



Variables de acción integral en juegos de guerra

**Fredy Oswaldo Gonzalez Castro**

Trabajo de grado para optar al título profesional:

**Curso de Estado Mayor (CEM)**

**Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"**

Bogotá D.C., Colombia

2005

655  
1

FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA  
ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA



TRABAJO DE FUERZA

VARIABLES DE ACCIÓN INTEGRAL EN JUEGOS DE GUERRA

MAYOR FREDY OSWALD GONZALEZ CASTRO

Curso CEM-2005

Director

CORONEL® SANCHEZ VELEZ OSCAR DIEGO

Bogotá DC.

29 Agosto de 2005

Ciudad y fecha (día, mes y año)

Nota de aceptación:

El modelo propuesto cumple con  
los requerimientos impuestos y  
las necesidades del SITOC, lo que  
permite continuar con los  
trabajos siguientes. con respecto a  
los modelos Acetados del SECSC  
debe guardar en la ESDEGUE.

Una persona ha ampliado con  
Mariana. Su sensibilidad y bell  
que la vida es linda y corta.

Y a mi esposa María Isabel que me ha ayudado a comprender que  
los hijos son bendiciones cuya vida es una oportunidad para  
carquever la nuestra, porque enseñándoles aprendamos de ellos,  
formándolos revisamos nuestro proceder, amándolos gozamos de  
los frutos del amor, y ayudándolos a crecer crecemos  
hacemos más humanos.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Ciudad y fecha (día, mes, y año)

## AGRADECIMIENTOS

El contenido de este trabajo ha sido recogido del conocimiento y experiencia de una persona que ha ampliado constantemente mis horizontes, mi hija Mariana. Su sensibilidad y belleza me ha hecho ver más de una vez que la vida es linda y corta.

Al doctor MAURICIO ULLABAN quien me brindó su apoyo en el desarrollo e ilustración de este libro.

Y a mi esposa Maria Isabel que me ha ayudado a comprender que los hijos son bendiciones cuya vida es una oportunidad para enriquecer la nuestra, porque enseñándoles aprendemos de ellos, formándolos revisamos nuestro proceder, amándolos gozamos de los frutos del amor, y ayudándolos a crecer crecemos y nos hacemos más humanos.

# CONTENIDO

Pág.

## AGRADECIMIENTOS

### INTRODUCCIÓN

8

### 3. GENERALIDADES

12

3.1. BASES El contenido de este trabajo ha sido recogido del conocimiento y experiencia de muchas personas en la Escuela de Relaciones Civiles y Militares especial atención al señor SP JUAN CARLOS CHAPARRO CHIRIVI por su apoyo en el desarrollo e ilustración.

4. ACCIÓN Al doctor MAURICIO ULLABAN quien oriento sabiamente la metodología para culminar con éxito mi labor.

13

14

14

15

17

17

#### 4.1.1 Clases de símbolos

19

#### 4.1.2 Objetivo Fundamental

19

#### 4.1.3 Objetivos Particulares

19

#### 4.1.4 Acciones

20

#### 4.1.5 Limitaciones

20

#### 4.1.6 Medios empleados

20

### 4.2. PROPIAS TROPAS

21

#### 4.2.1 Operaciones Psicológicas en las Fuerzas Militares

21

##### 4.2.1.1 Acciones de sensibilización

21

##### 4.2.1.2 Acciones para contrarrestar efectos

22

##### 4.2.1.3 Acciones preventivas

23

##### 4.2.1.4 Acciones para facilitar la acción del mando

24

##### 4.2.1.5 Acciones de apoyo a la instrucción

24

#### 4.2.2 Oficiales

27

#### 4.2.3 Suboficiales

27

#### 4.2.4 Soldados

27

#### 4.2.5 Simulacros

27

### 4.3. POBLACIÓN CIVIL

27

#### 4.3.1 Población Afecta

28

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
3. GENERALIDADES	12
3.1 LAS OPERACIONES SICOLOGICAS	13
3.1.1 Capacidades	14
3.1.2 Limitaciones	14
3.2 GUERRA SICOLOGICA	15
4. ACCIÓN SICOLOGICA	17
4.1 GENERALIDADES	17
4.1.1 Clases de símbolos	19
4.1.2 Objetivo fundamental	19
4.1.3 Objetivos Particulares	19
4.1.4 Acciones	20
4.1.5 Limitaciones	20
4.1.6 Medios empleados	20
4.2 PROPIAS TROPAS	21
4.2.1 Operaciones Sicológicas en las Fuerzas Militares	21
4.2.1.1 Acciones de concientización	21
4.2.1.2. Acciones para contrarrestar efectos	22
4.2.1.3 Acciones preventivas	22
4.2.1.4 Acciones para facilitar la acción del mando	24
4.2.1.5 Acciones de apoyo a la instrucción	24
4.2.2 Oficiales	27
4.2.3 Suboficiales	27
4.2.4 Soldados	27
4.2.5 Civiles	27
4.3 POBLACIÓN CIVIL	27
4.3.1 Población Afecta	28

4.3.2 Población Neutral	RESUMEN	28
4.3.3 Población desafecta	RESUMEN	28
4.4 ENEMIGO	Variables de Acción Integral en los juegos de guerra	28
4.4.1 Guerra regular	FREDY OSWALD GONZALEZ CASTRO	30
4.4.2 Guerra Irregular	¿Cuáles son los repartimientos y variables en el	31
5 ASUNTOS CIVILES	planeamiento de la acción psicológica y asuntos civ	37
5.1 GUERRA REGULAR		38
5.2 GUERRA IRREGULAR	Dotar a la Escuela Superior de Guerra con	39
5.2.1 Identificar Blanco audiencia	evaluación de planeación en acción psicológica	39
5.2.2 Clasificación de los Blancos audiencia	Uso de modelos de comunicación	39
5.2.3 Tipos de Blanco audiencia	que hagan confiable este ejercicio.	40
5.2.4 Acciones		42
5.3 POBLACIÓN CIVIL	descriptiva	43
5.4 AUTORIDADES CIVILES		43
5.5 AUTORIDADES ECLESIASTICAS	Operaciones narcoterroristas y en especial la	45
5.6 OTRAS AUTORIDADES	metódica y silenciosa una guerra psicológica en	45
6. COOPERACIÓN CIVIL Y MILITAR	¿cómo solo se ganará mediante una acción	46
7. MODELOS DE COMUNICACIÓN	operacionales contundentes, con el apoyo y	50
7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	blancos y no solo de las Fuerzas Militares.	50
7.2 CLASIFICACIÓN		51
8. CARTILLA DE EVALUACION	¿cómo la aplicación de los conceptos de A	55
9. CONCLUSIONES	de hace más de cuarenta años, y solo con la acción integ	74
10. APORTES	de las grandes con el poder de las armas y mantener a la poblac	76
11. SUJERENCIAS	reservado al Gobierno.	76
10. BIBLIOGRAFÍA		77

Acción psicológica, Blanco audiencia, Asuntos civiles, Cooperación civil, Propaganda.

## RESUMEN

- Título de la investigación:** Variables de Acción Integral en los juegos de Guerra
- Investigadores:** FREDY OSWALD GONZALEZ CASTRO
- Problema Formulado:** ¿Cuáles son los requerimientos y variables a tener en cuenta para evaluar el planeamiento de la acción psicológica y asuntos civiles para el CESAC?
- Objetivo general:** Dotar a la Escuela Superior de Guerra con unos datos para desarrollar el simulador de evaluación de planeación en acción psicológica y asuntos civiles incluyendo la evaluación del manejo de modelos de comunicación o prensa, aplicable a los Juegos de Guerra, que hagan confiable este ejercicio.
- Metodología desarrollada:**
- Tipo de investigación:** Descriptiva
- Síntesis de los resultados encontrados:**  
A lo largo y ancho del país, las organizaciones narcoterroristas y en especial las FARC han venido adelantando en forma sistemática y silenciosa una guerra psicológica en contra de la institución armada, la cual, sin lugar a dudas solo se ganará mediante una acción integral coordinada acompañada de resultados operacionales contundentes, con el apoyo y comprometimiento de todos los colombianos y no solo de las Fuerzas Militares.
- Conclusiones relevantes:**  
En Colombia cobra mayor importancia la aplicación de los conceptos de ASAC por la guerra que se vive desde hace más de cuarenta años, y solo con la acción integral se podrá consolidar las áreas ganadas con el poder de las armas y mantener a la población civil en apoyo constante e irrestricto al Gobierno.
- Palabras clave:**  
Acción psicológica, Blanco audiencia, Asuntos civiles, Cooperación civil, Propaganda.

## Introducción

Teniendo en cuenta el desarrollo real del conflicto y la forma constante del actuar de los grupos narcoterroristas, es imperante desarrollar mecanismos que permitan contrarrestar y neutralizar la acción terrorista, con la organización actual o con aquella que surja en el futuro para ello, es necesario conocer que clase de guerra están librando, cual es el objetivo que persiguen, para así poder enfrentarlos de la misma forma y poder neutralizarlos e impedir su iniciativa y sorpresa.

El Estado colombiano ha sido sistemáticamente afectado por la presencia y el continuo accionar de una amplia variedad de agentes generadores de violencia; las acciones de estos agentes violentos se orientan aislada o coordinadamente hacia los campos del poder nacional, hay acciones subversivas políticas, económicas, sico-sociales y armadas; estas acciones tienen hoy por hoy en grave riesgo la estabilidad y vigencia de la democracia en nuestro país.

La comunidad nacional es sus diversos componentes ha sido infiltrada y penetrada durante los últimos cuarenta años por una guerra silenciosa, que ha socavado y minado la cultura, la identidad nacional y la familia, mediante toda una gran variedad de acciones subterráneas e intangibles que han corroído sin darnos cuenta la institucionalidad de Colombia.

Con el propósito de definir las diferentes acciones que las Fuerzas Militares, deben realizar, para contrarrestar la guerra política, en todas sus manifestaciones se relacionan algunas posibles acciones integrales, que pueden ser empleadas con acierto en la lucha política que se esta librando.

La acción integral como actualmente se esta llamando a las acciones psicológicas es el arma mas valiosa que se debe emplear en cualquier guerra porque es la que va directamente al corazón y la mente de los hombres, es la que va a permitir cambiar su voluntad y pensamientos. Las guerras no las ganan los gobiernos sino los pueblos.

## 1. Justificación

Ante la necesidad de contar con un Centro de Simulación y Análisis operacional, que permita proveer a los miembros de las Fuerzas Militares de un sistema de simulación para el entrenamiento de Comandantes y Unidades en el proceso de toma de decisiones dentro de la conducción militar, la Escuela Superior de Guerra a través del CESAC viene modelando los diferentes teatros de operaciones donde se desarrollan las operaciones militares. Lo anterior, con el fin de adelantar lo que se denomina “Juegos de Guerra”, el cual cumplirá con las siguientes condiciones de operación.

### 1.1 En cuanto al desarrollo.

Permitir el desarrollo y perfeccionamiento de ejercicios prácticos de gran realismo y variada complejidad, que faciliten la aplicación de la doctrina y el desarrollo de competencias para la Toma de Decisiones y la conducción operacional en los cursos de Altos Estudios Militares CAEM, Curso de Estado Mayor CEM y los Cursos de Comando, Cursos Básicos del Ejército Nacional, la Armada y la Fuerza Aérea

### 1.2 En cuanto a la funcionalidad del proyecto.

Fortalecer la cultura de operaciones conjuntas y la importancia de la acción integral en las operaciones Militares.

Que esta herramienta sea clave a las FFMM., a los Comandos de Fuerzas y a los Comandos de las Unidades Operativas Mayores y Menores, para realizar el planeamiento y ensayo de operaciones en el logro de objetivos decisivos.

Da opciones de planeamiento, movimiento, operaciones de fuego directo e indirecto, la creación y modificación de áreas de enfrentamiento y la generación de reportes de las operaciones militares.

Sirve para el desarrollo de ejercicios Militares y se desarrollan virtualmente utilizando ordenadores, lo que reduce ostensiblemente los gastos en personal, equipos y mantenimiento de material de guerra haciendo un ahorro de material, recursos del país y disminuyendo el desgaste de los hombres.

Sirve como herramienta eficaz para conocer las actuaciones de los estados mayores de las fuerzas militares para los niveles táctico, operacional y estratégico en condiciones de guerra regular e irregular en áreas de combate rural y urbano bajo todas las condiciones de tiempo y terreno.

De igual forma se equiparan y enfrentan ejércitos de aire tierra y mar en condiciones reales sobre tablas virtuales dando como resultado el poder de combate para ser analizado y tener herramientas para tomar decisiones políticas y económicas con el propósito de defender la soberanía del país.

## 2.2 Objetivo General

Dotar a la Escuela Superior de Guerra con unos datos para desarrollar el simulador de evaluación de planeación en acción psicológica y asuntos civiles incluyendo la evaluación del manejo de modelos de comunicación o prensa, aplicable a los Juegos de Guerra, que hagan confiable este ejercicio.

## 2.3 Objetivos Específicos

2.3.1 Recopilar, integrar, consolidar y analizar la información que reglamenta los procesos de ASAC.

2.3.2 Diagnosticar, aplicación y el empleo de la doctrina de ASAC para guerra regular como irregular.

2.3.3 Actualizar los procedimientos tácticos y estratégicos de ASAC aplicados a los conflictos modernos.

## 2. Planteamiento del Problema

Implementación y desarrollo de un modelo para evaluar el planeamiento en ASAC, aplicando variables que afecten positiva o negativamente esta actividad en el teatro de guerra, para empleo en el Simulador Táctico Operacional Conjunto de la Escuela Superior de Guerra.

### 2.1 Formulación del Problema

¿Cuáles son los requerimientos y variables a tener en cuenta para evaluar el planeamiento de la acción psicológica y asuntos civiles para el CESAC?

### 2.2 Objetivo General

Dotar a la Escuela Superior de Guerra con unos datos para desarrollar el simulador de evaluación de planeación en acción psicológica y asuntos civiles incluyendo la evaluación del manejo de modelos de comunicación o prensa, aplicable a los Juegos de Guerra, que hagan confiable este ejercicio.

### 2.3 Objetivos Específicos

2.3.1 Recopilar, integrar, consolidar y analizar la información que reglamenta los procesos de ASAC.

2.3.2 Diagnosticar, aplicación y el empleo de la doctrina de ASAC para guerra regular como irregular.

2.3.3 Actualizar los procedimientos tácticos y estratégicos de ASAC aplicados a los conflictos modernos.

### 3. GENERALIDADES

La Guerra no requiere la eliminación del adversario, sino su sometimiento a la voluntad del contrario, no solo por acción de las armas, sino por el poder de las ideas de los hombres, que deben llegar a los corazones y la mente de las propias tropas, población civil y del enemigo. Mediante el empleo de tácticas, estrategias e instrumentos como la propaganda y contra propaganda para ser empleados en los conflictos de carácter regular o conflictos armados internos.

La guerra es un comportamiento violento que ocurre entre dos naciones, sistemas políticos o grupos armados, con el propósito de forzar al adversario a seguir nuestra voluntad y planes. En toda guerra, el objetivo único que persiguen las dos partes contendientes es la victoria en la guerra. Dentro del concepto de guerra total, para lograr el objetivo de obtener la victoria, es menester movilizar todas las fuerzas disponibles en una nación, para que participen directamente o indirectamente en la guerra. De entre estas fuerzas, la que más nos puede proporcionar confianza es precisamente la que proviene de la movilización de la fuerza humana<sup>1</sup>.

Con el Objetivo de conseguir la victoria se deben emplear todos los recursos disponibles para someter a un adversario, y aquí es donde la iniciativa del hombre para influir en todo el personal que participe directa o indirectamente, juega gran importancia.

Las operaciones psicológicas se definen como el uso planeado de propagandas y otros medios para influir en las operaciones, las emociones, las actitudes y el comportamiento de un pueblo, amigo,

---

<sup>1</sup> Colegio Fu Hsing Kang, Los siete tipos de guerra política, curso para oficiales extranjeros, 123p

neutral, hostil o enemigo con el objeto de apoyar la obtención de los objetivos nacionales. Las operaciones psicológicas se consideran como un apoyo de combate, a disposición del Comando del teatro de operaciones, para la obtención de los objetivos propuestos y el cumplimiento de la misión encomendada<sup>2</sup>.

En realidad, según el nivel que se hable un país, un Ejército, un Comandante, que quiera aumentar el espíritu de combate de sus soldados, consolidar las victorias alcanzadas, tener a su disposición el pueblo, debe saber combinar la fuerza de las armas con las operaciones psicológicas.

### 3.1 LAS OPERACIONES PSICOLÓGICAS

Con el fin de tener un criterio unificado sobre el concepto de las operaciones psicológicas, la Escuela de Relaciones Civiles y Militares a través de el manual publicado la define así:

Es la estrategia planeada y dirigida para la utilización de un conjunto de elementos tales como propaganda y contra propaganda, medios de comunicación y otras formas de Acción Psicológica empleados por cualquiera de las fuerzas en conflicto con el propósito de influir en la voluntad, actitud y comportamiento de las propias tropas, grupos de población y miembros de las fuerzas hostiles, con el fin de lograr el éxito en el desarrollo del conflicto.

