



**UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA**

Maestría en Estudios Internacionales

Tesis de Maestría

“U.S. rally effect en la guerra contra ISIS”

Alumna: Julieta Mezza

Director de Tesis: Juan Germano

En momentos de crisis internacional, la ciudadanía estadounidense dejaría a un lado sus preferencias políticas y partidarias para conformar un frente común ante la comunidad internacional. Este efecto, muy estudiado, es conocido como *rally effect*. En este trabajo, analizaré cómo el cambio en el discurso presidencial acerca de ISIS, desde principios de junio a finales de septiembre, difundido a través de los medios de comunicación, afectó los índices de aprobación pública de la ofensiva contraterrorista estadounidense en Irak y Siria en 2014 que se manifestó en el creciente interés de la ciudadanía por este tema y en los resultados de las encuestas de opinión pública.

Palabras clave: Estados Unidos, rally effect, ISIS, Irak, Siria, índices de aprobación, intervención armada

ÍNDICE

1. PORTADA.....	1
2. ÍNDICE.....	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. SECCIÓN I: MARCO TEMPORAL DEL TRABAJO Y CONTEXTO DE LA OFENSIVA CONTRA ISIS EN IRAK Y SIRIA.....	7
5. SECCIÓN II: APROBACIÓN PRESIDENCIAL Y POLÍTICA EXTERIOR.....	14
6. SECCIÓN III: EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE APROBACIÓN PRESIDENCIAL Y DE LA OFENSIVA CONTRATERRORISTA EN IRAK Y SIRIA (2014).....	20
7. SECCIÓN IV: CONSUMO DE NOTICIAS EN ESTADOS UNIDOS.....	28
8. SECCIÓN V: EL DISCURSO OFICIAL Y LOS ÍNDICES DE APROBACIÓN PÚBLICA DE LA CONTRAOFENSIVA TERRORISTA EN IRAK Y SIRIA.....	32
9. CONCLUSIÓN.....	46
10. BIBLIOGRAFÍA.....	48

INTRODUCCIÓN

A pesar de que los índices de aprobación pública del presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, eran los más bajos de todo su mandato en 2014; y no obstante el partido demócrata perdió las elecciones de medio término en noviembre de ese año, dándole al partido republicano la mayoría en ambas cámaras del congreso, la ciudadanía estadounidense apoyó la decisión del gobierno de involucrarse nuevamente en una ofensiva contraterrorista en Medio Oriente, esta vez contra el grupo terrorista ISIS. Esto a pesar de que significaba una contradicción de las promesas de campaña del jefe de estado.

Este apoyo de la ciudadanía, reflejado en encuestas de opinión pública una vez extendido el avance de tropas por la región en septiembre de 2014, contradice los expresados por las mismas encuestadoras en junio de ese mismo año, donde la mayoría se había manifestado en contra de la intervención militar estadounidense en Irak.

Numerosos estudios afirman que la ciudadanía responde a la representación de los hechos internacionales en los medios de comunicación, sobre todo cuando es el mismo presidente quién se refiere a los mismos, haciendo uso de la información privilegiada que posee acerca de eventos que suceden en el exterior (Baker y Oneal, 2001; Tim Groeling y Matthew A. Baum, 2008).

Durante la segunda mitad del año 2014 hubo un cambio en el discurso presidencial con respecto a la intervención militar en Medio Oriente. El presidente

comenzó a referirse, por primera vez, a la amenaza nacional y mundial que representaba el grupo terrorista ISIS y a la necesidad de hacerle frente militarmente (New America, 2014). La publicación y consecuente viralización de los videos de decapitaciones de ciudadanos occidentales por parte de miembros de ISIS, sumaron en este sentido. Sobre todo el del periodista estadounidense James Foley, ocurrido el 19 de agosto de 2014.

Toda esta información en circulación rindió sus frutos en la opinión pública que cambió su perspectiva con respecto a la intervención contraterrorista en Irak y Siria, provocando un vuelco en los resultados de encuestas a favor de la intervención en Medio Oriente. Este fenómeno de opinión pública que surge en respuesta a un conflicto internacional donde Estados Unidos está involucrado militarmente, es conocido como *rally effect*.

