



Facultad de Comunicación y Tecnologías de la Información

Tema:

Comunicación Social dentro de la guerra del Cenepa de 1995 en Ecuador

**Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en
Comunicación Social**

Presentada por:

Fernanda Salomé Apolo Sánchez

Tutor:

Amaia Arribas

Quito, Marzo de 2022

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo estudiar y conocer la estructura del sistema de comunicación empleado en la Guerra del Cenepa, partiendo desde la definición sobre la comunicación seguido por el análisis de cómo fueron los canales de comunicación utilizados dentro del campo de batalla, asimismo analizando las operaciones psicológicas que se manejaron para cumplir con los objetivos militares.

La influencia que tuvieron el manejo de la campaña utilizada para la ciudadanía, así como también la manera en la que influyo el apoyo de los ecuatorianos al ejército.

En la metodología se emplea un análisis cualitativo respecto a las entrevistas semiestructuradas realizadas al personal militar que se encontró en la guerra de 1995, entendiendo así el poder que se tuvo con los enlaces de comunicación y el alcance de la publicidad empleada con el pueblo ecuatoriano, mostrando así el poder que tuvo la frase “NI UN PASO ATRÁS”.

Palabras clave: Comunicación Guerra del Cenepa, Comunicación militar en 1995, Comunicación en Tiwintza.

ABSTRACT

The objective of this research is to study and understand the structure of the communication system used in the Cenepa War, starting from the definition of communication followed by the analysis of how the communication channels were used within the battlefield, also analyzing the psychological operations that were managed to meet military objectives.

The influence that the management of the campaign used for citizenship had, as well as the way in which the support of Ecuadorians to the army influenced.

In the methodology, a qualitative analysis is used regarding the semi-structured interviews carried out with military personnel who were found in the 1995 war, thus understanding the power that was had with the communication links and the scope of the advertising used with the Ecuadorian people. thus, showing the power that the phrase "NI UN PASO ATRAS" (NOT ONE STEP BACK).

Keywords: Communication Cenepa War, Military Communication in 1995, Communication in Tiwintza

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura dentro de la institución, a la vez que autorizo el uso comercial de mi obra a la Universidad Hemisferios, siempre y cuando se me reconozca el cuarenta por ciento (40%) de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.

Además, me comprometo a hacer constar, por todos los medios de publicación, difusión y distribución, que mi obra fue producida en el ámbito académico de la Universidad Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee.

010471441-5

C.I.

DEDICATORIA

Agradezco principalmente a mi madre Lorena Sánchez quien es mi principal apoyo en cada momento y es quien ha estado ahí para verme crecer, la mujer más valiente y luchadora que existe, gracias por estar para mí en esta etapa importante y nunca dejarme caer ni rendirme. TE AMO, a mis hermanas Daniela Apolo y Lorena Del Castillo, a mi hermanito Diego Apolo y en especial a mi motivación para escribir y enfocarme en este tema, a mi ángel, mi mejor amigo, mi super héroe sin capa, a ti papito Santiago Apolo, que, aunque no estás sé que estás muy orgulloso de lo que soy ahora, te amo y te agradezco infinitamente porque a pesar de que no estas físicamente en la tierra sigues guiándome desde el cielo, sé que estas muy orgulloso de tu niña. TE AMO mi ángel, sé que estas orgulloso de ver que cumplí con la promesa de no rendirme a pesar de que no estarías a mi lado.

A mi tío Fernando Silva quien ha sido un apoyo grande durante este último tiempo, a mi tía Angelita Hernández quienes han estado para mí siempre y han sido un apoyo en esta etapa de mi crecimiento.

A mis abuelitas María Luisa Kubez y Gloria Landázuri, a mi abuelito Luis Sánchez, a mis tíos Gabriela y Luis Sánchez, mis primos, Jorge Luis, Juan Pablo, Juan José.

A mi segunda familia David Del Castillo y María Dolores Aillon, quienes han estado siempre para mí los quiero mucho.

A la segunda familia que, aunque no seamos de sangre, hemos compartido muchas cosas que nos han unido, por eso también agradezco a mi familia Silva.

Índice.

1 Tabla de contenido

RESUMEN	2
ABSTRACT.....	3
2 Introducción.....	10
3 Marco Teórico.....	11
3.1 Comunicación.....	11
3.2 Comunicación Estratégica	11
3.3 Propaganda.....	12
4 Marco contextual.....	16
4.1 Comunicaciones dentro de la Guerra del Cenepa (1995).....	16
4.2 Estructura de la Comunicación empleada.....	19
5 Objetivos Militares y Conocimiento de la Comunicación Social en el Alto mando de la guerra.....	19
6 Metodología.....	26
7 Resultados.....	27
7.1 Red de enlace empleada durante el conflicto.	27
7.2 Red de enlace empleada durante el conflicto, y el sistema que se utilizaba	31
7.3 Dificultades presentadas para mantener el enlace entre las unidades.....	31
7.4 Análisis del sistema de comunicación durante el conflicto del Cenepa	32
7.5 Medios y tecnología de las Fuerzas Armadas para enfrentar un posible conflicto.....	38
8 Discusión de resultados.	40
9 Conclusión	41

10 Anexo Preguntas..... 43

Bibliografía..... 44

TÍTULO ARTÍCULO/TRABAJO/TESIS

Autor

Apolo Sánchez Fernanda Salomé

Correo electrónico

fernandasalome13@gmail.com

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo estudiar y conocer la estructura del sistema de comunicación empleado en la Guerra del Cenepa, partiendo desde la definición sobre la comunicación seguido por el análisis de cómo fueron los canales de comunicación utilizados dentro del campo de batalla, asimismo analizando las operaciones psicológicas que se manejaron para cumplir con los objetivos militares.

La influencia que tuvieron el manejo de la campaña utilizada para la ciudadanía, así como también la manera en la que influyo el apoyo de los ecuatorianos al ejército.

En la metodología se emplea un análisis cualitativo respecto a las entrevistas semiestructuradas realizadas al personal militar que se encontró en la guerra de 1995, entendiendo así el poder que se tuvo con los enlaces de comunicación y el alcance de la publicidad empleada con el pueblo ecuatoriano, mostrando así el poder que tuvo la frase “NI UN PASO ATRÁS”.

Palabras Clave: Comunicación Guerra del Cenepa, Comunicación militar en 1995, Comunicación en Tiwintza.

Abstract (en inglés)

The objective of this research is to study and understand the structure of the communication system used in the Cenepa War, starting from the definition of communication followed by the analysis of how the communication channels were used within the battlefield, also analyzing the psychological operations that were managed to meet military objectives.

The influence that the management of the campaign used for citizenship had, as well as the way in which the support of Ecuadorians to the army influenced.

In the methodology, a qualitative analysis is used regarding the semi-structured interviews carried out with military personnel who were found in the 1995 war, thus understanding the power that was had with the communication links and the scope of the advertising used with the Ecuadorian people. thus, showing the power that the phrase "NI UN PASO ATRAS" (NOT ONE STEP BACK).

Key words: Communication Cenepa War, Military Communication in 1995, Communication in Tiwintza

2 Introducción

“Las comunicaciones son todos aquellos procedimientos por medio de los cuales una meta afecta a la otra, siendo así que a través de la comunicación cada información se cubre en una capa de intencionalidad provocando así una reacción en el cerebro del receptor” (Sanchís, 2016)

Este trabajo parte de la investigación acerca de la comunicación, derivando así a lo que es la comunicación estratégica, cuyo objetivo es conocer los objetivos militares y el conocimiento de la comunicación social en el Alto mando de la guerra del Cenepa. Así como también saber cuáles fueron los sistemas de comunicación empleados durante el conflicto de “TIWINTZA”. Por lo tanto, la presente investigación se desarrolla en un método científico de recopilación de información cualitativa. Es decir, una metodología cualitativa con entrevistas semiestructuradas para un personal militar quienes se encontraban en el campo de batalla durante el conflicto.