Las Unidades de Operaciones Psicológicas operan como apoyo y no como fuerzas independientes. Su función principal es asistir a las Operaciones Militares en el cumplimiento de su misión.

Las Operaciones Psicológicas efectivas requieren de personal imaginativo, con conocimientos del blanco audiencia. Este personal debe conocer las

---

<sup>2</sup> Manual de Conducción Operativa para las FFMM 2-24, Imprenta y publicación FFMM, Bogotá 1999, 174p.

condiciones políticas, económicas, culturales, sociales e ideológicas del auditorio<sup>3</sup>.

Por su parte, las operaciones psicológicas están creadas para facilitar todas las acciones Militares a través del convencimiento, incremento o cambio de actitud en el pensamiento de la persona, para ello cuenta con herramientas tan valiosas como es la propaganda y los medios de comunicación en todas sus formas como lo veremos en un capítulo aparte.

### 3.1.1 Capacidades

Extender los efectos de las Operaciones Militares.

Mantenimiento y fortalecimiento de las comunicaciones en el área de operaciones.

Seleccionar el blanco audiencia enemigo para reducir su moral y voluntad de lucha o de combate

Sostener la moral de las propias tropas.

Explotar diferencias internas.

Proyectar una imagen favorable de las acciones a desarrollar.

Ganar el apoyo de la población civil.

Usar comunicación cara a cara, comunicadores claves y medios noticiosos, aprovechándose de todo medio viable para influir sobre el comportamiento del blanco audiencia.

### 3.1.2. Limitaciones

Planeamiento sobre la marcha en el desplazamiento de recursos humanos y materiales.

Insuficiente información de Operaciones Psicológicas aportada durante el proceso de planeamiento.

Falta de información precisa y completa.

Restricciones que limitan la información necesaria para evaluar la efectividad de las Operaciones Psicológicas realizadas.

Falta de personal calificado. (Especialista en Operaciones Psicológicas).

<sup>3</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,10 p.

Limitado acceso a posibles blancos.

### 3.2 GUERRA SICOLOGICA

Según el Colegio de Fu Hsing Kang<sup>4</sup> definen la guerra sicológica como el planeamiento de actividades y acciones políticas, Militares, económicas e ideológicas claramente definidas para influir en el fuerzas enemigas, neutrales o amigas en sus opiniones, comportamientos, emociones, actitudes y conductas propicias a los intereses Nacionales.

El siguiente concepto se ha extraído del Manual de Operaciones Sicológicas: “Guerra sicológica en la historia de los conflictos armados de carácter regular e irregular, ha sido un arma decisiva para vencer al enemigo. Su evolución hasta nuestros días, la ha llevado a compartir honores, poderes y responsabilidades con la estrategia Militar. La batalla por la mente de los hombres ha llegado a convertirse en factor determinante para el logro de objetivos nacionales. El sometimiento del enemigo no es sólo el efecto indiscutible de las armas sino de los estados mentales.

En consecuencia, es importante subrayar la necesidad de disponer de personal y medios especializados en guerra sicológica; de hecho las acciones de la subversión apuntan hacia la destrucción espiritual de los fundamentos sociales del país, atacando sus valores tradicionales e instituciones representativas. Su acción sobre mentes y corazones ha sido tan fuerte, que ha llegado al cuestionamiento de los principios ancestrales y estímulos de la lucha armada con el vehemente propósito de aniquilar la fuerza pública no sólo por el poder de las armas, sino más peligroso aún, mediante el resquebrajamiento de su voluntad de lucha.

Las operaciones de contraguerrilla o el empleo de las teorías de las guerras de carácter regular no se pueden orientar estrictamente a la acción militar, se deben apoyar en Operaciones Sicológicas integrales e integradas de propaganda y contra propaganda. Si las acciones del enemigo se contrarrestan simplemente mediante operaciones militares, la población civil sencillamente se vuelva neutral, o sea que informa, trabaja y colabora para

---

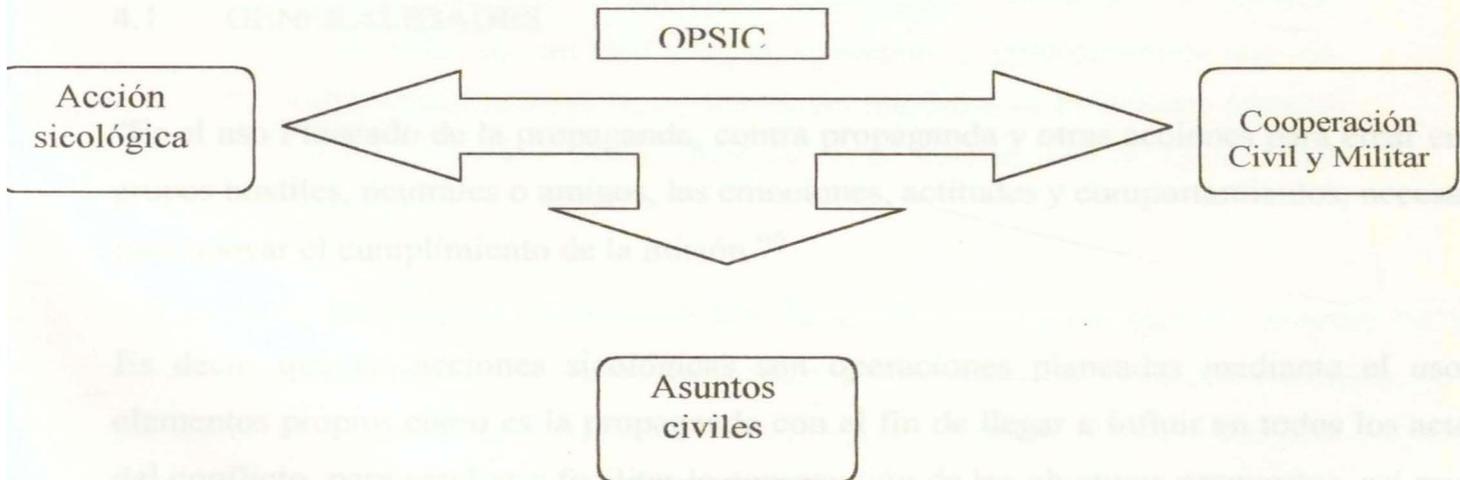
<sup>4</sup> Colegio Fu Hsing Kang, Los siete tipos de guerra política, curso para oficiales extranjeros, 81p

ambos actores del conflicto, y finalmente apoya cualquiera de los dos bandos que tenga la ventaja en un momento determinado.

En el mundo moderno no hay elección alguna, o se usa la guerra psicológica para combatir el enemigo o impunemente caerá víctima de sus ataques”<sup>5</sup>.

De hecho, lo más importante en un conflicto o guerra es contar con el apoyo de la población civil ya que en determinado caso pueden facilitar o impedir el cumplimiento de un objetivo específico y la guerra psicológica es fundamental para influir y estimular la adhesión de los agentes neutrales en un conflicto.

Teniendo en cuenta el organigrama actual de las operaciones psicológicas, en los próximos capítulos se entrará en detalle en cada uno de sus aspectos; sumado a su arma principal los medios de comunicación el cual esta plasmado en un capítulo aparte.



<sup>5</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,204 p.

#### 4. ACCION SICOLOGICA

“En tiempos antiguos, los buenos guerreros buscaron primero su vulnerabilidad y luego la vulnerabilidad de sus enemigos. Lo invencible esta en uno mismo; lo vulnerable en el oponente.”

Sun Tzu

La actitud y el comportamiento de los hombres en el teatro de operaciones o zonas de combate depende de la convicción ideológica que mueve la fuerza física de esto depende alcanzar la victoria o postrarse ante la derrota, la influencia de los comandantes en los grandes hombres protagonista de los conflictos se fundamenta en la actitud frente a ellos; la convicción, la pasión y el nacionalismo son los elementos esenciales de una actitud de guerra dispuesta a defender la soberanía y el orden constitucional de un Estado moderno.

##### 4.1 GENERALIDADES

“Es el uso Planeado de la propaganda, contra propaganda y otras acciones para crear en los grupos hostiles, neutrales o amigos, las emociones, actitudes y comportamientos, necesarios para apoyar el cumplimiento de la misión.”<sup>6</sup>

Es decir, que las acciones psicológicas son operaciones planeadas mediante el uso de elementos propios como es la propaganda con el fin de llegar a influir en todos los actores del conflicto para ampliar y facilitar la consecución de los objetivos propuestos, así mismo son preparadas y ejecutadas en apoyo a las operaciones Militares que adelantan las Unidades Tácticas en sus áreas asignadas.

Cuando se pretende realizar una acción psicológica es indispensable tener en cuenta entre otros aspectos lo que dice el manual de operaciones psicológicas:

---

<sup>6</sup> Manual de Estado Mayor Naval, ARC 3-10 Publico, segunda edición de 2000, centro editorial del fondo rotatorio de la Armada Nacional, Cartagena.

Se debe resaltar claramente la necesidad de conocer en forma detallada la manera de pensar y actuar del grupo humano seleccionado como blanco audiencia. La producción y difusión de propaganda en forma generalizada es un derroche inútil de personal y medios. Tratar de cambiar la forma de pensar y actuar de un conglomerado ubicado en un área específica, requiere un profundo análisis de los aspectos económicos, religiosos, culturales y políticos que imperan en el medio ambiente.

Adelantar campañas Sicológicas sin el concurso de la inteligencia adecuada para tal fin es un absurdo. Así lo han entendido las organizaciones extremistas, las cuales utilizan personal familiarizado con los usos y costumbres de un área para explotar las necesidades y anhelos de la población con el objeto de lograr la aceptación, presentando a sus movimientos como la solución de las aspiraciones del grupo en cuanto a salud, educación y bienestar económico.

El ciclo se cumple en forma similar en la inteligencia militar y en la Inteligencia para Operaciones Sicológicas. Entremos a analizar brevemente algunas definiciones, conceptos y procedimientos que sin sufrir modificaciones de consideración, requieren un tratamiento especial cuando se trata de allegar información de utilidad para las Operaciones Sicológicas.<sup>7</sup>

Por su parte, se entiende claramente que la acción sicológica requiere siempre de unos estudios detallados antes de realizar una acción para obtener el resultado esperado, ya que por desconocimiento o falta de información puede desgastar innecesariamente las propias tropas o lo que sería peor producir resultados opuestos a los esperados.

En otro sentido, en las operaciones sicológicas es indispensable emplear el símbolo, que es algo que significa o denota otra cosa mediante una representación. Es un medio usado para transmitir un tema. Los símbolos son señales que, en el transcurso del tiempo, han cobrado

---

<sup>7</sup> Manual de operaciones sicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,20 p

un significado emotivo dentro de la cultura. Pueden ser visuales, tales como la palabra impresa, estatuas, fotografías, acciones, gestos y personalidades, o pueden ser auditivos, como la música. El himno nacional de Colombia representa no solo la soberanía del país sino el sentimiento y la mística patriótica.

#### 4.1.1 Clases de Símbolos

Visuales: La cruz (símbolo del cristianismo), la hoz y el martillo (comunismo).

Auditivos: Grito de Lenin "Paz, Pan, Tierra", para la revolución comunista de 1917, en Rusia. Grito de "Cuba sí, yanquis no", en la revolución cubana. El presidente Bush "en su discurso dirigido al congreso y al pueblo norteamericano el 20 de septiembre de 2001, invoco la libertad en casi todos los párrafos ejemplo: esta noche somos un país que ha despertado al peligro y ha sido convocado a defender la libertad".<sup>8</sup>

Precisamente, La fuerza que producen las palabras esta demostrada en los anteriores ejemplos en donde revoluciones o Gobiernos enteros ha conseguido el respaldo del pueblo al pronunciar la palabra indicada en el momento exacto.

De acción: La "V" de la victoria que el primer ministro de Inglaterra, Churchill, usaba durante la segunda guerra mundial.

4.1.2. El Objetivo Fundamental de la acción psicológica es el de influir en la MENTE de los Hombres, llámese Propias tropas, Población civil o enemigo.

#### 4.1.3 Objetivos Particulares

Aumentar la voluntad de combate de las propias tropas.

Lograr el apoyo de la población civil.

Debilitar el espíritu de lucha del enemigo.

---

<sup>8</sup> BOVARD James, "Terrorismo y Tiranía", primera edición Buenos Aires 2004, Editorial Ateneo. 470p

#### 4.1.4 Acciones:

A continuación se presentan algunas actividades a realizar para conseguir aumentar la moral en las propias tropas, disminuirla en el enemigo y mejorar el respaldo de la población neutral.

Apoyar y explicar las acciones que conduce el estado para garantizar la preservación de los principios constitucionales.

Capturar cabecillas de los agentes generadores de violencia.

Concientizar la población, para que evite proporcionar cualquier tipo de apoyo al enemigo y otorgue facilidades para el desarrollo de las Operaciones propias.

Ganar el apoyo moral y material de naciones extranjeras y organizaciones no gubernamentales a nivel internacional.

#### 4.1.5. Limitaciones

La información de valor militar, base del apoyo psicológico táctico es difícil de obtener de forma rápida, y dificulta divulgar la propaganda con máxima eficacia.

Las fluctuaciones del combate, hacen que una situación favorable para las Operaciones Sicológicas, pueda cambiar antes de que el mensaje sea llevado al enemigo.

Las situaciones estáticas, son las más difíciles de explotar.

Son difíciles de evaluar, porque generalmente se extienden por un tiempo prolongado; los resultados aunque eficaces no son siempre tangibles y la información de valor Militar no siempre está disponible.

Los blanco afectados pueden interponer medidas de contra propaganda, utilizando para ello los medios de difusión.

La propaganda elaborada puede perder su finalidad por el cambio constante de situación.

#### 4.1.6. Medios empleados:

Los sistemas de transmisión de radio y televisión.

Divulgación por aire de material impreso.

Donaciones y otros útiles.

Campañas de rumores. para contrarrestar efectos:

Algunas de las condiciones que ayudan al éxito en la conducción de las Operaciones Sicológicas dirigidas hacia el enemigo, son:

Derrotas Militares sufridas por el enemigo.

Escasez de alimentos, alojamiento, ropa y en general de artículos de primera necesidad.

Desunión y falta de confianza interna. Esta acción puede realizarse por medio de artículos y

Conflictos por la administración y manejo de recursos económicos. Formar en video-cassetes

Privaciones excesivas y racionamiento de abastecimientos de todas las clases. rimados, o en

espacios reservados para ellos en canales privados. También a través de comunicados

#### 4.2. PROPIAS TROPAS ponentes.

##### 4.2.1. Operaciones Sicológicas En Las Fuerzas Militares para a la sociedad, la cual se

Las siguiente seis hojas son extraídas del manual de operaciones sicológicas donde esta resumido la misiones y acciones de las Fuerzas Militares:

“Las Operaciones Sicológicas desarrolladas por las Fuerzas Militares deben seguir siempre las directrices de mando, realizando aquellas misiones que faciliten el alcance de los objetivos propuestos y en el ámbito de sus responsabilidades se pueden reducir a las siguientes acciones:

instrucciones a la oficina de prensa y algunos informativos de la fuerza, para su redacción y

##### 4.2.1.1. Acción Acciones de concientización:

En orden a mejorar su moral, cohesión, disciplina y sentimientos Nacionales, dichas acciones podrán realizarse bien a través de alguno de los órganos citados para la información o bien especialmente diseñados para ello. En gran parte estos aspectos están incluidos en los planes de instrucción y mas concretamente en la formación moral del combatiente, sin embargo los medios técnicos actuales permiten impartir también esta formación a través de medios audiovisuales, que posteriormente serán comentadas por los oficiales instructores o especialistas. Ello no impedirá que ocasionalmente se remitan a las Unidades cassetes o materiales especiales para tratar sobre algún tema actual que las circunstancias lo ameriten.

Anxiedad ante el combate

#### 4.2.1.2. Acciones para contrarrestar efectos:

Contra los ataques de que puedan ser objeto las fuerzas armadas, procedentes de cualquier origen, bien sean de grupos legales o ilegales, es necesario realizar diferentes acciones principalmente encaminadas a dos vertientes:

Una acción dirigida hacia la misma institución, para impedir cualquier influencia nociva que pueda restar eficacia a la fuerza. Esta acción puede realizarse por medio de artículos y noticias en periódicos de la fuerza, mediante la edición de informes en videocasetes especiales, emisiones o noticias en el canal de televisión de las fuerzas armadas, o en espacios reservados para ellos en canales privados. También a través de comunicados impresos para todos sus componentes.

Otra hacia el exterior, defendiendo la institución de cara a la sociedad, la cual se desarrollara normalmente por medio de la oficina de prensa y órganos informativos de la fuerza, a través de comunicados y boletines de prensa a los medios masivos de comunicación social.

En este sentido para cada tema o ataque sería necesario estudiar la actitud más adecuada, determinando si procede dar respuesta o no y sus términos más convenientes. Dichos extremos serán llevados a cabo por el órgano militar para la acción psicológica que dará instrucciones a la oficina de prensa y algunos informativos de la fuerza, para su redacción y divulgación.