El estudio del contexto en el que ocurre este fenómeno, y de las causas que lo provocan suma a la comprensión del vínculo entre política exterior y política doméstica, donde la opinión pública, siempre susceptible a la manipulación mediática y política, cumple un rol decisivo a la hora de tomar decisiones fundamentales en regímenes democráticos como el de Estados Unidos. Buscaré, en las siguientes páginas, actualizar los estudios existentes sobre *rally effect*, analizándolo en un contexto comunicativo cambiante y crecientemente digitalizado; lo que da lugar a la utilización de nuevas herramientas de análisis del interés de la ciudadanía y de sus necesidades informativas.

En la primera sección del trabajo se explicará el recorte temporal escogido para analizar este fenómeno, luego se desplegará la base teórica del mismo, para luego proceder a la exposición de los datos de encuestas de opinión pública en el período analizado; a la descripción del consumo de información en los Estados Unidos en el período a analizar y al análisis de la influencia de los discursos presidenciales en la opinión pública sobre temas de política exterior, utilizando una herramienta innovadora para medir el interés de la ciudadanía sobre determinados temas. Finalmente, procederé a plasmar algunas conclusiones que aportarán al debate sobre la relación entre política exterior, medios de comunicación y opinión pública.

SECCIÓN I: MARCO TEMPORAL DEL TRABAJO Y CONTEXTO DE LA OFENSIVA CONTRA ISIS EN IRAK Y SIRIA

El objetivo de esta sección será describir brevemente la evolución de la ofensiva contra terrorista de Estados Unidos en Irak y Siria durante el año 2014 para justificar el recorte temporal efectuado y describir el caso de estudio escogido.

Cuatro años después de anunciar el final de las operaciones de combate de las tropas estadounidenses de Irak, el 7 de agosto de 2014, Barack Obama decide intervenir nuevamente en este país (Jessica Stern, 2015). Los Estados Unidos montaron esta campaña anti-ISIS en reacción al sorpresivo avance de este grupo en Irak y Siria en el verano del 2014 (Brian Katulis, 2015).

El Think Tank estadounidense New America en su reporte “*Decision-Making in the Counter-ISIS War*” publicado en noviembre de 2019, describe la evolución de la estrategia contraterrorista estadounidense desde principios a finales del 2014, la cual es presentada por el mismo presidente como la campaña decidida a "contrarrestar la violencia extremista” en Irak y Siria (Jessica Stern, 2015).

Este informe divide el proceso de toma de decisión con respecto a la guerra contra el ISIS en cuatro fases. La segmentación está regida por los momentos en que Obama realiza distintos anuncios sobre la estrategia contraterrorista a seguir y está basada en la revisión de veintiocho discursos oficiales de Obama ocurridos entre enero

2014 y fines de septiembre de este año. En los párrafos que siguen intercalaré los aportes de este estudio con los de otros trabajos sobre el tema.

Los autores hablan de una primera fase de preguerra (enero 2014-12 de junio 2014) que marca el período anterior a que la administración de Obama considerara en sus discursos la intervención contra ISIS. Tampoco se hace referencia al riesgo que implica el avance de este grupo, e incluso hace alusión a la retirada de las tropas de Irak como un triunfo de su mandato. Simone Molin Friis (2015) hace referencia a esta etapa recordando que en enero de 2014 Obama se refiere a ISIS como “*JV Team*” (equipo de segunda división) y puso énfasis en la importancia de distinguir entre una red que está activamente planeando grandes ataques terroristas contra Estados Unidos (ej.: Al-Qaeda) y los yihadistas que están comprometidos con luchas de poder y disputas locales.

Ahora bien, ISIS no comenzó a actuar en Medio Oriente en el 2014, tampoco la guerra civil en Siria comenzó en ese entonces. Desde marzo de 2011, Siria sufre los horrores de un conflicto que ha obligado a más de la mitad de la población a abandonar sus hogares. Los civiles sirios no solo han sido víctimas involuntarias de la violencia, sino que a menudo han sido objeto de ataques deliberados con medios y métodos de combate ilícitos. Miles de personas han sufrido detenciones arbitrarias, desapariciones forzadas, torturas y violencia sexual y de género (Naciones Unidas, 2020). Esto resultó en más de cien mil muertes para julio de 2013, sumadas a las varias personas desaparecidas y mantenidas en cautiverio, como es el caso de los trabajadores humanitarios y de medios de comunicación como James Folley, Austin

Tice, Peter Sotloff, entre otros (CNN, 2014). Dentro de los métodos de combate ilícitos entran los ataques con armas químicas, como los ocurridos el 21 de agosto de 2013 en los suburbios del este y oeste de Ghouta y que acabaron con la vida de cientos de civiles, incluyendo un gran número de niños (Humans Rights Watch, 2013).

