

# Sumario

Agradecimientos .....	9
<b>Introducción: justificación y plan de exposición,</b> <i>por Juan Antonio Gaitán Moya</i> .....	11
<b>1. Comunicación de crisis y mediaciones,</b> <i>por José Luis Piñuel Raigada</i> .....	17
1.1. Marcos sociales y cognitivos de los procesos de Comunicación .....	20
1.2. Distinguir lo que es comunicación de lo que no es comunicación para saber en qué «tableros» se juega ....	24
1.3. La comunicación EN, DE y PARA las misiones encomendadas a las Fuerzas Armadas y el Periodismo.	36
1.4. Referencias.....	39
<b>2. La comunicación estratégica en las Fuerzas Armadas.</b> <b>El modelo del ejército de tierra, por José Luis Chaves</b> ..	41
2.1. Introducción.....	44
2.2. La comunicación estratégica .....	48
2.3. La comunicación estratégica en el ámbito de la defensa .....	51
2.4. La comunicación estratégica en el ejército de tierra .....	53
2.4.1. La mentalidad de Comunicación Estratégica en el Ejército de Tierra .....	54
2.4.2. El proceso de la Comunicación Estratégica en el Ejército de Tierra .....	55

2.4.3. La capacidad de Comunicación Estratégica en el Ejército de Tierra .....	56
2.4.4. El modelo de Comunicación en el Ejército de Tierra .....	57
2.5. Los retos futuros de la comunicación estratégica..	64
2.6. Referencias.....	69
<b>3. El Ministerio de Defensa y las Fuerzas Armadas: y las Fuerzas Armadas: actores de la comunicación social,</b> <i>por Ángel Ibáñez Peiró .....</i>	<b>71</b>
3.1. Estado de la cuestión y consideraciones previas.....	74
3.2. Aspectos que condicionan la función pública de informar en el Ministerio de Defensa .....	81
3.2.1 El sistema de gestión de la Información/ Comunicación Pública en el marco de la AGE.....	84
3.2.2 La actividad informativa y la primacía del derecho a la vida sobre cualquier otro derecho constitucional .....	88
3.2.3 La política de Seguridad de la Información en el Ministerio de Defensa .....	92
3.3. La era de la posverdad y la Información de las FF AA. en operaciones .....	94
3.3.1. Reivindicar la propaganda de guerra.....	98
3.3.2. «Somos un imperio, y creamos nuestra propia realidad». El relato .....	103
3.3.3. El Gobierno y las guerras habidas en el siglo XXI. La crisis de la isla de Perejil .....	108
3.3.4. Comunicación estratégica versus propaganda en «la era de la posverdad» .....	113
3.3.5. La comunicación social como arma no letal e instrumento de persuasión.....	119
3.4. La ética y la legalidad de las operaciones de propaganda .....	132
3.5. A modo de corolario .....	135
3.6. Referencias.....	137

<b>4. Comunicación en el Ejército de Tierra. Relaciones con los medios de comunicación,</b>	
<i>por José Miguel Seguela</i> .....	143
4.1. <i>Generalidades</i> .....	146
4.2. <i>Organización de la Dirección de Comunicación Institucional de la Defensa</i> .....	147
4.3. <i>El entorno actual de la Comunicación</i> .....	148
4.4. <i>La comunicación en el Ejército de Tierra</i> .....	149
4.5. <i>Conclusión</i> .....	158
<b>5. La coordinación internacional de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en la prevención del delito en la red, <i>por Fernando Cubillo</i></b> .....	159
5.1. <i>La evolución de la ciberdelincuencia</i> .....	162
5.2. <i>Características de la ciberdelincuencia</i> .....	165
5.3. <i>Herramientas internacionales contra el cibercrimen</i> .....	167
5.4. <i>Realidad actual</i> .....	169
5.5. <i>Planes de futuro</i> .....	170
5.6. <i>Conclusiones</i> .....	173
<b>6. Perejil y el eslabón perdido en comunicación sobre seguridad, defensa y conflictos armados,</b>	
<i>por Pablo Sapag Muñoz de la Peña</i> .....	175
6.1. <i>Introducción</i> .....	178
6.2. <i>Perejil como síntoma</i> .....	180
6.3. <i>Conclusiones</i> .....	185
6.4. <i>Referencias</i> .....	187

Epítome gnoseológico  
cuestionando la noción de Guerra, sin tomar partido

<b>Filosofía calibre 9 milímetros parabellum,</b>	
<i>por Miguel Alía Plana</i> .....	189
1. <i>Introducción</i> .....	192
2. <i>El matema 1 de la guerra</i> .....	196

3. <i>Lo estático: la búsqueda del absoluto y el celecanto</i> .....	203
4. <i>Lo dinámico. La guerra como polisistema: su sentido y función. El deseo y Wittgenstein nos regala el matema 2</i> .....	213
5. <i>No hay nada más útil que una buena teoría</i> .....	223
6. <i>El matema 3</i> .....	225
6.1. <i>El autócrator (A)</i> .....	226
6.2. <i>La narrativa del poder: el relato (R)</i> .....	232
7. <i>A modo de conclusión: el «addictus» y el discurso de la servidumbre voluntaria</i> .....	241
8. <i>Referencias</i> .....	245