#### 4.2.1.3. Acciones preventivas:

En este concepto se incluyen determinadas acciones conducentes a la modificación de conductas negativas de la tropa para garantizar la eficacia de la fuerza, en casos particulares como:

Drogadicción

Alcoholismo

Desviaciones sexuales

Ansiedad ante el combate

Tensiones por circunstancias especiales

Otra clase de problemas psicológicos generalizados.

Todas estas acciones se desarrollaran normalmente cuando los índices periódicos de evaluación psicológica de la fuerza aconsejen su aplicación en determinadas regiones, centros o Unidades.

La drogadicción constituye un enorme peligro para la fuerza, porque disminuyen la eficacia de las Unidades en determinados momentos y crean conflictos derivados del estado que provoca su empleo. El hecho de que la sociedad civil tolere la drogadicción, esto crea un conflicto al seno de las Fuerzas Armadas, ya que en ellas no es admisible esta circunstancia, ni siquiera durante las actividades fuera del servicio o tiempo libre, pues en cualquier momento puede existir una emergencia y es preciso disponer de una fuerza en condiciones de operatividad.

Las campañas desarrolladas para la actuación contra la drogadicción pueden ser: preventivas, dirigidas a todas las Unidades con carácter periódico, a fin de evitar su empleo; y de tratamiento o reducción llevadas a cabo en aquellos lugares que por sobrepasar los índices tolerables se considere aconsejable su aplicación.

El alcoholismo podría exigir igualmente la aplicación de campañas preventivas o de tratamiento. En el caso de desviaciones sexuales las actuaciones serán preferentemente de tratamiento colectivo e individual, en las Unidades que se detecten problemas significativos.

La ansiedad definida como un estado tenso de la mente, frente a un peligro indeterminado o inminente, acompañado de un sentimiento de inseguridad que sufren los soldados en el combate, principalmente durante la noche y la de ciertas Unidades como submarinos, carros de combate, paracaidistas, Unidades de alta montaña, etc., serán motivos de tratamientos o cursos especiales, bien en centros de enseñanza apropiados o en las mismas Unidades, a impartir por el personal especializado del servicio de psicología de la fuerza, o con la aportación de técnicos en la materia.

Las tensiones y otras circunstancias especiales, requieren tratamientos específicos en los departamentos de psicología.

#### 4.2.1.4 Acciones para facilitar la acción del mando:

Hoy en día no es suficiente que las órdenes del mando se cumplan ciegamente, es necesario hacer comprender su necesidad y oportunidad, así como que los subordinados estén convencidos de su eficacia y presten la máxima colaboración. A tal fin, determinadas directivas, especialmente las relativas a reorganizaciones, planes presupuestarios, adquisiciones de material, disposiciones reguladoras del personal, sus condiciones de ascenso su economía; maniobras de ámbito nacional o internacional y otras de cierta importancia, será conveniente apoyarlas con campañas informativas que induzcan el cambio preparen a los cuadros de mando y subordinados para recibirlas y ejecutarlas con la motivación más adecuada.

Igualmente, hay que actuar en lo concerniente a aquellas disposiciones generales que afectan a toda la población, como la ley para el servicio militar y la movilización general.

#### 4.2.1.5 Acciones de apoyo a la instrucción:

En el campo táctico, toda acción de guerra, cualquiera que sea su modalidad, es indispensable utilizar Las operaciones psicológicas. También, a nivel de pequeñas Unidades, es posible usar estas técnicas tanto en la ofensiva como en la defensiva. Siempre es necesario usar técnicas Psicológicas, incluso hasta en las más reducidas Unidades. Así mismo, esta afirmación debe ir unida a ciertas salvedades:

Que dicha acción se reduzca al marco de la Unidad que las aplica.

Que no vayan contra las directrices de acción psicológica de la Unidad comando superior.

Que sean elementales, de fácil aplicación y controladas por el comandante de la Unidad.

Las acciones a realizar en el campo táctico consisten fundamentalmente en tres tipos:

4.2.1.5.1 Para contrarrestar las informaciones y noticias que existen en el ambiente, bien propiciadas por el enemigo o creadas por otras circunstancias o medios.

4.2.1.5.2 Con la finalidad de mejorar la cohesión de la Unidad y elevar su moral.

4.2.1.5.3. Para reducir, si es posible la moral enemiga y crear ansiedad entre sus combatientes.

El primer tipo de acciones se desarrollaran mediante personal de la Unidad escogido, con buena reputación ante sus compañeros, de forma que desmientan dichas noticias, y afirmen incluso, en caso necesario, todo lo contrario o aquello que proceda con arreglo a la realidad. Para lograr el segundo tipo de acciones se realizan reuniones en las Unidades subordinadas (sección, pelotón y compañía) a fin de comentar las acciones previstas en las órdenes, evitar dudas y conocer en detalle la actuación esperada de los compañeros. En estas reuniones se pondrá especial atención a las expectativas y aspiraciones de cada uno, procurando que se manifiesten los diferentes puntos de vista, empezando siempre por los soldados con aspiraciones más elevadas, para que produzcan un impacto emulable. En dichas reuniones no estará de más preparar a la tropa para rechazar aquellas informaciones que es previsible que lance el enemigo u otros grupos contra nosotros para lograr debilitarnos.

En el campo de la instrucción. Determinadas técnicas de la psicología del aprendizaje pueden ser empleadas para mejorar el rendimiento en la instrucción, y en particular, en ciertos ejercicios y maniobras. Entre las positivas, figuran el refuerzo, el nivel de aspiración y la auto confianza. Las negativas más usadas son los castigos, ignorar ciertas conductas y la relajación.

En todo programa de instrucción es fundamental motivar al ejecutante para que actúe con interés y constancia. Un ejercicio de tiro puede realizarse con mayor perfección si logramos crear un estímulo gratificante, en el supuesto que se realice bien o se mejoren los resultados, pero también contribuirá a ello que el individuo eleve su nivel de aspiración y se le otorgue confianza en sus resultados.

La mayor parte de las situaciones de tensión en la vida militar producen ansiedad y reducción del rendimiento. Por lo tanto, enseñar a que la tropa sea capaz de auto relajarse, permite mejorar su rendimiento. La confianza en lograr algo que puede encerrar cierta dificultad para el ejecutante es otra forma de ayudar a mejorar el rendimiento. Se puede lograr por procedimientos de autosugestión, autoafirmación y confianza en si mismo.

Sin embargo, todos estos programas requieren una especialización por parte de las personas encargadas de desarrollarlos. A este fin es necesario disponer de profesionales titulados y

psicología, al menos en las unidades mayores; y especialistas en las pequeñas, que puedan llevar a cabo este apoyo tan importante a la instrucción.

En determinadas especialidades, como desactivadores de minas o explosivos, submarinistas, escaladores y personal que maneje materiales peligrosos, es indispensable este apoyo a la instrucción, ya que permite mayor eficacia, reduce los plazos de instrucción y proporciona mayor seguridad”<sup>9</sup>.

De hecho, las operaciones psicológicas en las Fuerzas Militares primero buscan ubicar los problemas internos en las propias tropas, para así poder dar soluciones en el mando, las operaciones y en la instrucción. Una de las principales funciones es la concientización de los subordinados, disminuir su inseguridad, crear auto confianza y mejorar su rendimiento.

Dentro de las acciones a realizar para cumplir las anteriores funciones esta la de informar y mentalizar a los componentes de la Unidad sobre aquellos aspectos y cuestiones que interesen para la misión, así como, fortalecer la ideología de las tropas, aumentar la voluntad de lucha y la fe en la causa. Elevar la moral de los componentes de la Unidad, su confianza y seguridad, a fin de obtener los mejores resultados en el cumplimiento de su misión.

Igualmente, dar a conocer las acciones Militares de acuerdo con los protocolos de Ginebra, desarrollar las acciones Psicológicas convenientes para dar credibilidad a los planes de decepción elaborados por el mando, conducentes a engañar y desorientar al enemigo. Defensa psicológica contra las campañas realizadas por el enemigo contra las fuerzas amigas, lo cual podrá obligar a modificar su centro de atracción hacia otros lugares más favorables para las propias Fuerzas.

Por otro lado, se debe depurar las Fuerzas Armadas de personal infiltrado, penetrado y corrupto, adelantando acciones de contrainteligencia a todos los niveles para detectar personal infiltrado- penetrado. Capacitar detalladamente a todos los miembros de la Institución en procedimientos legales, antes, durante y después de las operaciones.

Especialmente, difundir en las FFMM, el pensamiento y visión estratégica de los diferentes agentes generadores de violencia, al mismo tiempo, ejecutar operaciones exitosas con el fin de incrementar credibilidad en la institución armada, fortaleciendo la moral y bienestar de

---

<sup>9</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,210 p

los miembros de las FFMM, la imagen institucional legitimando permanente la misión constitucional que se cumple.

Decididamente, se debe mejorar la capacitación a los miembros de las FFMM, en el uso adecuado del Internet para mejorar los sistemas de comunicación e información y en los adecuados procedimientos - objetivos en operaciones.

#### 4.2.2. Oficiales

Se debe incrementar el mando y liderazgo

Oficiales generales, Oficiales Superiores, Oficiales Subalternos

#### 4.2.3. Suboficiales

Incrementar el mando y el liderazgo

Suboficiales Superiores, Suboficiales Subalternos

#### 4.2.4. Soldados

Cumplimiento y ejecución de las órdenes

Soldados profesionales, regulares, campesinos, bachilleres

#### 4.2.5. Civiles

Influir en su asesoría y/ o desempeño en el cargo.

Profesionales Universitarios, especialistas primer y segundo grupo, adjuntos, auxiliares

### 4.3. POBLACION CIVIL

El objetivo es buscar que la población desafecta se vuelva neutral, la población neutral se convierta afecta y la población afecta incremente su grado de apoyo a las fuerzas armadas.

Las Unidades en contacto con el enemigo y la población pueden aportar informes sobre moral, necesidades, actitud hacia la acción del Gobierno y Fuerzas Militares.

Algunas acciones que se pueden seguir para mejorar el apoyo de la población civil al Gobierno y las Fuerzas Militares; Adelantar una campaña de educación dirigida a la

ciudadanía para lograr su cooperación voluntaria y ganar el apoyo de la población civil para fortalecer el esfuerzo de la guerra militar, al tiempo que se incita a rechazar al enemigo en todo momento. Según la operación bélica a desarrollar, orientar su actuación a la defensa o al ataque directo incluso por medio de la organización de partisanos y quintas columnas.

Mentalizar e informar sobre aquellos aspectos que siendo de alcance limitado afecten de manera especial a la población, dando confianza en las propias tropas sobre, su eficacia y unión con el pueblo.

Establecer corrientes de opinión que faciliten el apoyo de las Fuerzas Militares por parte de la población y especialmente contra los guerrilleros, saboteadores y grupos armados infiltrados o paracaidistas.

Defenderse de los ataques psicológicos enemigos lanzados sobre nuestra población.

#### 4.3.1. Población Afecta

Consolidar e incrementar su compromiso con la institución.

#### 4.3.2 Población Neutral

Conquistar el apoyo de la población civil neutral para hacer posible su alianza.

#### 4.3.3 Población Desafecta

Incentivar y hacer entender que son utilizados con el fin de evitar la colaboración al enemigo.

### 4.4. ENEMIGO

#### Acciones

Eliminar la resistencia mental, material y moral del enemigo.

Dar a conocer las acciones terroristas a las Organizaciones internacionales.

Contrarrestar las acciones de las ONG, contrarias al Estado.

Criticar y cuestionar la eficiencia y eficacia del enemigo.

Las acciones que el enemigo desarrolla en beneficio de su ideología y objetivos pueden reducirse a:

Noticias

Informaciones

Rumores

Sensibilización

Desensibilización

Concientización

También sobre el enemigo inmediato y frente a la zona de acción podrán llevarse a cabo acciones conducentes a:

Mentalizar a sus componentes e informarles convenientemente de los hechos más importantes ocurridos en la zona.

Debilitar su moral, a fin de restar combatividad a sus Unidades, alejarlas de sus mandos y hacerles perder su confianza.

Crear ansiedad ante el combate y la ineficacia de sus acciones; crear sentimientos de culpa que ayuden a la desertión y a pasar a nuestras filas; producir corrientes de opinión que inciten a la rebelión.

Apoyar el desarrollo de las campañas de decepción mediante los medios de acción psicológica.

Sobre la población enemiga se lanzarán campañas de concientización e información, y otras que produzcan la desconfianza al interior de sus filas, huyan de su apoyo y orienten su atracción hacia las nuestras.

Además, de las acciones que normalmente realizan las unidades de operaciones psicológica sobre el enemigo, es necesario hacer referencia a otras que adquieren gran importancia:

La deducción de las intenciones del enemigo, realizada por los comandantes u oficiales de operaciones psicológicas, por medio del estudio de las acciones Psicológicas que desarrolla.

El Llevar a cabo una serie de Acciones Psicológicas propias a fin de que el enemigo deduzca la conveniencia de ejecutar ciertas Operaciones en zonas, o sobre objetivos determinados, que interesan a nuestra maniobra y en cambio, no efectuarlas en otras que pueden ser perjudiciales para nosotros.

En definitiva la acción psicológica puede sintetizarse en la frase: Engaña al contrario y no te dejes engañar por él.

En ocasiones la acción psicológica contra el enemigo se dirigirá contra sus mandos, creándoles, por medio de noticias e informaciones contradictorias, las circunstancias favorables para provocarles confusión. El conocimiento de la personalidad de los diferentes mandos enemigos permite conocer su mayor o menor tolerancia a dicha disonancia y prever sus posibles reacciones, planificando nuestra maniobra teniendo en cuenta dichos aspectos.

Todas estas acciones Psicológicas adquieren hoy en día una enorme importancia y, dada su dificultad, exigen personal técnico muy especializado que actúa con métodos muy sutiles<sup>10</sup>.

En este sentido, se afirma que una Guerra de desinformación, es con el fin de crear confusión en el enemigo y evitar que vulnere las propias tropas de la misma manera, para ello debe mantener suficiente información del enemigo con el fin de poder anticipar sus reacciones a nuestro engaño.

#### 4.4.1. Guerra regular

En el manual de operaciones psicológicas<sup>11</sup> hablan en la guerra regular de los prisioneros de Guerra y la población civil cuando se esta en territorio enemigo, algunas de las actividades a desarrollar son la de incrementar la inteligencia para descubrir las intenciones del enemigo, desarrollar iniciativa para crear señuelos donde se pueda atraer al enemigo y su población, de igual manera tratar de evitar su concentración para poder penetrar en ellos por separado, se debe buscar las rivalidades internas mediante el empleo de rumores, resaltar los problemas que puedan presentar, bajar la moral en el enemigo.

Se debe hacer máxima propaganda de la forma en que se tratan los prisioneros de guerra, las garantías y beneficios que obtienen y no pierden por ser un país que acata los derechos

---

<sup>10</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,214 p

<sup>11</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,211 p

humanos y el derecho internacional humanitario, esta difusión permitirá en dados casos hacer mas fácil las entregas y rendiciones enemigas.

4.4.1.1 Unilateral: son aquellas estrategias que se emplean de manera individual en determinados momentos o etapas de los conflictos, de acuerdo a la fase en que se encuentren.

4.4.1.2 Multilateral: De acuerdo a las causas y orígenes de los conflictos, ya sean de carácter político o sociológico las partes mediante el empleo de las alianzas estratégicas, se dan en los diferentes campos del poder, ya sea de carácter militar o político, el empleo de las teorías del poder y procedimientos de carácter ofensivo o defensivo.

4.4.1.3 Especial: en la actualidad la doctrina de la guerra ha evolucionado contemplando una tercera forma de conflictos, de acuerdo a los intereses de las partes, en coordinación con las estrategias a emplear en el desarrollo de los mismos.

#### 4.4.2. Guerra irregular

Las siguientes cuatro hojas han sido extraídas del manual de operaciones psicológicas: “Un aspecto importante en el desarrollo de las Operaciones en guerra irregular constituye la moral de los combatientes.

La moral de los miembros de una Unidad es algo más que la suma del grado de la moral de cada combatiente, ya que intervienen aspectos de interacción y de refuerzo que pueden potenciar o reducir el componente final. Por ello puede ser interesante primero conocer aquellos elementos que influyen en la moral individual.

Los principales aspectos que intervienen en la moral del combatiente individual son:

La educación recibida por el individuo, sus experiencias en situaciones de tensión, y principalmente, los refuerzos positivos que haya tenido, así como los refuerzos negativos o fracasos sufridos.

Una persona que a lo largo de la vida y principalmente en su niñez y adolescencia, haya experimentado sucesivos éxitos en sus relaciones con los demás, así como en los propósitos que se hubiera fijado, estará muy favorablemente dispuesta a confiar en el resultado de la lucha. Tenderá a ser generalmente optimista y su moral será alta.

Por el contrario un individuo que en sus experiencias juveniles haya fracasado o haya logrado pocas veces sus propósitos, será propenso al pesimismo y estará desfavorablemente predispuesto hacia el combate, ya que su moral será probablemente baja.

