

Rosa María Arráez Betancort y Miguel Ángel Sendín García (coords.)

La comunicación y la imagen de las Fuerzas Armadas

EL EJÉRCITO COMO ELEMENTO ESENCIAL
DE LA DEMOCRACIA



COMARES
comunicación

ARRÁEZ BETANCORT, R. M. Y SENDÍN, GARCÍA, M. A.
(coords.)

LA COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN DE LAS FUERZAS ARMADAS

El ejército como elemento esencial
de la democracia

GRANADA, 2024

EDITORIAL COMARES
COMARES · COMUNICACIÓN

Director de la colección

JUAN ANTONIO GARCÍA GALINDO

Comité científico

MIGUEL DE AGUILERA MOYANO · UMA, Málaga
MANUEL AVILÉS SANTIAGO · Arizona State University, USA
ELISEO COLÓN ZAYAS · UPR, San Juan, Puerto Rico
ANTONIO CHECA GODOY · US, Sevilla
JEAN-JACQUES CHEVAL · Université Montaigne, Bordeaux, Francia
RAÚL FUENTES NAVARRO · ITESO, Guadalajara, México
ANTONIO GARCÍA JIMÉNEZ · URJC, Madrid
JOSEP LLUIS GÓMEZ-MOMPART · UV, Valencia
JUAN FRANCISCO GUTIÉRREZ LOZANO · UMA, Málaga
ANA JORGE ALONSO · UMA, Málaga, España
ÉRIC LETONTURIER · Université Paris Descartes Sorbonne, Francia
MIRIAM LÓPEZ RODRÍGUEZ · UMA, Málaga
ANA BELÉN MARTÍNEZ · UCO, Córdoba
JAVIER MARZAL FELICI · UJI, Castellón

CAROLINA MORENO CASTRO · UV, Valencia
MARCIAL MURCIANO MARTÍNEZ · UAB, Barcelona
ALBERTO PENA RODRÍGUEZ · UVigo, Pontevedra
ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO · UCM, Madrid
M.^a INMACULADA POSTIGO GÓMEZ · UMA, Málaga
FRANCISCO SIERRA CABALLERO · US, Sevilla
JORGE PEDRO SOUSA · Universidad Fernando Pessoa, Oporto, Portugal
M.^a MAR RAMÍREZ ALVARADO · US, Sevilla
PATRICIA VEGA JIMÉNEZ · UCR, San José, Costa Rica
TERESA VELÁZQUEZ GARCÍA-TALAVERA · UAB, Barcelona
M.^a TERESA VERA BALANZA · UMA, Málaga
DOMINIQUE WOLTON · ISCC, CNRS, Paris, Francia
BEGOÑA ZALBIDEA BENGOA · UPV, Bilbao

Esta colección tiene la vocación de difundir trabajos académicos y científicos sobre Comunicación desde una perspectiva plural y multidisciplinar, que posean una dimensión regional, nacional o internacional bien por la naturaleza del problema que estudian, por el ámbito geográfico que analizan, o por el enfoque que ofrecen. Asimismo, se incluirán aquellos trabajos que aborden temas nucleares de la sociedad actual en los que la Comunicación, en cualquier de sus formas, desempeñen un papel importante.

Las monografías individuales y colectivas que componen esta colección son sometidas, antes de su publicación, a un proceso de evaluación por parte del comité científico con objeto de garantizar la calidad de las propuestas editoriales que se publiquen.

Además de la producción científica en español, esta colección contará con monografías traducidas de otros idiomas. Se incluirán asimismo monografías en inglés. A este respecto, la dirección de la colección cuenta con asesores que velarán por la calidad de las traducciones y de las monografías en otros idiomas que se presenten para su publicación.

Esta colección busca convertirse en un foro de debate nacional e internacional sobre temas actuales relacionados con la comunicación, la información y el periodismo, los medios, la sociedad y la cultura, desde una perspectiva disciplinar tanto interna (Ciencias de la Comunicación) como externa al objeto de estudio o multidisciplinar (Ciencia Política, Historia, Tecnología, Psicología Social, Sociología, Estudios Culturales, Traductología, Filología, etc.).

ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto de Word) a la siguiente dirección electrónica: libreriacomares@comares.com. Antes de aceptar una obra para su edición en la colección «Comunicación», ésta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 90 días. Una vez aceptada la obra, Editorial Comares se pondrá en contrato con los autores para iniciar el proceso de edición.