Se pretende conocer qué medios de comunicación se emplearon y la manera en la que se manejó la comunicación dentro del campo. Conociendo de esta manera, la influencia que tuvieron los medios en los soldados y el pueblo en general.

De esta manera la investigación permitirá saber cómo se manejaba la comunicación en la época donde la tecnología no era tan avanzada como lo es en la actualidad, mediante las entrevistas conocer si el Ejército estaría preparado para un nuevo conflicto, teniendo ya un plan estratégico utilizando nuevos armamentos y medios.

3 Marco Teórico

3.1 Comunicación.

La comunicación es un proceso por el cual se transmite la información, así como también las emociones y los sentimientos más profundos del ser humano.

Una definición más clara de lo que es comunicación:

“Transmisión y recepción dinámica de mensajes, contenidos e ideas. Medio principal para llevar a cabo la interacción entre dos individuos, ya sea a través del lenguaje o por otro tipo de medios. Es un comportamiento mediante el cual el emisor busca generar una reacción a través del mensaje dirigido al receptor” (Sillamy, 2004, p.14).

3.2 Comunicación Estratégica

Estrategia se define a un conjunto integrado por objetivos, políticas y secuencias de acciones de las organizaciones. Este modelo surge a partir de un análisis de decisiones, creando un análisis de patrones de conducta comunicacional, siendo así esta se encargará de clarificar si la estrategia es válida en un plazo corto o largo.

La comunicación estratégica está contemplada por:

- Objetivos que se desean alcanzar.
- Mensajes que se quieren transmitir.
- Los medios por los cuales se llevará a cabo la acción.
- Público al cual va dirigido el mensaje.

Siendo así estas las maneras de comunicar en mayor cantidad, logrando así reforzar e intensificar las actitudes y conductas de los receptores.

Se define a la comunicación estratégica como un ordenador que integra todos los recursos de la comunicación, expresando así las estrategias a las posibles soluciones de comunicación enfocada al público al que se dirige (Garrido, 2004).

3.3 Propaganda.

La propaganda, es la difusión y promoción de las informaciones, exhortaciones o doctrinas e ideas, están diseñadas para influir sobre las opiniones, actitudes, emociones y el comportamiento de un grupo específico de personas, siendo así un beneficio directo o de manera indirecta.

El hombre ha utilizado la propaganda para dirigirse a la psiquis del ser humano, llegando a considerarse como una de las armas más efectivas y poderosas (quinto poder con plena capacidad de doblegar a potenciales o eventuales adversarios; sin embargo, se podría considerar como una definición adecuada y valedera a la comunicación como un arma psicológica, ya que sistematiza sus técnicas y procedimientos, cobrando una mayor importancia en el desarrollo de las ciencias sociales que va de la mano con el extraordinario avance tecnológico de los medios de comunicación, así como en el perfeccionamiento de las actividades afines a la propaganda y la publicidad (Narvárez Rosero, 2004).

La propaganda también se puede comparar con la publicidad en cuanto a crear, transformar e incluso en la confirmación de opiniones, en algunos casos se utilizan los medios propios de ésta; pero estos se distinguen ya que la mayoría del tiempo siguen a un fin político y/o militar, pero nunca siguen un fin comercial. Por otro lado, tenemos a la propaganda bélica, la cual consiste en intentar lograr uno o dos comportamientos distintos como son el divisivo y el cohesivo; en el primero se estimula al auditorio por

sus intereses por encima de la sociedad o alguna causa a la que se sirve; el segundo es el que implica colocar los objetivos comunes por encima de los deseos y de las aspiraciones individuales.

La propaganda blanca es aquella que se esparce de una forma abierta y directa, este tipo de propaganda es más conocida como “propaganda oficial”, ya que se identifica plenamente una fuente verdadera. Por otro lado, la propaganda gris, es todo lo contrario, ya que esta no tiene un origen identificado, dejando a la imaginación de la audiencia su interpretación.

La contra propaganda, es un conjunto de acciones propagandistas que se desarrollan para la prevención, minimización y neutralización.

Los efectos de la propaganda enemiga e incluso para aprovechar la vulnerabilidad de las campañas para un beneficio propio.

La propaganda negra, es la que pretende engañar sobre toda fuente de emisión, la cual atribuye una diferencia a la propaganda original. Esta se disemina de una forma clandestina y subrepticia en un período de guerra, su difusión es considerada como una propaganda ilegal y más a un por el enemigo.

A lo largo de la historia los conflictos armados tanto internos como externos han sido parte de la humanidad, llegando a producir cambios económicos, sociales, tecnológicos y culturales de diferente índole y en determinadas épocas que han marcado el futuro de los estados-nación y por consiguiente han concentrado el interés social a nivel que ha hecho que llegue a convertirse en un tema propagandístico, que ha sido aprovechado a través de diferentes medios de comunicación como son la prensa escrita, televisiva, y radial, que hoy con el desarrollo de la tecnología se ha incluido en forma decisiva a las

redes sociales a nivel mundial, llegando a convertirse en verdaderos protagonistas que hacen que la información fluya en tiempo real (Narváez Rosero, 2004).

Existe una guerra de información la cual es aquella que organiza y planifica a los medios de comunicación social o de masas, para la activación de las propagandas y las contra propagandas. Dentro de las campañas militares, los sistemas de comunicación están diseñados normalmente para planificar en forma permanente campañas y acciones psicológicas en tres aspectos básicos, el primero enfocado hacia la población, para incrementar los niveles de credibilidad y confianza de las Fuerzas Armadas así como también para fortalecer su imagen institucional, el segundo aspecto está encaminado a las campañas para contrarrestar la influencia negativa que pudiera generarse sobre dichas Fuerzas Armadas y/o sobre la población civil y el tercer aspecto está dirigido hacia la ejecución de campañas psicológicas para motivar e incrementar la cohesión, disciplina y subordinación dentro de las fuerzas militares, pudiendo determinar que tales objetivos están enmarcados dentro de lo que la lengua española nos define como comunicación a través de diferentes autores como: “la acción de comunicar o comunicarse”. “Trato o correspondencia entre dos o más personas” (Narváez Rosero, 2004).

El objetivo de la presente investigación es conocer cómo funcionó e influyó la comunicación en el Alto Cenepa ocurrido en el año de 1995, y la evolución de la guerra tecnológica y por ende de la comunicación en las Fuerzas Armadas.

Estos grupos organizados para atacar, se van apoderando en forma progresiva de las zonas fronterizas de los países, violando la soberanía de los estados y afectando a la seguridad de la sociedad, esto se puede evidenciar en la actualidad en nuestra zona fronteriza con Colombia en donde tras la firma de la paz entre el Gobierno colombiano

y los grupos armados irregulares, se produjo una atomización de bandas criminales que ha traído como consecuencia la lucha por el control de los espacios generando actividades ilícitas como la minería ilegal, el tráfico de combustibles, trata de personas, sicarios, abigeato, secuestros, extorsiones, pero sin duda el narcotráfico constituye su principal fuente de recursos y es de donde se desprenden el resto de delitos conexos; por lo cual es de suma importancia que los comunicadores estén debidamente preparados para desarrollar la capacidad de actuar frente a una posible crisis o conflicto que permita a la sociedad en general tener un adecuado entendimiento de los hechos a través de la cobertura veraz y ética por parte de los comunicadores.