El estado de los medios de combate propios, como el armamento, municiones y elementos de apoyo, así como el clima y las condiciones en que se desarrolla la acción. Dichos aspectos influyen enormemente en la persona. Si los medios son adecuados y de buena calidad pueden compensar incluso debilidades personales, pero si son escasos o se encuentran en mal estado influirá mucho más de forma negativa en la moral.

En cuanto a las condiciones climatológicas también afectan a la moral del combatiente, dependiendo en gran parte de la calidad de nuestros medios en relación con los del enemigo.

Por lo que se refiere a las condiciones del combate, habrá que tener en cuenta si es un ataque, una defensa o una acción en profundidad. Generalmente el ataque suele facilitar la moral con medios adecuados. La defensa con medios insuficientes podrá afectar desfavorablemente a los que ya tengan baja moral y la acción en profundidad suelen influir negativamente en la mayor parte de los soldados.

La cuantía de las fuerzas enemigas y el estado de sus medios podrá incluir en relaciones inversa sobre la moral. A más medios enemigos se eleva la moral de los que la tienen alta y decrece la de aquellos que se encontraban con escasas expectativas de éxito. Si los medios enemigos son escasos o de mala calidad, o sus tropas han sufrido fuertes reveses, los soldados con más baja moral serán los más afectados favorablemente.

La información recibida, la influencia de la propaganda propia y enemiga, así como la lógica de las órdenes en defensa de la causa. Dichos aspectos afectan notablemente a los individuos. La ausencia de noticias oficiales suele predisponer desfavorablemente a la moral, lo mismo que si no son normalmente fiables. En cuanto a la falta de noticias familiares les afectan hasta el punto que muchos soldados resisten mejor sus propios

sufrimientos que la idea de prolongar las de aquellos a quienes aman si continúan combatiendo. Si carecen de noticias piensan en lo peor; si las que reciben son demasiado lacónicas se enojan con el censor, y si vienen sin censura se dan cuenta que sus familiares desean tenerlos de regreso. Esta fuerza de absorción del combatiente por la retaguardia puede llegar a minar más la moral del Ejército que la propia presión del enemigo.

En cuanto a la influencia de la propaganda propia es preferible realizarla dentro de un clima de moderada tensión o ansiedad, ya que facilita el cambio más favorablemente e inmuniza contra la propaganda enemiga. Conviene tener presente que la propaganda es olvidada antes por los menos inteligentes, mientras que los más inteligentes suelen aceptar las recomendaciones de la propaganda en un clima de moderada tensión.

La dirección e intensidad en un cambio de actitudes inducido por una información complementaria es función de los factores circunstanciales en que se produzca, de la fuente que la provoca, del medio utilizado, de la forma en que se realiza y de su contenido.

La confianza, unión y vínculos afectivos creados entre sus mandos y compañeros, junto con el grado de entrega en la defensa de la causa, la cohesión de la Unidad influyen favorablemente en la moral, de manera que los comandantes de Unidad deben procurar establecer los mayores vínculos de amistad, compañerismo y confianza entre sus subordinados.

La manifestación clara y decidida en su actuación por los de más elevada moral propiciara a elevar la suya a los de más baja moral, expresando todos públicamente sus expectativas.

El conocimiento perfecto de lo que se espera de cada uno y la actuación de los demás compañeros proporciona seguridad antes del combate y tranquilidad durante el. Las experiencias individuales anteriores en combate predisponen a alcanzar logros equivalentes a los anteriores.

Las Unidades y combatientes con triunfos precedentes estarán mas favorablemente dispuestos a actuar con elevada moral, mientras los que hayan sufrido reveses en combates anteriores se encontrarán más decaídos.

La moral de una Unidad vendrá influida, además de los anteriores aspectos individuales:

La interacción de la Unidad, refuerzos aplicados en colectivo, así como manifestaciones públicas de los individuos.

Experiencias de la Unidad en combates precedentes.

Expectativas y logros a alcanzar por cada uno, expuestos en público ante sus mandos y compañeros.

Interesa comentar, por lo tanto, las acciones que pueden efectuarse aun de mejorar la moral colectiva en combate, así como conocer las posibles consecuencias que a causa de la moral pueden afectar a una Unidad y las previsiones a tener en cuenta en relación con tales consecuencias.

Por lo que se refiere a las acciones dirigidas a mejorar la moral colectiva en el combate, estarán orientadas a aumentar la interacción en las Unidades por medio de reuniones de pequeños grupos en los que se aumenten las expectativas de las Operaciones futuras, se comente en detalle la posible actuación y cada uno manifieste en público sus actitudes y necesidades de logro. También se dirigirán al perfecto conocimiento de los mandos, su competencia y preparación para dirigir el combate, de forma que proporcione seguridad y confianza. Otro aspecto, es la información objetiva y la propaganda dirigida a justificar nuestra actuación y a exponer los aspectos negativos del enemigo.

Importancia trascendental, adquiere la decisión del mando de encomendar acciones de gran dureza y peligrosidad a Unidades bisoñas que puedan sufrir un fuerte trauma para el resto de sus actuaciones. Como norma general, es deseable que las primeras misiones de la Unidad obtengan resultados victoriosos y, paulatinamente, una vez que se haya reforzado un sentimiento de seguridad y confianza, encomendarle misiones más difíciles”<sup>12</sup>.

Con todos los anteriores argumentos no queda duda que la moral del soldado es primordial para alcanzar las metas e intereses propuestos, y para ello es necesario tener en cuenta, los antecedentes de cada combatiente, poseer unos medios adecuados de acuerdo a las condiciones del terreno, clima y misión a cumplir, mas aun, el soldado debe estar informado con noticias de la nación y su familia, otro aspecto importante a tener en cuenta de la tropa es la experiencia, los aciertos obtenidos y la compenetración de los mandos.

---

<sup>12</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,217 p

Dentro de las acciones a seguir para conseguir y mejorar el funcionamiento en la guerra irregular esta la destrucción de la voluntad de lucha enemiga, adelantar campañas para identificar cuentas y negocios internacionales del narcotráfico, bloquear la acción subversiva mediante el desmonte de embajadas flotantes, bloquear las empresas que permiten las acciones delictivas de los narco-terroristas.

En otro sentido, se debe cuestionar la financiación de los violentos con base al narcotráfico, desarrollar una campaña de desprestigio moral al interior de las organizaciones narco-terroristas, así como, publicar denuncias a cerca de violaciones al D.I.H. por parte de los agentes generadores de violencia.

### Organizaciones

Para Pierre Gerbert una organización internacional vive, cuando existe:

Entre grupos humanos distintos, una voluntad de cooperación regular, inspirada por la necesidad de defenderse contra un peligro exterior o por la comunidad de concepción religiosa, ideológica o económica. Es menester que ella se manifieste dentro del ámbito geográfico, determinado por la creación de organismos permanentes capaces de expresar una voluntad propia, distinta de la de los Estados miembros <sup>13</sup>

De lo anterior dicho, se observa que solo en una sociedad se puede crear una organización, donde se tiene requisito indispensable compartir los mismos ideales para alcanzar unos fines que individualmente no se pueden lograr. A su vez se trae una definición de guerra de organización para complementar lo expuesto:

Organización es coordinar, pero esta coordinación no tiene un sentido de improvisación. Sino que es la unión de los factores del planeamiento, objetivo definido, razonamiento, sistema, disciplina y concordancia para

---

<sup>13</sup> GALVIS Gaitán Fernando, "Manual de Ciencia Política" primera edición Santa fe de Bogota 1998, editorial Temis, 258p.

desarrollar la más alta fuerza para concluir exitosamente el logro de un objetivo común.

La guerra de organización consiste en coordinar en forma planificada, concordante y sistemática los factores de persona, asunto y cosa para desarrollar la fuerza conjunta para atacar la organización del enemigo y lograr el objetivo de la victoria sobre el enemigo<sup>14</sup>.

Así las cosas, las organizaciones Insurgentes, de revolución o de subversión tienen por objetivo la toma del poder demostrando con sus actuaciones, que poseen una coordinación sistemática para lograr sus objetivos, dentro de las acciones para contrarrestar estas organizaciones esta la de crear una red de información que controle, supervise y monitoree la actividad subversiva en las redes de Internet, crear un sistema para verificar y neutralizar que los organismos financieros no realicen lavado de dineros.

Es mas, Presionar a la subversión a negociar con base a los últimos resultados del las FFMM, a la vez que se demuestra que el enemigo es violador del DIH y DH.

---

<sup>14</sup> Colegio Fu Hsing Kang, Los siete tipos de guerra política, curso para oficiales extranjeros, 50p

## 5. ASUNTOS CIVILES

“EL APOYO ACTIVO DE LA POBLACIÓN AL EJÉRCITO GUERRILLERO ES LA MÁS IMPORTANTE DE LAS CONDICIONES Y LA PRIMERA QUE SE DEBE OBTENER PARA VENCER A UN EJÉRCITO GOBIERNISTA. MÁS AÚN, DADA ESTA CONDICIÓN, SE PUEDEN CREAR O DESCUBRIR CON FACILIDAD OTRAS CONDICIONES”

( MAO TSE - TUNG )

Partiendo de la tesis de Mao Tse Tung podemos deducir e interpretar que los asuntos civiles es el complemento del ente estatal para enfrentar las hostilidades llevadas a cabo por un Estado enemigo u organizaciones al margen de la ley que pretendan llegar a la toma del poder, quien se quede con el respaldo popular ganara los conflictos ya que en las teorías democráticas y totalitaristas las guerras no las ganan los Gobiernos sino los pueblos para imponer sus pensamientos, principios y postulados especialmente la libertad, la prosperidad y la igualdad entre los hombres.

En este capítulo se enfatiza la importancia de tener a favor, la población civil para ganar un conflicto, como lo han dicho varios estrategas desde hace miles de años. El objetivo general es la aplicación de una estrategia clara y precisa que conduzca a la ejecución de acciones militares contundentes, acompañadas de la aplicación de unas relaciones con la comunidad, planeada y coordinada con otros organismos del Estado, tendiente a limitar la acción del enemigo.

El manual de estado Mayor Naval<sup>15</sup> en cuanto a los asuntos civiles actividades económicas orienta el accionar del Comandante a aquellas actividades para el acercamiento de su

<sup>15</sup> Manual de Estado Mayor Naval, ARC 3-10 Publico, segunda edición de 2000, centro editorial del fondo rotatorio de la Armada Nacional, Cartagena.

unidad con las autoridades civiles y la población civil sea en su jurisdicción o teatro de operaciones. Estas actividades están orientadas a los siguientes aspectos: Asuntos de Gobierno, Asuntos jurídicos, Seguridad pública, Salud pública, Bienestar público, Hacienda pública, Educación pública, Trabajo.

En cuanto a las actividades económicas se relacionan con la situación financiera, Comercio e industria, Alimentación y agricultura, regulación de precios y racionamiento, control de la propiedad, abastecimiento civil.

En cuanto a servicios públicos, que son los servicios esenciales para la comunidad civil y para la misma unidad se destacan, obras y servicios públicos, Telecomunicaciones y correos, transporte público.

En cuanto a las funciones especiales entre otros se señalan, Personal desplazado, refugiado, evacuado y náufragos, información civil, obras de arte, monumentos y archivos, asuntos religiosos.

El objetivo fundamental de los asuntos civiles es lograr que las fuerzas Militares lideren las relaciones Públicas en toda la sociedad para beneficio de la población menos favorecida.

## 5.1 GUERRA REGULAR

### Coordinación Diplomática

#### Acciones

Entre estados (Lobby diplomático) ejemplo: cuando Bush anuncio el 18 de marzo que daría inicio a la guerra del golf declaro: “Mas de 35 países están dando su apoyo crucial, desde el uso de bases aéreas y marítimas, para la ayuda de operaciones logísticas e inteligencia, hasta el despliegue de unidades de combate. Todas las naciones de esta coalición han decidido cargar con las responsabilidad y compartir el honor de servir a nuestra defensa común”<sup>16</sup>.

Decididamente, ningún Estado por más poder mundial que posea se lanza a un conflicto sin primero buscar un apoyo o visto bueno para sus futuras acciones.

Por ello, se aprecia constantemente el esfuerzo de los Gobiernos y las organizaciones internacionales con sus medios de comunicación (TV, radio, prensa, Internet) de adelantar

---

<sup>16</sup> BOVARD James, “Terrorismo y Tirania”, primera edición Buenos Aires 2004, Editorial Ateneo. 456p

campañas de información hacia exterior sobre la solidez y principios que rigen cada Nación, buscan mostrar a la comunidad internacional a sus Fuerzas Militares subordinadas al poder político y viceversa, mostrar a la comunidad internacional un pueblo respetuoso a sus FFMM, y por ende al Gobierno Nacional.

Otras acciones que se desarrollan es la de mejorar los procedimientos según la nueva tecnología, establecer los medios de comunicación permanentes entre la sociedad y sus dirigentes políticos, estimular y patrocinar la veeduría internacional al conflicto.

## 5.2 GUERRA IRREGULAR

### 5.2.1. Identificar el blanco audiencia

En el texto de apoyo a las operaciones psicológicas<sup>17</sup>, el cual es la recopilación de experiencias en la Escuela de Relaciones Cívico Militares, cuando hablan del análisis del blanco audiencia determinan que es un documento de permanente consulta para antes, durante y después del planeamiento y ejecución de las acciones cívico militares. El operador psicológico debe verificar la información disponible y sumada a la que se obtenga durante el reconocimiento físico del área donde se va a llevar a cabo la actividad, deberá orientarla al establecimiento de las condiciones y actitudes, para que de estas últimas se pueda deducir el objetivo psicológico más recomendable para el blanco audiencia. Posteriormente, se evalúa la efectividad del blanco y de acuerdo a los objetivos, se debe establecer la forma de evaluación de la operación o campaña psicológica, mediante los indicadores de impacto.

En la realización de un análisis de blanco audiencia para las Operaciones Psicológicas es la identificación del auditorio. Un blanco audiencia es una agrupación de personas que comparten características y vulnerabilidades que los pueden hacer susceptibles a los efectos de un programa de Operaciones Psicológicas, así mismo, se prepara una carpeta para cada sector de un blanco audiencia y se fija un objetivo a cada uno.

### 5.2.2. Clasificaciones de los blancos audiencias

---

<sup>17</sup> Texto de apoyo para operaciones cívico militares, curso 09 OPSIC, Bogota nov de 2000. 11p

La Escuela de Relaciones Civiles y Militares, dentro de la doctrina que maneja al respecto y según uno de sus instructores el SP. JUAN CARLOS CHAPARRO CHIRIVI, dice que los blancos pueden comprender categorías generales y amplias, como el pueblo colombiano, o pueden constituir una categoría específica, tal como una compañía de apoyo y servicios. También se pueden definir a los blancos como grupos específicos con base en su ingreso anual, nacionalidad, geografía, antecedentes étnicos, preferencias políticas, religión, raza, nivel social, nivel económico y otros factores. Los blancos se clasifican de la siguiente manera:

Los blancos aparentes son aquellos que parecen ser el blanco del mensaje. Pueden ser el blanco real, propuesto o final del mensaje, o no serlo.

Los blancos finales son el blanco real, propuesto o final del mensaje. Los blancos transitorios constituyen un medio a través del cual el operador psicológico transmite su mensaje al auditorio final. Los auditorios pueden ser parte del auditorio final, o no serlo.

Los blancos no intencionales son auditorios que el operador psicológico no había incluido en sus consideraciones, pero que reciben también el mensaje orientado hacia otro blanco audiencia.

5.2.3 Tipos de Blanco Audiencia; Los tres tipos de blanco audiencia se identifican como grupos, categorías y conjuntos. Al examinar los blancos audiencias disponibles, el operador psicológico debe cerciorarse de que el auditorio seleccionado pueda conducir a cumplir la misión de las Operaciones Sicológicas.

#### 5.2.3.1 Los grupos.

Constituyen agrupamientos de personas unidas por actividades y metas comunes. Éstos constituyen el blanco audiencia de Operaciones Sicológicas preferido. Entre los grupos existen dos designaciones adicionales: Principal y Secundario. Un ejemplo de Grupo Principal es una familia o pequeña Unidad militar, tal como una escuadra o pelotón que ha experimentado una gran penuria. Un Grupo Principal protege sus miembros de la acción sicológica externa. Un ejemplo de un Grupo Secundario es un parlamento - unido en cuanto

sus metas de servir al electorado y el país, pero quizás divergente en cuanto a sus percepciones individuales para cumplir la misión. Debido a que normalmente se presenta una razón específica por la cual existe, un grupo se puede estudiar más detenidamente que cualquier otro tipo de agrupación de personas. Se pueden preparar declaraciones más válidas y definidas respecto a las condiciones y actitudes de ciertos grupos. En la mayoría de los casos es más fácil persuadir a un grupo secundario a comportarse en una forma deseada que a un grupo principal, debido al alto nivel de cohesión que existe en el grupo principal. Una forma de comenzar la selección de posibles blancos audiencias es por medio del estudio de área para determinada región.