Imagen de portada: ©Alejandro Lobo del Caz

Maquetación: Eloísa Ávila

© Los autores

© Editorial Comares

Polígono Juncaril • C/ Baza, parcela 208 • 18220 • Albolote (Granada) • Tlf.: 958 465 382

www.comares.com • E-mail: libreriacomares@comares.com

facebook.com/Comares • twitter.com/comareseditor • instagram.com/editorialcomares

ISBN: 978-84-1369-874-8 • Depósito Legal: Gr. 1633/2024

Impresión y encuadernación: COMARES

SUMARIO

INTRODUCCIÓN	VIII
<i>Rosa María Arráez Betancort y Miguel Ángel Sendín García</i>	

PRÓLOGO	X
<i>María José Muñoz Estévez</i>	

BLOQUE I

MARCO GENERAL: FUERZAS ARMADAS Y DEMOCRACIA

CAPÍTULO 1.— EJÉRCITO Y ESTADO: EL PAPEL DE LAS FUERZAS ARMADAS EN EL SISTEMA CONSTITUCIONAL ESPAÑOL [<i>Estefanía Jerónimo Sánchez-Beato</i>].....	3
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. EJÉRCITO Y NACIMIENTO DEL ESTADO MODERNO.....	4
III. EL PAPEL DE LAS FUERZAS ARMADAS EN EL VIGENTE SISTEMA CONSTITUCIONAL ESPAÑOL.....	8
1. La defensa nacional, misión institucional de las FAS.....	10
2. Funciones atribuidas a las FAS por nuestro sistema constitucional.....	13
IV. GLOBALIZACIÓN Y PRIVATIZACIÓN DE LA DEFENSA	16
1. Defensa y seguridad en el marco de la globalización	16
2. La privatización de la defensa.....	18
V. CONCLUSIONES.....	24
CAPÍTULO 2.— LA CULTURA DE DEFENSA COMO MODELO PARA LA CULTURA DE SEGURIDAD NACIONAL [<i>Alberto Bueno Fernández</i>]	27
I. INTRODUCCIÓN	27
II. DE LA CULTURA DE DEFENSA A LA CULTURA DE SEGURIDAD NACIONAL	28
1. Evolución institucional y doctrinal de la cultura de defensa.....	28
2. La concreción del PDCD: objetivos, principios y sectores.....	32
III. EL PLAN INTEGRAL DE CULTURA DE SEGURIDAD NACIONAL.....	34
IV. CONCLUSIONES.....	36

CAPÍTULO 3.— LEYES Y MURALLAS: POR UNA CONCEPCIÓN MATERIALISTA DE LA DEMOCRACIA <i>[Eduardo Gutiérrez Gutiérrez]</i>	39
I. PLAN Y MOTIVO	39
II. SOCIEDAD POLÍTICA Y <i>EUTAXIA</i>	40
III. ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE DEMOCRACIA?	42
1. Concepción fundamentalista de la democracia	43
2. Concepción materialista de la democracia.....	44
IV. CONCLUSIONES: EJÉRCITO, GUERRA Y DEMOCRACIA.....	46
CAPÍTULO 4.— LA COMUNICACIÓN DE LAS FUERZAS ARMADAS CON LA SOCIEDAD CIVIL: LA CULTURA DE DEFENSA <i>[Miguel Ángel Sendín García]</i>	49
I. LAS FUERZAS ARMADAS ANTE LA COMUNICACIÓN	49
II. PREJUICIOS DE LA SOCIEDAD CIVIL RESPECTO A LA DEFENSA	52
III. CONCLUSIONES.....	61
CAPÍTULO 5.— EL MINISTERIO DE DEFENSA ANTE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: UN COMPROMISO ACTIVO <i>[Óscar Díaz Chica]</i>	63
I. CONTEXTO	63
II. MARCO TEÓRICO.....	63
III. METODOLOGÍA	64
IV. RESULTADOS.....	66
1. Transparencia en la gestión	66
2. Buen gobierno corporativo.....	68
3. Compromiso con lo local y el medioambiente.....	69
4. Respeto a los derechos humanos.....	72
5. Mejora de las relaciones laborales	74
6. Promoción de la integración de la mujer.....	75
7. Promoción de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.....	75
8. Promoción de la igualdad de oportunidades	76
9. Promoción de la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	77
10. Promoción del consumo sostenible.....	78
V. CONCLUSIONES.....	78