4 Marco contextual

4.1 *Comunicaciones dentro de la Guerra del Cenepa (1995)*

“La Guerra es un acto de violencia encaminado a forzar al adversario o someterse por la fuerza a una voluntad; la propaganda es un acto de violencia mental para forzar a alguien a someterse a nuestra voluntad. La propaganda es un arma de Guerra muchas veces más eficaz que otras armas” (Laswell, 2004, p. 23).

La Guerra del Cenepa fue un conflicto bélico ocurrido en los meses de enero y febrero del año de 1995 entre Ecuador y Perú, tuvo lugar en el valle del río del Cenepa ubicado en el oriente de la cordillera del Cóndor. Una de las causas principales por la cual se dio este conflicto fue, la falta de claridad en la limitación de fronteras entre ambos países.

Como consecuencias de este conflicto se tuvo la muerte de varios militares de ambos países, la economía de ambos estados se fue debilitando, un acuerdo de paz donde tuvieron que intervenir como países garantes, Argentina, Brasil, Chile y Estados Unidos (Enciclopedia de Historia, 2021).

Para apoyo del país se organizó un sistema de comunicación social y Guerra Psicológica del Estado, la cual fue integrada por el Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), la cual conformó el centro de apoyo y coordinación a los corresponsales extranjeros. La coordinación con la Dirección de Comunicación Social y Protocolo del Ministerio de Defensa Nacional, el Sistema de Operaciones Psicológicas de las Fuerzas Armadas y el apoyo de los medios de comunicación social del país, realizaron un enorme despliegue de información tanto nacional como internacional, ayudando a complementar la victoria militar de 1995.

Pero la victoria no solo se dio en los espacios aéreos y terrestres, sino también en aquellas opciones comunicacionales que permitieron llegar a la psiquis de la población, de nuestros soldados y a la opinión pública extranjera, me refiero a esas páginas de los diarios, esas imágenes imborrables en los medios televisivos, a esas emocionadas alocuciones de nuestros radiodifusores, a esos mensajes de aliento para no desfallecer y que llegaban entre las raciones de combate a los soldados en la primera línea a través de cartas escritas por niños de todos rincones patrios diciendo “soldado de mi patria, no desfallezcas, estamos contigo y confiamos en tu fuerza y presencia”, siendo un factor fundamental para el triunfo militar que permitió darnos cuenta de la verdadera dimensión y del poder que es capaz de ejercer la comunicación bien llevada entre un pueblo convencido de sus convicciones y la fortaleza de su ejército (La Victoria del Cenepa "Registro documental para la Historia" TOMO I).

El flujo de comunicación el más alto nivel de comando tuvo un adecuado flujo, iniciando en los niveles más bajos, es decir en el nivel táctico de las unidades empleadas en combate hasta llegar al nivel político estratégico en el Ministerio de Defensa, que como vocero oficial conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Presidencia de la República supieron canalizar la información para que sea difundida y anunciada por diversos medios de comunicación nacionales e internacionales en forma oportuna, veraz y confirmada, de tal forma que los medios no podían cambiar ni aumentar la información que se generaba y se impartía.

Otro factor de peso que fue aprovechado y proyectado a los ojos del mundo para contrarrestar las noticias falsas creadas por el bando opuesto, fue la oportunidad de que los medios de comunicación externos vieran por si mismos lo que estaba sucediendo en el punto denominado “TIWINTZA”, lugar que se convirtió para ambos países en un punto

de connotación estratégica, no tanto por su valor geográfico, sino por lo que llegó a construir dentro del campo político en razón que el Presidente Fujimori había declarado una supuesta toma de dicho punto con un desalojo de tropas ecuatorianas, situación que fue desmentida al mundo entero a través del ingreso de los medios de comunicación nacional y extranjero incluyendo medios de comunicación del propio de Perú, quienes con GPS en mano comprobaron que dicho punto siempre estuvo en poder de las tropas ecuatorianas, llegando tener una consecuencia informacional clave para nuestro país, ya que tanto autoridades militares como el propio presidente del vecino país quedaron en tela de duda ante el mundo y sobre todo ante sus propias tropas.

Es menester recalcar la labor de los comunicadores en este punto de inflexión en el conflicto, ya que, con cámaras en mano, pequeñas grabadoras e incluso con un simple bolígrafo y una libreta, hicieron de estos pequeños objetos, verdaderos instrumentos que marcaron un momento histórico, que quedó grabado en las imborrables páginas de la historia de nuestro país y del mundo.

En este contexto, se puede decir que los comunicadores lucharon su propia batalla, sacrificando su comodidad y seguridad propia para poder obtener, procesar y emitir las noticias a la opinión pública y el mundo con una base de información veraz.

El campo de la guerra electrónica también es considerado como parte de las operaciones de información o comunicación, la cual tuvo una gran trascendencia en el conflicto del Alto Cenepa. Gracias a la eficacia de sus sistemas, se garantizó la entrega de información, al inicio únicamente fue considerada como una estrategia ceñida netamente a la inteligencia, pero después viendo los resultados obtenidos, se la consideró como una estrategia de tácticas que permitió obtener datos militares de las fuerzas opuestas que permitieron tomar decisiones adecuadas en el campo militar.

4.2 Estructura de la Comunicación empleada

El territorio se convierte en un Teatro de Guerra¹, al mismo que le corresponden Teatros de Operaciones, zona de comunicación y de interior. En este caso se generaron Teatros de Operaciones Terrestres, Naval y Aéreo, obteniendo cada uno de ellos un espacio geográfico lo suficientemente amplio para que se efectuó una empresa estratégica y por ende las condiciones de efectuar una campaña que permita efectuar los objetivos estratégicos.

La zona de comunicación fue la encargada de llevar el centro de gravedad la logística de apoyo de todas las unidades logísticas de los distintos Teatros de Operaciones. La extensión y características geográficas del Teatro de Guerra, hizo innecesaria la existencia de dos zonas tales como: Comunicaciones e interior, la cual fue razón para que se fusionaran y se transformaran en una sola. Bajo la denominación de Zona de Comunicación la cual se tenía como objetivo el de abastecer a las fuerzas en campaña, a través de sus respectivos sistemas logísticos. Los métodos de comunicación variaron según las circunstancias, las fases de conflicto, y la factibilidad de los medios disponible.

5 Objetivos Militares y Conocimiento de la Comunicación

Social en el Alto mando de la guerra.

Un objetivo militar es todo aquello que requiere de una planificación estratégica o táctica orientada a vencer la voluntad de lucha del adversario (derrotarlo) y se limitan a aquellos objetivos que contribuyan a la acción militar a través de su neutralización o

¹ En términos militares, teatro de guerra se denomina a un área geográfica específica en la cual se desarrolla un conflicto armado.

destrucción sea parcial o total, respetando los parámetros establecidos en los 4 convenios de Ginebra y los 2 protocolos adicionales que norman el derecho a la Guerra de los Estados.

Según la CICR (El Comité Internacional de la Cruz Roja) o también conocida como la ICRC (International Committee of the Red Cross) considera que los objetivos militares son aquellos bienes que, por su naturaleza contribuyen a una acción y ofrece una ventaja definida.

Establecer los objetivos militares, implica dar a las fuerzas militares una orientación básica que les permite conducir sus operaciones tácticas en el conflicto, debiendo establecerse e identificarse los límites y criterios de todas las acciones militares a ejecutarse en cuanto a daños o efectos colaterales. Por ende, en la definición de objetivos militares se debe distinguir entre dos tipos, los cuales son los que van a ser afectados y aquellos no pueden ser afectados, debiendo diferenciar claramente entre bienes civiles y objetivos militares.

