

Las nuevas dimensiones de un pleonasma

Información, comunicación y estrategia

The new dimensions of a pleonasm. Information, communication and strategy

Pierre-Marie Fayard

La historia de la comunicación y de la información está estrechamente ligada a la de la estrategia, hasta el punto de confundirse. Poderes y contrapoderes sobresalen en la utilización de las técnicas, las vías y los medios de la información y de la comunicación. ¿Será diferente esta situación en el momento de la explosión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) y de sus utilizaciones planetarias, las cuales transforman la percepción de lo vivido en el tiempo y el espacio?

Es necesario enriquecer la investigación sobre información y comunicación con la aportación de los grandes textos clásicos de la estrategia, generados a través de los años y los continentes. El presente artículo constituye una introducción de este trabajo, especialmente a través de la sucinta exposición de los principios de inteligencia, libertad y economía, considerados en sus relaciones con la información y la comunicación.

The history of the media is closely connected to strategy, to the point of confusion. Authorities and anti-establishment movements excel in the use of techniques, communication routes and media. Will this situation be different when the new information technology and communication explodes and the planetary use will transform the past perception of time and space? It is necessary to enrich the research in information and communication with the addition of great classical strategy texts, generated throughout the years within the continents. The following article introduces this work especially through the brief exhibition of the principles of intelligence, freedom and economy, relating to information and communication.

«Un rey, un general, un comerciante y un ladrón se cuentan historias. Uno de ellos propone la siguiente adivinanza: Información, Comunicación y Estrategia están en un barco. Estrategia cae al agua. ¿Qué queda en el interior del barco? Los otros tres, sin consultarse previamente, responden al unísono: ¡Nada!»

Saber con el fin de poder adaptarse, en función de una información sobre las calidades fluctuantes de los terrenos, los peligros y las ocasiones, conocer al otro y desinformarlo sobre su propia situación, identificar los lugares y los momentos favorables... Que esto sea para conservar o para adquirir es irrelevante. Reyes, generales, comerciantes y ladrones jamás se equivocaron: la información, la inteligencia y la influencia sobre las comunicaciones han sido siempre esenciales en sus respectivas actividades, sin la necesidad de adjuntarles el calificativo «estratégico». Para conseguir cualquier objetivo en política y, en general, en todo proyecto, sean cuales sean las circunstancias (tanto si se trata de situaciones ciertamente conflictivas o simplemente sometidas a las incertidumbres y resistencias de lo real), la información y la comunicación representan ingredientes indispensables.

¿Qué representa la generalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación? ¿Se están sobrepasando los umbrales de tal manera que la problemática de las relaciones entre información, comunicación y estrategia exija un tratamiento a fondo? ¿Dónde encontrar indicaciones para orientarse con autonomía en este nuevo paisaje, sin padecer ciegamente algunos efectos de la moda? Referencias históricas y grandes principios del pensamiento estratégico contribuyen a esclarecer la cuestión y a esbozar pistas para la reflexión.

Una muy vieja historia, todavía de actualidad

Desde un tiempo tan antiguo como el de los inicios de la escritura abundan los testimonios sobre la importancia del dominio de las comunicaciones. En la antigüedad, durante la guerra del Peloponeso, la hegemonía naval de Atenas sobre Esparta le dio una ventaja inicial significativa. La dominación

de Roma sobre todo el Mediterráneo y más allá, se apoyó sobre una red de rutas terrestres y marítimas, ligadas al centro del imperio. Al final del siglo xv, en Francia, cuando Luis xi creó el monopolio real de correos, su soberanía sobre el dispositivo de circulación de las cartas le confirió la posibilidad exclusiva de acceder a su contenido. ¿Es diferente en el caso de Internet? En la época moderna, la primera utilización del telégrafo óptico de Chappe puso en comunicación, en 1793, el centro político de la Revolución Francesa con los frentes militares del Este. ¡Hasta ese momento no se sabía qué hacer con esta nueva técnica!