Ahora bien, con respecto al Estado Islámico, también llamado ISIS (Islamic State of Iraq and Syria), ISIL (Islamic State of Iraq and the Levant) o Daesh (acrónimo formado por las letras iniciales de los anteriores nombres del grupo en árabe "*al-Dawla al-Islamiya fil Iraq wa al-Sham*"), este surgió de los restos de al Qaeda en Irak (AQI) luego de que este fuera debilitado por la intervención iniciada por Estados Unidos en 2003. Se mantuvo al margen de los conflictos hasta el 2011, cuando aprovechó la inestabilidad de la región para atacar y expandirse. En julio de este año, el nuevo líder del grupo, Abu Bakr al Baghdadi, mandó operativos por primera vez a Siria. Uno de ellos, Abu Muhammad al Julani, se transformó en el líder del Frente de Nusra en enero de 2012. En julio 2012, ISI (Islamic State of Irak) lanza la operación "Breaking the Walls", que consistió en una serie de veinticuatro bombardeos y ocho operaciones de liberación de prisioneros yihadistas que habían participado en los ataques de AQI en 2006 y 2007. Ya en 2013, Raqqa cae bajo el control de la oposición siria, y tanto el Frente de Nusra como ISI operan en la zona. Este último, consolidando su control e iniciando operaciones de expansión en otros territorios sirios e iraquíes. Es en este entonces cuando Baghdadi se traslada a Siria y renombra a ISI como ISIS: "*The Islamic State in Iraq and Syria*". Desde ese entonces hasta la toma de Mosul en junio de 2014, tras la cual Estados Unidos decide intervenir en el conflicto, ISIS lanza de "*Soldier's Harvest*" para disminuir las fuerzas de seguridad iraquíes y capturar

territorio, ataca a otros grupos rebeldes en Raqa y Alepo, toma control de Fallujah y partes de Ramadi, toma el control de Raqqa y la declara capital del emirato ISIS (Cameron Glenn, Mattisan Rowan, John Caves y Garrett Nada, 2016).

Sin embargo, Barack Obama recién reconoce públicamente el riesgo que implica el avance de ISIS en un discurso el 13 de junio de 2014. Según New America se inaugura con este discurso la etapa de reconocimiento de la crisis (13 de junio 2014-6 de agosto de 2014), donde el mandatario menciona por primera vez la amenaza de ISIS y abre la posibilidad de un ataque militar por parte de Estados Unidos. El discurso que inaugura esta fase ocurre luego de que ISIS tomara la segunda ciudad más grande de Irak, Mosul, el 10 de junio de 2014. En un segundo discurso ocurrido el 19 de junio de 2014, Obama anuncia un aumento en la actividad de vigilancia y la voluntad de enviar trescientos soldados para apoyar a las milicias iraquíes.

Entre junio y julio de 2014, ISIS avanza en Irak y Siria, incluyendo su captura de Mosul y la persecución de Yazidis. Sin embargo, los mensajes oficiales transmitidos por los medios de comunicación continuaban presentando la situación como un problema regional, humanitario y sectario que requería contención y ayuda humanitaria (Simone Molin Friis, 2015).

En este contexto, el 7 de agosto de 2014, el presidente de Estados Unidos anuncia que ha autorizado dos operaciones en Irak, “ataques para proteger al personal estadounidense y romper el cerco de ISIS y su amenaza genocida”. Estos dichos inauguraron la siguiente fase denominada “guerra limitada” (7 de agosto de 2014-9 de

septiembre de 2014). Las operaciones autorizadas fueron limitadas en tiempo y alcance, pero ya se estaba planificando una estrategia más amplia.