El *objetivo estratégico político* de un Estado es la defensa de la soberanía e integridad territorial el desarrollo de una industria militar nacional, el desarrollo integral del país mediante acciones de apoyo, la integración cívico militar.

El *objetivo estratégico militar* corresponde a las Fuerzas Armadas y conlleva el desarrollo de capacidades militares que le permita mantener una actitud defensiva-disuasiva ante posibles amenazas y riesgos que puedan afectar al Estado; de aquí se desprende que los objetivos militares necesariamente deben llevar a una investigación y planificación sobre aquellas condiciones en las que se ejecutarán las acciones militares, con el fin de disminuir cualquier exceso no proporcionado ni justificado de las acciones militares.

Se dice que “deben ser preservados, es decir, no deben ser considerados como objetivos militares las obras e instalaciones que impliquen un peligro potencial, por ejemplo: las centrales nucleares de energía eléctrica, no deberán ser objeto de ataques, aunque sean objetivos militares, ya que dichos ataques pueden producir la liberación de las fuerzas y causar, en consecuencia, pérdidas mayores e importantes en contra de la población civil” (Academia Nacional de la Historia, 2012).

En conclusión, los objetivos militares en el campo de la confrontación armada se convierten en un mecanismo ético, político y estratégico para evitar la degradación de un conflicto, considerando que un conflicto armado es la continuación de la política por otros medios, una de las partes más importantes es la de demostrar una voluntad política y estratégica que permita de alguna forma “humanizar” el conflicto.

La vida militar está regida bajo principios y valores que hacen que sus miembros más allá de pensar en su seguridad personal tengan la convicción y vocación de servicio para garantizar al Estado la seguridad nacional considerando sus tres elementos básicos como son el territorio, la soberanía y la población, es decir la protección del territorio y su población

En sus inicios las Fuerzas Armadas tuvieron problemas cuando de comunicación se trataba, pero con el tiempo y los avances tecnológicos se convirtió en una de sus principales actividades, las Fuerzas Armadas, a pesar de estar conformada por diferentes estratos de la sociedad, no tenían un total acercamiento con la sociedad civil, y los medios no se encontraron muy contentos con ello.

A pesar de que las Fuerzas Armadas no contaban con un plan de comunicación lo que les generó complicaciones. Con el paso del tiempo, tuvieron que sistematizar los procesos de la comunicación social tales como la investigación y la difusión, para así lograr

fortalecer la imagen y credibilidad de las Fuerzas Armadas dentro de la opinión pública general.

Los procesos de comunicación social conllevan los elementos de las operaciones psicológicas (OPSIC), los cuales consisten en un conjunto de acciones y métodos a los cuales recurre una persona, institución o pueblo, para poder dar a conocer sus ideas o intereses a través de una información o una técnica específica.

La comunicación social tiene características que son fundamentales para cualquier tipo de medio, estas son:

La credibilidad, la cual comienza con el nivel de confianza que se les da a las fuentes, por lo que debe contener un alto valor al momento de ser valoradas, clasificadas y comprendidas de tal forma que permita y facilite la participación y una comunicación fluida de ida y vuelta

El contenido, que determina el tipo de audiencia que se tendrá, por lo que debe tener un mensaje claro y con significado racional para el receptor.

La claridad, enmarcada en un mensaje que contenga términos sencillos, facilitando al receptor su entendimiento en forma completa y concisa.

La constancia, que toma en cuenta la persistencia para que el mensaje quede fijado en el auditorio objetivo, por lo que el comunicador necesita ser inquebrantable y firme para contribuir a los hechos.

Los canales, estos son aquellos medios que serán utilizados para poder difundir el mensaje, tomando en cuenta la eficacia y efectividad que causan los diferentes medios.

La capacidad de una audiencia, que está en la habilidad de lectura por parte del receptor sobre la noticia a ser consumida, por lo que requiere un menor esfuerzo. (Narváez Rosero, 2004)

“La información tiene un valor ilimitado y estratégico que debe ser necesariamente tratado, conocido, concientizado por el sector militar al objeto de que cumpla una finalidad nacional, satisfaga los intereses del país y permita un desarrollo sostenido de la comunidad. En la naturaleza y los campos de acción las OPSIC, no son sino la planificación de diferentes actividades con el propósito de influir en la conciencia del ser humano, en el campo militar las OPSIC, aumentan la potencia relativa de combate² de las fuerzas amigas, y afecta en las del enemigo atacando las vulnerabilidades a través de diferentes campañas. Pero el uso de la OPSIC ha tomado una nueva connotativa, al relacionarla con los objetivos nacionales de integridad, integración y soberanía nacional, así como desarrollo integral, justicia social y democracia” (Director de Operaciones del Ejército).

El objetivo estratégico político impuesto a las Fuerzas Armadas de defender la soberanía e integridad territorial, hace necesario que su sistema de comunicación social cuente con una estructura del más alto nivel que permita la planificación, dirección y conducción de las operaciones en este campo y que esté debidamente capacitada para la ejecución de diferentes campañas que favorezcan el cumplimiento de dicho objetivo a través del manejo de las relaciones, la investigación, producción, difusión y el manejo de toda la información que se produce y se procesa tanto dentro de la institución como

² Poder relativo de combate: relación que existe, favorable o desfavorable, entre el poder de combate del enemigo y de las fuerzas propias. (Córdova, s.f.)

fuera de ella, constituyendo un elemento fundamental en tiempos de crisis, conflicto o guerra que facilita el trabajo de una comunicación efectiva y fluida tanto con la población como con otros elementos comunicacionales que puedan intervenir o estar involucrados.

Para comprender más el sistema de comunicación que emplean las Fuerzas Armadas, se debe entender dos cosas:

Las operaciones psicológicas tácticas: Está dirigida a todas las unidades de fuerzas opuestas, personal civil y tropas que en determinado momento se encuentren habitando dentro de las áreas de influencia³ militar. Estas operaciones son ideadas con el fin de aprovechar las vulnerabilidades en beneficio de las operaciones militares y tácticas. (Rosero, 2004, p. 303)

Por otro lado, las operaciones psicológicas estratégicas se encuentran integradas y coordinadas dentro de un plan estratégico nacional para situaciones de guerra; están dentro del nivel estratégico militar y político y son dirigidos hacia la población y fuerzas militares tanto internos como externos, utilizando a temas que ataquen o afecten vulnerabilidades de tipo económico, político, psicológico militar. Siendo operaciones ideadas para un objetivo extenso o de largo alcance (Rosero, 2004, p.303).

Estos dos tipos de operaciones psicológicas son factores decisivos en las Fuerzas Armadas, en razón que se conectan estableciendo un puente comunicacional entre el nivel táctico en el cual se encuentran las unidades militares que ejecutan las

³ Sector del terreno en el cual una fuerza militar es capaz de influenciar con sus sistemas de armas disponibles

operaciones y el nivel estratégico militar y político que se encarga de planificarlas, generando de esta forma la comunicación estratégica en su conjunto.

6 Metodología

En la investigación se utilizó una metodología cualitativa para determinar cómo funcionó la comunicación en el conflicto del alto Cenepa, para así entender su influencia en el campo de batalla y cuán importante fue tener establecido un plan estratégico para la misma.

Para determinar cuál fue el manejo la comunicación en el área de operaciones del Alto Cenepa, se entrevistó a cuatro oficiales quienes fueron partícipes del mencionado conflicto, Las preguntas se hicieron a las siguientes personas: Crnl. Cristóbal Espinoza, Tcrn Regalado Cristhian, Crnl. Silva Fernando, Tcrn. Flores Juan.