Desde las columnas de humo que costean las islas del Mediterráneo hasta los satélites, progresa una lógica inmutable cuyo objetivo es ver en el espacio y aprovechar el tiempo ganado, para adaptarse a las circunstancias. No obstante, este razonamiento sería inestable si dejáramos de considerar el clásico recurso simultáneo a la desinformación, la intoxicación, la manipulación, la influencia, a todos los métodos que perturban u orientan específicamente la percepción de un tercero e impiden la circulación de las órdenes y el funcionamiento de los sistemas de orientación. En la jerga contemporánea, a esto se le llama «hacer opaca la visión del *otro*» y, por el contrario, «hacerla transparente para *uno mismo*». Se trata de una perspectiva cuyas raíces son tan viejas como la propia humanidad. Según la terminología de Lucien Poirier, el *mismo* es aquel cuyo punto de vista se toma prestado y, por consiguiente, su estrategia. El *otro* es aquel que se opone a la realización de dicha estrategia.

En la historia, las potencias que controlaron las comunicaciones se beneficiaron de un peso internacional superior al de su propio territorio nacional. «Quien manda en el mar, manda en el comercio; quien manda en el comercio dispone de la riqueza del mundo, y por consiguiente domina el mundo.» Para Raoul Castex, «la importancia de este camino aparece desde el tiempo de paz, en el orden económico. Así se explica que aquellos que lo han explotado hayan conseguido, desde la antigüedad, una riqueza que contrastaba con la mediocridad de su poder político o de su extensión territorial. Los fenicios, Génova, Venecia, la Liga Hanseática, los Países Bajos y Portugal son, en diversas épocas, ejemplos característicos». Las naciones expuestas o dependientes del mar han manifestado siempre un particular interés por el acceso a la información, la acción a distancia y el dominio de las vías de comunicación.

Si bien la cuestión es antigua, los recursos técnicos disponibles para hacerle frente están conociendo hoy día una amplitud sin precedentes. Sin duda, es inútil insistir sobre la interdependencia creciente de las naciones, las economías y las políticas. La modificación de las relaciones entre el tiempo y el espacio, en beneficio del primero, es principalmente consecuencia de la multiplicación de los medios de comunicación físicos e inmateriales. La explosión de los conocimientos y los progresos fantásticos de la informática reducen la parte de los volúmenes, materias y energía consumidos en todas las actividades. Esta propensión resulta de la posibilidad de actuar específicamente sólo *aquí y cuando* es necesario. Las máquinas, los procesos y las organizaciones se hacen más *inteligentes* por su capacidad de adaptación, de manera autónoma, según la información que perciben y tratan. En esta evolución, los dispositivos de comunicación combinan estratégicamente y a distancia conjuntos compuestos por elementos dispersos, enlazados por la continuidad de un auténtico *influjo informacional*. El conocimiento, el ritmo y el ensamblaje de las redes se imponen hasta el punto en que se habla de *estrategia funcional* para designar en un conflicto abierto el esfuerzo de destrucción de puestos de comunicación y de mando, prioritariamente el del armamento. La privación de medios de información y de comunicación convierte en impotentes los recursos físicos, incapaces de efecto coordinado, reactividad y precisión.

La expansión sin precedentes de la potencia de cálculo es portadora de otro gran factor de cambio. La individualización mediática permite a un agente solitario, pero conectado a un microordenador, estructurar alrededor suyo su paisaje infocomunicacional. A través de las redes de información, puede captar y tratar localmente cantidades considerables de información y difundir sus resultados en lugares hasta ahora inaccesibles a una persona aislada. En Estados Unidos, se habla de *soldado-sistema* para nombrar no solamente a un simple ejecutor instrumentado en una estrategia, sino a un

sujeto inteligente integrado en el seno de cadenas de comunicación donde desarrolla su autonomía en el marco de un programa orientado pero adaptable en función de la evolución de las circunstancias. Reduciendo los retrasos de la reacción, tales disposiciones favorecen la flexibilidad. Nutriendo en tiempo real la *base de conocimiento* indispensable para el desarrollo de una estrategia, el *ciberactor* participa en el manejo de las operaciones. Estos trastornos modifican no sólo la estrategia en el ámbito militar, sino también a niveles institucionales, político, económico y cultural internacionales.

