Tema</b>	El rol de las fuerzas armadas en la gestión de crisis de relaciones públicas, entendidas como operaciones de información articuladas dentro de las estrategias militares para mantener la credibilidad del Ejército y la confianza pública en un entorno informativo cada vez más complejo.
<b>Argumento</b>	<p>Los medios de comunicación sociales y digitales han transformado el entorno informativo de las fuerzas armadas, lo cual ha impactado sus operaciones, la supervisión civil y el reclutamiento militar. Particularmente, la relación de las fuerzas armadas con líderes civiles y la población en general se ha complejizado, por lo que las crisis de relaciones públicas pueden afectar la credibilidad del Ejército en general y poner en riesgo misiones particulares.</p> <p>Una crisis de relaciones públicas implica "un evento que afecta la sostenibilidad y reputación a largo plazo de una organización [y] tiene el potencial de crear una cobertura mediática significativamente negativa" (p. 111). Por ejemplo, el artículo retoma el asesinato de Spc. Vanessa Guillén en 2020 para ejemplificar el manejo deficiente de una crisis de relaciones públicas, pues la oficina encargada en Fort Hood respondió inadecuadamente a la situación, permitiendo que la desinformación dominara la narrativa. Además, los esfuerzos de comunicación fueron mal recibidos y a menudo reflejaron un tono</p>

	<p>equivocado. La muerte de Guillén causó gran atención en Estados Unidos, particularmente cuando se dio a conocer que previo a su desaparición, el 22 de abril de 2020, había reportado ser víctima de acoso sexual y las autoridades no habían actuado en consecuencia. Como resultado del mal manejo de la crisis, se dañó la credibilidad del comando de Fort Hood, se redujo la percepción de seguridad de los soldados al interior de la base y la confianza pública en la institución para prevenir situaciones similares en el futuro.</p> <p>Por otro lado, se destaca la responsabilidad de los miembros del Ejército para corregir la información errónea sobre la institución, además de influir positivamente en el entorno de la información digital y las redes sociales, manteniendo siempre una posición apolítica.</p>
<p><b>Concepción de guerra</b></p>	<p>El autor concibe la guerra más allá del campo de batalla tradicional, pues entiende la gestión de la crisis de relaciones públicas y la corrección de información falsa o errónea como misiones de información, que forman parte de las operaciones militares multidominio, en las que se desarrollan acciones militares coordinadas en distintos espacios, incluso más allá del espacio físico, tomando en cuenta el entorno digital. Se precisa que, “contrarrestar la información errónea es una operación militar en el dominio de la información y debe considerarse con un enfoque operativo de panorama general” (p. 119).</p>
<p><b>Metodología para enfrentar las amenazas</b></p>	<p>El Ejército debe asegurarse de no ceder dominio de la información en la batalla contra la desinformación, los rumores y las narrativas falsas.</p> <p>Debe proporcionar información creíble, precisa y oportuna para contrarrestar la desinformación, la propaganda y la información errónea.</p> <p>Es necesario el uso de cuentas oficiales en redes sociales para comunicar mensajes y corregir información equivocada, siguiendo los principios de gobernanza, profesionalismo, decoro, perspicacia y transparencia.</p> <p>Las respuestas a las crisis de relaciones públicas deben prepararse en un proceso racional y deliberado.</p> <p>Cuando una crisis de relaciones públicas es solo una parte de una crisis más grande, la respuesta de relaciones públicas debe estar coordinada dentro de la planificación general de respuesta más amplia.</p> <p>Las misiones de relaciones públicas son operaciones de información y deben ser consideradas, planificadas y coordinadas a lo largo de toda la cadena de mando tradicional.</p>

<p><b>Concepción de mundo/orden internacional</b></p>	<p>El autor del texto asume un orden mundial caracterizado por la interconexión global, donde la información y la comunicación tienen una importancia central en todos los ámbitos de la vida, incluyendo el militar.</p> <p>Los medios digitales se perciben como un medio estratégico para influir en la percepción de la población y en el apoyo que ésta brinda a instituciones fundamentales para el ejercicio del poder estatal, como las fuerzas armadas, especialmente en situaciones de crisis.</p> <p>Asimismo, se plantea la presencia de un entorno global donde las fuerzas armadas deben adoptar estrategias de comunicación efectivas para gestionar riesgos y amenazas (tales como la desinformación, la propaganda y la información errónea) que podrían poner en riesgo misiones concretas o la confianza en las instituciones militares.</p>
<p><b>Fuerzas mencionadas en el artículo</b></p>	<p>U.S. Army U.S. Army Training and Doctrine Command (TRADOC)</p>
<p><b>Documentos militares citados</b></p>	<p>Field Manual 3-61, Communication Strategy and Public Affairs Operations Uniform Code of Military Justice (UCMJ) Army Regulation (AR) 600-20 Army Command Policy Army Harassment Prevention and Response Program U.S. Army Training and Doctrine Command (TRADOC) Regulation 350-60 Basic Officer Leader Training Policies and Administration U.S. Department of Defense Instruction 5400.17 Official Use of Social Media for Public Affairs Purposes</p>
<p><b>Enlace electrónico del artículo</b></p>	<p><a href="https://www.armypress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/March-April-2024/Arguments/">https://www.armypress.army.mil/Journals/Military-Review/English-Edition-Archives/March-April-2024/Arguments/</a>.</p>
<p><b>Persona que elaboró la ficha</b></p>	<p>Bruno Garduño Guerrero</p>