BLOQUE II

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EJÉRCITO ESPAÑOL: LAS REDES SOCIALES

CAPÍTULO 6.— PRESENCIA CORPORATIVA DEL EJÉRCITO ESPAÑOL EN LAS REDES SOCIALES DE INTERNET <i>[Manuel Jesús Cartes Barroso]</i>	83
I. INTRODUCCIÓN.....	83
II. REDES SOCIALES, UNA OPORTUNIDAD PARA COMUNICAR	84
1. La estrategia de comunicación de las Fuerzas Armadas de España en redes sociales	85
III. METODOLOGÍA	87
IV. RESULTADOS.....	88
V. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	90

CAPÍTULO 7.— LA IMAGEN DE LAS FUERZAS ARMADAS DE ESPAÑA EN REDES SOCIALES A TRAVÉS DE LA FIGURA DE LA PRINCESA LEONOR DE BORBÓN [<i>Matías López Iglesias y José Luis Carreño Villada</i>]	93
I. INTRODUCCIÓN	93
II. LA IMAGEN DE LA CORONA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	94
III. COMPARATIVA CON OTRAS MONARQUÍAS EUROPEAS	96
IV. INCURSIÓN DE LA CORONA EN REDES SOCIALES	97
V. LA FIGURA DE LA DAMA ALFÉREZ CADETE BORBÓN ORTÍZ	99
1. La princesa Leonor y su vinculación con el ejército	99
2. Impacto y repercusión en la percepción pública del ejército	100
VI. CONCLUSIONES	100
CAPÍTULO 8.— PERIODISTAS EMPOTRADOS Y FUERZAS ARMADAS ESPAÑOLAS, LA IMPORTANCIA DE EXPERIENCIAS FORMATIVAS PARA FUTUROS PROFESIONALES: CASO ACADEMIA DE CABALLERÍA Y UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES EN VALLADOLID [<i>Rosa María Arráez Betancort y Enrique García Bernardos</i>]	101
I. PERIODISMO DE GUERRA Y SU VARIANTE DE PERIODISMO EMPOTRADO: UN CAMBIO EN LA RELACIÓN PRENSA-FUERZAS ARMADAS	101
1. La figura del periodista empotrado	104
2. La necesidad de una visión de conjunto	105
3. El Estado como elemento definitorio	106
II. FORMANDO FUTUROS PROFESIONALES DEL PERIODISMO Y LAS FAS: LA EXPERIENCIA ACADEMIA DE CABALLERÍA Y UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES EN VALLADOLID	108
1. Ejercicios de combate en ambiente convencional	109
2. Ejercicios de combate en entorno asimétrico	111
3. Pruebas de eficiencia	111
III. CONCLUSIONES: MEJORES PERIODISTAS Y MEJORES MILITARES DESDE EL CONOCIMIENTO MUTUO	113
CAPÍTULO 9.— MEMORIA DE UN CAMBIO: EL DÍA DE LAS FUERZAS ARMADAS A TRAVÉS DE LOS CARTELES EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA [<i>Antonio Bernardo Espinosa Ramírez y Laura Gómez Rodríguez</i>]	115
I. INTRODUCCIÓN	115
II. LA TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN DE LAS FUERZAS ARMADAS EN LA ETAPA DEMOCRÁTICA	120

BLOQUE III

EL EJÉRCITO EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN

CAPÍTULO 10.— LA IMAGEN DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPAÑOLAS A TRAVÉS DEL LARGOMETRAJE AUDIOVISUAL PATRIO (2010 A 2024) [<i>José Luis Carreño Villada y Darío Martín Sánchez</i>]	129
I. INTRODUCCIÓN	129
II. EL REFLEJO DE LOS CONFLICTOS INTERNACIONALES EN <i>INVASOR</i> Y <i>ZONA HOSTIL</i>	130
III. EL RETRATO DEL EJÉRCITO EN CONTEXTOS HISTÓRICOS A TRAVÉS DE <i>1898. LOS ÚLTIMOS DE FILIPINAS</i> Y <i>MIENTRAS DURE LA GUERRA</i>	132
IV. LA REPRESENTACIÓN DEL EJÉRCITO EN <i>EL NIÑO</i> Y <i>MODELO 77</i>	135