Frente a la realidad de este cambio, sería perjudicial adoptar a la vez y de manera descoordinada las herramientas de este nuevo reparto, así como las formas de utilización ligadas a una cultura. La rapidez con la que la máquina norteamericana conceptualiza y pone en marcha estas mutaciones incita muchas veces a tirar la toalla de la reflexión autónoma, en beneficio de un seguimiento cansino y no muy en favor de la iniciativa. Repartiendo, sin por ello disociarlos, productos y utilizaciones, las modas son portadoras de una influencia insidiosa. La gramática que las genera es siempre más estimulante y creativa que el *prêt à penser*, mágicamente presentado como la panacea. Por naturaleza, la estrategia, donde se enfrentan voluntades, no sería una ciencia exacta en el sentido dado por Claude Bernard. En este arte de la combinatoria en el tiempo y en el espacio de medios heterogéneos al servicio de una finalidad, las mismas condiciones no producen forzosamente los mismos efectos. La historia enseña y demuestra, más allá de lo necesario, que el arma absoluta es el sentido estratégico. Goliath se acaba encontrando siempre con David, la hegemonía adormece y ensordece cuando el sentimiento de estar dominado estimula la imaginación y la creatividad.

Inteligencia

¿Cómo interpretar los cambios en curso? La referencia a los dos hiperprincipios estratégicos de la libertad de acción y de la economía de las fuerzas se impone, pero adjuntaremos también el de *inteligencia*. Este último debe entenderse como un triple esfuerzo constante de clarividencia, en términos de *posicionamiento* respecto a sí mismo y a los fines que perseguimos, a los otros actores situados en terrenos comunes o cercanos y, finalmente, a las modificaciones de las circunstancias y de los entornos supuestamente útiles. Esta vigilancia panorámica y prospectiva de las tendencias y rupturas que agitan el mundo representa un previo a la adaptación y la anticipación. Querer durar, mantenerse y desarrollarse en ausencia de este esfuerzo permanente sería hoy día pura ilusión. Este trabajo de información y distanciamiento pasa por la modificación de los *puntos de vista* para comprender las lógicas y las estrategias. La conciencia crítica de sus propios filtros de percepción y sistemas de valores representa un potente antídoto contra la desinformación y la manipulación. Este principio de inteligencia aparece más necesario que la complejidad, la heterogeneidad y la dispersión espacial de los medios de acción. La ignorancia de la influencia de las condiciones del espacio y del tiempo sobre su propio proyecto condena al azar y a los peligros de la imprevisión, en un mundo donde las repentinas bifurcaciones redistribuyen rápidamente las cartas y los roles. La aplicación del principio de inteligencia funciona a imagen de un verdadero GPS (*Global Positioning System*) y nutre constantemente los principios de libertad y economía.

Libertad e información

El vínculo entre libertad de acción e información es íntimo. Este principio mide el grado de independencia de un actor, en materia de concepción, de toma de decisiones y de puesta en marcha, respecto al nivel de presión y de coacción de su entorno, en un escenario dado y/o con respecto a uno o varios actores. Cuanto más elevada es la suma de alternativas de que dispone el *mismo*, más grande es su libertad de acción, y viceversa. El hecho que Estados Unidos de América rechazaran en 1997 a una voz contra catorce (la elección del secretario general de la ONU) indica que disponían de una libertad de acción más o menos total. En caso de conflicto, negociación o cooperación, la libertad de acción es relativa y reposa sobre la inteligencia de las situaciones. Según uno de los tratados más antiguos de estrategia, el conocimiento de sí *mismo* y el del *otro* asegura el éxito a toda empresa ya que sabemos dónde y cómo participar, o no hacerlo. La conquista de la libertad de acción está tan al alcance de la mano que un grado de información permite prever el comportamiento del otro, de una

competencia o de un medio. La información es también el ingrediente natural de la manipulación, véase instrumentalización de estrategias de terceros.

