

# ***LAS OPERACIONES MILITARES DE DECEPCIÓN: UN ENFOQUE DESDE PSICOLOGÍA***

*Military Deception: an approach from psychology*

***Francisco Javier Urra Riveros\****

**Resumen:** El presente artículo describe las operaciones de decepción desde un enfoque psicológico en el contexto de los actuales escenarios bélicos<sup>1</sup>, siendo fundamental la comprensión del comportamiento humano y de los procesos psicológicos que lo sustentan; profundizando en el rol de la persuasión y de las diferentes teorías asociadas a cada uno de los procesos cognitivos implicados; y que contribuirán al desarrollo de las operaciones de Decepción.

**Palabras claves:** Operaciones de Decepción (Mildec) – Psicología – Procesos cognitivos – Persuasión

**Abstract:** This article describes deception operations from a psychological approach in the context of current war scenarios, the understanding of human behavior and the psychological processes that sustain it is fundamental; delving into the role of persuasion and the different theories associated with each of the cognitive processes involved; and that they will contribute to the development of Deception operations.

**Key words:** Deception Operations (Mildec) – Psychology – Cognitive processes – Persuasion

---

\* Capitán de reserva en el arma de Artillería; Psicólogo y Perito Judicial, Magister en Educación Superior mención Docencia e Investigación Universitaria (Univ. Central) y Magister en Ergonomía (Univ. de Concepción); Postítulo Profesional en Administración de RRHH. (Univ. Católica del Norte), Certificate in Ergonomics and Human Factors (School of Public Health, Harvard University). Se ha desempeñado como académico en diversas universidades en las asignaturas de: Ergonomía, Salud Ocupacional, Psicología de la Comunicación. Correo: Ps.ergo.furra@gmail.com

<sup>1</sup> Guerra Híbrida y Guerras de Quinta Generación.

## Introducción

La guerra, entendida como un conflicto social en el que dos o más grupos humanos se enfrentan de manera violenta con objetivos políticos a ser alcanzados por la fuerza, ha sido una constante en la historia de la humanidad; sin embargo, las formas de hacer la guerra y sus objetivos han cambiado a lo largo del tiempo.

Al respecto, una de las clasificaciones bélicas más aceptadas en la actualidad corresponden a las descritas por William Lind<sup>2</sup>; cuyo argumento hace referencia a que después de la “*Paz de Westfalia*”<sup>3</sup> el mundo vio tres generaciones de guerras, con la presencia durante estos últimos años de una guerra denominada de cuarta generación, con características distintas a todas las anteriores; en la cual, la tecnología sería el arma principal, no identificándose líneas o frentes definidos por parte del enemigo; por lo tanto, su presencia en el campo de batalla será difusa y la diferencia entre militares y civiles en el escenario podría desaparecer, cambiando sustancialmente el paradigma de la guerra; identificándose que los recursos y los objetivos e intereses a alcanzar, englobarían tanto interés públicos como privados; “*La idea principal es que el Estado ha perdido su monopolio de la guerra y, a nivel táctico, incluye desde el aspecto armamentista al psicológico*”. (Aharonian<sup>4</sup>, 2018. Citado por Hayo, 2019).

Derivado de lo anterior, podemos observar que los actuales escenarios tecnológicos han generado prototipos de comunicación e información, en el cual, las redes sociales y las plataformas digitales cobran relevancia en todos los sectores del desarrollo; al respecto, en el ámbito militar, la información que se transmita por los medios de comunicación y redes sociales durante una crisis, influirá tanto en la población como en el adversario, surgiendo así las INFOOPs<sup>5</sup> siendo estas desarrolladas principalmente para dicho propósito.

De esta forma, comienza a surgir una nueva categoría de guerras llamada de quinta generación o guerra sin límites, cuyo objetivo se orientará a demoler la fuerza intelectual del enemigo, obligándolo a buscar un compromiso, valiéndose de cualquier medio, incluso sin armas; es decir, se tratará de una manipulación directa sobre el ser humano a través de su parte neurológica (Aharonian, 2018). Y será en estas guerras en que:

---

<sup>2</sup> Político conservador y escritor estadounidense, Master en Historia y co-autor del libro: “El rostro cambiante de la guerra: en la cuarta generación” (4GW).

<sup>3</sup> La Paz de Westfalia se refiere a los dos tratados de paz de Osnabrück y Münster, firmados el 24 de octubre de 1648 en la región histórica de Westfalia, con los cuales finalizó la guerra de los treinta años en Alemania y la guerra de los ochenta años entre España y los Países Bajos.

<sup>4</sup> Periodista y comunicador uruguayo. Magíster en Integración; preside la Fundación para la Integración Latinoamericana (FILA) y dirige el Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico. (CLAE, [www.estrategia.la](http://www.estrategia.la)).