V. LA CRÍTICA SOCIAL Y EL DILEMA MORAL PLASMADOS EN <i>ADÚ Y CIENTO AÑOS DE PERDÓN</i>	136
VI. CONCLUSIONES.....	137
CAPÍTULO 11.— EL CINE BÉLICO ESPAÑOL Y LA IMAGEN DEL EJÉRCITO EN ZONA HOSTIL [<i>Elvira Jensen Casado y Antonio Vicente Azofra</i>].....	
I. ANTECEDENTES DEL CINE BÉLICO ESPAÑOL RECIENTE	141
II. RASGOS DISTINTIVOS DEL CINE BÉLICO	142
III. TEMÁTICAS Y CONTEXTO HISTÓRICO EN EL CINE BÉLICO ESPAÑOL DEL SIGLO XXI	144
1. Estilo y narrativa	144
2. Innovaciones técnicas.....	144
3. Recepción e impacto	145
IV. ZONA HOSTIL: ¿QUÉ VISIÓN MUESTRA DEL CINE BÉLICO ESPAÑOL?	145
V. CONCLUSIONES	149
CAPÍTULO 12.— LA IMAGEN DEL SOLDADO Y SU PREPARACIÓN FÍSICA EN EL CINE BÉLICO: SIN NOVEDAD EN EL FRENTE [<i>Carolina Pascual Pérez y Beatriz Fernández Díez</i>]	
I. INTRODUCCIÓN.....	151
II. EL CINE BÉLICO: LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL.....	151
III. DE LA NOVELA AL CINE: <i>SIN NOVEDAD EN EL FRENTE</i>	153
IV. EL CINE EN LA POSTMODERNIDAD	154
V. LA PREPARACIÓN FÍSICA EN EL EJÉRCITO A LO LARGO DE LA HISTORIA: ESPECIAL MENCIÓN AL CASO ESPAÑOL	159
VI. LA PREPARACIÓN FÍSICA DEL SOLDADO EN EL CINE.....	164
VII. CONCLUSIÓN	165
CAPÍTULO 13.— LA CASA DE PAPEL Y EL EJÉRCITO ESPAÑOL: UN DUELO DE ESTRATEGIAS Y VALOR [<i>Cristina San José de la Rosa y Alicia Gil Torres</i>].....	
I. INTRODUCCIÓN.....	167
II. LA IMPONENTE APARICIÓN DE LOS MILITARES	169
III. EL EJÉRCITO EN ACCIÓN: PROFESIONALISMO Y HEROÍSMO	171
IV. LIDERAZGO FEMENINO EN LA BATALLA: LA COMANDANTE ARTECHE	173
V. CONFRONTACIÓN ÉPICA EN LA ESCENA FINAL	177
VI. CONCLUSIÓN.....	177
BLOQUE IV	
MISCELÁNEA	
CAPÍTULO 14.— FUERZAS ARMADAS EN ESPAÑA Y EL SALVADOR: DE LA OMNIPRESENCIA EN EL SIGLO XX A LA INTERNACIONALIZACIÓN Y MILITARIZACIÓN EN EL XXI [<i>María Pilar Aránzazu Jiménez Gutiérrez</i>]	
I. INTRODUCCIÓN.....	181
II. EL SALVADOR: DICTADURAS MILITARES INSTITUCIONALES, GUERRA CIVIL Y NUEVA MILITARIZACIÓN	182
III. EL EJÉRCITO ESPAÑOL: DE LA PRIMERA FILA EN LA VIDA PÚBLICA A LAS MISIONES INTERNACIONALES	186
IV. DISTINTOS CONTEXTOS, DIFERENTES VISIONES.....	189

CAPÍTULO 15.— CRUZ ROJA: DE SUS ORÍGENES CON EL EJÉRCITO AL CUIDADO DE LA MARCA Y SU REPUTACIÓN [<i>Raquel Pajares Fernández</i>]	191
I. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN EN EL CAMPO DE BATALLA	191
II. ¿CÓMO NACE LA MARCA CRUZ ROJA?.....	192
III. PRINCIPIOS Y VALORES DE CRUZ ROJA.....	195
IV. CONCLUSIONES	197
CAPÍTULO 16.— DISEÑO DE REFUGIOS DE EMERGENCIA: SOLUCIONES MODULARES Y SOSTENIBLES PARA RESPONDER RÁPIDAMENTE EN SITUACIONES DE CRISIS [<i>Laura Sordo Ibáñez</i>]	199
I. INTRODUCCIÓN	199
II. METODOLOGÍA.....	201
III. ANÁLISIS DE EJEMPLOS	201
1. Flexibilidad	201
2. Sostenibilidad.....	202
3. Eficiencia.....	204
IV. PROPUESTA DE DISEÑO DE REFUGIO DE EMERGENCIA.....	205
V. CONCLUSIONES.....	207