#### 5.2.3.2. Las categorías.

Constituyen agrupaciones de personas que comparten determinados aspectos demográficos, tales como raza, sexo o edad. Estas características compartidas normalmente no son suficientes para causar que los miembros de la categoría actúen concertadamente, lo cual limita su efectividad.

#### 5.2.3.3 Los conjuntos.

Son agrupaciones de personas identificadas por un área geográfica común. Es el tipo menos preferido como blanco audiencia. Algunos ejemplos de los conjuntos son los costeños, caleños, antioqueños, etc. Las personas que comprenden estas agrupaciones pueden tener diversos valores y poco en común. El personal de Operaciones Sicológicas debe analizar las categorías y conjuntos para identificar los Grupos Principales y Secundarios.

En este Parágrafo se incluye información referente a características, vulnerabilidades o susceptibilidades, efectividad como blanco y actitudes de los mayores grupos existentes en el área o país. Quien realiza el estudio del área debe seleccionar las audiencias cuyo análisis puede ser útil para determinar los blancos sicológicos. Los grupos que a continuación se relacionan son ejemplo y no constituyen la totalidad de los que se pueden considerar:

Autoridades civiles y empleados oficiales.

Grupos religiosos.

Minorías étnicas (negros, indios, etc.)

Estudiantes.

Organizaciones obreras (sindicatos).

Militares (se incluye la policía en este grupo).

Mujeres.

Habitantes de áreas urbanas.

Población rural.

#### 5.2.4 Acciones

Las acciones a cumplir en un conflicto irregular son muy variadas dentro de las mas recomendables esta la selección del blanco audiencia especifico, campesinos, estudiantes, agricultores, ganaderos, etc., terminado este paso se debe, desarrollar campañas de acción psicológica sobre las comunidades estudiantiles, adelantar campañas educativas en las comunidades menos favorecidas buscando mejorar las condiciones de vida, manejar las necesidades básicas del pueblo apoyándose en los sindicatos, apoyar las organizaciones campesinas, sindicales y obreras, informar a la sociedad las verdaderas intenciones de la narco-subversión, adelantar una campaña de integración entre la población civil y las Fuerzas Armadas.

Lo que es mas importante, La mejor manera de ejercer una acción sobre la población civil es: Cumpliendo la misión constitucional y tratando bien a la comunidad, incentivar las denuncias de actividades al margen de la ley, comprometer a la ciudadanía en la lucha contra los violentos, a la vez mostrar la unión fortalecida entre las FFMM y el Gobierno.

De la misma forma, un adecuado manejo de los desplazados por causa del conflicto, manejar políticamente las marchas, paros y los motines, a favor del Estado, buscar, identificar y trabajar mancomunadamente FFMM y juntas de acción comunal, crear conciencia ciudadana en lo referente a la represión del delito.

Es más, dar a conocer a la ciudadanía la forma y aspectos generales de la inversión del gasto público, su comprometimiento con seguridad a la ciudadanía como fuentes de información y capacitar a ciudadanos como agentes de inteligencia y contrainteligencia.

### 5.3. Población civil

Mediante encuestas y análisis de opinión adelantados entre el personal civil que habita en el área de Operaciones, refugiados, transeúntes, etc., permiten evaluar las actitudes del blanco audiencia y la efectividad de la propaganda diseminada.

### 5.4. Autoridades civiles

El fin último de las Operaciones Sicológicas es convencer y modificar la actitud de grupos y personas, las fuentes más importantes para obtener información son las humanas, entre las cuales podemos considerar:

#### Entidades Gubernamentales:

Todas aquellas que por razón de sus funciones tienen relación con los núcleos de población.

Secretaría de la Presidencia de la República

Ministerio del interior

Ministerio de Relaciones Exteriores

Ministerio de Justicia

Ministerio de Hacienda y Crédito Público

Ministerio de Agricultura

Ministerio de Comunicaciones

Ministerio de Transporte

Ministerio de Educación Nacional

Ministerio de Desarrollo

Ministerio de Comercio Exterior

Ministerio del Medio Ambiente

Ministerio de Minas y Energía

Ministerio de Salud

Ministerio de Trabajo

Departamento Nacional de Planeación

Departamento Administrativo de Seguridad

Departamento Administrativo de Servicio Civil

Departamento Administrativo Nacional de Estadística

Gobernaciones.

Alcaldías, Corregimientos e Inspecciones de Policía  
Servicio Nacional de Aprendizaje  
Institutos Descentralizados  
Instituto Geográfico Agustín Codazzi  
Contraloría y Procuraduría General de la República  
Registraduría Nacional del Estado Civil  
Defensoría del Pueblo  
Consejería Presidencial para los Derechos Humanos  
Fiscalía General de la Nación  
Consejería para la Paz  
Otras Entidades:  
Organizaciones Industriales y Comerciales  
Organizaciones Culturales  
Entidades de Beneficencia  
Acción Comunal  
Defensa Civil Colombiana  
Cruz Roja Nacional  
Acciones

Con las autoridades civiles entre otras actividades se desarrolla, la aplicación adecuada de la normatividad jurídica, adelantar campañas a todo nivel y en todos los estamentos del Estado en contra de la corrupción, aplicación detallada y justa de los Planes de inversión social y del Plan Colombia y el programa de gobierno de seguridad y defensa democrática.

Igualmente, crear redes de control en las instituciones Nacionales, identificar en los estamentos sindicales personal infiltrado o penetrado, desarrollar mecanismos de fortalecimiento de las instituciones Democráticas, vincular a las acciones del Estado a las organizaciones culturales, educativas, deportivas y sociales.

Al mismo tiempo se debe, fortalecer el agro y evitar la migración hacia el área urbana, estrechando los vínculos de amistad entre asambleas, consejos municipales, juntas de acción comunal y las FFMM, contrarrestar y denunciar el co-gobierno para evitar el control de recursos de las diferentes regiones del País.

Sobre todo, ejecutar los recursos presupuestados en acciones de beneficio comunitario, fortaleciendo los planes de desarrollo en las zonas menos favorecidas y al neutralizar la influencia de los dineros ilícitos en clase menos favorecidas.

En cuanto a la parte jurídica, denunciar nacional e internacionalmente las vacunas, boleteos, secuestros, extorsiones, etc., denunciar carteles y judicializar a los corruptos.

#### 5.5. Autoridades eclesiásticas

Cardenales, Obispos, arzobispos, sacerdotes y presbíteros.

Vincular a los sacerdotes buscando dar a conocer el único deseo de la subversión es la toma del poder por cualquier método.

#### 5.6. Otras autoridades

Cooperación entre: FAC, ARC, PONAL, CTI, DAS, IMPEC, FISCALIA.

Estrechar los vínculos de amistad, coordinación y cooperación con organismos internacionales, (ONU).

Fortalecer los organismos de seguridad del Estado (D.A.S.)

Integrar las redes de contrainteligencia de los diferentes estamentos de seguridad con las FFMM.

Crear ONG para contrarrestar el actuar subversivo.

Identificar, dar a conocer y actuar jurídicamente sobre empresas de fachada de los violentos.

Identificar en marchas paros y huelgas a los manipuladores y dirigentes para bloquearlos.

Adelantar una campana que busque la unión entre pueblo y las FFMM.

Emplear la inteligencia al máximo para evitar paros manifestaciones o asonadas en el territorio.

Apoyar los planes de carácter social, de bienestar que el Gobierno

ejecuta.

<sup>11</sup> Manual de Estado Mayor Naval, ARC 3-10 Político, segunda edición de 2000, como oficial del Rango rotatorio de la Armada Nacional, Cartagena

## 6. COOPERACION CIVIL Y MILITAR

“El supremo arte de la guerra consiste en dominar el enemigo sin combate.” Sun Tzu

La coordinación de planes proyectos y programas entre la comunidad y los estamentos castrenses son los pilares de crecimiento económico y social cuando los estados se encuentra en estado de guerra o conflictos armados, la SINERGIA entre la población civil y los miembros de los cuerpos de seguridad del Estado es el arquetipo para establecer las estructuras de estados frente a situaciones adversas todas las estrategias desarrolladas por este deben propender por satisfacer las necesidades mas sentidas, la salud la educación y los servicios públicos.

Son aquellas acciones realizadas por el estamento Militar tendientes a elevar el nivel de la vida de la población y lograr su apoyo a las operaciones Militares. Tales acciones comprenden los siguientes aspectos:  
Planear, organizar y desarrollar obras a corto, mediano y largo plazo, conjuntamente con el gobierno y autoridades civiles.

Colaborar con las entidades civiles en el mejoramiento del nivel de vida de las clases sociales menos favorecidas.

Despertar en los civiles la confianza de los hombres de armas y lograr la colaboración de las gentes de bien en la lucha contra el enemigo.

Distribuir auxilios a través de la Fuerza.

Promover la participación de la población civil en obras comunitarias.

Apoyar los planes de carácter social, de bienestar que el Gobierno ejecute.<sup>18</sup>

La cooperación civil y militar es flexible y esta sujeta a cambios ya que las operaciones psicológicas se caracterizan por este principio, una obra a corto, mediano o largo plazo

---

<sup>18</sup> Manual de Estado Mayor Naval, ARC 3-10 Publico, segunda edición de 2000, centro editorial del fondo rotatorio de la Armada Nacional, Cartagena.

recibe influencias de muchos actores, que se beneficiaran o están aportando algo al logro del objetivo, por eso el comandante debe ser un mediador, o puente entre diferentes extremos para que se culmine la obra y se ajuste a los intereses de todos.

### Operaciones Sicológicas de Consolidación

Las siguientes tres hojas fueron consultadas y copiadas del manual de operaciones sicológicas:

“Las Operaciones Sicológicas de Consolidación se adelantan en apoyo a las Operaciones Militares para lograr objetivos relacionados con las situaciones de combate. Estas Operaciones son dirigidas hacia la población civil en áreas donde se ha logrado el rechazo de la población hacia el enemigo. Su objetivo es facilitar las Operaciones Militares y promover la máxima cooperación de los habitantes de las áreas en mención.

Las tareas de coordinación y apoyo de las regiones o municipios liberados se llevan a cabo por las Secciones de Asuntos Civiles y de Cooperación civil Militar del Comando General de las Fuerzas Militares que a su vez ejercen control directo sobre las Unidades de Operaciones Sicológicas.

Las Operaciones Sicológicas de consolidación comprenden dos objetivos fundamentales: apoyo a las Operaciones Militares, orientación y educación de la población civil. En las áreas donde se adelantan Operaciones Sicológicas de Consolidación, estas revisten carácter persuasivo. No obstante, las exigencias del combate y los requerimientos de control absoluto pueden ser tan imperativos que la población civil, tanto en áreas ocupadas como liberadas, tiene que ser tratada en la misma forma.

Las Operaciones Sicológicas de consolidación ayudan al Comandante a:

Establecer Control, Orden y Disciplina. El uso planeado de propaganda e información calma temores, previene movimientos inútiles y dirige las actividades de la población civil. Unido a lo anterior, crea un estado de la mente propicio para la aceptación y una atmósfera de ley y orden que facilita el control del área con un mínimo de tropas.

Cooperación Civil Militar.

Recolectar Información. El personal de Operaciones Sicológicas mediante su permanente contacto con la población civil, está en capacidad de allegar información de utilidad para los organismos de inteligencia.

Prevenir Epidemias y Enfermedades. Publicando medidas sanitarias, ubicación de puestos de salud y áreas contaminadas, las Unidades de Operaciones Sicológicas contribuyen eficazmente a la prevención de epidemias protegiendo así las propias tropas y habitantes del área.

Orientación y Reeducción. La segunda misión de las Unidades de Operaciones Sicológicas durante la consolidación, es la orientación y reeducación de la población civil. Durante esta etapa, los esfuerzos se dirigen a:

Preparar planes y programas para educar la población en áreas bajo control de las propias tropas.

Desarrollar entendimiento entre las tropas y la población civil.

Apoyar el esfuerzo Militar y el cumplimiento de las metas establecidas.

Además de las actividades mencionadas existen otras secundarias que no implican necesariamente el uso de propaganda, estas son:

Difusión de noticias: La población debe mantenerse informada; por consiguiente la difusión de noticias objetivas y veraces desde el comienzo de las Operaciones de consolidación reviste gran importancia.

Control de rumores: Los planes de orientación y reeducación del personal civil no pueden tener éxito mientras los habitantes del área se hallen bajo el influjo de rumores falsos y tendenciosos.

Recolección de información : Durante la fase de orientación y reeducación el personal de Operaciones Sicológicas no solamente debe allegar todos los informes de utilidad para la Inteligencia, sino también todos aquellos que permitan evaluar las actitudes de la población hacia los programas adelantados, para cumplir los objetivos propios de esta fase.

La efectividad del Blanco Audiencia denota la capacidad que tiene el mismo para cambiar su comportamiento de acuerdo con lo deseado por las Operaciones Sicológicas. Si el Blanco Audiencia es susceptible a la persuasión, el analista debe evaluar la capacidad relativa del mismo para cambiar. Los factores más importantes para hacer este tipo de

determinación son las restricciones e influencias. Las restricciones son las limitaciones físicas, sociológicas, políticas, emocionales y económicas que impiden que el Blanco Audiencia realice alguna acción. Por ejemplo, la cultura japonesa considera que doblegarse ante un enemigo es algo deshonroso. Por esta razón, los aliados encontraron difícil convencer a los soldados japoneses a rendirse durante la Segunda Guerra Mundial. Es más, hacia la conclusión de la guerra, cuando habían perdido toda esperanza de triunfar y no podían lograr nada con su continuada resistencia, los japoneses aún rehusaban rendirse.

El analista del Blanco Audiencia también debe considerar la influencia de dicho auditorio. Cuando evalúa la efectividad del auditorio, el personal de Operaciones Sicológicas también estudia la estructura de poder del país y las posiciones de los integrantes del Blanco Audiencia dentro de esas estructuras. Quién influye sobre el Blanco Audiencia? Sobre quién tiene el Blanco Audiencia influencia? También se debe determinar cualquier circunstancia que pueda alterar las relaciones comunes entre el Blanco Audiencia y los otros grupos en el área objetivo”<sup>19</sup>.

En realidad, con la cooperación civil y militar se busca afianzar la población civil, hacia la propia causa, para conseguir los objetivos militares, para consolidar un área ya que una vez se ha ganado la población civil, se obtendrá máxima colaboración, habrá un escudo de seguridad hacia las tropas por el mismo flujo de información que fluya y el enemigo contara con un obstáculo mas para cumplir las metas.

<sup>19</sup> Manual de operaciones sicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,15 p

## 7. MODELOS DE COMUNICACION

### 7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación en las operaciones psicológicas, son fundamentales, no tienen sentido las operaciones psicológicas sin esta herramienta inseparable, como ya se vio anteriormente la acción psicológica buscar entrar a las mentes de las personas y para ello se requiere la difusión.

Siguiendo la secuencia una vez se presenta un hecho, acontecimiento o suceso, se inicia la noticia, aquí se requiere su cubrimiento ya sea por televisión, radio, prensa o por Internet.

Ahora bien, según sea la fuente se puede presentar una información objetiva (real, verídica), subjetiva (con una tendencia hacia la forma de pensar de quien dice la noticia) o investigativa (ya requiere análisis crítico según pruebas, indagaciones, descubrimientos realizados ante un hecho).

De esta manera, se sucede la explotación de la noticia donde según criterios e intereses se producen sentimientos de apoyo, rechazo o indiferencia y es aquí donde se deben aplicar las estrategias y tácticas en comunicación con el fin de resaltar, neutralizar, minimizar o contrarrestar según sea el mensaje de la noticia.

Como muestra, del poder de las noticias lo tenemos recientemente donde un diplomático americano Jhon Brady Kiesling, asesor político de la Embajada de EEUU en Atenas, renunció en protesta por lo que él consideraba el juego sucio de la administración Bush. Kiesling declaró: “no hemos visto semejante distorsión de la información, semejante manipulación de la opinión pública norteamericana desde la guerra el Vietnam. Esparcimos una confusión y un terror desproporcionados en la mente de la gente, logando arbitrariamente problemas inconexos de terrorismo e Irak”<sup>20</sup>.

Algunas formas de comunicación que presentan más credibilidad y aceptación por las personas son:

Radio y televisión.

---

<sup>20</sup> BOVARD James, “Terrorismo y Tiranía”, primera edición Buenos Aires 2004, Editorial Ateneo. 455p

Periódicos y revistas.

Hojas volantes, afiches, folletos, plegables, etc.

Cine.

Otros (reuniones de la comunidad, clubes, espectáculos musicales, deportivos, etc., que pueden ser utilizados para difusión de propaganda).

La información es un poder universal que se debe emplear en forma adecuada ya lo decía Gerorges Burdeau “para quien el poder es “la fuerza al servicio de la idea”<sup>21</sup> es una definición muy corta pero encierra algo fundamental y es que se pueden tener ideas muy brillantes pero si no se difunden adecuadamente perderán cualquier poder.