A los pocos días del comienzo de esta fase, el 19 de agosto de 2014, ocurre un hecho trágico que elevó los niveles de violencia del discurso oficial. La decapitación del periodista James Foley, capturado por ISIS en noviembre de 2012. El video de la decapitación se viralizó por todo el mundo y generó un claro cambio en el discurso oficial. Obama no tardó en expresarse al respecto diciendo que Estados Unidos debe permanecer vigilante e implacable en proteger a su gente de este “cáncer” que representa el Estado Islámico en Irak y Siria. También se refirió a su “ideología nihilista” que “no tiene lugar en el siglo 21” (New York Times, 2014). El secretario de estado, John Kerry, subió el tono con respecto al presidente: “No hemos cometido ningún error: vamos a continuar confrontando a ISIL siempre que trate de expandir su despreciable odio [...] El mundo debe saber que Estados Unidos jamás bajará la cabeza frente a esta amenaza. ISIL y la malicia que representa debe ser destruida, y los responsables de estas tremendas y crueles atrocidades van a tener que rendir cuentas” (New York Times, 2014).

Según la autora Simone Molin Friis (2015), durante las semanas y meses que sucedieron a la diseminación de los videos de decapitación de ciudadanos occidentales, entre ellos el del periodista norteamericano James Foley, la “situación humanitaria” cambió rápidamente a “problema de seguridad nacional”. ISIS comenzó a ser descrito cada vez más como peligro inminente expandiéndose más allá de Medio Oriente.

En este contexto, el 10 de septiembre de 2014 Barack Obama inaugura la fase de escalada con un discurso en el que anuncia su campaña para degradar y destruir ISIS en Irak. También sus intenciones de extenderla a Siria. Lo que finalmente ocurrió el 23 de septiembre de 2014. Las locaciones alcanzadas por los ataques aéreos cuadruplicaron en número a las de la fase anterior (de 5 luego del 14 de agosto a 21 durante esta fase).

En el siguiente cuadro expondré un resumen de las distintas etapas de evolución del discurso de Barack Obama con respecto al accionar de ISIS en Medio Oriente.

Cuadro n°1. Fases de la evolución de la estrategia contraterrorista estadounidense de New America (2019).

Preguerra (enero 2014-12 de junio 2014)	Reconocimiento de la crisis (13 de junio 2014-6 de agosto de 2014)	Guerra limitada (7 de agosto de 2014-9 de septiembre de 2014)	Fase de escalada (10 de septiembre de 2014)
El discurso oficial se refiere a los conflictos de Medio Oriente en los que se ve involucrado ISIS como luchas de poder local que no justifican interención.	El Presidente de Estados Unidos menciona por primera vez la amenaza de ISIS y abre la posibilidad de un ataque militar por parte de Estados Unidos, mientras que aumenta la actividad de vigilancia y se refiere a su voluntad de enviar 300 soldados para apoyar a las milicias iraquíes.	Barack Obama autoriza dos operaciones en Irak, "para proteger al personal estadounidense y romper el cerco de ISIS y su amenaza genocida".	El Presidente Obama anuncia su campaña para degradar y destruir ISIS en Irak. También sus intenciones de extenderla a Siria. Lo que finalmente ocurrió el 23 de septiembre de 2014. Las locaciones alcanzadas por los ataques aéreos cuadruplicaron en número a las de la fase anterior.

El espiral de violencia creciente, transmitido a través de los medios de comunicación provocó cambios en la percepción del enemigo y del conflicto en sí por parte de la ciudadanía estadounidense. En las siguientes páginas analizaré este cambio ocurrido en paralelo a las tres últimas fases, es decir, desde el reconocimiento por parte del presidente de Estados Unidos del agravamiento de la situación relativa a ISIS en Medio Oriente y de la posibilidad de un potencial ataque militar estadounidense para contrarrestar el avance del grupo terrorista (13 de junio 2014); hasta fines de septiembre de 2014, un par de días después de iniciada la fase de escalada.