<sup>5</sup> Operaciones de Información.

Los medios masivos y de redes sociales<sup>6</sup>, tendrán como objetivo generar la desestabilización en la población a través de operaciones de carácter psicológico prolongado; afectando la psiquis colectiva, la racionalidad y la emocionalidad, contribuyendo así al desgaste político y a la capacidad de resistencia (2018).

### **Las Operaciones de Decepción**

La RAE<sup>7</sup> define el término “Decepción” como: “*El pesar causado por un engaño, o como sinónimo de engaño, y a este como acción o efecto de engañar, o falta de verdad en lo que se dice, hace, cree, piensa o discurre*” (RAE; 2020). Al respecto, nuestra doctrina institucional, considera como parte de los componentes de las operaciones de información<sup>8</sup>, las denominadas Operaciones de Decepción, definidas en el Diccionario Militar (2011), como: “*Las medidas adoptadas tendientes a confundir al adversario a través de la manipulación, distorsión o falsificación de la evidencia que lo induzcan a reaccionar de manera perjudicial a sus intereses*” (MDO-90906, 2011, p.71); siendo estas enfocadas a la ejecución de acciones para engañar deliberadamente a quienes toman decisiones militares por parte del adversario, en lo que respecta a las capacidades, intenciones y operaciones de las fuerzas propias (RDO-20909, 2010).

Por lo tanto, se puede decir que las operaciones de decepción contribuyen al logro de un objetivo, potenciando el combate de acuerdo con la información que se obtiene; lo que, a su vez, en el lado contrario sea una acción desfavorable en sus operaciones (Dauber, 2009).

Importante será considerar los medios de información tradicional, RRSS<sup>9</sup> y plataformas tecnológicas, los cuales serán reconocidos como los escenarios en los que se librarán las guerras de quinta generación, y en las cuales se desarrollarán dichas operaciones, tomando en cuenta que quienes las promueven, tratarán de imponer una narrativa afín a sus propios intereses; estos medios masivos son parte integral del esquema de las guerras de quinta generación, siendo empleados para generar una desestabilización en la población a través de operaciones de carácter psicológico prolongado; afectando la psiquis colectiva, la racionalidad y

---

<sup>6</sup> Medios masivos y de redes sociales concebidos como parte integral del esquema de esta guerra.

<sup>7</sup> Real Academia Española.

<sup>8</sup> INFOOPS; Operaciones militares que tienen como objetivo integrar todas las capacidades relacionadas con la información de manera centralizada, pero con una ejecución descentralizada para alcanzar la superioridad en el ámbito de la información.

<sup>9</sup> Redes Sociales.

la emocionalidad, además de contribuir al desgaste político y a la capacidad de resistencia.

En consecuencia, surge la necesidad (desde la psicología) de comprender las bases del comportamiento humano, así como los procesos y teorías psicológicas que lo sustentan, siendo fundamental para explicar la contribución de esta disciplina científica al desarrollo de las MILDEC (Operaciones de Decepción), permitiendo así responder con eficacia a tales intentos de distorsión de la realidad e influencias por parte del adversario, aportando al logro de los objetivos orientados al cumplimiento de la misión.

### **Mildec: un enfoque desde los procesos cognitivos**

El engaño es, ante todo, un fenómeno cognitivo; ocurre en nuestra mente; por lo tanto, la capacidad mejorada para detectar el engaño dependerá en gran medida del procesamiento cognitivo mejorado de la información; y si bien, las investigaciones en psicología cognitiva no proporcionan directa e inmediatamente soluciones al fenómeno de la decepción y engaño, ofrece ideas que podrían ser consideradas en la planificación de dichas acciones.

Una vez que logramos comprender cómo la mente procesa la información (incluyendo los diversos sesgos perceptivos y cognitivos a los que las personas están sujetas), podremos buscar formas de compensar algunos de estos problemas básicos en el procesamiento de la información humana.

Respecto al engaño, la OTAN<sup>10</sup> lo define como: “aquellas medidas destinadas a engañar al enemigo mediante la manipulación, distorsión o falsificación de pruebas para inducirlo a reaccionar de manera perjudicial para sus intereses” (OTAN AAP-06, 1973), dicho de otra forma, las operaciones de decepción y engaño corresponderán a medidas deliberadas que permitan inducir a error a un tomador de decisiones específico para que se comporte de una manera ventajosa para las fuerzas amigas.

Por su parte, podemos agregar que la investigación en psicología experimental se orientará al análisis de problemas de estrategia, engaño militar y contra engaño; y al llevar a cabo este engaño, quien lo realice contará con una clara ventaja; y “la evidencia empírica confirma las suposiciones extraídas de la psicología cognitiva: el engaño rara vez fallará cuando se aproveche de las ideas preconcebidas de un objetivo”. (Heuer, 1981).