El margen de libertad se adquiere positivamente a través de la información y, en caso de conflicto, prohibiendo el acceso a ésta. Crear incertidumbre al *otro* en cuanto a las opciones del mismo, le impide ver y poner en marcha sus sistemas de comunicación, lo agota y lo obliga a prepararse por todas partes para ser fuerte en ningún lugar. Sin embargo, si la información para sí mismo y su privación para el otro representa una condición necesaria, no es del todo suficiente. Los jugadores de ajedrez saben que un error táctico puede ser fatal aún dándose un desequilibrio táctico a su favor. Puede ocurrir que un actor dominado haga volcar la situación. La preocupación del aumento permanente de la libertad de acción no debe hacer olvidar el objetivo concreto de la decisión y/o del cambio cualitativo. Hicieron falta cien horas de intervención *por tierra* para poner fin a la guerra del Golfo. Sin embargo, esta relativa rapidez había supuesto una preparación previa de siete mil horas y de mil horas de operaciones aéreas para aniquilar los sistemas de comunicación y de mando iraqués.

Economía y comunicación

Este tercer principio está estrechamente vinculado a la comunicación. Optimizar la utilización de los recursos es la base del funcionamiento de los imperios donde una región central domina un espacio demasiado grande respecto a la grandeza de sus medios. Que un pequeño país, con un ejército débil, haya sido capaz de reunir bajo su imperio a las regiones más deseadas de la Tierra y de hacerlo a expensas de las más grandes potencias militares, es una paradoja que estas potencias admiten difícilmente. Al final del siglo xviii, la desproporción demográfica entre el Reino Unido y Francia se inclinaba a favor del segundo según un factor de dos y medio, sea diez millones de almas frente a 26 millones. Consciente de su dependencia del mar, Inglaterra organizó el conjunto de sus medios en un organismo complejo dirigido por un centro común y lo bastante flexible como para permitirle cubrir un amplio campo, asegurando el mutuo apoyo de los diversos elementos.

Lo que los ingleses consiguieron sobre el elemento líquido y más allá, Napoleón Bonaparte, para quien la estrategia consistía en cortar las comunicaciones adversas, lo realizó en tierra desarrollando el principio fraccionario anunciado por Bourcet y Guibert.

Dividir una masa para hacerla más adaptable a los peligros y a las ocasiones, más rápida en sus movimientos y más libre respecto a las complicaciones geográficas no vio la luz a excepción de la existencia de una *articulación comunicacional* que hizo caber el conjunto de las tropas dispersadas en la mano del Emperador. Este dispositivo en malla reforzaba la incertidumbre y la incomodidad del adversario, incapaz de prever el lugar de la concentración de los esfuerzos. La ganancia de libertad resultaba de la excelencia de la economía. ¡De este modo, Napoleón había creado los primeros sistemas de información y de comunicación (SIC)! La eficacia de la dispersión física de las divisiones era posible únicamente gracias a los SIC que les permitía, en función de las informaciones, confluir ahí donde se localizaban vulnerabilidades a explotar. La economía de las fuerzas consiste en el arte de articular las vías y los medios en un *sistema comunicante* favoreciendo los apoyos recíprocos. Napoleón concentraba así la totalidad de sus medios contra fracciones adversas. Si en el siglo xix la comunicación permitió solucionar la gestión de masas importantes, a la vuelta del siglo xxi, es ella quien todavía asegura la eficacia de los arreglos económicos y financieros complejos funcionando en tiempo real. No obstante, con la sofisticación crece también la vulnerabilidad de los sistemas cuyos fallos pueden encadenarse.

Virtualización y bases de conocimiento

Hoy día las redes de comunicación electrónica generan considerables ganancias de tiempo al movilizar componentes heterogéneos espacialmente dispersos, pero reunidos virtualmente en un metasistema orientado. La información representa el influjo de base de estas mallas electrónicas que virtualizan el principio de economía. A diferencia del SIC piramidal, que permitía a Napoleón tener

su mundo al servicio de su *arte «todo ejecución»*, la concepción horizontal de Arpanet supone la realidad de una inteligencia distribuida, tanto a nivel de la captación de información como de su tratamiento. De esta articulación en red resulta la acción de un único y mismo organismo en sus adaptaciones en tiempo real al servicio de un proyecto o de un objetivo más específico. Las bases del conocimiento que centralizan la información necesaria para realizar un objetivo constituyen un nuevo elemento estratégico. En el marco político, económico, cultural o militar, cada cual lo enriquece específicamente en función de su labor particular y globalmente para insertarlo en una sinergia.