## 7.2 CLASIFICACION

Las siguientes tres páginas fueron analizadas y extraídas del manual de operaciones psicológicas:

“De acuerdo a su origen, la propaganda se clasificada en Blanca, Gris y Negra. Esta Clasificación no tiene relación alguna con la veracidad del contenido, sino de acuerdo a la fuente de donde proviene.

### Propaganda Blanca

Es aquella diseminada en forma abierta, identificada por su verdadera fuente y por tanto reconocido como “oficial”

### Capacidades

Puede ser presentada como la voz oficial de la persona o entidad que la origina, la cual imprime un sello de autoridad y veracidad.

Al exponer claramente aspectos que el blanco audiencia desea ocultar, propicia polémicas que facilitan el logro de los objetivos propuestos.

La libre difusión facilita su utilización para contrarrestar la propaganda enemiga.

<sup>21</sup> GALVIS Gaitán Fernando, “Manual de Ciencia Política” primera edición Santa fe de Bogota 1998, editorial Temis, 11p.

Ejemplos:

Comunicados

Hojas volantes

Carteles

Afiches

Libros

Revistas

**Propaganda gris**

Su origen no es identificado y se deja a la imaginación de la audiencia

Capacidades

Empleada con habilidad, gana aceptación evitando el estigma de ser "propaganda enemiga".

Puede usar temas sensacionalistas sin consecuencias negativas para la fuente.

Puede ser usada para introducir nuevos temas en base a vulnerabilidades supuestas. En estos casos se utiliza con propósitos de ensayo o sondeo. Ejemplo: Anónimos.

Limitaciones

La necesidad de conservar su origen en el anonimato, dificulta la creación de una imagen de "autoridad".

La vulnerabilidad al análisis de su contenido y objetivo, puede disminuir con eficiencia y tornarlo susceptible de ser neutralizado por contra propaganda enemiga.

**Propaganda negra**

Pretende emanar de una fuente diferente a la verdadera. En muchas ocasiones se difunde cerca al enemigo o dentro del territorio ocupado por él. Cuando esto sucede es considerada ilegal, desde el punto de vista enemigo por consiguiente, quienes la originan están sometidos a las leyes vigentes en cada estado.

Esta clase de actividad requiere destreza, excelente información capacidad para trabajar anónimamente. La propaganda negra depende (para tener éxito) de una completa y

actualizada inteligencia sobre todos los hechos y actividades de las audiencias seleccionadas como blanco.

Su mejor utilización se logra en Operaciones estratégicas, aun cuando puede ser empleada con éxito en Operaciones tácticas.

#### Ventajas y Capacidades

Operando clandestinamente la propaganda, puede originarse dentro del territorio enemigo y proveer en forma inmediata mensajes de interés para audiencias específicas.

Por emanar de una fuente desconocida, puede ayudar a la desmoralización enemiga, al sugerir la existencia de elementos disidentes y desleales de su territorio u organización.

Mediante el uso acertado de terminologías y medios de difusión el mensaje puede aparecer como parte del esfuerzo propagandístico del enemigo, haciendo incurrir en errores y contradicciones restando credibilidad y efectividad a sus publicaciones e informaciones.

Al no ser relacionada con la propaganda blanca u "oficial" puede emplear temas y técnicas no apropiadas para las otras clases de propaganda.

A causa de su naturaleza "cubierta" y de la dificultad para identificar su origen, la contra propaganda enemiga pierde gran parte de su efectividad.

#### Limitaciones y Desventajas

Requiere esfuerzos especiales para evitar la identificación de la fuente y la consiguiente pérdida de credibilidad.

Su coordinación con esfuerzos abiertos, (propaganda blanca) es difícil de conseguir.

Rara vez puede usar los canales regulares de comunicación.

Su control se dificulta a causa de las diversas agencias utilizadas para su difusión.

Las exigencias de seguridad limitan su campo de acción y flexibilidad.

Cuando opera en territorio enemigo crece la vulnerabilidad de la fuente para ser descubierta y destruida. Ejemplos:

Murmuración o rumor

Pornografía

Chistes o bromas

Falsificación de dinero, documentos de identificación y de racionamiento. Imitación de la voz del enemigo (emisoras de radio, medios escritos)”<sup>22</sup>.

De todos modos, las propagandas son difíciles de estructurar como mensajes, es necesario comprender muy bien que tipo de propaganda se debe emplear para obtener el resultado esperado, del entendimiento de la misión se deduce la clase de propaganda a emplear, para obtener actitudes requeridas.

A continuación, algunas acciones para optimizar los medios de comunicación, adelantar campañas de propaganda dirigida hacia la población civil, realizar actividades de contra propaganda orientadas a restar importancia de la subversión.

Con respecto al enemigo, desarrollar una campaña de desprestigio dirigido hacia los grupos criminales y narcoterroristas, realizar campañas de propaganda y contra-propaganda para desvirtuar la acción subversiva o de los estados enemigos, adelantar acciones de bloqueo y desprestigio a las páginas WEB del enemigo, comunicar a todos los organismos internacionales las violaciones a los Derechos Humanos por parte de la subversión o de los estados enemigos.

Acciones para incentivar el apoyo al estado, emplear los medios de comunicación social para difundir las políticas del Estado, ejercer control adecuado a los medios de comunicación en general, informar a los usuarios de la autopista de información sobre las acciones y políticas del Estado.

Es mas, adelantar una campana buscando sean explotadas al máximo las bondades del Internet, montar un equipo dedicado exclusivamente al monitoreo y bloqueo de la ciberguerra, maximizar la inteligencia y contrainteligencia con el empleo del Internet.

---

<sup>22</sup> Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000,157 p

## 8. CARTILLA DE EVALUACION ASAC

### FACTORES A CALIFICAR

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN
2. PROPAGANDA
3. EMISORAS
4. ACCION SICOLOGICA
5. OFICIALES PROFECIONALES DE LA RESERVA
6. GRUPOS ESPECIALES DE OPERACIONES SICOLOGICAS

Medios de Comunicación

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. MISIÓN	2. OBJETIVO	3. MÉTODO
<input type="text"/>	<input type="radio"/> Fortalecimiento voluntad de combate propias tropas. <input type="radio"/> Lograr el apoyo de la población civil. <input type="radio"/> Debilitar el espíritu de lucha del enemigo.	<input type="text"/>
4. COBERTURA	5. ORGANIZACIÓN	6. DIFUSIÓN
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
7. CUBRIMIENTO NOTICIA	8. MEDIOS RECURSOS	9. EMPLEO
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
10. EXPLOTACIÓN	11. CONTACTOS	12. PERSONAL
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	13. MORAL	
	<input type="text"/>	
	<input type="text"/>	

IMPRESA

start | Yahoo! Me... | Window... | Microso... | CESAC | 10:21 p.m.

El fin es llevar a cabo el cubrimiento y registro de las operaciones y actividades de la Unidad en la zona de operaciones, una vez se presenta el hecho, suceso o acontecimiento se inicia la noticia, que requiere su difusión para la explotación a nivel interno o externo de acuerdo a los resultados operacionales.

En la calificación la herramienta se aplica a la actitud y comportamiento que produce en los tres blancos audiencia (Propias tropas, población civil y enemigo) e incidirá en la moral del objetivo seleccionado así:

Si supera el 80%	Apoyo
Entre 60 % y 80 %	Indiferencia
Menor de 60%	Rechazo.

### 1. Misión

Los medios de comunicación se enmarcan en tres objetivos generales: COMUNICACIÓN (comunicados de prensa, cubrimiento en directo de los reporteros), ENTRETENIMIENTO (humor, concursos, magazines, programas de participación, musicales), EDUCATIVA (educación a distancia, programas institucionales, cultura ciudadana, plan recompensas, red nacional de informantes).

### 2. Objetivos

Son los mismos que se tienen en todas las Operaciones de Acción Sicológica para los tres blanco audiencia, los cuales son: FORTALECER LA VOLUNTAD DE COMBATE DE LAS PROPIAS TROPAS, LOGRAR EL APOYO DE LA POBLACIÓN CIVIL Y DEBILITAR EL ESPÍRITU DE LUCHA DEL ENEMIGO.

### 3. Método

Se cuenta con tres métodos generales para transmitir a través de los medios de comunicación así: comunicación interpersonal, PERSONAL, medios Impresos, ESCRITO (comunicados, volantes, boletines, periódicos) y cualquier forma AUDIOVISUAL (radio, televisión, Internet).

### 4. Cobertura

Se cuenta con cuatro niveles para medir la cobertura, entre mas específico sea, se califica con mayor valor. La mayor calificación inicia en LOCAL, seguida de la REGIONAL, posteriormente NACIONAL para Terminar en INTERNACIONAL.

### 5. Organización

En este factor se califica si esta organizada o no una sección para estas actividades, si se tiene la oficina de prensa o medios de comunicación y una persona especializada realiza esta actividad.

### 6. Difusión

Se califica la rapidez de la transmisión de la noticia, que tiene que ver con la oportunidad, una noticia desactualizada no presenta el mismo impacto de la noticia actual, aquí se tienen tres ítems INMEDIATO con el 100%, LENTO con el 70%, PROLONGADO 50%

### 7. Cubrimiento de la noticia

La calificación tiene que ver con la pertinencia y conducencia; cuando abarcan todos los enfoques y puntos de vista de la noticia es MASIVO, si solo se toca tangencialmente una parte es PARCIAL, así mismo si la noticia es una y se da la información de otra es NULO.

### 8. Medios recursos

Con respecto a los recursos es muy importante determinar, si se depende de un tercero para poder realizar la difusión de la noticia EXTERNOS (programas de recursos privados), o si se cuenta con los recursos PROPIO (programas de recursos estatales).

### 9. Empleo

Aquí se califica el empleo cuando se hace en forma adecuada, eficaz SI (cubrimiento coordinado con todos los medios) o NO (en forma independiente y sin concatenar los medios)

### 10. Explotación

Cuando los medios de comunicación se emplean con el fin de obtener el respaldo popular y el desprestigio del enemigo, se pueden emplear dos procedimientos a saber: primero explotar los hechos y acontecimientos para lograr objetivos propios. Segundo emplearlos para desprestigiar buscando una condena social del enemigo.

### 11. Contactos

Se debe verificar con que entidades y medios se va a difundir la noticia, si el medio empleado es AFECTO a los propósitos del estado, NEUTRAL transmite la noticia sin inclinaciones ideológicas es decir un cubrimiento objetivo, DESAFECTO cuando las noticias transmitidas siempre van contra los propósitos del estado y se realiza un cubrimiento subjetivo parcializado o inclinado al enemigo.

### 12. Personal

Con respecto al personal va concatenado con la organización, se califica al personal que trabaja en la sección, si es COMPETENTE, según la especialidad y la experiencia o NO COMPETENTE

### 13. Moral

Como el objetivo ultimo es incidir en la moral del blanco audiencia seleccionado, debemos tener presente cual es la moral antes de la noticia para poder modificarla, transformarla o mantenerla según sea el caso, se califica con ALTA, MEDIA, BAJA. De acuerdo a la actitud y comportamiento del blanco audiencia a trabajar.

Propaganda

## PROPAGANDA

1. BLANCO AUDIENCIA <input type="text"/>	2. CLASIFICACION <input type="text"/>	3. INSTRUMENTOS <input type="text"/>
4. EFECTO <input type="text"/>	5. IDENTIFICACION UNIDAD <input type="text"/>	6. RECURSOS <input type="text"/>
<b>7. CARACTERISTICAS DE LAS AUDIENCIAS</b>		
7.1. TAMAÑO <input type="text"/>	7.2. PENSAMIENTO <input type="text"/>	7.3. RELIGION <input type="text"/>
7.4. ECONOMIA <input type="text"/>	7.5. CULTURA <input type="text"/>	7.6. VULNERABILIDADES <input type="text"/>
8. DIA/HORA <input type="text"/>	9. MORAL <input type="text"/>	
<b>10. DIFUSIÓN</b>		
10.1. EMPLEO MATERIAL <input type="text"/>	10.2. CREDIBILIDAD <input type="text"/>	10.3. MEDIO <input type="text"/>
10.4. CUBRIMIENTO BLANCO <input type="text"/>	10.5. DISPONIBILIDAD <input type="text"/>	10.6. INTENSIDAD <input type="text"/>
10.7. TIEMPO <input type="text"/>	10.8. OPORTUNIDAD <input type="text"/>	

Aceptar

start | Yahoo! Me... | trabajo fue... | Microso... | CESAC | 10:23 p.m.

Se emplea en la zona de operaciones y fuera de ella con el fin de incidir en la actitud de los actores de los conflictos buscando el respaldo de otros estados para realizar alianzas estratégicas contra el enemigo o buscando la unidad nacional para someter al enemigo.

En la calificación la herramienta se aplica a la actitud y comportamiento que produce en los tres blancos audiencia (Propias tropas, población civil y enemigo) e incidirá en la moral del objetivo seleccionado así:

Si supera el	80%	Apoyo	
Entre	60 % y 80 %	Indiferencia	
Menor de	60%	Rechazo.	

### 1. Blanco audiencia

Los tres blancos audiencia que se emplean en las operaciones psicológicas: PROPIAS TROPAS, POBLACION CIVIL, ENEMIGO.

### 2. Clasificación

De acuerdo a su origen la propaganda es BLANCA, identifica la verdadera fuente, GRIS origen no identificado, NEGRA emana de una fuente diferente a la verdadera, esta

clasificación no tiene relación alguna con la veracidad del contenido sino de acuerdo a la fuente de donde proviene.

### 3. Instrumentos

Aquí esta estipuladas todas las formas posibles como se puede realizar la propaganda ORALES (arengas, disertación), ESCRITOS (volantes, pancartas), MATERIALES (teatrito, dramatización), AUDIOVISUALES (videos, imágenes, películas).

### 4. Efecto

Cuando se realiza la propaganda se buscan dos objetivos: COHESIVO, que es la unión, la integración de los miembros de una Unidad o una comunidad, y el efecto DIVISORIO, que es lo contrario busca la desintegración, dispersión, desunión, de un grupo y sus ideales.

### 5. Identificación de la Unidad

Según la unidad que realice la propaganda se califica el grado de especialización, la cual tiene el mayor puntaje la COMPAÑÍA DE OPERACIONES SICOLOGICAS, seguida por el grupo especial de operaciones psicológicas (GEOS) y por ultimo la sección de la Unidad encargada del Departamento de Acción Integral (CINCO).

### 6. Recursos

Es muy importante determinar si es DEPENDIENTE de un tercero para poder realizar la propaganda, o es AUTONOMO si se cuenta con recursos propios o partidas especiales.

### 7. Características de la audiencia

En los siguientes seis ítems se va a calificar el conocimiento sobre el personal que va a recibir la propaganda según el blanco audiencia seleccionado.

#### 7.1 Tamaño

Aquí se cuenta con tres opciones, según el numero de habitantes, donde la calificación se da directamente proporcional al numero de habitantes, el mayor valor inicia en **5000** o mas habitantes, la siguiente opción de **1000 a 5000** habitantes y terminando en los menores a **1000** habitantes.

#### 7.2 Pensamiento

Esta originado de la ideología mayoritaria de ese blanco audiencia, donde la DERECHA representa la ideología conservadora y tradicional de apoyo al Estado, IZQUIERDA nos representa aquellas ideas socialistas, comunistas, marxistas, buscando el cambio reestructuración o modificación del Gobierno y la NEUTRA la que no se ha identificado su ideología o tendencia general.

#### 7.3 Religión

Dentro de la diversidad de credos en Colombia tenemos tres opciones, consideradas las más grandes, CATOLICA, PROTESTANTE, CRISTIANA y una opción donde se puede agrupar cualquiera de las que no se contempla anteriormente OTRA.

#### 7.4 Economía

La economía de la región donde se distribuirá la propaganda, se debe estudiar; su riqueza, sus recursos, se tienen tres opciones, la que da mayor puntaje AUTOSUFICIENTE, posteriormente MEDIA y por ultimo POBRE, aquella región donde no hay ninguna forma de obtener recursos.

#### 7.5 Cultura

Son todos los principios, identidades colectivas, tradiciones y costumbres que identifican a un sector de la población de un estado, conociendo su historia, sus causas y sus orígenes para contemplar el porque de su existencia, con sus características propias de hoy. Se cuenta con tres opciones CONSERVADORA (mantiene), LIBERAL (transformadora, reformista), ABIERTA (cambios incondicionales).

#### 7.6 Vulnerabilidades

Aquí se estudia el problema mas sentido, que afecta a la comunidad y se cuenta con tres opciones, SALUD, EDUCACION, SERVICIOS, que son las tradicionales si no esta enmarcada en esta se cuenta con la opción OTRA.

#### 8. Día /hora

Es fundamental determinar la hora y el día en que se va a distribuir o difundir la propaganda, con respecto al día se estableció 2 opciones DIAS FESTIVOS, la cual se califica con un mayor puntaje porque la gente tiene mayor tiempo y mas tranquilidad para prestar atención, o DIAS HABILES. Con respecto a la hora si se hace en el DIA presenta mayor puntaje que en la NOCHE.

#### 9. Moral

Como el fin ultimo es incidir en la moral del blanco audiencia seleccionado, debemos tener presente cual es la moral antes de la actividad desarrollada para poder modificarla o mantenerla según sea el caso se califica con ALTA, MEDIA , BAJA.