SECCIÓN II: APROBACIÓN PRESIDENCIAL Y POLÍTICA EXTERIOR

La importancia de la aprobación pública en el éxito presidencial está bien documentada (Baker y Oneal, 2001). Tanto en las elecciones presidenciales como en las del congreso, la popularidad del presidente es influyente (Abramson, Aldrich and Rohde, 1987; Fiorina, 1981). También es crucial en el éxito de sus iniciativas políticas, ya que los presidentes populares tienen más poder de persuasión frente a otros actores políticos (Neustadt, 1960) y por ende, más opciones y recursos para cumplir con sus objetivos políticos.

En temas de política exterior en concreto, la necesidad de contar con el apoyo de la ciudadanía adquirió relevancia en los países democráticos luego de la guerra fría, sobre todo tras la desaparición de la amenaza soviética que servía de justificación para cualquier intervención armada en el exterior (Chapman, 2011; Songying Fang, 2003).

Los temas de política exterior evocan sentimientos de patriotismo, nacionalismo, xenofobia, venganza, etc., en la ciudadanía y es a través de ellos que los líderes políticos pueden buscar contrarrestar la tendencia habitual al declive natural en sus índices de aprobación pública (Marra, Ostrom, and Simon, 1990). También son temas donde la población es más dependiente de información proveniente de fuentes indirectas, ya que carece de acceso directo a los hechos. Esto vuelve a la ciudadanía más vulnerable a la manipulación de la información por parte de la elite política y los medios de comunicación (Brody, 1991; Holsti, 2004; Chapman, 2001; Sean Aday, 2014).

Ahora bien, la información transmitida por éstos últimos acerca de crisis y eventos internacionales está afectada por varios factores. Comenzando por el hecho de que la cobertura mediática de eventos fuera de Estados Unidos ha ido disminuyendo, hasta el punto de desaparecer, desde 1980 debido a recortes en el presupuesto por parte de las organizaciones mediáticas (Pew Research Center, 2014). Esto sumado a la naturaleza elitista de esta cobertura, donde las fuentes principales son miembros de la elite política gobernante, genera un mecanismo por el cual, el público es particularmente susceptible de basar sus opiniones sobre política exterior en “pistas” que les otorgan las elites políticas, sobre todo el presidente, a través de los medios de comunicación (James Golby, Peter Feaver and Kyle Dropp, 2018; Tim Groeling y Matthew A. Baum, 2008).

William Baker y John R. Oneal (2001), también hacen referencia a este mecanismo de funcionamiento de los medios de comunicación en tiempos de crisis y coinciden en su descripción de los efectos. Ellos toman la explicación de Brody (1991) nombrada “liderazgo de opinión” para describir el mecanismo por el cual se genera este fenómeno de opinión pública: “Cuando la Casa Blanca hace un esfuerzo por atraer la atención hacia una disputa, las probabilidades de que ocurra un “*rally*” aumentan, sugiriendo que el público responde a las pistas que recibe de importantes líderes políticos como el presidente o representantes prominentes de la oposición”. Aunque incluso es común que estos últimos carezcan de información directa sobre lo que está sucediendo en el terreno de un evento internacional, y por ende, limiten sus opiniones al respecto por miedo a parecer desinformados. Esto genera una percepción de acuerdo

bipartidista por parte de la ciudadanía, caracterizado por la ausencia de críticas por parte de la oposición. Esta relativa ausencia de oposición política durante las primeras fases de crisis internacionales favorece la ocurrencia del *rally effect*, caracterizado por la conformación de un frente común de la ciudadanía estadounidense ante la comunidad internacional, apoyando al presidente y a sus decisiones de política exterior, abandonando las diferencias políticas y partidarias preexistentes (Baker y Oneal, 2001; Tim Groeling y Matthew A. Baum, 2008; Marc J. Hetherington y Michael Nelson, 2017).

A pesar de que Kenneth Waltz (1967) y Richard Neustadt (1960) habían notado con anterioridad la relación aparente entre la popularidad presidencial y los eventos internacionales, John Mueller (1970) fue el primero en operacionalizar el concepto en su modelo de popularidad presidencial en su trabajo “War, Presidents, and Public Opinion” (Baker y Oneal, 2001). El autor propuso que un evento internacional debe satisfacer tres criterios para calificar como “*rally event*”: debe ser de naturaleza internacional, debe involucrar a Estados Unidos y al presidente directamente, y debe ser específico, dramático y tajante. Para este autor, sólo los eventos internacionales eran capaces de unir a la nación y generar este fenómeno (Baker y Oneal, 2001). En su teoría, Mueller postuló que el público apoyaba al presidente durante estas crisis internacionales porque temía perjudicar el éxito de la nación en el conflicto al oponerse y por un sentimiento patriótico. También que ésta era una oportunidad para el presidente de lucir poderoso y evocar sentimientos patrióticos en la ciudadanía.