Una base de conocimiento articula vías piramidales y horizontales de comunicación y mantiene sus reservas de datos en interacción dinámica y permanente con los flujos. En una situación de conflicto o de competencia, el diferencial de información que se crea juega sobre la velocidad y efectividad del metasistema del *mismo*, respecto al del *otro*. Los clásicos de la estrategia naval recobran actualidad porque el mundo virtual está hecho de flujos. «El objeto de la concentración naval, como el del despliegue estratégico, es cubrir la superficie más grande posible, conservando flexibilidad y cohesión, para asegurar rápidas reuniones de dos o varias partes del organismo, en cualquier punto de la superficie cubierta, a la voluntad del cerebro director y, sobre todo, poder asegurar una reunión rápida y segura del conjunto de las partes hacia el centro estratégico.» Julian Corbett veía en la concentración un efecto alegre de la dispersión. Cuando sabemos que «la estrategia adora el vacío», la virtualidad representa un nuevo medio de dominar el espacio y de «mantener en él una presencia».

La contraestrategia virtual del subcomandante Marcos

La interconexión de los sistemas de comunicación electrónica, el bajo coste del tíquet de entrada (a saber, un microordenador enchufado a la línea telefónica), el alto potencial de contaminación sin verdaderos límites espaciales y el poder multiplicador de la maquinaria telepresencial abren una nueva dimensión de la estrategia. El 11 de febrero de 1995, un puñado de internautas movilizado virtualmente por el subcomandante Marcos privó de libertad de acción a un gobierno mexicano que participaba en una ofensiva táctica contra las poblaciones de Chiapas. Por medio de un comunicado alarmista difundido en *La Tela*, los zapatistas realizaron una fantástica *contraestrategia virtual*, apostando por los efectos multiplicadores asegurados por cada internauta captador-difusor, que los medios de comunicación de masas orquestaron en nombre de la actualidad y que los políticos relegaron después. A imagen y semejanza del dominio de los mares, el orden del día mediático funciona, de manera excluyente, en beneficio de aquel que toma y mantiene la iniciativa por medio de un flujo de información. La iniciativa, el ritmo y la malla virtual, a medida de los zapatistas, inmovilizaron un poder político mexicano desprevenido y que tuvo que batirse en retirada.

La preocupación por el examen permanente del propio posicionamiento con respecto a su proyecto (inteligencia), su entorno, sus circunstancias y de los actores que participan, supone un tratamiento constante de la información, así como la puesta en marcha de dispositivos de comunicación. La libertad, que siempre se pretende ampliar mediante el conocimiento de los otros y de los terrenos, pasa por el conocimiento y la información. La optimización de la utilización de los medios ayuda a la duración y a la realización del proyecto. Los tres principios de la estrategia se condicionan e implican mutuamente. Si la información y la comunicación son por naturaleza estratégicas, la generalización del acceso a los NITC debería acompañarse de una generalización de la enseñanza de la estrategia. Cuanto más aumenta el número de conectados y la realidad reticular contamina los hogares, las culturas, las empresas y las naciones, más se impone ésta como una escuela del *arte del encuentro* con el otro, de la distancia consigo mismo con el fin de *dominar la dialéctica de la interacción de las voluntades* y asegurar las condiciones permanentes del aprendizaje y de la creatividad.

Pierre-Marie Fayard

Catedrático en ciencias de la información y de la comunicación, ICOMTEC Futuroscope.

Instituto de la Comunicación y de las Nuevas Tecnologías, Universidad de Poitiers. Francia. Dirige el LABCIS (Laboratoire de Recherche sur la Communication et l'Information Scientifique et Technique). Director de Investigación Doctoral en el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, donde también es profesor en el Máster de Comunicación Científica. Coordina varios grupos internacionales de investigación sobre periodismo científico y comunicación pública de la ciencia, entre los que se incluyen el International PCST Network (Public Communication on Science and Technology) y el Grupo Cooperativo ISME (Information Scientifique et Médias Européens).

fayard@univ-poitiers.fr