INTRODUCCIÓN

Rosa María Arráez Betancort y Miguel Ángel Sendín García

Universidad Europea Miguel de Cervantes

Las Fuerzas Armadas (FAS), institución básica y estructura de cualquier Estado, no podían sustraerse a uno de los desafíos principales a los que se enfrentan en la actualidad, no sólo todos los poderes públicos, sino todas las organizaciones: adaptarse a las nuevas características de un mundo en el que la comunicación ha adquirido un papel protagonista tan relevante que hace apenas algunos años apenas podíamos imaginar.

Esto trae consigo toda una serie de implicaciones que van desde la necesidad de incrementar y mejorar la comunicación con los ciudadanos a través de la llamada cultura de defensa a la lucha contra las campañas de desinformación y al estudio de la imagen de las FAS en una sociedad digital, pasando por una multiplicidad inabarcable de cuestiones que evidentemente este trabajo no puede aspirar a agotar. En este libro se abordan, desde un marco general, la integración de las FAS en los sistemas democráticos para, posteriormente, incidir en su relación con los medios de comunicación y, en concreto, con las redes sociales, así como su presencia en el cine y las series de televisión.

Esto trae consigo toda una serie de implicaciones que van desde la necesidad de incrementar y mejorar la comunicación con los ciudadanos a través de la llamada cultura de defensa a la lucha contra las campañas de desinformación y al estudio de la imagen de las FAS en una sociedad digital, pasando por una multiplicidad inabarcable de cuestiones que evidentemente este trabajo no puede aspirar a agotar. En este libro se abordan, desde un marco general, la integración de las FAS en los sistemas democráticos para, posteriormente, incidir en su relación con los medios de comunicación y, en concreto, con las redes sociales, así como su presencia en el cine y las series de televisión.

El conjunto de estudios que presentamos en este trabajo son fruto de un contrato de colaboración entre el Ministerio de Defensa y la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) suscrito en julio de 2024. El núcleo de los mismos ha sido elaborado por un equipo de trabajo dedicado al estudio de la comunicación del Ministerio de Defensa y su percepción en la sociedad digital y dirigido por la Dra. Rosa María Arráez Betancort. Dicho equipo se integra en el Grupo de investigación interdisciplinar Comunicación, lenguaje, interpretación y sector público (COLISEP) de la UEMC, y a él se sumaron también colaboradores especializados.

La mayor parte de las investigaciones recogidas en estas páginas se presentaron en sendas Jornadas celebradas los días 26 de septiembre y 24 de octubre de 2024, en el marco incomparable que constituyen el Palacio Real y la Academia de Caballería de Valladolid.

Pensamos, verdaderamente, que las páginas de este volumen sumergirán al lector en una problemática apasionante, siempre de actualidad, como la organización de las Fuerzas Armadas y su relación con la sociedad. No falta espacio para los temas clásicos en la

materia, como son el régimen jurídico y el papel de las Fuerzas Armadas o la Cultura de Defensa. Sin embargo, lejos de quedarse en la comodidad de los espacios más transitados en la materia, asume el examen de temas tan actuales y sugerentes como la responsabilidad social corporativa de las Fuerzas Armadas, los periodistas empotrados o el impacto que el paso de la Princesa Leonor por las Fuerzas Armadas puede tener en la imagen de éstas. Son sólo algunos ejemplos lo que el lector puede encontrar en este libro, a cuya lectura remitimos sin más preámbulos, pues no hay mejor presentación del mismo que su lectura.

PRÓLOGO

María José Muñoz Estévez

Jefa de Comunicación Institucional y Prensa

Ministerio de Defensa. Gobierno de España

En un mundo cambiante y globalizado como el actual, la comunicación no es ajena a esta coyuntura y, como elemento fundamental de una sociedad democrática y en constante evolución, necesita adaptarse a los requerimientos de quienes son consumidores de información.