---

<sup>10</sup> Organización Tratado del Atlántico Norte.

Derivado de lo anterior, cobra relevancia la teoría de la atribución de Heider<sup>11</sup> (como sub-campo de la psicología), la cual nos permitirá analizar el cómo explicamos el comportamiento de las personas; según Heider, tendemos a atribuir la conducta de los demás, ya sea a una causa interna o una causa externa del comportamiento; las causas o atribuciones internas se refieren a las características y rasgos individuales, rasgos de personalidad, inteligencia, motivación, ésta también incluirá las actitudes y creencias; mientras que las causas externas incluirán factores tales como los incentivos y restricciones, los requisitos de funcionamiento, o dificultad de una tarea.

La teoría de la atribución examinará las circunstancias bajo las cuales atribuimos el comportamiento a cualquiera de estas causas (internas o externas). El error de atribución fundamental será sobrestimar la importancia de los rasgos y disposiciones personales para determinar el comportamiento.

Autores como Edward Jones & Keith Davis (1965), señalaron que las personas hacen inferencias sobre otros cuando las acciones son intencionales, y no accidentales; en su teoría de la interferencia nos explican por qué la gente da atribuciones internas o externas; según esta teoría, cuando las personas observan a otros actuar de cierta manera, buscan una correspondencia entre los motivos y sus comportamientos. De este modo, las inferencias que hacemos se basarían en el grado de elección, la probabilidad de aparición de la conducta y los efectos de ese comportamiento. (Rodríguez, 2016).

Por su parte, en el contexto militar el engaño apoyará los principios de: necesidad, proporcionalidad, distinción, humanidad; propios de la Ley internacional de conflictos armados<sup>12</sup>, la cual establece que en todo conflicto, las artimañas y engaños serán legítimos y deberán esperarse; al respecto, en las guerras de quinta generación las batallas serán parte del espacio de información en el cual todas las personas podrán contar con la capacidad para recopilar (rol sensor), y todas las personas podrán contar con la capacidad para compartir (rol locutor).

Surge así el presente dilema: “El engaño se vuelve más difícil a medida que aumenta el número de canales de información disponibles para la víctima, sin embargo, dentro de ciertos límites, cuanto mayor sea el número de canales

---

<sup>11</sup> Fritz Heider fue un psicólogo austríaco cuyo trabajo estaba relacionado con la escuela de la Gestalt. El año 1958 publicó la psicología de las relaciones interpersonales, centrado en la teoría del equilibrio y la teoría de la atribución.

<sup>12</sup> La ley internacional es un sistema para gobernar las relaciones legales entre los Estados, los cuales son responsables de sus propios asuntos económicos, sociales, culturales y políticos. En 1949, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la Declaración Universal de los Derechos Humanos y posteriormente creó convenciones y convenios relacionados entre sí, los cuales forman las bases de la Ley Internacional.

controlados, mayor será la probabilidad de que se crea el engaño”. (Jones<sup>13</sup>, 1980, citado por Verall<sup>14</sup>, 2018, p.5).

Desde esta perspectiva, es interesante considerar el concepto militar de “Stratcom<sup>15</sup>” el cual para la doctrina de la OTAN, propone una serie de capacidades para contribuir a su puesta en marcha; dichas capacidades han de contribuir a establecer el marco aliado a su narrativa final, siendo entre otras las siguientes: “Estimar los efectos sobre las percepciones, actitudes, comportamientos, creencias y acciones de las audiencias objetivo”, “Desarrollar y distribuir, oportunamente y adecuados a cada cultura, mensajes basados en las narrativas” y “Desarrollar y distribuir, de forma rápida, información específicamente diseñada para influir en las audiencias seleccionadas”. (Vásquez, 2016, p.377).

En esta misma línea investigativa, cobra relevancia el fenómeno de la persuasión, entendida como: “La capacidad o habilidad para convencer a una persona mediante razones o argumentos para que piense de una determinada manera”; al respecto, algunos autores como Miskimmon, O’Loughlin y Roselle<sup>16</sup> (2013) establecieron cuatro aproximaciones a la persuasión en las relaciones, siendo estas: la aproximación racionalista, comunicativa, reflexiva y post estructuralista, de tal modo que tanto las autoridades como los profesionales puedan elegir las características que mejor se aproximen a su objeto de estudio en función de las preguntas e hipótesis planteadas. (Vásquez, 2016).

---


<sup>13</sup> Reginald Victor Jones, fue un físico británico y experto en inteligencia militar científica que desempeñó un papel importante en la defensa de Gran Bretaña en la Segunda Guerra Mundial, resolviendo problemas científicos y técnicos mediante el uso extensivo del engaño a lo largo de la guerra para confundir a los alemanes.