#### 10. Difusión

Se cuenta con ocho factores que se deben medir con respecto a la transmisión o divulgación de la propaganda así:

##### 10.1 Empleo de Material

De acuerdo a la región, blanco audiencia, nivel cultural, costumbre y cultura, se deben emplear los medios y recursos adecuados para cumplir el objetivo previamente trazado, Ej. En una región de alto nivel cultural debe utilizarse instrumentos audiovisuales para mayor comprensión, mientras que en uno de bajo nivel cultural debe ser con materiales y comunicación interpersonal.

##### 10.2 Credibilidad del mensaje

El mensaje de la propaganda, no puede ser descabellado, algo inverosímil, que todo el mundo sepa que no es ni puede ser real, con respecto se identifican tres opciones; ALTO, MEDIO, BAJO.

### 10.3 Medio

Se debe identificar si se va a distribuir la propaganda por medio, AEREO mayor puntaje, TERRESTRE y FLUVIAL estas dos con el mismo puntaje pero menor que el aéreo, lo anterior de acuerdo a las garantías de seguridad del personal que realiza la operación de distribución de propaganda.

### 10.4 Cubrimiento Blanco

Aquí se califica la propaganda y medios utilizados, para cambiar la conducta y el comportamiento de un blanco audiencia determinado, se cuenta con tres opciones, 100%, 80%, 50%.

### 10.5 Disponibilidad

En este factor se califica el grado de reacción en el tiempo, es decir la inmediatez en el cubrimiento de la información, de acuerdo al número de personas y recursos disponibles para el cubrimiento de la operación, se cuenta con tres opciones; SUFICIENTE, MEDIA, INSUFICIENTE.

### 10.6 Intensidad

Se califica la continuidad cuando es persistente y constante en la elaboración de la propaganda, se cuenta con tres opciones FRECUENTE, MEDIO, OCASIONAL.

### 10.7 Tiempo

El factor climático es un aspecto que influye en las diferentes operaciones de acción psicológica, por su puesto en la propaganda, según se presente el tiempo en el juego se cuenta con cuatro opciones, EXCELENTE, BUENO, REGULAR, MALO.

### 10.8 Oportunidad

Se califica la celeridad de la transmisión de la propaganda, que tiene mucho que ver con la oportunidad, velocidad, prontitud, para que de el mayor impacto posible, aquí se tienen tres ítems INMEDIATO con el 100%, MEDIO con el 70%, TARDE con el 50%.

Si supera el 80% Apoyo  
Entre 60% y 80% Indiferencia  
Menor de 60% Rechazo

### 1. Objetivo

Son los que se tienen en todas las Operaciones de Acción Psicológica para los tres blancos audiencias, los cuales son FORTALECER LA VOLUNTAD DE COMBATE DE LAS PROPIAS TROPAS, LOGRAR EL APOYO DE LA POBLACION CIVIL Y DEBILITAR EL ESPIRITU DE LUCHA DEL ENEMIGO.

**EMISORAS**

**1. OBJETIVO**

Fortalecimiento voluntad de combate propias tropas.

Lograr el apoyo de la población civil.

Debilitar el espíritu de lucha del enemigo.

**2. MISIÓN**

\_\_\_\_\_

**3. PERSONAL**

\_\_\_\_\_

**4. UBICACIÓN**

\_\_\_\_\_

**5. TIEMPO**

\_\_\_\_\_

**6. SEGURIDAD**

\_\_\_\_\_

**7. EMPLEO Y EXPLOTACIÓN**

\_\_\_\_\_

**8. MORAL**

\_\_\_\_\_

**9. RECURSOS**

**9.1. FÍSICOS**

\_\_\_\_\_

**9.2. ECONÓMICOS**

\_\_\_\_\_

**9.3. TÉCNICOS**

**9.3.1. POTENCIA**

\_\_\_\_\_

**9.3.2. BANDA**

\_\_\_\_\_

**9.3.3. FUNCIONAMIENTO**

\_\_\_\_\_

**AUDIENCIA**

**10.1. PROPIAS TROPAS**

\_\_\_\_\_

**10.2. POBLACIÓN CIVIL**

\_\_\_\_\_

**10.3. ENEMIGO**

\_\_\_\_\_

Es un instrumento que se emplea, en los conflictos modernos, para fortalecer el espíritu de combate de las propias tropas, para ganar la población civil y para desprestigiar, rechazar, condenar las acciones del enemigo a través de programas para ese fin.

En la calificación la herramienta se aplica a la actitud y comportamiento que produce en los tres blancos audiencia (Propias tropas, población civil y enemigo) e incidirá en la moral del objetivo seleccionado así:

Si supera el 80%	Apoyo
Entre 60 % y 80 %	Indiferencia
Menor de 60%	Rechazo.

### 1. Objetivo

Son los que se tienen en todas las Operaciones de Acción Sicológica para los tres blanco audiencia, los cuales son: FORTALECER LA VOLUNTAD DE COMBATE DE LAS PROPIAS TROPAS, LOGRAR EL APOYO DE LA POBLACIÓN CIVIL Y DEBILITAR EL ESPÍRITU DE LUCHA DEL ENEMIGO.

## 2. Misión

Se califican tres tipos de misiones, la primera y tiene un mayor valor es la de INFORMACION, la segunda con un 80% de EDUCACION, otra de las misiones que mas se pueden utilizar en las emisoras son la de SERVICIO SOCIAL, calificada con un 70 % y si no están en estas principales misiones se cuenta con la opción OTRA que se califica con 60%

## 3. Personal

La emisora cuenta con un personal para su manejo y funcionamiento, de acuerdo a su especialidad y experiencia, se califica como IDONEO o INIDONEO.

## 4. Ubicación

Es importante identificar donde esta localizada la emisora, si es un sitio alto, si da cobertura hacia el blanco audiencia, si hay suministro de luz permanente, si es despejado, y con ello se califica si es ADECUADO con el 100%, CONTIGUO se califica con el 80% o si es INADECUADO se califica con 50%.

## 5. Tiempo

El factor climático y meteorológico es un aspecto que influye en las diferentes operaciones de acción psicológica, por su puesto en las emisoras, según se presente el tiempo en el juego se cuenta con tres opciones, DESPEJADO, LLUVIOSO, TORMENTA.

## 6. Seguridad

Según la ubicación de la emisora, se puede identificar la seguridad física que tiene, no se puede dejar la emisora aislada y sin ningún apoyo, para ello se cuenta con tres opciones, EXCELENTE, BUENA, MALA.

## 7. Empleo y explotación

Las emisoras se emplean con el fin de obtener el respaldo popular y el desprestigio del enemigo, se pueden emplear dos procedimientos a saber: primero explotar los hechos y acontecimientos para lograr objetivos propios. Segundo emplearlos para desprestigiar buscando una condena social del enemigo.

## 8. Moral

Como el objetivo es incidir en la moral del blanco audiencia seleccionado, debemos tener presente cual es la moral antes de la actividad desarrollada para poder modificarla, transformarla o mantenerla según sea el caso, se califica con ALTA, MEDIA , BAJA. De acuerdo a la actitud y el comportamiento del blanco audiencia a trabajar.

## 9. Recursos

Aquí se van ha evaluar tres clases de recursos para determinar la funcionabilidad y la eficiencia.

### 9.1 Físicos

Tiene que ver de acuerdo a su infraestructura, construcción, instalaciones, servicios y se califica como APROPIADO o INAPROPIADO

### 9.2 Económicos

Con respecto a los recursos económicos es muy importante determinar si es con recursos EXTERNOS depende de un tercero para poder realizar las actividades de la emisora, o es PROPIO si se cuenta con recursos autónomo o partidas especiales.

### 9.3 Técnicos

Los recursos técnicos han sido divididos en tres clases para conocer su alcance y tiempo de empleo.

#### 9.3.1 Potencia

La potencia se clasifica en tres clases:

Hasta 20 Vatios	BAJA
De 20 Vatios a 100 Vatios	MEDIA
De 100 Vatios en adelante	ALTA

#### 9.3.2 Banda

Hay dos clases de bandas: AM presenta mayor cobertura, FM es mas restringida y tiene que haber línea de vista hacia donde esta el blanco audiencia. Se coloco una tercera opción para las emisoras que puedan transmitir en las dos banda AM/FM estas serán calificadas con el máximo puntaje.

#### 9.3.3 Funcionamiento

Según el tiempo que duren transmitiendo en forma permanente durante un día se pueden agrupar así: 24 horas, 18 horas, 12 horas, 6 horas.

## 10. Audiencia

Según el objetivo establecido se califica la audiencia y para cada objetivo hay un solo blanco audiencia que se activa:

### 10.1 Propias Tropas

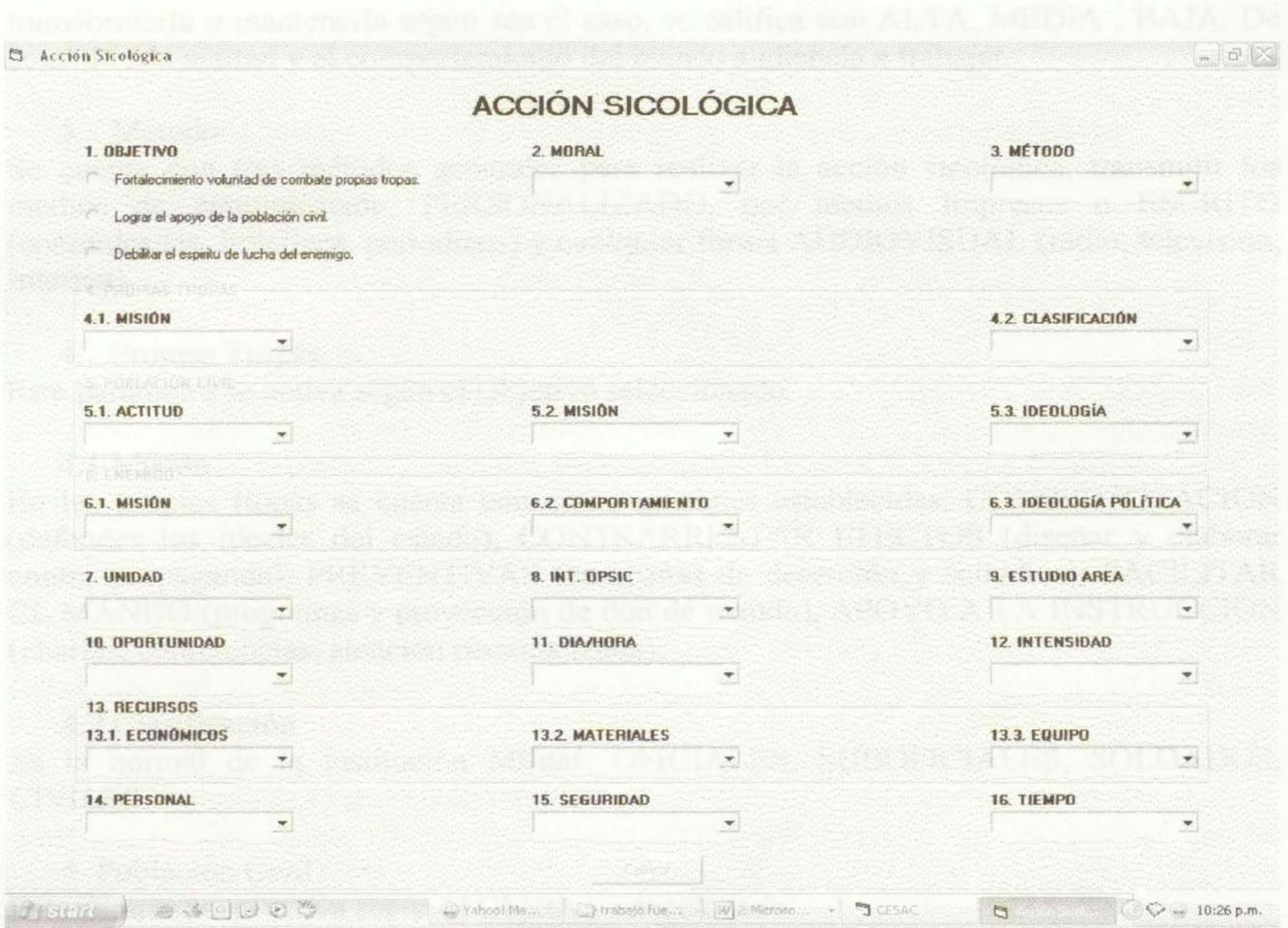
Hay tres opciones la que presenta mayor receptividad es de las 18 a 22 horas, posteriormente de 06 a 18 horas, y por ultimo de menor recepción de 22 a 06 horas.

### 10.2 Población Civil

Aquí se ha establecido dos grupos, el de mayor recepción de 06 a 22 horas y el de 22 a 06 horas.

### 10.3 Enemigo

Se ha establecido que la hora de mas audiencia es de 04 a 07 horas las demás tendrán un menor valor.



Son todos los programas, planes y proyectos que se y desarrollan con el fin de incidir en los tres blancos audiencia con su fin específico.

En la calificación la herramienta se aplica a la actitud y comportamiento que produce en los tres blancos audiencia (Propias tropas, población civil y enemigo) e incidirá en la moral del objetivo seleccionado así:

Si supera el	80%	Apoyo
Entre	60 % y 80 %	Indiferencia
Menor de	60%	Rechazo.

### 1. Objetivo

Son los que se tienen en todas las Operaciones de Acción Sicológica para los tres blanco audiencia, los cuales son: FORTALECER LA VOLUNTAD DE COMBATE DE LAS PROPIAS TROPAS, LOGRAR EL APOYO DE LA POBLACIÓN CIVIL Y DEBILITAR EL ESPÍRITU DE LUCHA DEL ENEMIGO.

### 2. Moral

Como el objetivo es incidir en la moral del blanco audiencia seleccionado, debemos tener presente cual es la moral antes de la actividad desarrollada para poder modificarla,

transformarla o mantenerla según sea el caso, se califica con ALTA, MEDIA , BAJA. De acuerdo a la actitud y el comportamiento del blanco audiencia a trabajar.

### 3. Método

Se cuenta con tres métodos generales para realizar la acción psicológica, transmitir los medios de comunicación, PERSONALIZADO, por medios Impresos o ESCRITO (comunicados, boletines, periódicos) y cualquier forma AUDIOVISUAL (radio, televisión, Internet)

### 4. Propias Tropas

Este parámetro se activa según el Objetivo seleccionado.

#### 4.1 Misión

En las propias tropas se cuenta con cinco misiones establecidas, CONCIENTIZACION (defender los ideales del estado), CONTRARRESTAR EFECTOS (diseñar y elaborar contra propaganda), PREVENTIVAS (campañas de deserción y suicidios), FACILITAR EL MANDO (programas y proyección de don de mando), APOYO A LA INSTRUCCIÓN (charlas, conferencias, atención personalizada),

#### 4.2 Clasificación

Es la normal de la institución Militar: OFICIALES, SUBOFICIALES, SOLDADOS, CIVILES.

### 5. Población Civil

Este parámetro se activa según el Objetivo seleccionado.

#### 5.1 Actitud

En la comunicad se pueden encontrar tres tipos de actitud AFECTA a la institución, NEUTRAL y DESAFECTA.

#### 5.2 Misión

De acuerdo a la actitud se cumple cada misión: CAMBIAR EL PENSAMIENTO (desafecto), MODIFICAR EL PENSAMIENTO (neutral), MANTENER EL PENSAMIENTO (afecto).

#### 5.3 Ideología

Con respecto a la ideología de la comunidad esta el GOBERNISTA apoyo a las instituciones y el estado, NEUTRAL y el ANTIGOBERNISTA los que van contra las políticas del Estado.

### 6. Enemigo

Este parámetro se activa según el Objetivo seleccionado.

### 6.1 Misión

Aquí se encuentra tres misiones: SENCIBILIZACION (principios, valores de afecto y sentido familiar), TRANSFORMACION (A legalidad y legitimidad), CONCIENTIZACION (la libertad, el buen nombre, la honra, instrucción cívica).

### 6.2 Comportamiento

El comportamiento del enemigo se presenta de dos formas HOSTIL por medio de acciones armadas, PASIVO con la influencia ideológica.

### 6.3 Ideología Política

Hay cuatro ideologías políticas que puede presentar el enemigo cuales son: TOMA DEL PODER (guerrilla), SUPLANTACION DEL ESTADO (guerrilla, autodefensas) NARCOTRAFICO (carteles, guerrilla, autodefensas), DELINCUENCIA COMUN.

### 7. Unidad

Según la unidad que realice la acción sicológica se califica el grado de especialización, la cual tiene el mayor puntaje la COMPAÑÍA DE OPERACIONES SICOLOGICAS, seguida por el grupo especial de operaciones sicológicas (GEOS), la sección de la Unidad encargada del Departamento de Acción Integral (CINCO) y por ultimo UNIDADES REGULARES.