Las administraciones públicas, como actor cotidiano de la realidad, han abordado estos cambios intentando introducir nuevos canales y un lenguaje que sea capaz de acercar su labor a la ciudadanía. También las Fuerzas Armadas que trabajan, cada día, por nuestro país, por la paz en el mundo y por protegernos a todos y todas, son conscientes de la importancia de trasladar su mensaje con cercanía, calidad y rigor.

Estamos hablando de un amplio abanico de acciones que, en ocasiones, el grueso de la sociedad desconoce como ciberseguridad, misiones de apoyo o las tecnologías aplicadas al ámbito de la Defensa. En este papel de extender el conocimiento es fundamental la función de los medios de comunicación y las nuevas vías que ofrecen otros canales de reciente creación, y no es menos importante la labor de agentes educativos como la universidad.

Por ello, antes de continuar, quisiera agradecer la colaboración y el interés que muestra la Universidad Europea Miguel de Cervantes en la difusión de la Cultura de Defensa. Cuantos más remos se sumen a esta travesía, mejores serán los resultados.

El propósito de esta obra es ofrecer una visión comprensiva sobre cómo las instituciones involucradas en la defensa abordan el reto de comunicar sus decisiones, estrategias y políticas de manera clara, precisa y coherente. En un campo como este, la necesidad de transparencia, legitimidad y apoyo público es crucial. De ahí, que el manejo de la comunicación en este contexto sea una herramienta estratégica de primer orden.

La radiografía geopolítica en nuestro planeta ha colocado, en la palestra informativa, a los hombres y mujeres de nuestras Fuerzas Armadas que, en su férreo compromiso de servicio, se encuentran desplegados, por diferentes localizaciones, en misiones que nos permiten despertar, cada mañana, con la tranquilidad de vivir en un país donde los niños

pueden ir al colegio o al parque sin el sonido de una sirena que les haga salir corriendo buscando un refugio. Somos afortunados. Afortunados de poder acudir a clase en un aula como las de esta universidad, de poder leer un libro en calma o de compartir un café sin la guadaña del miedo acechando a nuestro lado.

Y todo ello es gracias a la impagable labor y el esfuerzo diario de quienes prestan su servicio en los Ejércitos y la Armada, con una profesionalidad y empatía, envidiables. Y eso es algo que merece ser conocido y, por extensión, reconocido.

El objetivo de la Oficina de Comunicación del Ministerio de Defensa es contribuir a esa difusión y conocimiento, ensanchando las costuras y abriendo, a la sociedad, las puertas de una institución, las Fuerzas Armadas, que son parte de un mundo en el que hacen mucha falta.

Y en este mundo, la comunicación ha virado hacia entornos y herramientas que han llegado casi sin darnos cuenta y que se han convertido en imprescindibles. De ahí, que no podamos ni debemos darles la espalda y, siempre, desde el sentido común, aprovechar su potencial y su capacidad de poder llegar a una parte de la población a la que sería, casi imposible, acercarse de otra manera.

El discurso político sobre la defensa no solo define la percepción interna, sino también la posición y credibilidad de un país en el escenario global. Este complejo entramado de mensajes, políticas y percepciones constituye la columna vertebral de este libro.

En estas páginas, se analizan los desafíos que enfrentan los responsables de comunicar políticas de defensa, conjugando la seguridad y la transparencia hasta el equilibrio necesario. A lo largo de esta obra, el lector encontrará una guía para comprender las complejidades de la comunicación en la política de defensa, y una invitación a reflexionar sobre el poder de las palabras, los mensajes y las narrativas en la construcción de una política de defensa efectiva y legítima.

Este libro es una invitación a todos aquellos interesados en la intersección entre comunicación, política y defensa a adentrarse en un tema vital para la seguridad de los Estados en el siglo XXI.



COMARES
comunicación

Con el título *La comunicación y la imagen de las Fuerzas Armadas. El ejército como elemento esencial de la democracia* se insiste en el reconocimiento de las Fuerzas Armadas en la Constitución Española como garante democrático y en la importancia de que este mensaje sea entendido y aceptado por la ciudadanía. De ahí que resulte crucial mejorar la relación entre todas las partes implicadas, aprovechando los medios de comunicación de que dispone la sociedad digital y con el objetivo de contribuir a la cultura de defensa. Distintas percepciones de las Fuerzas Armadas españolas se difunden en las redes sociales, el cine, las series o el periodismo, entre otros, por lo que se requiere su análisis para generar conocimientos que cimenten su papel incontestable en la seguridad nacional.



COMARES
editorial