<sup>14</sup> Ps. Neil Verrall, Doctor en FBPsS, Psicólogo principal del Equipo de Comportamiento Humano del Grupo de Ciencias Sociales y Humanas del Laboratorio de ciencia y tecnología de defensa (DSTL) del Ministerio de Defensa de UK.

<sup>15</sup> Estrategia Comunicacional.

<sup>16</sup> Autores de la obra: “Strategic narrative: A new means to understand soft power” (2014).

**Tabla 1.** Espectro de la Persuasión

Espectro	Aproximación	Ontología de las RR.II.	Papel de la comunicación	Papel de la persuasión
	Racionalista	Interacciones de los actores con unas preferencias en una estructura de anarquía	Estratégico. Señales con intención de manipular impresiones	Secundario para los estímulos materiales (coerción, negociación), pero posible comprometiendo a otros a la acción a través de la retórica o produciendo un plan en los que los demás están dispuestos a comprometerse
	Comunicativa	Interacciones entre actores con identidades crean comprensiones intersubjetivas del sistema	Intercambio de reivindicaciones entre actores	Buenos argumentos pueden crear consenso y conformar cómo otros ven el mundo
	Reflexiva	Actores cuyas identidades están mutuamente implicadas y cuyas acciones generan respuestas entre los otros	Estratégico a veces cuando los actores dirigen las contradicciones en las identidades de los otros	Cambiar el comportamiento haciendo públicos sus fallos
	Postestructuralista	Discurso manifiesto en la práctica (relaciones poder-conocimiento)	Fundamental. Discursos estables definen lo que cuenta como válido. Los actores establecen el discurso.	Todos los actores nacen del discurso, pero los intereses pueden ser distintos, pudiendo resistirse

Fuente: Miskimonn, Alister et al, p.106, 2013; citado por Vásquez (2016).

Por otra parte, importante agregar lo señalado en la obra Sociología del Conflicto (1995); al respecto su autor, Julien Freund, expresa que el conflicto consiste en una confrontación de voluntades donde el poder se manifiesta de variadas maneras, tales como “*el chantaje y la intimidación*” y “*la violencia directa o procedimientos más disimulados, incluso insidiosos, porque su objetivo es a largo plazo*” (CEEAG, 2020 p.16).

Derivado de lo anterior, podemos identificar una serie de elementos que nos permitirán identificar cada una de las teorías asociadas a cada uno de los procesos cognitivos implicados en el desarrollo de las operaciones de Decepción.

El siguiente cuadro nos permite identificar cada una de ellas:

**Tabla 2.** Teorías Contribuyentes

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	TEORÍA
Atención	Cómo se puede influir, dirigir o enfocar la atención (atraer / distraer).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesgo de atención</li> <li>• Efecto de aislamiento</li> <li>• Efecto de rareza</li> </ul>
Patrones	Cómo el cerebro prefiere notar patrones, vínculos y relaciones en datos, información o eventos. (repetición, condicionamiento, formación de hábito)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falacia del jugador</li> <li>• Correlación ilusoria de agrupamiento</li> <li>• Condicionamiento clásico</li> </ul>
Creencias	Cómo las creencias pueden moldear las percepciones (expectativas).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efecto de sesgo de creencias</li> <li>• Sesgo de confirmación</li> <li>• Sesgo optimista</li> <li>• Estereotipos</li> </ul>
Presentación de la información	La forma en que la presentación de información puede moldear la cognición. (estímulos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efecto de ambigüedad</li> <li>• Efecto señuelo</li> <li>• Efecto de encuadre</li> <li>• Aversión a la pérdida</li> </ul>
Influencias sociales	Cómo las situaciones de grupo (incluido el idioma y la cultura) pueden influir en el pensamiento y la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento de grupo</li> <li>• Polarización de grupo</li> </ul>

Fuente: Engaño militar: una perspectiva psicológica de construcción de conocimiento (Neil Verrall<sup>17</sup>, 2018)

**1. La atención:** Es la capacidad para seleccionar y concentrarse en los estímulos relevantes, un proceso cognitivo que permite orientarnos hacia estímulos y procesarlos para responder en consecuencia; es una capacidad que nos sirve para crear, guiar y mantener nuestro cerebro activo, de manera que podamos procesar correctamente la información. Desde la perspectiva de las MILDEC, la atención cobra relevancia dado que nos permitirá desarrollar acciones que permitan influir, dirigir o enfocar la atención<sup>18</sup> hacia un objetivo deseado.

<sup>17</sup> Ps. Neil Verrall, Doctor en FBPsS, Psicólogo principal del Equipo de Comportamiento Humano del Grupo de Ciencias Sociales y Humanas del Laboratorio de ciencia y tecnología de defensa (DSTL) del Ministerio de Defensa de UK.

<sup>18</sup> Atraer o distraer.