Con estas entrevistas se buscó conocer la visión que tenían acerca de los planes estratégicos de comunicación utilizados durante la guerra y la visión una vez que concluyó el conflicto.

7 Resultados

Se realizaron las mismas ocho preguntas a cada uno de los entrevistados quienes participaron en el conflicto armado de 1995 “Guerra del Cenepa”, obteniendo diferentes respuestas por parte del personal militar.

7.1 Red de enlace empleada durante el conflicto.

Comenta el ***Crnl. Cristóbal Espinoza***, Coronel del Ejército Ecuatoriano, se utilizaron varias redes de comunicación durante la guerra del Cenepa 1995, antes del conflicto se usó el teléfono alámbrico⁴ los cuales están conectados por un cable de un punto “A” a un punto “B”. En el Cenepa se realizó el tendido del cable de dos maneras, la primera en helicópteros que lanzaban el cable en la selva y las tropas que se encontraban a pie se encargaban de colocar los cables para poder tener comunicación con las bases clandestinas.

Cuando se inició el conflicto esta red tenía problemas ya que las tropas especiales se encargaban de cortarlos o por los bombardeos estos se dañaban y se perdía la comunicación.

El segundo método de comunicación empleado fue el de la radio de combate “la famosa radio Racal PRM 4031⁵”, esta radio era utilizada por las tropas de infantería que se encontraban a pie, con una situación y era que se necesitaba dar manivela a la batería

⁴ Teléfono alámbrico, también conocido como línea fija y línea por cable se utiliza a bases de cables (Wikipedia, 2021)

⁵ Radio Racal PRM 4031, es uno de los principales medios de comunicación utilizado por el Ejército. Este implemento facilita las comunicaciones necesarias para el ejercicio de mando y establecer el enlace entre las unidades (Chuquiana & Cauja, 2010)

para poder cargar, ya que no se utilizaban aún paneles solares como ya lo hacían los peruanos con radios muy parecidas a la de los soldados ecuatorianos.

La tercera eran las radios fijas, las cuales se utilizaban con antenas y así poder comunicarse con el valle del Cenepa y a las radios que se encontraban en movimiento, a su vez se tenían radios alternas que eran muy parecidas a los Walkie Talkie⁶, pero no eran utilizados en el campo de batalla, ya que no se tenía facilidad de cargar las baterías debido a que dentro del conflicto no se tenía un lugar fijo, además existía un container donde se encontraban los Shelter⁷, los cuales eran conocidos como la guerra electrónica, ya que permitía detectar las comunicaciones peruanas y ecuatorianas, logrando la artillería detectar el ingreso de tropa y la aviación peruana.

La cuarta metodología era la de los Chasquis⁸ o mensajero a pie, estos se utilizaban para que la información no sea detectada, consistía en enviar a dos hombres que se encargaban de enviar un mensaje escrito en papel con coordenadas, se encargaban de introducirse por la selva hasta entregar el papel a su destinatario, una vez leído el mensaje esa hoja debía ser destruida.

Existían debilidades en la parte de la comunicación, ya que podían ser detectados por la inteligencia peruana, para la cual existía la criptografía, o a los soldados nativos

⁶ Transmisor-receptor portátil, estos fueron creados para el empleo militar. Sus características principales incluyen un canal dúplex es decir solo una radio transmite a la vez, pero se puede escuchar simultáneamente por numerosas radios (Wikipedia, 2021)

⁷ Utilizados para proteger equipos de telecomunicaciones sensibles del entorno, los shelter puede ser pequeñas o grandes estructuras independientes que alojan equipos de comunicaciones alejado de un centro de conmutación principal (Fayser, s.f.)

⁸ Chasqui era un corredor joven que llevaba un mensaje o recado en el sistema de correos del Tahuantinsuyo, desplazándose a la carrera de una posta a la inmediata siguiente (Wikipedia, 2021)

que hablaban en Zhuar⁹ lo cual permitía que el enemigo no logre entender el mensaje, pero así mismo existió una debilidad mucho más grande ya que en 1995 no había la comunicación desde los soldados de tierra a los helicópteros ni aviones, por lo que no se sabía si desde la parte aérea se disparaba a soldados de la misma unidad.

Tern Regalado Cristhian, Teniente Coronel del Ejército Ecuatoriano explica que la primera era la red que mantenían los comandantes con las diferentes unidades tácticas para poder mantener el enlace entre las tropas que se encontraban combatiendo, la cual se la conocía como “el arma de comunicación”, la cual jugó un papel importante, los soldados que pertenecían al área de comunicación también desempeñaron un papel fundamental, “debían ser iniciativos, colaborativos y audaces y sobre todo tener experiencia” (Regalado, 2021). Debido al entorno selvático donde se desarrolló la guerra, los soldados debían trepar los árboles para poder vincular, mantener las redes de comunicación las cuales fueron efectivas.

Las radios portátiles, las cuales eran llevadas por los soldados en sus espaldas, las radios fijas las cuales eran instaladas en las pocas bases fijas que había, ya que esta fue más una guerra de patrullas y de movimientos.

La segunda fue una red que se trataba de mantener, la cual fue una red de opinión pública la cual se llevaba información a las ciudades grandes, ya que se debía enviar información veraz y oportuna para que esta información no cause impactos negativos en la población.

⁹ El shuar o shuar-chicham es un idioma hablado en Ecuador. Se habla en la zona suroriental del Ecuador, donde se asientan comunidades indígenas shuar y está muy cercanamente emparentado con el huambisa del Perú (Wikipedia, 2021)

Crn. Silva Fernando, Coronel del Ejército Ecuatoriano señala que se tuvo dos tipos de comunicaciones, una alámbrica que a su vez funcionaba de manera inalámbrica, ya que eran radios de receptor de procedencia Israelita, dichas radios funcionan con una tecnología pasada. Otro de los sistemas de radios que se tenía eran las HF en los cuales se podía conectar con la ciudad de Quito, facilitando así el poder comunicarse con las familias. Está contaba con un sistema el cual lo manejaban los radios aficionados, ya que ellos fueron quienes apoyaron con su sistema llamado “funpatch” el cual es un sistema que se conecta a la radio y al teléfono permitiendo así la comunicación con las familias, pero la voz era distorsionada.

Tcrn. Flores Juan Carlos, Teniente Coronel del Ejército Ecuatoriano, menciona que durante el conflicto armado se crearon tres unidades temporales: el Agrupamiento General Miguel Iturralde, el Agrupamiento General Carlo Magno Andrade y la Brigada Alfaro. El suscrito se encontraba en el primero cuyo PM¹⁰ fue en Banderas.

Desde Patuca a Banderas el medio principal fue la radio. En ese tiempo se empleaba la radio VHF VRC-8000.

Desde Banderas al PM en “TIWINTZA” era el medio radio materializado por la RACAL PRM 4031 HF y el medio alámbrico. Desde “TIWINTZA” a los PC¹¹ desplegados en la línea de defensa era el medio radio materializado por la RACAL PRM 4031 HF y el medio alámbrico. También se destacó el medio mensajero entre el PM en “TIWINTZA” y los PC en la línea de defensa.

¹⁰ Puesto de Mando.

¹¹ Puesto de Combate.

7.2 Red de enlace empleada durante el conflicto, y el sistema que se utilizaba

Crnl. Cristóbal Espinoza, explica que se utilizó un canal principal y alterno, ya que con la ayuda de un ingeniero que con tan solo 24 años ayudó a hacer una conexión general con la ayuda de antenas, ubicadas en cinco puntos distintos permitiendo así que desde tierra se logre comunicar con los aviones y helicópteros, permitiendo que la aviación tenga éxito en el campo de combate ecuatoriano.

