Guía del alumno · Lección 2.4

Medios de comunicación y contexto operativo · Módulo 2 · Capítulo 6

La lección 2.3 distinguió funciones. Esta lección examina los canales y las condiciones que permiten, dificultan o modifican la recepción. La 2.5 abordará la evaluación de resultados y efectos contraproducentes.

Al terminar podrás

- Distinguir mensaje, medio, audiencia y contexto.
- Comparar panfletos, radio, altavoces, comunicación interpersonal y medios digitales según acceso y comprensión.
- Analizar la relación entre confianza, acciones y mensajes sin confundir intención con efecto.
- Aplicar estos criterios a un caso y señalar qué evidencia falta.

1. Canal y contexto: una relación práctica

Un mensaje es el contenido comunicado; un medio o canal es el soporte mediante el que circula; la audiencia comprende a sus posibles destinatarios. El contexto reúne las condiciones que determinan si pueden recibirlo y entenderlo: idioma, hábitos, ubicación, energía, conectividad, seguridad y relación previa con la fuente. Los grupos no son uniformes: edad, desplazamiento, discapacidad o recursos pueden modificar el acceso.

JP 3-53 (2003), doctrina histórica estadounidense, sostiene que la producción debe considerar las formas habituales en que la población recibe información, incluyendo idioma y formato (p. IV-6; PDF 49). El acceso es condición de posibilidad, no garantía de aceptación. Es necesario preguntar qué sabe el emisor, de dónde procede y qué incertidumbre conserva.

2. Comparar los medios

Panfletos

Pueden conservarse, releerse o circular entre personas. Dependen de la entrega física, la legibilidad y las condiciones de lectura. La producción contada en una imprenta no prueba que se hayan distribuido o leído.

Radio

Puede combinar voz, información y música a distancia. Exige señal, receptor, energía y oportunidad para escuchar. La existencia de una emisión no revela cuántas personas la oyeron.

Altavoces

Transmiten voz en un área próxima y permiten ajustar una comunicación a una situación. Su audibilidad depende de distancia, ruido y entorno; una emisión no acredita que el público la entienda.

Comunicación interpersonal

Facilita preguntas y aclaraciones, pero requiere presencia y tiempo. La reacción de un interlocutor puede orientar la comprensión del caso y no representa automáticamente a toda una población.

Medios digitales

Combinan texto, imagen, audio e intercambio. Dependen de dispositivos, energía y conexión. El contenido puede salir del público previsto y circular sin su contexto. Las interacciones no equivalen por sí solas a aceptación o cambio de conducta.

3. La confianza también se construye con hechos

Una fuente puede ser conocida y aun así no resultar creíble para un grupo concreto. Las personas interpretan los mensajes a la luz de experiencias previas y de lo que observan. Por ejemplo, anunciar un centro abierto cuando no funciona genera una contradicción verificable. Debe comprobarse primero el servicio, no solo multiplicar el aviso.

Helmus, Paul y Glenn (RAND, 2007) examinaron experiencias de Irak y Afganistán. Su análisis señala que acciones percibidas como contradictorias y mensajes descoordinados pueden perjudicar la credibilidad. Los autores no ofrecen una medición causal del efecto de cada comunicación individual (resumen, pp. xv–xvi; PDF 17–18). Su propuesta se refiere a contextos concretos y no demuestra una ley universal.

4. Caso histórico: Atlántico Sur, 1982

A. M. Díaz reconstruye la emisora británica Radio Atlántico del Sur y su programación en castellano dirigida a fuerzas argentinas. Su relato distingue el anuncio público del Ministerio de Defensa y los objetivos militares recogidos en documentación de la época (pp. 87–90; PDF 92–95). La selección de idioma y el uso de radio muestran decisiones del emisor; no prueban cuántas personas escucharon ni cómo reaccionaron.

Sobre los panfletos, Díaz identifica restricciones meteorológicas, riesgos y falta de dispositivos adecuados. Expone testimonios y documentos con dudas sobre si ciertos lanzamientos se realizaron; también relata la circulación del contenido por la prensa (pp. 118–122; PDF 123–127). Deben separarse el diseño de una pieza, su llegada física, su difusión como noticia y su recepción. No se atribuyen rendiciones a estos materiales sin pruebas adicionales.

5. Ficha de estudio

- ¿Quién comunica y qué contenido presenta?
- ¿A qué personas quiere llegar y qué condiciones de acceso tienen?
- ¿Qué canal emplea? ¿Exige señal, lectura, presencia o equipo?
- ¿Puede comprenderse y resulta fiable para esas personas?
- ¿Qué acciones verificables acompañan el mensaje?
- ¿Qué se sabe de producción, distribución, recepción y comprensión?

6. Actividad · Puerto Claro

Caso ficticio. Tras una inundación, una fuerza anuncia en el idioma local que existe un centro de ayuda. Protección civil confirma que el centro está abierto y tiene suministros limitados. En algunos barrios hay receptores de radio con pilas; en otros, muchas personas dependen de conversaciones presenciales. Se han interrumpido la electricidad y parte de la señal móvil. No existen datos sobre quién oyó o comprendió el aviso.

1. Compara la radio y la comunicación presencial. Indica una ventaja y una limitación de cada una en este caso.
2. ¿Por qué verificar el centro y sus suministros importa para la credibilidad?
3. ¿Puede afirmarse que toda la población recibió el anuncio? Explica qué información necesitarías.
4. ¿Qué conclusión puedes extraer sobre el uso de medios digitales mientras se desconoce el alcance de la avería?

Solución razonada

1. La radio puede llegar a quienes tienen receptor y pilas, pero no sabemos cuántos escuchan. La conversación permite aclarar dudas a las personas contactadas y exige presencia y tiempo. Los datos no permiten calcular cuál llega a más personas.

2. Una información sobre un centro inexistente o sin servicio puede contradecir lo que las personas encuentran. Aquí se sabe que está abierto, pero la disponibilidad es limitada; conviene comunicar esa limitación y comprobar si cambia.

3. No. La emisión o el contacto de algunas personas no muestran cobertura total. Serían útiles consultas a distintos barrios, datos sobre acceso a radio y comprobaciones de recepción y comprensión, reconociendo que una muestra puede dejar grupos fuera.

4. La avería parcial de la señal y el corte eléctrico pueden limitar el acceso. Falta saber qué zonas tienen servicio, dispositivos y energía; no corresponde asumir ni una desconexión total ni cobertura universal.

Fuentes para profundizar

Joint Chiefs of Staff, JP 3-53 (2003), pp. IV-6–IV-8 (PDF 49–51). Doctrina estadounidense histórica.

Díaz, A. M., Las operaciones psicológicas en el conflicto del Atlántico Sur, pp. 87–90 y 118–122 (PDF 92–95 y 123–127). Tesis proporcionada; sus conclusiones y testimonios deben contextualizarse.

Helmus, T. C., Paul, C. y Glenn, R. W., Enlisting Madison Avenue, RAND, 2007, resumen pp. xv–xvi (PDF 17–18). Análisis de experiencias, no prueba experimental universal.

ACNUR, Information communications needs assessment: https://www.unhcr.org/handbooks/informationintegrity/practical-tools/situation-analysis/information-communication-needs-and-ecosystem-assessments/information-communications-needs-assessment. Fuente adicional para contrastar acceso y preferencias; su enfoque humanitario no equivale a doctrina PSYOPS.