### **Teorías asociadas:**

- **Sesgo de atención:** Tendencia a prestar mayor atención o fijarnos con anterioridad a unos estímulos respecto a otros; tendemos a fijarnos en la información que es congruente con nuestro estado de ánimo y nuestro sistema de creencias.
- **Efecto Von Restorff<sup>19</sup>:** O efecto de aislamiento, establece que un elemento que "destaca" por sobre los demás estímulos del entorno el cual tendrá más probabilidades de ser recordado que el resto de los elementos. Por ejemplo, si un suboficial del servicio de Material de Guerra realiza una lista de repuestos, subrayado uno de la lista con marcador fluorescente, será más probable que recuerde dicho repuesto resaltado más que cualquiera de los otros.
- **Efecto de rareza:** La tendencia a recordar con mayor facilidad la información extraña por sobre la información de carácter común; no obstante, aún no existe consenso por parte de la comunidad científica para que sea reconocido como un sesgo de carácter cognitivo.

**2. Patrones de Conducta:** Una forma de conducta que hace las veces de modelo, dichos patrones corresponderán a normas específicas las cuales orientarán la respuesta o acción ante situaciones o circunstancias específicas. Los patrones de conducta dicen relación con la forma en que el ser humano pueda reaccionar<sup>20</sup> regidos por una serie de pautas externas aceptadas por la sociedad.

### **Teorías Asociadas:**

- **Falacia del jugador:** El principal engaño consiste en creer que un evento aleatorio pasado condicionará el resultado de un evento aleatorio futuro. Al respecto un suceso aleatorio tendrá más probabilidad de ocurrir porque no ha acaecido durante un periodo de tiempo y menor probabilidad si este no ha sucedido durante un periodo de tiempo, así también un suceso aleatorio tendrá menor probabilidad de ocurrir si ocurrió recientemente y mayor probabilidad en caso contrario; las personas pensamos que somos mejores, calculando probabilidades de lo que realmente somos.
- **Correlación ilusoria:** Tendencia para basarnos únicamente en casos confirmados de nuestras hipótesis, ignorando los casos no confirmados; creamos asociaciones o correlaciones entre diferentes variables que permitan confirmar nuestras creencias, percibiendo así la relación entre dos o más

---

<sup>19</sup> Hedwig von Restorff, fue una Dra. en Psicología de la Universidad de Berlín Alemania, estudió y practicó la psicología según las tradiciones de la Gestalt. Durante su carrera trabajó en la Universidad de Berlín como asistente postdoctoral de Wolfgang Köhler.

<sup>20</sup> Hacer, sentir y actuar.

variables con mayor fuerza de lo que es en realidad, aun cuando dicha relación no exista.

- **Ilusión de agrupamiento:** La capacidad para asignar significados a patrones aleatorios que inevitablemente ocurren en gran cantidad de datos. La ilusión de agrupamiento surge por la representatividad humana y el error de confirmación; y será causada por una tendencia a subestimar la cantidad de variabilidad, siendo probable que aparezca en una pequeña muestra de datos aleatorios.
- **Condicionamiento clásico:** Este tipo de aprendizaje conlleva a respuestas automáticas mediante asociaciones entre estímulos del ambiente que provocan una determinada reacción; en él cobra relevancia la interacción con el entorno, en el sentido de que va moldeando el comportamiento y elementos que, en principio siendo neutros, acaban convirtiéndose en condicionados.

**3. Creencias:** Las creencias son estados mentales en los que uno supone que “algo” es verdadero o probable y pueden moldear las percepciones y expectativas; estas se expresan mediante afirmaciones y se aplican en diferentes tipos de actitud mental, que pueden clasificarse utilizando algunas distinciones básicas. Las creencias plenas implicarán la aceptación sin reserva de que algo es cierto, mientras que las creencias parciales incluyen un grado de certeza con respecto a la probabilidad.

Las creencias pueden ser adquiridas desde la infancia por transmisión de los padres, la sociedad o la religión (imitación); también una persona podrá internalizar y hacer propias, las características de un líder carismático aun cuando las creencias del líder estén en contradicción con sus intereses.

En el contexto de las MILDEC, cobran relevancia los medios de comunicación, los cuales pueden llegar a formar o cambiar creencias mediante la repetición o asociación de emociones positivas.

Las personas necesitan asociar su experiencia con creencias racionales que permitan evitar contradicciones cognitivas justificando así su comportamiento. Al respecto, el valor de la tradición, así como la seguridad y el cumplimiento de las normas impuestas por la organización, o por un superior, jugará un rol primordial.