Tcrn Regalado Cristhian, menciona que se manejo un enlace principal, ya que se necesitaba llevar una información veraz.

Crnl. Silva Fernando, indica que se utilizaron dos canales, las radios vía alambre y los mensajeros quienes se convirtieron en un sistema de canal principal.

Tcrn. Flores Juan Carlos, expone que se utilizó un medio principal el cual fue la radio, y como medio secundario se usó un sistema alámbrico y como un el tercer medio que fue un medio alterno que fueron los mensajeros.

7.3 Dificultades presentadas para mantener el enlace entre las unidades.

Crnl. Cristóbal Espinoza, menciona que la principal dificultad que se dio fue la del teléfono de campaña por que había una ruptura de cables lo que les cortaba comunicación, seguido por la infiltración de patrullas peruanas. La segunda dificultad fue la de la radio 4031 que se utilizaba por cada patrulla con claves, las cuales fueron detectadas por la tropa enemiga, lo que causo que exista un cruce de comunicaciones.

Mientras que el *Tcrn Regalado Cristhian*, afirma que el principal problema que se dio fue el entorno geográfico, ya que el conflicto fue focalizado, no fue un conflicto en todo el perfil fronterizo del sur. Existieron provincias que se mantuvieron alerta, pero estuvo netamente focalizado en el sur oriente el cual es un sector selvático por lo que hace que las comunicaciones sean difíciles ya que al referirse a la selva se habla de árboles altos, vegetación frondosa.

El segundo problema fueron las lluvias constantes, ya que al haber tierra había mucho lodo, por lo que se debía proteger las radios portátiles, las fijas, evitando que se tenga contacto con la humedad, el agua, tomando en cuenta que las patrullas estaban en constante seguimiento por parte de los enemigos, por lo que fue demasiado complicado proteger las redes de enlace.

Crnl. Silva Fernando, explica que “la parte más difícil fue las condiciones meteorológicas y de terreno, ya que el conflicto se desarrolló en la selva, lo que hacía que las ondas de enlace no llegaran con total nitidez pese a que se tenían equipos HF” (Silva, 2021). Las lluvias y la abundante vegetación no permitían que la comunicación sea clara, ya que se generaba una interferencia.

Tcrn. Flores Juan Carlos, Teniente Coronel del Ejército Ecuatoriano, expone que existió material defectuoso, seguido por las condiciones meteorológicas, y las grandes distancias entre unidades y la falta de conocimiento de los operadores.

7.4 Análisis del sistema de comunicación durante el conflicto del

Cenepa

Crnl. Cristóbal Espinoza, cuenta que el sistema de comunicación empleado por el Ejército Ecuatoriano en el año de 1995 durante el conflicto fue efectivo permitiendo

así mantener el control de las unidades y poder coordinar las acciones de combate siendo:

El apoyo de fuego, rescate de heridos, apoyo de artillería y los lugares de abastecimiento, permitieron el cumplimiento de los objetivos.

Tcra. Regalado Cristhian, “el Ecuador logro llegar de manera ágil al sector donde se encontraba el conflicto y establecer las redes de comunicación, siendo más efectivos e innovadores y con esto me refiero a las tropas que empezaron a llevar los mensajes en el idioma shuar, lo que dificultó a los peruanos interpretar” (Regalado, 2021). Existieron varias situaciones que permitieron mantener el enlace táctico que era el que se daba entre los comandantes con sus tropas y viceversa, sino también entre los propios soldados y entre las Fuerzas Armadas con la población civil, permitiendo cumplir con los objetivos.

Cnrl. Silva Fernando, menciona que si se lograron con los objetivos “porque se tenía la información en tiempo real y las órdenes llegaban en tiempo real desde Patuca que era el lugar en el que se encontraba el jefe de comando de teatro de operaciones terrestres, el General Paco Moncayo quien era el encargado de enviar las órdenes a través de un sistema de radio el cual estaba totalmente codificado, siendo así que los mensajes llegaban en tiempo real y totalmente codificados, a través de un sistema de decodificación que se hace llegar por medio de las órdenes de operaciones que el ejército maneja, se tiene que ingresar el mensaje y descifrarlo para poder saber que es lo que dice el mensaje, para evitar así que el otro bando se logre tomar las comunicaciones del ejército ecuatoriano” (Silva, 2021). Todas las bases contaban con información en tiempo real, lo cual permitió que se mantenga el control de las bases.

En la parte de inteligencia, las bases de la guerra electrónica podían detectar a las comunicaciones enemigas, consiguiendo descifrar sus mensajes y así lograr anticipar los movimientos del oponente.

Tern. Flores Juan Carlos, explica que el enlace permitía a los comandantes tomar decisiones oportunas en base a información que se estaba desarrollando en ese momento. Cuando este enlace era interrumpido por los combates, las decisiones que tomaban los comandantes se basaban en suposiciones, situaciones que pasaron anteriormente o por el asesoramiento de sus estados o planas mayores.

“Durante uno de los ataques que sufrió Tiwintza, en ese entonces, el Teniente Coronel Luis Bolívar Hernández, Comandante del Agrupamiento Militar General Miguel Iturralde trató de contactarse con las unidades desplegadas en el frente de combate sin éxito, puesto que las líneas del medio alámbrico estaban cortadas y el medio radio no permitía el enlace. Luego de varias insistencias del Teniente Coronel asesorado por su Estado Mayor remitió una orden fragmentaria y la envió con una patrulla” (Flores, 2021).

Siguiendo con el diálogo se preguntó acerca de la campaña que se empleó por parte del sistema de comunicación social para las Fuerzas Armadas y para el auditorio interno, permitiendo que las Fuerzas Armadas tengan voluntad de lucha.

“la campaña utilizada les permitió mantener la historia, la memoria y no perder la identidad de victoria en la guerra del Cenepa, siendo que en 1995 la comunicación social” (Espinoza, 2021).

Se entiende que la comunicación social es la radio, la prensa, la televisión para un auditorio externo. Pero se estructuró una campaña para atraer a la prensa, permitiendo que puedan ir al valle del Cenepa y así se certifique que el ejército ecuatoriano se encontraba en los puntos correctos.

Para el ejército inician los spots¹² los cuales les permitieron que mediante radio se puedan comunicar las campañas con los mensajes: “USTEDES SON LOS SOLDADOS DE LA VICTORIA”, “ustedes son los defensores de la patria”. Después se usó la HCJB la cual era una radio de frecuencia mil en las radios RACAL, permitiendo a los soldados escuchar los mensajes que decían “NI UN PASO ATRÁS”, lo que inicia a llegar al auditorio interno, iniciando con las operaciones psicológicas o visto desde el punto de vista militar la guerra psicológica, los helicópteros empiezan a votar boletines en los que decían “SOLDADO PERUANO RINDETE” siendo esta una guerra psicológica de comunicación interna.

Tcrn Regalado Cristhian, menciona que “el sistema de comunicación social de las Fuerzas Armadas, considera dentro de la vida militar como operaciones psicológicas, es decir se tienen dos corrientes dentro del sistema de comunicación, aquella que se encarga netamente de la información que es para la difusión pública y las psicológicas que son las que se encargan de mantener la moral de las tropas, mantenerlos motivados a los soldados”

Cuando las tropas pudieron salir a los campos que se improvisaron de descanso, se organizaron espectáculos con artistas que buscaban brindar el apoyo a los soldados, pese a que eran zonas de riesgo para el personal civil, haciendo que el personal militar se sienta apoyado y motivado. Se contaba con psicólogos, sociólogos quienes conversaban con los soldados, les daban ánimo y fundamentalmente se brindó la facilidad que el personal de oficiales y soldados puedan comunicarse con sus familias el cual era el impulso anímico

¹² Son anuncios de soporte auditivo, visual o audiovisual que transmite un mensaje, generalmente centrado en una idea con fines publicitarios (wikipedia, 2021)

más fuerte ya que escuchar las palabras de aliento de la familia ayudaba a que las tropas siempre estén con la moral en alto.

