Guía del alumno · Lección 2.5

Resultados, fracasos y efectos contraproducentes · Módulo 2 · Capítulo 6

La lección 2.4 examinó los medios y las condiciones de recepción. Aquí estudiamos cómo valorar sus resultados. La 2.6 abordará la responsabilidad jurídica y ética.

Resultados de aprendizaje

- Distinguir actividad, recepción, comprensión, aceptación y conducta.
- Examinar una afirmación de eficacia sin atribuir automáticamente causalidad.
- Comparar fuentes de 1991 y 2003 e identificar sus límites.
- Identificar efectos contraproducentes y proponer evidencia pertinente.

1. ¿Qué estamos midiendo?

Un indicador de actividad describe lo que hace el emisor: por ejemplo, avisos impresos o emisiones realizadas. Un indicador de resultado observa una respuesta o cambio en los destinatarios: recepción, comprensión, actitud o conducta. La producción no prueba distribución; la distribución no prueba lectura; la lectura no prueba aceptación y una conducta posterior no demuestra, por sí sola, que el mensaje la causó. El resultado es lo observado; el efecto causal es la diferencia atribuible a la intervención respecto de lo que habría ocurrido sin ella.

Para formular un indicador, identifica destinatarios, conducta, lugar y periodo; indica fuente, método y limitaciones. Por ejemplo: «proporción de personas entrevistadas que recuerdan el aviso en tres barrios, durante la semana posterior». El dato solo describe a quienes representan las entrevistas; no mide automáticamente persuasión ni causalidad.

2. Un razonamiento en cuatro pasos

1. Actividad: ¿qué se produjo o difundió?
2. Recepción y comprensión: ¿quién tuvo acceso y qué entendió?
3. Respuesta: ¿qué actitudes o conductas se observaron?
4. Atribución: ¿qué alternativas y datos comparables permiten valorar la contribución del mensaje?

La doctrina estadounidense JP 3-53 de 2003 propone definir medidas e indicadores de eficacia durante la planificación y reconoce que determinar causas de conductas puede ser complejo y requerir tiempo (pp. I-6–I-7; PDF 21–22). Es doctrina histórica sobre evaluación, no una estimación de éxito de una operación concreta.

Una buena comparación considera diferencias previas entre grupos, cambios simultáneos y cómo se eligieron los entrevistados. Una encuesta aplicada solo a quienes llegan a un centro puede excluir a quienes no pudieron desplazarse. Un testimonio es valioso para conocer una experiencia y sus motivos declarados; no establece por sí solo una proporción representativa.

3. Guerra del Golfo, 1991: influencia dentro de una campaña militar

Goldstein y Jacobowitz, en el volumen editado por Goldstein y Findley, examinan operaciones de radio, altavoces, panfletos y equipos con prisioneros durante 1991. Describen una campaña coordinada con

acciones aéreas y terrestres y sostienen que contribuyó a las rendiciones. Recogen testimonios de prisioneros sobre el papel de los medios en informar cómo y dónde rendirse. Su tabla, que cita un análisis posterior de USSOCOM, recoge que el 70 % de prisioneros de guerra declaró que los mensajes influyeron en sus rendiciones. La tabla no explica allí el tamaño ni la selección de la muestra. Esa declaración no demuestra que el mensaje fuese la única causa ni permite extrapolarla sin conocer el método (p. 349, PDF 363; pp. 350–351, PDF 364–365).

El documento del CESEDEN de 2020 también describe rendiciones masivas en 1991 y, apoyándose en informes, considera importante la combinación de campaña aérea y operaciones psicológicas. Es una interpretación del efecto conjunto, no una medición del porcentaje atribuible a los mensajes (p. 121; PDF 121).

4. Irak, 2003: otra guerra, otra evaluación

Stephen T. Hosmer, de RAND, investigó por qué la resistencia iraquí a la invasión de 2003 fue débil, usando documentos, informes y testimonios. Describe relativamente pocas rendiciones frente al amplio abandono de equipos y regreso a casa. Señala que es difícil separar la influencia de los mensajes de los ataques aéreos y terrestres; las entrevistas atribuyen especial importancia al temor al combate y a los ataques. Algunos testimonios sugieren además que la caída precisa de panfletos podía intimidar al mostrar que las posiciones estaban localizadas (pp. 105–106). Son inferencias basadas en las fuentes disponibles, no una medición experimental de cada causa.

Coincidencia: ambos análisis relacionan mensajes y contexto militar. Divergencia: estudian conflictos, comportamientos y fuentes diferentes, y valoran de distinto modo la contribución de la comunicación. No debe utilizarse la conclusión de RAND sobre 2003 como si negara las rendiciones de 1991.

