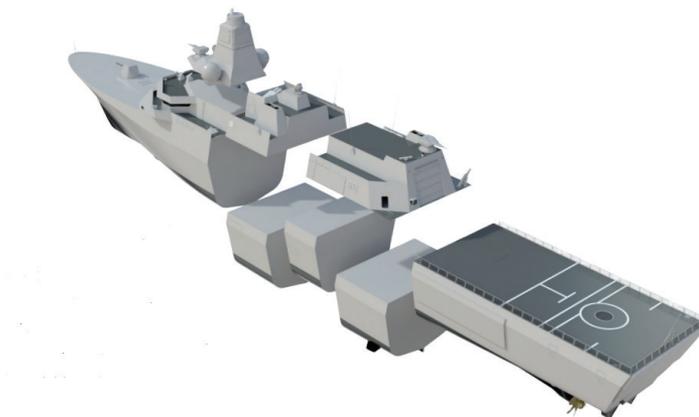


¡CUIDADO CON LAS MODAS MILITARES!

Héctor Gómez Arriagada*

Es diferente ser techie que ser fashionable, el primero se fascina y adopta tempranamente la tecnología, mientras que el segundo sigue tendencias y estilos. Si bien todos los militares debieran ser techies, no siempre es bueno ser fashionable.



Ya sea miembro de un Estado Mayor o alumno de una Academia de Guerra, quizás se haya preguntado alguna vez por qué tal o cual tecnología militar cuenta con más adeptos que otras; o tal vez se pregunte por qué tanta insistencia en considerar cierto tipo de nuevas operaciones que no parecen ajustarse a la realidad o planificación propia. Es porque en lo militar, como cualquier otra actividad social, existen tendencias que se imponen y se hacen populares, se ponen de moda. Empleando como metáfora lenguaje asociado a la moda, en este ensayo sucintamente se expone uno de los mecanismos por medio del cual se hacen populares y se difunden

las tecnologías militares, así como el pensamiento militar: la imitación.

La moda como fenómeno social

Las modas corresponden a un fenómeno social de masas caracterizado por la presencia predominante de sentimientos de gozo o satisfacción. Tienen a homogeneizar algunas actitudes de las personas -y muchas veces su comportamiento-, porque son fenómenos reconfortantes que generan, casi siempre, una adhesión o aceptación voluntaria. Muchas veces las personas consideran que las modas son importantes, aunque no necesariamente cruciales, y las siguen con ciertas variaciones dependiendo de la moda (Lofland, 1981; citado por Javaloy, Espelt y Rodríguez, 2010).

Existen modas, eso sí, que se instalan como un símbolo de cambios relevantes en la sociedad o la cultura y, por tanto, pasan a ser mucho más que un fenómeno utilitario o capricho ya que representan el clima cultural o el espíritu de los

* Capitán de Navío. Oficial de Estado Mayor. Magister en Ciencias de la Informática. Preclaro colaborador de la Revista de Marina desde 2014. (hgomez@armada.cl)

tiempos (Brand, 1990; citado por Javaloy, Espelt y Rodríguez, 2010). Otros comportamientos colectivos similares a las modas son los *fads* y los furores. Ambos son similares a las modas, pero mientras los primeros son nuevos, fugaces, triviales y se difunden rápidamente por imitación; los segundos son de naturaleza y consecuencias serias y afectan globalmente a las personas por un largo período de tiempo (ejemplo: la fiebre del oro).

Cuando algo está de moda goza en un momento o lugar de destacada aceptación (RAE, 2015), transformándose en una tendencia que se repite. Por lo general se ha asociado al vestir, pero también las modas se instalan en los estilos de vida o la manera de comportarse ya sea por el influjo social, económico o político, entre otros. Cuando las modas son duraderas y hacen que los comportamientos comiencen a repetirse regularmente, probablemente estos últimos se transformarán en un hábito (virtuoso o vicioso) que predispondrá la conducta frente a las tareas cotidianas.

Modas en la tecnología militar

Correspondiendo a una actividad propia de las sociedades, lo militar también sufre los influjos del medioambiente social. Tanto tácticas como estrategias, así como sistemas de armas y la planificación están sometidos al clima cultural pero, ¿realmente se producen en la actividad militar los fenómenos de estar a la moda, los *fads* o los furores? Para responder lo anterior, se estima necesario diferenciar la evolución tecnológica de los sistemas de armas, por un lado; de la evolución del pensamiento militar como principal influencia de la estrategia y la planificación, por el otro.