#### **Teorías Asociadas:**

- **Efecto de sesgo de creencias:** Tendencia a juzgar la fuerza de los argumentos basado en la plausibilidad de su conclusión, más que en cuán firmemente se apoya dicha conclusión (Sternberg, Jacqueline & Leighton, 2004). Es más probable que una persona acepte un argumento que respalde una conclusión que esté alineada con sus valores, creencias y conocimientos

previos, mientras rechaza los argumentos en contra de la conclusión. Corresponde a una forma de error común y significativo; nuestras creencias pueden afectar el razonamiento y llevarnos a una conclusión equivocada.

- **Sesgo de confirmación:** Tendencia a favorecer, buscar, interpretar, y recordar información que nos permita confirmar nuestras propias creencias o hipótesis, otorgando menos consideración a otras probables alternativas. El sesgo de confirmación es frecuente de identificar en publicaciones con contenido emocional, así como en creencias firmemente enraizadas.

El sesgo de confirmación puede llevarnos a interpretar las pruebas que apoyan una postura existente, permitiéndonos explicar:

- La polarización de las actitudes por parte de un grupo de personas. (cuando un desacuerdo se hace más extremo o polarizado a pesar de que las diferentes partes están expuestas a las mismas pruebas).
- La perseverancia de las creencias (cuando las creencias de las personas persisten pese a que se ha demostrado su falsedad).
- El efecto de primacía irracional (cuando se tiene mayor confianza a las primeras experiencias tenidas con algún hecho, que a las más recientes).
- La correlación ilusoria (cuando la gente falsamente percibe una asociación entre dos acontecimientos o situaciones).

Este sesgo otorga relevancia a la evidencia que, confirme las creencias originales, generan un exceso de confianza, incluso frente a pruebas que puedan invalidar la evidencia. Este modo de razonamiento puede conducir a desastres cuando se implementa en el ámbito militar, político, económico y social.

- **Sesgo optimista:** Creencia de que, contra todo pronóstico, las cosas saldrán bien a nivel individual (Ej.: a mí no me va a ocurrir); dice relación a que el futuro será mejor que el pasado y presente; sin embargo, nos puede llevar a la toma de decisiones bajo condiciones de riesgo innecesario, siendo dicha decisión influenciada por el hecho de que pensamos positivamente sobre el futuro, pero que nos hace subestimar las probabilidades de vivir experiencias negativas.
- **Estereotipos:** Modelos o patrones de conducta que definen cómo las personas deben ser, actuar, pensar y sentir en un contexto social determinado; representando un conjunto de atributos o características que se les asignan. Estos pueden ser preconcebidos, negativos, positivos o neutros; en todos los casos, marcan el rol y las habilidades de las personas desde que nacen, generando, muchas veces, situaciones de desigualdad y discriminación. Los estereotipos tienen su origen en el entorno familiar, en el contexto social y en los medios de comunicación, tanto tradicional como digital, los cuales jugarán un rol importante en la creación de la imagen estereotipada; dictan

modelos y comportamientos a imitar que son una vía eficaz para preservar la idea de desigualdad.

- 4. Presentación de la información:** La forma en que la presentación de información puede moldear la cognición; corresponde a la acción y efecto de presentar o presentarse (hacer manifestación de algo o dárselo a alguien, proponer, introducir a alguien o algo). Dicho proceso nos permite exhibir el contenido de un tema frente a una audiencia. Se trata de ofrecer información o hacerla pública a través de un discurso, textos, imágenes, vídeos, grabaciones de audio o componentes multimedia.

**Teorías Asociadas:**

- **Efecto de ambigüedad:** Sesgo cognitivo en el cuál la toma de decisiones se ve afectada por falta de información; al respecto, las personas tienden a seleccionar opciones para las cuales se conoce un resultado favorable, por sobre una opción para la que cual se desconoce la probabilidad de un resultado favorable. Es humano evitar el conocimiento ambiguo, asumir que las cosas son cognoscibles cuando no lo son. El efecto de ambigüedad está relacionado con la ilusión de agrupamiento; cuando se presenta una gran cantidad de variables de confusión, las personas aún tienden a afirmar que conocen lo “incognoscible”.
- **Efecto señuelo:** Efecto de dominio asimétrico o “*Decoy Effect*” en inglés; corresponde a un mecanismo de persuasión del inconsciente, generando cambios en la toma de decisiones por parte de la persona, mediante la utilización de un señuelo para distraer la atención; consiste en una estrategia basada en la comparación y tiene el objetivo de aumentar la preferencia hacia un estímulo determinado. El efecto señuelo hace que los estímulos y las circunstancias que lo rodean se perciban de manera distinta a la realidad. Consiste en utilizar una “distracción” (generalmente, otro estímulo) como fuerza motriz para influir en la toma de decisiones y el comportamiento de las personas.
- **Efecto de encuadre:** Fenómeno psicológico según el cual una misma información presentada de forma distinta, dará lugar a conclusiones diferentes; dicho de otra forma, el cómo se presente la información (su marco), alterará la decisión final. Este se refiere a representaciones alternativas de la misma información objetiva que terminan alterando significativamente las suposiciones, modelos y decisiones finales de una persona sobre dicha información.
- **Aversión a la pérdida:** Corresponde a la tendencia para priorizar el hecho de no perder antes que ganar; entendida como una resistencia a la pérdida debido al alto impacto emocional que la posibilidad de perder genera; de hecho, la