5. Efectos imprevistos y contraproducentes

Un efecto contraproducente es una reacción que dificulta el objetivo perseguido; puede afectar a públicos no previstos o surgir de mensajes y acciones incoherentes. En diciembre de 2003, el mariscal del aire Brian Heath declaró ante el Parlamento británico que algunas personas en Basora permanecieron en casa al recibir una solicitud posterior de salir, recordando mensajes previos que les aconsejaban permanecer bajo techo. Es su relato de una situación, no una encuesta que establezca la proporción de habitantes afectados.

Helmus, Paul y Glenn (RAND, 2007) examinan experiencias de Irak y Afganistán: advierten que mensajes pueden alcanzar públicos más amplios y que daños, promesas incumplidas o acciones percibidas como contradictorias pueden erosionar la credibilidad. Señalan dificultades para medir efectos y atribuir causas. Su análisis no permite calcular el efecto de una pieza concreta. Díaz, en su tesis sobre el Atlántico Sur, advierte que un panfleto mal diseñado puede perder credibilidad; lo presenta como riesgo, no como prueba de un efecto concreto en todos los destinatarios (p. 109; PDF 114).

6. Actividad de aplicación · Puerto Claro

Caso ficticio. Se imprimieron 500 avisos para comunicar la apertura de un centro de ayuda. Un equipo entrevistó a 20 vecinos junto al centro: 12 recordaban el aviso. No se entrevistó a otros barrios. Durante el mismo periodo se restableció una carretera, otras organizaciones anunciaron el servicio y la asistencia aumentó. No se midió cuántos visitantes habían recibido el aviso antes de acudir.

1. Clasifica las cifras disponibles como actividad, recuerdo o conducta.

2. ¿Demuestra el aumento que el aviso lo causó? Explica dos alternativas.

3. ¿Qué sesgo puede afectar a las entrevistas y qué datos buscarías?

4. Si un aviso anterior recomendó no desplazarse, ¿qué reacción contraproducente sería plausible y cómo la comprobarías?

Solución razonada

1. Los 500 avisos impresos son actividad; 12 de 20 es recuerdo entre entrevistados junto al centro; el aumento de asistencia es conducta observada, sin cifra precisa.

2. No. La carretera pudo facilitar el acceso y otros avisos pudieron informar. También pueden existir más causas. La coincidencia temporal no permite aislar la contribución del aviso.

3. Entrevistar junto al centro favorece a quienes pudieron llegar y puede excluir a barrios distantes o personas sin transporte. Conviene consultar varios barrios, documentar selección y horarios, preguntar por exposición previa y contrastar registros. No extrapoles el 60 % al conjunto.

4. Algunas personas podrían quedarse en casa ante instrucciones contradictorias. Es una hipótesis, no un hecho del caso. Se contrastaría con entrevistas en distintos barrios, cronología, mensajes recibidos y otras barreras al desplazamiento.

Fuentes para profundizar

CESEDEN, Implicaciones del ámbito cognitivo en las operaciones militares (2020), p. 121 (PDF 121). Bibliografía proporcionada; interpretación de la combinación de medios y fuerza en 1991.

Joint Chiefs of Staff, JP 3-53, Psychological Operations (2003), pp. I-6–I-7 (PDF 21–22). Bibliografía proporcionada; doctrina histórica.

Goldstein y Jacobowitz, «PSYOP in Desert Shield/Desert Storm», en Goldstein y Findley, Psychological Operations: Principles and Case Studies (1996), pp. 349–351 (PDF 363–365). Bibliografía proporcionada. https://www.govinfo.gov/content/pkg/GOVPUB-D301-PURL-LPS46803/pdf/GOVPUB-D301-PURL-LPS46803.pdf

Hosmer, Why the Iraqi Resistance to the Coalition Invasion Was So Weak (RAND, 2007), pp. 105–106. https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monographs/2007/RAND_MG544.pdf

Helmus, Paul y Glenn, Enlisting Madison Avenue (RAND, 2007), resumen pp. xv–xvi (PDF 17–18). Bibliografía proporcionada.

Díaz, Las operaciones psicológicas en el conflicto del Atlántico Sur, p. 109 (PDF 114). Bibliografía proporcionada.

Parlamento británico, Defence Committee, declaración de Heath, pregunta 1591, 16 de diciembre de 2003. https://publications.parliament.uk/pa/cm200304/cmselect/cmdfence/57/3121603.htm