El empleo de nuevas tecnologías en lo militar, en cualquier época, se ha producido en la medida que han demostrado ser efectivas en el combate y porque su empleo ha generado superioridad sobre el enemigo. Por lo general las tecnologías evolucionan desde modelos previos que han sido mejorados, pero de vez en cuando surgen innovaciones importantes con el potencial de modificar las tácticas y la estrategia. Así por ejemplo, las flechas lanzadas por ballestas son un estado avanzado de la evolución de las lanzas que

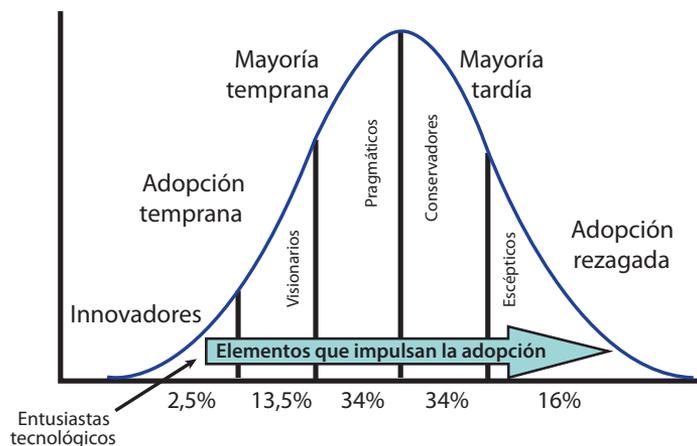
originalmente eran lanzadas a mano; sin embargo, la aparición de las armas de fuego revolucionó la actividad militar. Luego, estas armas tuvieron su propio ciclo de mejoras continuas que, junto con dejar la tecnología previa casi en desuso, fueron derivando en armas más evolucionadas como los cañones, las armas de repetición y los proyectiles dirigidos.

Casi toda la tecnología militar ha tenido un desarrollo similar: una innovación tecnológica que prueba ser útil en combate es adoptada por los militares, luego es mejorada para evolucionar a una mejor que, por lo general, deja en desuso la anterior. Sin embargo, cuando se producen las verdaderas innovaciones, aquellas que revolucionan el arte de la guerra, es cuando se podría identificar el efecto de las tendencias de moda.

Las mejoras a un sistema existente son pensadas para aumentar la eficiencia o efectividad de una tecnología existente y, lo más seguro, es que su desarrollo e implementación sea un proceso natural; pero, con las innovaciones no sucede lo mismo ya que siempre representan algo de incertidumbre e incredulidad. En ocasiones las innovaciones provienen del mismo mundo militar y se originan ante la necesidad de mejorar el desempeño en combate; pero otras tantas, las innovaciones nacen con propósitos ajenos al ámbito militar y su asimilación a este último se produce ya sea por la visión de algunos militares, por el empuje de los propios inventores o por el entusiasmo de...comerciantes.

En ambos casos, durante el proceso de adopción, se enfrentan los innovadores, visionarios, entusiastas y pragmáticos; con los conservadores y los escépticos. En el primer grupo están, respectivamente, quienes desarrollan o implementan experimentalmente nuevas tecnologías, los que ven una futura aplicación y aquellos que, una vez presentada la innovación, desean probarla y adoptarla rápidamente aun cuando no estén muy seguros de su aplicabilidad real. Los pragmáticos son los que adoptan las innovaciones porque sus ventajas son evidentes o porque prevén un empleo inminente e inevitable. Por otro lado, los conservadores adoptan lentamente las innovaciones porque están acostumbrados a la forma antigua de hacer las

Ciclo de adopción de las innovaciones



■ Figura 1. Ciclo de adopción de las innovaciones tecnológicas. (Adaptación del autor de la Campana de Rogers, 2015).

cosas y no las quieren cambiar; o bien, porque piensan que los cambios deben ser graduales. Por último, los escépticos, independientemente de las razones, no se convencen ni quieren utilizar las innovaciones. En la figura 1 se representa este proceso.

Visto este ciclo a una escala mundial, los primeros en utilizar las nuevas tecnologías serán los países innovadores en los cuales aquellas se inventan y desarrollan. En el lenguaje de la moda, esos países serán los *trendies*; es decir, los que pueden identificarse como *in fashion* al emplear el último grito de la tecnología. Los demás países comenzarán a seguir a los *trendies* adquiriendo la tecnología de moda e imitando su modo de empleo; homogeneizándose así tanto sistemas de armas como sus procedimientos de empleo asociados, lo que a la vez es bueno -y por tanto fomentado entusiastamente- por los fabricantes de dichas tecnologías.