presencia de pérdidas genera una activación emocional mucho mayor que el que provoca una posible ganancia (Castillero, s.f.). La aversión puede provocarnos un sesgo cognitivo que favorezca conductas no arriesgadas por miedo a las pérdidas; es decir, podemos no arriesgarnos para obtener un bien de mayor utilidad o incluso arriesgar y perder más de lo necesario si lo que intentamos es evitar una pérdida.

**5. Influencia Social:** Proceso psicológico social en el que una o varias personas influyen en el comportamiento, actitud, sentimientos, opinión y/o actitudes de los demás. En este proceso se tienen en cuenta factores como la persuasión, la conformidad social, la aceptación social y la obediencia social. Se basa en los cambios de conducta o pensamiento que se producen en un sujeto debido a una serie de procesos mentales derivados de la comunicación con otros seres o medios.

Esta influencia puede ser dirigida a un fin o simplemente debida a la presión de grupo, derivándose de lo que el propio sujeto considere que se le pide o de lo que directamente le sea comunicado.

Algunos factores que afectan al nivel de la influencia son: la cohesión grupal, la cual podría generar presión a la conformidad; el tipo de normas sociales; el tamaño de los grupos o las posiciones y roles de los diversos elementos que van a influir entre sí, las expectativas sobre la conducta propia y ajena; o el valor otorgado a la propia opinión y a la de los demás. Podemos identificar que la influencia ejercida hacia una persona por parte de otra o de un colectivo, puede ser principalmente de dos tipos:

*Informativa:* La cual tiene como objetivo un cambio en los juicios, pensamientos o conductas del individuo influido, como resultado de la confianza y el convencimiento en que la postura ajena es más correcta que la sostenida inicialmente; por lo tanto, produce en ella un proceso de conversión, habiendo una conformidad internalizada o privada con lo expuesto por los otros.

*Normativa:* La cual tiene como objetivo que la persona si bien aún no ha sido realmente convencida y sigue pensando que su postura, acción u opinión es mejor que la proveniente del exterior; debido a otras circunstancias (deseo de aceptación o el rol ejercido dentro de un grupo), la persona acaba cediendo y actuando en contra de sus propias creencias, sometándose a la voluntad de los otros.

#### **Teorías Asociadas:**

- **Pensamiento de grupo o "Groupthink":** Fenómeno que se presenta cuando el deseo de mantener la lealtad al grupo es más importante que tomar la mejor decisión posible; por lo tanto, las personas tienden a presentar mayor

dificultad al pensar de manera independiente en situaciones de grupo; es decir se refiere a la capacidad de medir la realidad, y hacer determinaciones morales gracias a presiones de grupo.

Al respecto, cualquier tipo de disidencia será mal vista, y podría concluir con la expulsión del grupo, esto crea la ilusión de pacto y conformidad. Los grupos también pueden llegar a conclusiones o decisiones, incluyendo postulaciones morales, que van más allá de las creencias individuales de sus integrantes; por lo tanto, el pensamiento de grupo puede llegar a causar una mayor valoración positiva dirigida hacia la armonía y consenso más que nuestro propio juicio, y podría generar comportamientos poco éticos.

- **Polarización de grupo:** Fenómeno que puede cambiar la manera de pensar de los miembros de un mismo grupo en pro de aquella que tiene más aceptación. Se refiere al fortalecimiento de las preferencias iniciales de un grupo. Hablamos de ideas o conductas -como forma de manifestación de estas ideas- que se afianzan.

En la polarización, la decisión tomada por los miembros del grupo se aleja del punto medio, y se aproxima a uno de los polos del espectro de opiniones que ya existían previamente en el grupo.

Por así decirlo, en la polarización, el grupo tiende a alejarse del medio o punto moderado de un continuo de posicionamientos siguiendo la tendencia predominante en el grupo. (Martin; 2019)

## Conclusiones

Como podemos observar, el engaño militar<sup>21</sup> y la desinformación a lo largo de la historia han sido una constante; al respecto, la búsqueda de la ventaja en las operaciones militares, generando la necesidad de minimizar los efectos adversos del combate sobre las fuerzas propias, han convertido al engaño militar en una disciplina cada vez más relevante; más aun considerando el contexto actual en la era de las denominadas guerras de quinta generación, en la cual el manejo de la información será determinante para el logro de los objetivos. Derivado de lo anterior, será relevante reconocer la importancia que cobran las operaciones de información (INFOOPS), definidas por la doctrina americana como:

El empleo integrado, durante las operaciones militares, de las capacidades relacionadas con la información, junto a otras líneas de operación para influir, alterar, dañar o usurpar la toma de decisiones de los adversarios y

---

<sup>21</sup> Término usado en el contexto de lo informacional

posibles adversarios, mientras se protegen la nuestra. (US Joint Chiefs of Staff, 2012).