El apoyo que brindó el pueblo ecuatoriano a los soldados también fue indispensable, ya que los soldados que lograban llegar a estas zonas de descanso se les proyectaba un video en el cual se veía a los ecuatorianos izando la bandera y gritando al unísono “NI UN PASO ATRÁS”.

Crnl. Silva Fernando, explica que para aquellos que se encontraban en primera línea de combate no se encontraban con mucha información ni acceso sobre qué es lo que estaba pasando en la parte externa, posterior a lo que se salió, se pudo ver el trabajo que se hizo con las campañas psicológicas que se hicieron a nivel nacional, las cuales fueron muy buenas y se pudo ver un pueblo totalmente unido mostrando apoyo a las Fuerzas Armadas, siendo así uno de los objetivos de las campañas.

Pese a que no se pudo palpar la campaña psicológica, gracias a los mensajes que llegaban de niños de escuelas, permitió que cada soldado se encuentre motivado y siga con pie firme ante el conflicto. “La llegada de estos mensajes en cada ración de alimentos que ingresaba al campo de batalla consintió que se viera el éxito de las campañas psicológicas”

Tcrn. Flores Juan Carlos, menciona que “la campaña empleada fue muy influyente y certera”. Aunque cada persona y cada unidad militar vivió su experiencia, de título personal “Siempre me mantuve con deseo y voluntad de lucha y esto fue en un buen porcentaje, porque nuestro sistema de comunicación social trabajó con ese auditorio, el interno, las fuerzas propias.

Considerando que la campaña comunicacional llevada por las Fuerzas Terrestres y el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas permitió mantener al país cohesionado, unido permitiendo cumplir con los objetivos político-militares.

Crn. Cristóbal Espinoza, menciona que la campaña comunicacional la llevó a cabo el ministerio de defensa, con el organismo de Ciespal, la cual tuvo una cohesión de medios con la intención que presentaba el presidente “NI UN PASO ATRÁS”, y el pueblo sabía que no se daría ni un paso atrás. Esta planificación hacia el nivel estratégico militar permitió que se cumplieran los objetivos y así mismo cumplir con la victoria comunicacional de 1995.

Tcrn Regalado Crithian, alude que el sistema de comunicación social de Fuerzas Armadas tiene una premisa el cual es el lineamiento primordial y es la veracidad, siempre llevar la información con la verdad haciendo posible mantener la fe del pueblo en sus soldados, en sus Fuerzas Armadas.

Para las Fuerzas Armadas era muy importante transmitir información real, ya que eso permitía mantener la fe y el apoyo del pueblo.

Crn. Silva Fernando, señala que uno de los objetivos que se plantea una campaña por parte de las operaciones psicológicas, es la cohesión, es decir mantener al pueblo cohesionado y a sus Fuerzas Armadas junto al pueblo, ya que no es posible mantener una campaña cuando un pueblo este en contra. El objetivo que se persiguió se puede definir en palabras dichas por el Ex presidente Sixto Duran Ballén “el resumen de esas campañas, el resumen de la unión del pueblo con las Fuerzas Armadas se lo puede resumir en la frase de NI UN PASO ATRÁS”. Esta frase no solo fue celebre en el año de 1995, ya que fue uno de los lemas más sonados por el pueblo hacia las Fuerzas Armadas.

Tcrn. Flores Juan Carlos, indica que la campaña fue reconocida a nivel internacional. Fue bien diseñada permitiendo cumplir los objetivos político-estratégicos. Inclusive el mismo Perú en sus diferentes documentos asevera que Ecuador ganó la guerra comunicacional a través del CIESPAL.

7.5 Medios y tecnología de las Fuerzas Armadas para enfrentar un posible conflicto.

CrnI. Cristóbal Espinoza, indica que, desde el pensamiento militar, se basan en la doctrina de su entrenamiento. “En la actualidad el sistema de comunicación social militar está en constante evolución lo que llaman ahora como “Sistema Integral de información de Fuerzas Armadas “, el cual se encarga de coordinar la sinergia y la gestión entre operaciones, inteligencia, ciberdefensa, guerra electrónica, tecnología de información, comunicaciones, operaciones psicológicas, logística” (Espinoza, 2021). Se volvió una sola masa, para así poder adaptarse a una nueva manera de guerra ya que la tecnología juega un papel importante, por lo que proteger la información que se maneja es el principal objetivo.

Tcrn Regalado Cristhian, expresa que nuestro país, así como otros países de la región se encuentran atravesando por una crisis económica fuerte, sumando ahora la pandemia haciendo que la inversión, los proyectos de mantenimiento de las diferentes fuerzas. Incluso haciendo que sea difícil adquirir y mantener el armamento que se tiene.

El armamento que se tiene en la actualidad es un armamento multi propósito, ya que en caso de catástrofes se tienen los helicópteros y personal dispuesto para ayudar, lo mismo sucede en caso de una crisis.

“Ecuador no estará preparado en armamento para un conflicto, pero la preparación de nuestro ejército es continúa, ya que el arma no hace al soldado, sino que el soldado es quien hace el arma.” (Regalado, 2021).

Crnl. Silva Fernando, indica que “en el penúltimo y último gobierno debido a las condiciones económicas del país y las condiciones ideológicas se truncaron varios de los proyectos que se tenían para las Fuerzas Armadas y uno de esos eran los sistemas de comunicación ya que se encontraron muy afectados en ese sentido debido a la situación económica que aún atraviesa el país”. Con la economía que tiene el país en la actualidad, se logra mantener los equipos que tienen las Fuerzas Armadas, ya que los equipos de comunicación son extremadamente costosos y la tecnología que se requiere para los equipos es extranjera lo que es sumamente costoso.

Tcrn. Flores Juan Carlos, “una hipótesis de conflicto armado con el Perú es remota, pero no imposible de darse, ya la historia nos ha dado ese tipo de lecciones, de las cuales deberíamos estar siempre pendientes, por lo que es necesario tener FFAA disuasivas, armadas y equipadas para que se encuentren a la altura de dicho desafío” (Flores, 2021). Pero para tener ese nivel disuasivo hace falta un presupuesto que esté acorde con las capacidades que imponen las nuevas tecnologías y modernización y obviamente la economía del Ecuador no se encuentra en su mejor momento. Aunque nuestro material ha sufrido el desgaste de los años, el principal factor se mantiene incólume y entrenándose día a día: el recurso humano.

8 Discusión de resultados.

El objetivo general de la investigación es conocer cómo funcionó e influyó la comunicación en el Alto Cenepa en 1995, la evolución de la guerra tecnológica y por ende de la comunicación en las Fuerzas Armadas.

Antes se debe comprender que la comunicación en el año de 1995 era muy limitada, se empieza recién a conocer a la tecnología, y por ende no se entendía de la misma manera de la que se entiende en la actualidad. Para las Fuerzas Armadas el poder mantener una red de enlace estable era complicado ya que la del sector geográfico impedía una señal fija, así como también los soldados enemigos, quienes se encargaban de cortar todo cable de enlace.

Así mismo la manera en que los soldados encargados de la parte de comunicación logran entender a la nueva tecnología, dando así una oportunidad de que cada soldado se pueda mantener comunicado, no solo con una base de mando sino también con su familia.