Como se observa, a este ciclo se incorporan factores que impulsan la adopción de las tecnologías, lo que llevado al lenguaje de la moda señalado antes, corresponderían a los distintos tipos de influjo que las masifican. Probablemente el más importante sea el generado por la industria de defensa, la cual, por medio de estrategias de marketing, harán ver a sus potenciales clientes la necesidad e importancia de reemplazar los

sistemas pasados de moda, sea o no necesario.

Otro influjo será el psicológico, que empuja estar a la moda, es decir, el impulso de visionarios y vanguardistas locales que insistirán en adoptar las tendencias tecnológicas del momento, aun cuando no haya una necesidad operacional relevante o real. En ocasiones algunas tecnologías irrumpen de manera muy rápida y agresiva, y como la novedad del año se posicionan en las mentes de los *trendies* como una necesidad imperiosa, o

como algo que hay que tener aun cuando su utilidad no sea tan evidente. En ambos casos la imitación suele jugar un rol relevante como mecanismo de difusión, ya que salvo por restricciones económicas, todos querrán tener y exhibir el último juguete.

Pero no hay que extrañarse que los militares sean *trendies* respecto de la tecnología o más bien *techies* (esto es, fanáticos casi obsesivos por dispositivos tecnológicos) ya que, en definitiva, la tecnología de vanguardia siempre ha jugado un rol relevante en las batallas. De hecho, sería esperable que las FF.AA. siempre se encuentren al lado izquierdo de la campana de Rogers mostrada en la figura 1, principalmente por la actitud pragmática que se requiere para enfrentar la guerra; por lo mismo, en materia de tecnología es importante para los militares estar a la última moda, aun cuando la necesidad nazca de querer copiar a los demás o, al menos, aparentar no ser menos que ellos.

Modas en el pensamiento militar

Un antiguo profesor de la Academia de Guerra Naval de Chile relataba que a mediados de la década de 1960, producto del influjo de oficiales que habían cursado en el extranjero, comenzaba a imponerse en la Escuadra el criterio táctico del empleo de las *Surface Action Group* (SAG), las que originalmente en la Armada de EE.UU. consistían en agrupaciones de tres o más buques misileros que eran desplegados desde algún grupo de

batalla de superficie o fuerza anfibia, para cumplir misiones defensivas contra amenazas a estas fuerzas mayores.

Lo interesante es, según comentaba, que para las fuerzas navales estadounidenses el despliegue de tales agrupaciones mantenía a la fuerza mayor cumpliendo su misión y una parte muy menor atendía su necesidad de seguridad; sin embargo, en el caso chileno dicho despliegue a menudo significaba que la fuerza, constituida por cuatro o cinco unidades de combate, debía desprenderse de sus unidades más potentes quedando en una situación vulnerable e incluso, comprometiendo el cumplimiento de su misión. El desarrollo de tales tácticas en la Armada de EE.UU. respondía a la necesidad de enfrentar las lanchas misileras soviéticas, en el caso chileno era una imitación que, en ese momento, no se sostenía.

Por cierto que el caso anterior también se puede presentar como un proceso de implementación de innovaciones y de mejora continua de la táctica naval y conducción de las fuerzas; ya que experimentar nuevas formas de hacer las cosas, es parte esencial del progreso y el desarrollo, lo contrario sería inmovilismo. Sin embargo, también grafica un poderoso mecanismo de difusión del comportamiento: la imitación. En las modas, no sólo se copia el uso de una tecnología o un artículo determinado, sino que también puede implicar la adopción de una forma de pensar y hacer las cosas. En este caso, los marinos que conocieron, ya sea en cursos o en intercambios en unidades extranjeras este nuevo concepto de la táctica naval; con natural entusiasmo vieron su aplicabilidad práctica en la Armada de Chile por lo que, seguramente alabando sus beneficios, iniciaron un proceso de inducción que derivaría posteriormente en su implementación.

Muchas veces el trasplante de conceptos suele ir acompañado de adaptaciones a la realidad propia y seguramente así fue en el caso comentado, pues en éste se involucraron marinos con experiencia en táctica naval, que seguro tenían el conocimiento práctico para hacer las transformaciones necesarias

para adoptar esta nueva forma de hacer las cosas. El problema es que, en otras ocasiones, las modas son copiadas sin la práctica o el conocimiento requerido para aterrizar las novedades a las circunstancias y el contexto propio.