Esta evocación al patriotismo como explicación del apoyo de la ciudadanía al accionar político externo recibió muchas críticas, al igual que su categorización de rally-events y la magnitud del fenómeno descrito por él. Unas de estas voces críticas fueron Brody (1991) y Za (1992) quienes brindaron una explicación alternativa a este cambio en la opinión pública surgido tras la respuesta oficial ante una crisis o evento internacional, la del liderazgo de opinión (a la que nos referimos en párrafos anteriores). Para ellos, así como para otros autores (Ostrom y Simon, 1985; Lian y Oneal, 1993; Oneal y Bryan, 1995) este mecanismo de opinión pública que se desencadena tras eventos internacionales, no difiere del que desencadenan otros eventos políticos: “el público formará una opinión sobre las políticas públicas del gobierno de turno basándose en disposiciones preexistentes y en la disponibilidad de nueva información”. Por otro lado, Brody y Shapiro (1989) encontraron que, a diferencia de lo expuesto por Mueller, de 45 *rally events*, el 20 por ciento produjo una caída en la popularidad presidencial, y en promedio, la ganancia en términos de aprobación presidencial fue de menos del tres por ciento. En esta misma línea fueron los resultados encontrados por Blechman y Kaplan (1978): en siete de veinte casos elegidos al azar, la popularidad presidencial aumentó. Otros autores como Blechman and Kaplan (1978), Brody and Shapiro (1989), Edwards (1990), Hugick and Gallup (1991) y Lian and Oneal (1993) pusieron énfasis en la corta duración de la suba en la aprobación presidencial.

Otros académicos se han referido a diversas variables que afectan la existencia y magnitud del *rally effect*, como la popularidad previa (Kerell, 1978), la zona geográfica donde ocurre el evento internacional (Marra, Ostrom and Simon, 1990), la

acción directa y determinada por parte del presidente de Estados Unidos frente al conflicto internacional (MacKuen, 1983; Wittkopfand DeHaven, 1987). Lian y Oneal (1993) y Oneal y Bryan (1995) descubrieron que aumentaba la posibilidad de un *rally effect* si Estados Unidos estaba envuelto en una gran crisis internacional, cuando las acciones presidenciales tenían mucha cobertura mediática, la popularidad presidencial era relativamente baja y había apoyo bipartidista a su accionar externo.

El estudio realizado William Baker y John R. Oneal en "*Patriotism or Opinion Leadership?: The Nature and Origins of the 'Rally 'Round the Flag' Effect*" (2001) recogió todas las variables arriba mencionadas y otras utilizadas por otros estudios para analizar la ocurrencia del *rally effect* y las aplicó al análisis de 167 casos de uso de la fuerza en el extranjero por parte de Estados Unidos entre 1933 y 1992. Estos casos fueron tomados de lo que ellos consideran la base de datos más abarcativa de los *rally events*: "*MID - Correlates of War*". Los MID (*Militarized Interstate Disputes* o Disputas Interestatales Militarizadas) son interacciones entre estados, involucrando desde la amenaza, al despliegue y al uso efectivo de la fuerza entre sí. Su análisis concluyó que sólo 65 casos de 167 resultaron en un aumento en la popularidad del presidente, y enfatizaron la importancia de la cobertura mediática, el manejo del discurso presidencial por parte de la casa blanca y el apoyo bipartidista, sobre otras variables analizadas como el nivel de hostilidad del conflicto y la inestabilidad sistémica que ha generado. "Cuando el público "*rallies*" atrás del presidente durante las disputas militares, parece responder menos a un sentimiento patriótico, o a la gravedad o violencia de la crisis en sí misma y más en respuesta a la información

proveída por los líderes de opinión a través de los medios de comunicación” (Baker y Oneal, 2001).