Es importante entender el papel que juegan las Operaciones Psicológicas, ya que como su nombre lo indica, se encuentran jugando con la psiquis del humano, por lo que las Fuerzas Armadas lograron tener un auge con su campaña publicitaria de “NI UN PASO ATRÁS”, la cual se coreaba por parte de todos los ciudadanos como símbolo de apoyo a sus Fuerzas Armadas y a sus soldados.

9 Conclusión

Como conclusión a la presente investigación, se analiza el manejo de la comunicación y los objetivos militares durante la guerra del Cenepa de 1995, partiendo desde las operaciones psicológicas y tomando en cuenta que la tecnología no estaba avanzada y los canales de comunicación eran diferentes a los que existe ahora, puesto a que durante el conflicto se estableció como objetivo principal ganar dicha guerra para lo cual tuvieron que adaptarse a los medios de comunicación que se tenía en ese entonces.

Conociendo también que la ubicación geográfica era selvático por lo que los enlaces de comunicación no se podían mantener fijos, ya que en el momento sólo se podían comunicar por medio de radios las cuales debían ser cargadas de manera manual, y ser cuidadas que no se mojen, ya que eso causaba que dichas radios dejaran de funcionar. Los teléfonos eran conectados por medio de alambres los cuales sufrían daños por causa de bombardeos, el personal militar de las Fuerzas Armadas que se encontraba dentro del campo de batalla debía mantener una comunicación con el Alto mando, para que este pueda informar a los distintos medios de comunicación sobre qué es lo que estaba sucediendo en esos momentos.

Por otro lado, es importante conocer cómo funciona la publicidad en el cerebro humano y como se puede llegar a la psiquis con tan sólo una frase, como en el año de 1995 con “NI UN PASO ATRÁS”, la cual fue utilizada y aceptada por todo el pueblo ecuatoriano, con la cual se demostró un apoyo para las Fuerzas Armadas y las distintas unidades.

Es importante saber las formas de comunicación, así como cada una de sus ramas y el manejo de ellas, ya que es importante saber cómo funcionan cada una.

Tomando como ejemplo la fuerza que tuvo la publicidad en el año de 1995 durante el conflicto, como enfrentar una comunicación diferente a la que ya se conoce.

Sería importante estudiar la psicología de la comunicación y saber cómo esta funciona en el cerebro humano. Así como también a la comunicación desde sus inicios, no sólo en la parte del periodismo; sino como los distintos canales de comunicación que existían antes de la llegada del internet, de las televisiones, ya que como comunicadores independientemente de la rama que se elija es necesario conocer más sobre la comunicación en un conflicto como lo fue la Guerra del Cenepa.

10 Anexo Preguntas

1. ¿Cuál fue la red de enlace que se utilizó durante el conflicto del Cenepa, para mantener la comunicación entre las unidades empleadas?
2. ¿La red de enlace empleada durante el conflicto qué sistema usaba?
3. ¿Durante el desarrollo del conflicto cuáles fueron las principales dificultades que se presentaron para lograr mantener un enlace permanente entre las unidades empleadas?
4. ¿Considera usted que el haber existido un oportuno y eficaz enlace entre las unidades, permitió mantener el control del alto Cenepa, y cumplir los objetivos militares?
5. ¿Considera que la campaña empleada por el sistema de comunicación social, para las propias fuerzas (auditorio interno), le permitió fortalecer ese deseo y voluntad de lucha, durante los días que permanecieron en las operaciones?
6. ¿Considera que la campaña comunicacional llevada por la Fuerza Terrestre y el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas permitió mantener un país cohesionado, unido, permitiendo de esta forma cumplir los objetivos político-militares?
7. ¿Considera que en la actualidad las Fuerzas Armadas, en especial nuestro ejército ecuatoriano, está listo con medios y tecnología para enfrentar un nuevo conflicto externo?

Bibliografía

- Academia Nacional de la Historia. (2012). *Historia Militar del Ecuador*. Quito.
- Chuquiana, W. P., & Cauja, B. G. (2010). Utilización y estudio del equipo de radio Racal. En W. P. Chuquiana, & B. G. Cauja, *Utilización y estudio del equipo de radio Racal* (pág. 19). Latacunga.
- Córdova, E. M. (s.f.). *Gov.co*. Obtenido de https://www.esmic.edu.co/atencion_ciudadano/glosario/p#:~:text=PODER%20RELATIVO%20DE%20COMBATE%3A%20relaci%C3%B3n,los%20tangibles%20y%20los%20intangibles.
- Director de Operaciones del Ejército, G. C. (s.f.). *Desde otro frente "Cenepa Victoria Informativa"*. Quito.
- Ecuatoriano, E. (2011). *Victoria en el Cenepa*. Quito: IGM.
- Ejército, C. d. (2019). *25 Años Cenepa. Historia, victoria y paz*. Quito.
- Enciclopedia de Historia. (08 de 2021). *Enciclopedia de Historia*. Obtenido de <https://enciclopediadehistoria.com/guerra-del-cenepa/>
- Espinoza, C. (2021). (S. Apolo, Entrevistador)
- Fayser. (s.f.). *Sheter*. Obtenido de <https://fayser.com.ar/images/pdf/PDF%20Fayser%20Shelter.pdf>
- Flores, J. C. (07 de 05 de 2021). (S. Apolo, Entrevistador)
- Garrido, F. (2004). *Comunicación Estratégica*.
- La Victoria del Cenepa "Registro documental para la Historia" TOMO I*. (s.f.).
- Laswell Harold. (2004). La Psicología en el proceso de la comunicación y la propaganda. En C. d. Mauricio, *Operaciones Psicológicas* (pág. 306). Quito.
- Narváez Rosero, E. M. (2004). *Operaciones Psicológicas*. Quito-Ecuador: Ministerio de Defensa Nacional.
- Regalado, C. (07 de 05 de 2021). (S. Apolo, Entrevistador)
- Rosero, E. M. (2004). *Operaciones Psicológicas*.
- Sanchís, J. L. (02 de Mayo de 2016). *La importancia de la comunicación estratégica*. Obtenido de <file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDeLaComunicacionEstrategica-5998262.pdf>
- Serrano, R. A., Jaramillo, F., & Correa, S. (1995). *Alto Cenepa "los frentes de una guerra"*. Quito: EDINO.
- Significado. (s.f.). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/crisis/>
- Sillamy, N. (2004). *operaciones psicologicas*. En E. M. Rosero, *Diccionario de la Psicología* (pág. 14). Quito - Ecuador: Ministerio de Defensa Nacional.

- Silva, F. (07 de 05 de 2021). (S. Apolo, Entrevistador)
- wikipedia. (17 de Junio de 2021). *Anuncio*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Anuncio>
- Wikipedia. (1 de Junio de 2021). *Chasqui*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Chasqui#:~:text=Chasqui%20\(quechua%3A%20chaski%20\(postill%C3%B3n,posta%20la%20inmediata%20siguiente](https://es.wikipedia.org/wiki/Chasqui#:~:text=Chasqui%20(quechua%3A%20chaski%20(postill%C3%B3n,posta%20la%20inmediata%20siguiente).
- Wikipedia. (17 de Junio de 2021). *Idioma Shuar*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Idioma_shuar
- Wikipedia. (2 de Marzo de 2021). *Telefono fijo*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_fijo
- Wikipedia. (1 de Marzo de 2021). *Walkie talkie*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Walkie-talkie>
- Yépez, C. E. (2019). *25 Años del Conflicto militar del Cenepa*. Quito: Jefatura de Investigación del centro de estudios historicos del Ejército.