El pensamiento militar puede difundirse, por otro lado, a través de la actividad académica y en esta también existen las modas; por ejemplo, en lo que se refiere a autores. En ocasiones, personas vivas o muertas se transforman en referentes de la enseñanza militar, produciéndose un impulso que fluye desde centros de estudio reconocidos mundialmente, que tácitamente impone los nuevos postulados en los planes de estudio locales situándolos a la par (o por sobre) los autores clásicos o locales (que seguramente también estuvieron alguna vez de moda). Sin embargo, justo es decir acá que para el caso de la academia, los autores generalmente se ponen de moda por su aporte al conocimiento o las disciplinas, siendo esto, en el fondo, lo que los va haciendo imprescindibles.

*Techies y fashionables*¹

Es diferente ser *techie* que ser *fashionable*, el primero se fascina y adopta tempranamente la tecnología, mientras que el segundo sigue tendencias y estilos. Si bien todos los militares debieran ser *techies*, no siempre es bueno ser *fashionable*.

Douhet fue *techie* en su época (décadas de 1900 y 1910), ya que vislumbraba tempranamente el potencial militar de las naves autopropulsadas y generó toda una corriente tendiente al empleo del avión en combate. Pocos años después, la estrategia del empleo del poder aéreo se puso de moda, y fue la más innovadora de las tendencias para los *fashionables* del mundo militar. Esta moda, en todo caso, fue una de esas trascendentes que reflejó un cambio relevante, ya que significó la introducción de una nueva dimensión a la guerra; por lo mismo fue fácil que en corto tiempo el empleo del avión en combate dejara de ser una novedad para convertirse en algo cotidiano.

1. Para este artículo, se hablará de *techies* para referirse a quienes se ven más inclinados a adoptar rápidamente las nuevas tecnologías para incorporarlas lo antes posible a las actividades militares; mientras que el término *fashionable* será empleado para referirse a quienes buscan seguir las nuevas tendencias en la estrategia o pensamiento militar.

Más recientemente, las operaciones de información (INFOOPS) fueron otra muestra de una moda que surgió como reflejo de una era, en este caso, la de la información. Sin embargo, y a pesar que fue el avance tecnológico su principal impulsor, la internacionalización de esta idea, se estima, se ha producido más por la acción de *fashionables* que por la real posibilidad de adoptar y adaptar una tecnología o táctica militar a realidades particulares. El concepto INFOOPS ha estado en permanente evolución tal como lo está el entorno que las originó, eso habría impedido palpar concretamente sus beneficios en batalla, y hoy el concepto no representa más que una función de los Estados Mayores para diseñar líneas de operaciones y coordinar actividades con relación a la información. Otra cosa ha sido; sin embargo, la consolidación de algunas de estas actividades entre ellas, las operaciones de influencia y las ciberoperaciones.

Estas últimas junto a la profusión de los drones; por ejemplo, aparecen como una moda impulsada por el lado *techie* de los militares. Ambas tecnologías se consolidaron rápidamente, gracias a la facilidad para adoptarlas así como para acceder a la tecnología y conocimiento necesarios para su empleo eficaz. En el caso de los drones puede ser más fácil evidenciar tendencias de empleo operacional, por lo que los *fashionables* tendrán mejores pistas de como adoptarlas y adaptarlas; sin embargo, no sucede lo mismo con las ciberoperaciones, ya que su modo de empleo y efectividad operacional siguen sin ser evidentes y poco se difunde al respecto. Si bien al parecer todos quieren desarrollar la capacidad de operar militarmente en el ciberespacio, esta es una dimensión en la que aún existe la posibilidad de desarrollar doctrinas y conceptos operacionales *ad hoc* a las necesidades propias; en esta área, el desarrollo de doctrinas y tácticas aún puede hacerse independientemente a las tendencias para así crear estilos propios.

Hay algunas modas que podrían plantearse como *revivals*; es decir, un renacer de conceptos o técnicas previamente existentes pero renovadas gracias a las capacidades tecnológicas actuales. La

decepción y las operaciones psicológicas pueden identificarse dentro de estas últimas, ya que ahora como parte de las nuevas operaciones de influencia y gracias a Internet y las comunicaciones personales, los efectos de ambas se pueden masificar y potenciar como nunca antes.