### 8. Inteligencia de Operaciones sicológicas

Aquí se califica como fue la recolección de la información, la profundidad en las investigaciones del blanco audiencia seleccionado: ESPECIFICA, APROXIMADA, GENERAL

### 9. Estudio de área

Aquí se califica como fue el análisis del sector donde se ubica el blanco audiencia seleccionado: ESPECIFICA, APROXIMADA, DESACTUALIZADA.

### 10. Oportunidad

Se califica la celeridad de la actividad realizada, que tiene mucho que ver con la oportunidad, velocidad, prontitud de la jornada, para que de, el mayor impacto posible, aquí se tienen tres ítems INMEDIATO con el 100%, MEDIO con el 70%, TARDE con el 50%.

### 11. Día / hora

Es fundamental determinar la hora y el día en que se va ha realizar la jornada de acción sicológica, con respecto al día se estableció dos opciones: DIAS FESTIVOS, la cual se califica con un mayor puntaje porque la gente tiene mayor tiempo disponible y más tranquilidad para prestar atención y DIAS HABILES. Con respecto a la hora si se hace en el DÍA presenta mayor puntaje que en la NOCHE.

## 12. Intensidad

Se califica la continuidad de la jornada de acción psicológica, cuando es persistente y constante en sus realizaciones, se cuenta con tres opciones FRECUENTE, MEDIO, ESPORADICO.

## 13. Recursos

Aquí se van a evaluar cinco clases de recursos para determinar la efectividad y la eficiencia de la acción psicológica.

### 13.1 Económicos

Se debe evaluar de acuerdo al objetivo trazado y el tamaño del blanco audiencia seleccionado, si se cuenta con recursos económicos SUFICIENTES, NECESARIOS o ESCASOS.

### 13.2 Materiales

Se debe evaluar de acuerdo al objetivo trazado y el tamaño del blanco audiencia seleccionado, si se cuenta con recursos materiales SUFICIENTES, NECESARIOS o ESCASOS.

### 13.3 Equipo

Se debe evaluar de acuerdo al objetivo trazado y el tamaño del blanco audiencia seleccionado, si se cuenta con el equipo APROPIADO, NECESARIOS o ESCASOS.

## 14. Personal

Se debe evaluar de acuerdo al objetivo trazado y el tamaño del blanco audiencia seleccionado si se cuenta con el personal ESPECIALIZADO, CAPACITADO o INIDONEO.

## 15. Seguridad

Según la ubicación donde se va a realizar la acción psicológica, se puede identificar la seguridad física que tiene, no se puede realizar sin la seguridad adecuada y sin ningún apoyo, para ello se cuenta con tres opciones, EXCELENTE, MUY BUENA, REGULAR.

## 16. Tiempo

El factor climático y meteorológico es un aspecto que influye en las diferentes operaciones de acción psicológica, según se presente el tiempo en el juego se cuenta con tres opciones, EXCELENTE, BUENO, MALO.

## UNIDAD DE RESERVA DE LOS OFICIALES PROFECIONALES (UROP)

Es una unidad conformada por profesionales especializados en las diferentes áreas del saber que tienen atribuciones y funciones de acuerdo a su grado y su empleo, su explotación afecta la Unida Operativa ya que su inexploración o subempleo reduce la efectividad y eficacia en el mando, el desarrollo operacional y las actividades administrativas.

En la calificación la herramienta puede aumentar al desempeño de la Unidad e incidirá así:

Si supera el	80%	Eficaz
Entre	60 % y 80 %	Eficiente
Menor de	60%	Deficiente

### 1. Misión

Los oficiales profesionales tienen tres misiones generales las cuales son: ASESORAR Y RECOMENDAR, REALIZAR APRECIACIONES, ASUMIR FACULTADES Y ATRIBUCIONES DE PLANA MAYOR.

## 2. Organización

De acuerdo a la reglamentación de las UROP, quedaron organizadas las secciones con las tablas de organización y equipo TOE a 25 – 1 – 0 – 0, si cuenta con mas personal se llamara REFORZADO, si tiene menos efectivos INSUFICIENTE.

## 3. Tarea

En las UROP se identifican seis tareas;

ORGANIZAR MOVIMIENTOS Y ASOCIACIONES, fundaciones de defensa y protección a los derechos humanos, organizaciones no gubernamentales ONG, gremios y movimientos en rechazo contra el terrorismo y el secuestro por parte de las organizaciones al margen de la ley.

CONFORMAR GRUPOS DE GEOPOLITICA Y ACCION INTEGRAL, grupos de asuntos políticos, grupos de asuntos tácticos y estratégicos, centro de análisis de acción jurídica, centro de análisis de acción económica y financiera.

GENERAR OPINION, crear diseñar y desarrollar las paginas WEP en los servidores de Internet, país libre, Colombia en marcha.

PARTICIPAR EN ACTIVIDADES DE ACCION SICOLOGICA, acciones cívico militares, jornadas de salud, jornadas de vacunación, programas de alfabetización.

ENLACE ENTRE EL ESTADO Y ENTIDADES PRIVADAS, crear oficinas de oficiales de la reserva, en guarniciones militares y dentro de las entidades oficiales y privadas.

DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACION, procesos académicos en la institución, procesos administrativos- como comprar adquirir, licitar, procesos educativos, metodología de la investigación de los conflictos armados.

## 4. Equipos de Trabajo

Aquí se debe identificar la cantidad de equipos con las que cuenta la UROP, con solo activar la casilla correspondiente, al equipo de trabajo: ACCION IDEOLOGICA, ACCION SICOLOGICA, ACCION DE INTELIGENCIA, ACCION DE ORGANIZACIONES, ACCION DE MASAS, ACCION DE ESTRATAGEMAS.

## 5. Personal

El personal para calificar el desempeño de las UROP se estudia con tres Ítems profesión, especialidad, disponibilidad.

### 5.1 Profesión

Se debe clasificar si en la misión y tarea a desarrollar se cuenta con el personal, de acuerdo a su profesión, NECESARIO o INECESARIO para cumplir las actividades.

### 5.2 Especialidad

Se debe clasificar si en la misión y tarea a desarrollar se cuenta con el personal, de acuerdo a su especialidad, IDONEO o INIDONEO para cumplir las actividades.

### 5.3 Disponibilidad

Este factor solo se activa cuando se tiene como misión la de asumir facultades y atribuciones de plana mayor, y los niveles de evaluación esta 100%, 80%, 50% de disponibilidad.

### 6. Explotación de los medios

En este factor se debe verificar y estudiar SI la UROP utiliza, aprovecha y aplica los medios de comunicación para realizar sus actividades o NO las utiliza.

### 7. Proyecciones

Son todos los proyectos y programas que se deben planear, para obtener objetivos a mediano y largo plazo, fundamentados en la legalidad y legitimidad dirigidos a los tres blancos audiencia.

### 8. Recursos Económicos

Con respecto a los recursos es muy importante determinar si es DEPENDIENTE de un tercer actor para poder realizar la propaganda, o es AUTONOMO si se cuenta con recursos propios partidas especiales.

## GRUPOS ESPECIALES DE OPERACIONES SICOLOGICAS (GEOS)

The screenshot shows a software window titled "GEOS" with a taskbar at the bottom. The window contains several sections for configuring a group:

- 1. TAREAS:** A list of tasks with radio buttons:
  - Comunicación Interpersonal
  - Diseño y Elaboración de Propaganda
  - Desarrollo Actividades Operación Sicológica - Cooperación Civil Militar
  - Servicios Educativos
  - Enlace Otras Autoridades
- 2. PROCESO:** A dropdown menu.
- 3. EQUIPO ESPECIAL:** A dropdown menu.
- 4. ORGANIZACIÓN:** A dropdown menu.
- 5. RECURSOS ECONÓMICOS:** A dropdown menu.
- 6. PERSONAL:** A section containing three sub-sections:
  - 6.1. EMPLEO:** A dropdown menu.
  - 6.2. ESPECIALIDAD:** A dropdown menu.
  - 6.3. ALISTAMIENTO:** A dropdown menu.
- 7. EXPLOTACIÓN MEDIOS:** A dropdown menu.
- 8. DISPONIBILIDAD:** A dropdown menu.

The taskbar at the bottom shows the Start button, several application icons, and the system tray with the time 10:31 p.m.

Son unidades especiales que se emplean en los conflictos armados de carácter regular e irregular, con el fin apoyar las operaciones militares antes durante y después de las confrontaciones, el objetivo general de los grupos especiales de operaciones psicológicas (GEOS) es consolidar el área de operaciones, con el fin de contrarrestar las acciones del enemigo contra la población civil.

En la calificación del GEOS se aplica a la actitud y comportamiento que produce en los tres blancos audiencia (Propias tropas, población civil y enemigo) e incidirá en la moral del objetivo seleccionado así:

Si supera el 80%	Apoyo
Entre 60 % y 80 %	Indiferencia
Menor de 60%	Rechazo.

### 1. Tarea

Los GEOS tienen cinco tareas esenciales:

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

DISEÑO Y ELABORACION DE PROPAGANDA

DESARROLLO DE ACTIVIDADES OPERACIÓN SICOLOGICA- COOPERACION CIVIL Y MILITAR

SERVICIOS EDUCATIVOS

ENLACE OTRAS AUTORIDADES

### 2. Proceso

El proceso no es calificable, solo se requiere saber en que paso que se encuentra; EL ESTUDIO DE AREA DE INFLUENCIA, EL PLANEAMIENTO OPSIC o EJECUCION OPSIC.

### 3. Equipo especial

Es necesario determinar con que equipo especial cuenta el GEOS, para poder realizar las deferentes tareas; RADIODIFUSION (megáfono), AUDIOVISUALES (televisión, cámara de video, proyectores, video bean), ELABORACION DE PROPAGANDA (equipo screen, carteleras, pancartas, pintura, telas, papel periódico).

### 4. Organización

De acuerdo a la reglamentación de los GEOS, quedo organizado en las tablas de organización y equipo TOE a 1 – 5 – 2 - 1, si cuenta con mas personal se llamara REFORZADO, si tiene menos efectivos INSUFICIENTE.

### 5. Recursos Económicos

Con respecto a los recursos es muy importante determinar si es DEPENDIENTE de un tercer actor para poder realizar la propaganda, o es AUTONOMO si se cuenta con recursos propios o partidas especiales.

## 6. Personal

El personal para calificar el desempeño de los GEOS se estudia con tres Ítems empleo, disponibilidad, alistamiento.

### 6.1 Empleo

Se estudia si el GEOS se utiliza en forma PROGRAMADA o NO PROGRAMADA.

### 6.2 Especialidad

Se debe clasificar si en tarea a desarrollar se cuenta con el personal, de acuerdo a su especialidad, IDONEO o INIDONEO para cumplir las actividades.

### 6.3 Alistamiento

Aquí se califica la rapidez para entrar en actividad el GEOS, depende de factores como la ubicación y el sector donde se requiere, así como el personal que actividades se encuentren realizando al momento. Se califica con INMEDIATO, NO INMEDIATO.

## 7. Explotación medios

En este factor se debe verificar y estudiar SI los GEOS utilizan, aprovechan y aplican los medios de comunicación para realizar sus actividades o NO las utiliza.

## 8. Disponibilidad

Aquí se evalúa si el grupo esta asignado de tiempo completo o lo debe pedir al comando superior una vez lo requiera: PERMANENTE, A SOLICITUD.

## 9. Conclusiones

El presente trabajo ha buscado dejar una matriz de calificación actualizada, en las Operaciones Sicológicas, tanto en la doctrina como en la ejecución en lo referente a la acción sicológica, asuntos civiles y cooperación civil - militar.

Con el mismo propósito, La Escuela Superior de Guerra y su departamento CESAC contara con más herramientas confiables y reales en cuanto a Operaciones Sicológicas para la fase de Juegos de guerra. Ejercicio teórico que realizan los alumnos o miembros del Estado Mayor en los ejercicios a nivel Fuerza.

En Colombia cobra mayor importancia la aplicación de los conceptos de ASAC por la guerra que se vive desde hace mas de cuarenta años, y solo con la acción integral se podrá consolidar las áreas ganadas con el poder de las armas y mantener a la población civil en apoyo constante e irrestricto al Gobierno.

Es importante anotar que la guerrilla lo viene haciendo desde hace algún tiempo y es así como se observa , en cualquier ámbito de la guerra, también a lo largo y ancho del país, las organizaciones narcoterroristas y en especial las FARC, han venido adelantando en forma sistemática y silenciosa una guerra política en contra de la Institución Armada, la cual, sin lugar a dudas solo se ganará mediante una acción integral coordinada acompañada de resultados operacionales contundentes, con el apoyo y comprometimiento de todos los colombianos y no sólo de las Fuerzas Militares.

Si las operaciones psicológicas están respaldadas por una política Nacional coherente e integrada con todos los demás instrumentos propios del poder Nacional, puede esperarse de ellas la mejor contribución para la obtención de los objetivos nacionales y por ende facilitar el cumplimiento de cualquier misión, por la influencia que ejercen al cambiar la actitud de grupos humanos determinados, e influir en sus opiniones y emociones.

La acción sicológica se debe emplear para cambiar la moral tanto de enemigo como de las propias tropas lo que produce en el enemigo un estado acumulativo de depresión que reduce notoriamente su estado de ánimo, otro tanto puede lograrse en relación con las propias tropas para incrementarse.

Así mismo, las operaciones psicológicas pueden ser usadas con el animo de llevar a cualquier información engañosa o falaz; pero por otra parte, es la herramienta más eficaz para crear un sentido de unidad y cohesión en una nación, al estimular el espíritu patriótico y crear el orgullo de la nacionalidad. Con respecto a la opinión pública, la Nación tiene derecho y debe ser informada acerca de los programas de Gobierno, aspiraciones y metas en los diferentes campos de la actividad Nacional, objetivos Nacionales y las operaciones psicológicas son el mejor medio para difundir la información especialmente en situaciones críticas.

A menudo, con las acciones psicológicas se pueden crear o destruir ídolos, los cuales son indispensables a un pueblo. En la misma forma, se pueden destruir o crear mitos y creencias de acuerdo con las circunstancias. Es evidente, además, la necesidad, en ciertas oportunidades, justificar o desprestigiar acciones o actuaciones, lo cual se consigue también por este medio.

Para concluir, en la naturaleza de la Guerra, es necesario remitirnos a los conceptos teóricos de la guerra moderna como la forma en que un adversario intenta o trata de imponer a otro su voluntad por medio de la fuerza. Al respecto, Von Clausewitz dice: " La guerra es, en consecuencia, un acto de fuerza para imponer nuestra voluntad al adversario ".

CLAUSEWITZ, el gran teórico de la guerra moderna afirma que "La guerra es la continuación de la política por otros medios, es decir que el objetivo de la guerra no solamente es desarmar o derrotar al enemigo, sino es algo más enraizado en un objetivo político.

## 10. SUGERENCIAS

Al trabajo presentado se recomienda hacer una retroalimentación anualmente, con el fin de actualizar la doctrina y experiencia presentadas durante los juegos de guerra, para constituirlos como una herramienta útil y aplicable a cualquier situación tanto en la parte académica, cursos CEM y CAEM como en su empleo en el planeamiento de las Operaciones Militares.

Una vez realizado los juegos de guerra por parte de los alumnos en los diferentes cursos, se debería realizar una encuesta con los participantes de cada segmento con el fin de recolectar las experiencias, los problemas presentados y los cambios sugeridos para poder mejorar día a día esta valiosa herramienta.

## 11. APORTES

Este trabajo en la parte personal, me ha servido para conocer a fondo el funcionamiento y las capacidades de las operaciones psicológicas, cuales son los alcances, y cuales son sus resultados, los cuales podemos conseguir al emplear adecuadamente la acción psicológica en el campo de batalla, y con mucha seguridad se pueden conseguir más fácil nuestros objetivos, contrario al resultado si solo empleáramos las armas y la fuerza solamente.

A la Escuela de Guerra, se le ha dejado un valioso instrumento, donde se puede evaluar en el segmento de ASAC de los juegos de guerra, verificando de esta manera si se cuenta con objetivos claros, una aplicación de los procedimientos adecuados, el desarrollo de las técnicas y métodos descritos en los manuales y doctrina para las Fuerzas Militares.

## BIBLIOGRAFIA

BOVARD James, "Terrorismo y Tiranía", primera edición Buenos Aires 2004, Editorial Ateneo.

Colegio Fu Hsing Kang, Los siete tipos de guerra política, curso para oficiales extranjeros.

GALVIS Gaitán Fernando, "Manual de Ciencia Política" primera edición Santa fe de Bogota 1998, editorial Temis.

Manual de Conducción Operativa para las FFMM 2-24, Imprenta y publicación FFMM, Bogotá 1999.

Manual de Estado Mayor Naval, ARC 3-10 Publico, segunda edición de 2000, centro editorial del fondo rotatorio de la Armada Nacional, Cartagena.

Manual de operaciones psicológicas, FFMM5-3 publico, Bogota 14 enero 2000.

Texto de apoyo para operaciones cívico militares, curso 09 OPSIC, Bogota nov de 2000.

BIBLIOTECA CENTRAL DE LAS FF. MM.  
"TOMAS RUEDA VARGAS"



052213