De lo anterior, se deduce que las INFOOPs si bien serán planificadas tanto en los niveles estratégicos como operacional, su aplicabilidad será en todos los niveles, incluido el nivel táctico; pretendiendo lograr determinados efectos en el ámbito de la información y contribuyendo decisivamente al dominio de esta.

En estos escenarios, las MILDEC como parte de las INFOOPS, el adversario hará un amplio uso de ellas para deslegitimar las acciones propias, amplificando así su trascendencia; siendo la psicología, la disciplina científica que nos permitirá comprender los principios asociados al poder de influencia y al engaño, acciones propias de este tipo de operaciones; por lo que el estudio de la conducta y el comportamiento humano, así como también el desarrollo del conocimiento y la adquisición de competencias en estas materias, será fundamental; dado que las MILDEC, formarán parte de la planificación militar en este tipo de operaciones de información.

Finalmente, si bien podemos observar la presencia de evidencia empírica con relación al fenómeno de la decepción, es importante considerar que dichas herramientas aportadas por las ciencias del comportamiento, no solo deberían ser consideradas en la teoría, sino que se sugiere que estas puedan ser aplicadas en ejercicios y entrenamientos militares con el objetivo de que la fuerza propia pueda fortalecer y desarrollar dichas habilidades, las que una vez adquiridas permitirán asegurar el logro de los objetivos.

## **Referencias**

- Aharonian, A. (2018). *Enfrentar la guerra de quinta generación con arcos y flechas*. <https://rebellion.org/enfrentar-la-guerra-de-quinta-generacion-con-arcos-y-flechas/>.
- Castillero, O. (s.f.). *Aversión a la pérdida: ¿en qué consiste este fenómeno psicológico?* *Psicología y Mente*. <https://psicologiymente.com/psicologia/aversion-a-la-perdida>.
- Castillero, O. (s.f.). *Teoría de la Influencia Social: sus aportes psicológicos*. *Psicología y Mente*. <https://psicologiymente.com/psicologia/teoria-influencia-social>.
- Dauber, C. (2009). *La verdad sí existe: Responder a las operaciones de desinformación y engaño insurgentes*. Military Review.

- Ejército de Chile. (2011). *MDO – 90906 “Manual Diccionario Militar”*. División Doctrina.
- Hayo, P. (2019). *La guerra de cuarta generación y las amenazas asimétricas*. Revista “Política y Estrategia” N° 134. Academia Nacional de Estudios Políticos y Estratégicos (ANEPE). <https://www.politicaestrategia.cl/index.php/rpye/article/view/788/469#:~:text=Seg%C3%BAn%20Lind%20y%20los%20coautores,en%20Europa%20y%20en%20Am%C3%A9rica>.
- Heuer, R. (1981). *Engaño estratégico y contra engaño, un Enfoque de proceso cognitivo*. Calhoun: The NPS Institutional Archive DSpace Repository. <https://calhoun.nps.edu/handle/10945/44276>.
- Martin, R. (2019). *¿Qué es la polarización grupal? La mente es maravillosa; Psicología-Psicología Social*. <https://lamenteesmaravillosa.com/que-es-la-polarizacion-grupal/>.
- Murphy, J. (2012). *The Need for Defence Diplomacy Analysis*. <https://www.rusi.org/analysis/commentary/ref:C4FA251046DCE9/#.VXvnUFJMcuc>.
- Real Academia Española (2020). *Diccionario de la lengua española; Edición del Tricentenario. Actualización 2020*. <https://dle.rae.es/decepci%C3%B3n>.
- Rodríguez, E. (2016). *Cómo explicamos el comportamiento: la teoría de la atribución*. <https://lamenteesmaravillosa.com/explicamos-comportamiento-la-teoria-la-atribucion/>.
- US JOINT CHIEFS OF STAFF. (2012). *Joint Publication JP 3-13. Information Operations*.
- Verall, N. (2018). *Engaño militar: una perspectiva psicológica de Construcción de conocimiento. Laboratorio de ciencia y tecnología de defensa (DSTL)*, [http://www.iamps.org/\\_Presentations/2018\\_Verrall.pdf](http://www.iamps.org/_Presentations/2018_Verrall.pdf).
- Vásquez, M. (2016). *Tesis Doctoral: La comunicación estratégica y la diplomacia de defensa en las operaciones en el exterior*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Departamento de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales. España. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/37506/>.