El concepto de ISR es un viejo nuevo conocido que se suma a los *revivals*; ya que corresponde a una versión mejorada del viejo ciclo de inteligencia, pero potenciado esta vez con las tecnologías de la información y redes de datos actuales para tratar de llevarlo cerca del tiempo real. Es cierto que la tecnología ha ido posibilitando una mejor fusión de los datos obtenidos por sensores y medios de obtención diseñados para el control del espacio de batalla y, sin duda, la diseminación de inteligencia e informaciones, así como la representación de la situación ha llegado a niveles impresionantes en comparación a pocas décadas atrás; sin embargo, eso nunca ha dejado de ser un objetivo de la Inteligencia en general y la Inteligencia Naval en particular.² Por lo mismo, la novedad de esta moda consiste en acelerar el ciclo de inteligencia por medio de mejores procesos, renovar las TIC y, por cierto, emplear un lenguaje eficaz para convencer que es algo nuevo y, evidentemente, distinto de lo antiguo.

¿Existen *fads* en la actividad militar? Es difícil encontrar en el ámbito militar una situación que pueda asociarse a un comportamiento fugaz, trivial y que se difunda rápidamente por imitación; sin embargo, las decisiones asociadas a la elección del tipo de mimetismo en las tenidas de combate, parece acercarse bastante a esa descripción. En efecto, la cuestión de los patrones, diseños y colores de las manchas en el mimetismo, en ocasiones parece no tener un sentido práctico ya que; por ejemplo, diferenciar el tipo de mimetismo por instituciones o buscar cual es el mejor patrón para ser usado en los buques, no parecen asociados a criterios de utilidad en combate. En este sentido, da la impresión que es más fuerte la influencia de los *fashionables* que los *techies*.

2. Queda claro en la doctrina OTAN: "Intelligence, Surveillance, and Reconnaissance (ISR) provides the foundation for all military operations, and its principles have been used in warfare for centuries. [...] surveillance and reconnaissance can include visual observation [...] as well as electronic observation [...] Once surveillance and reconnaissance information has been obtained, intelligence specialists can analyse it, fuse it with other information from other data sources and produce the intelligence which is then used to inform military and civilian decision-makers, particularly for the planning and conduct of operations. En http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_111830.htm.

¿Furores?...quizás conceptos como Guerra contra el Terrorismo, Mutua Destrucción Asegurada, Guerra Fría, u otros similares; podrían representar un tipo de comportamiento militar colectivo de naturaleza y consecuencias serias, con el potencial de afectar globalmente por un largo período de tiempo. Este comportamiento se produce en los momentos de mayor exaltación de una moda, pero se asocia más a un énfasis en lo violento o la vehemencia.

Para terminar

Las modas pueden ser nuevas, pasajeras y triviales; pero en ocasiones también pueden estar representando un cambio cultural relevante. Por lo general, las modas son adoptadas por las personas ya sea de manera temprana o tardía, pero siempre son importantes para quienes las siguen.

En las modas militares sucede lo mismo, tanto para la adopción de nuevas tecnologías

como en la evolución del pensamiento militar, se imponen tendencias iniciadas por potencias militares -*trendies*-, así como por el contexto social, cultural, político y económico. Respecto de esto último, es importante hacer notar que la moda también puede imponerse a través del marketing de quienes la producen; en este ámbito, la industria de seguridad y defensa.

Respecto a las modas militares tenga en mente que (1) tanto *techies* como *fashionables* consideran que las modas son importantes y perseverarán en adoptarlas y utilizarlas; (2) podrían representar una incipiente innovación revolucionaria; por lo tanto, no hay que temerles y tampoco dejar de comprobar su efectividad; (3) para incorporarlas a las actividades cotidianas sus beneficios deben estar claramente identificados y su concepto de empleo bien definido, y (4) definitivamente no todas las modas se ajustarán a sus necesidades particulares.

* * *

BIBLIOGRAFÍA

1. James, Gillray. (1794). *Following the fashion*. London: Pubd. by H. Humphrey, 1794 Decr. 9th. Consultado en <http://lcn.loc.gov/99401787> el 27 de abril del 2015.
2. Javaloy, Federico; Espelt, Esteve y Rodríguez, Álvaro. (2007). *Comportamiento colectivo y movimientos sociales en la era global*. Compilado en *Psicología Social* (Morales, Gaviria, Moya y Cuadrado; Ed.) McGraw Hill, Madrid.
3. OTAN. (2015). *Joint Intelligence, Surveillance and Reconnaissance*. En http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_111830.htm. Obtenido el 27 de abril del 2015.
4. RAE. (2015). *Diccionario de la lengua española*. Versión en línea, www.rae.es. Consultado el 22 de abril del 2015.