Tomaré este estudio como referencia en las páginas siguientes, por la amplitud temporal de su análisis, de la muestra escogida y de las variables analizadas. La opinión pública sobre temas de política exterior, al igual que sobre cualquier otro tema, es una construcción social de lo real (Lipmann, 1921), sólo que al tratarse de temas complejos y lejanos a la cotidianeidad de la mayoría de la ciudadanía, esta construcción se erige exclusivamente a partir de la información que la ciudadanía consume a diario en los medios de comunicación cuyas fuentes principales son las oficiales por la naturaleza de los eventos a representar. En esta línea, los líderes del oficialismo, en especial el presidente de la nación, utilizará esta situación y los recursos a su favor, para conseguir el apoyo de la ciudadanía al rumbo de política exterior que elija y a su mandato, en sí, con el objetivo último de permanecer en el poder el mayor tiempo posible. Este contexto propicia la ocurrencia del *rally effect*.

SECCIÓN III: EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE APROBACIÓN PRESIDENCIAL Y DE LA OFENSIVA CONTRATERRORISTA EN IRAK Y SIRIA (2014)

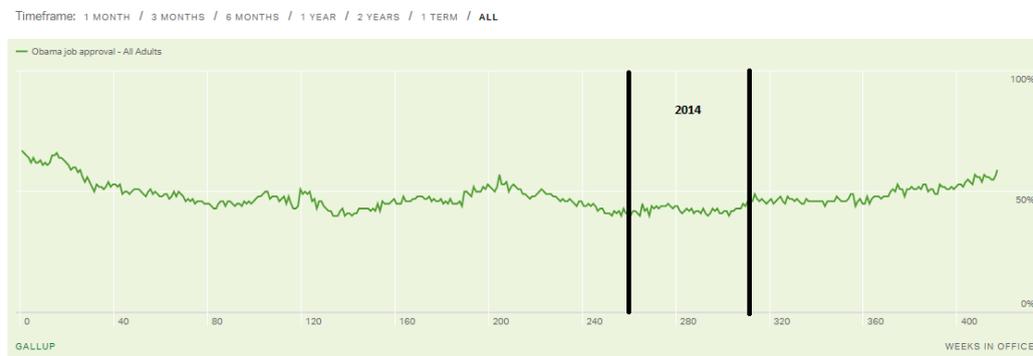
El año 2014 fue un año particularmente malo en términos de aprobación pública para Barak Obama, podría decirse que el peor de toda su presidencia. Según la reconocida encuestadora, Gallup¹, en el año 2014 el índice de aprobación del jefe de estado estadounidense tuvo 43,43 puntos de media; mientras que 51,98 puntos de desaprobación. Estos números reflejan una caída con respecto a sus 47,97 de media de aprobación de toda su presidencia y sus 45,60 de desaprobación (2009-2017). La pregunta a la que respondían los encuestados era: “*Do you approve or disapprove of the way Barack Obama is handling his job as president?*” (¿Apruebas o desapruebas la gestión presidencial de Barack Obama?).

Las cifras de aprobación de su gestión como presidente de Estados Unidos se mantuvieron bajas hasta pasada la elección de medio término en noviembre de ese año, la cual resultó en una derrota para el partido demócrata y una victoria para el partido republicano. Sin embargo, en las semanas subsiguientes, específicamente desde la semana que va desde el 24 de noviembre hasta el último reporte del año (29 de diciembre del 2014 al 4 de enero 2015), puede verse un repunte en el índice de aprobación con máximas de 46 puntos y una media de 44 hasta fin de año. Esta subida se mantendrá en el resto de su mandato, con una media de 49,20 si tenemos en cuenta las encuestas realizadas por la misma entidad en los años 2015, 2016 y 2017.

¹ Gallup Center (2020). Presidential Approval Ratings, Barack Obama. Obtenido en Gallup Center: <https://news.gallup.com/poll/116479/barack-obama-presidential-job-approval.aspx>

En el cuadro a continuación se puede ver la evolución del índice de aprobación de Barack Obama durante sus dos mandatos presidenciales (2009 a 2017). El período marcado en negro corresponde al año 2014. Se puede ver la baja en la aprobación descrita en los párrafos anteriores.

Cuadro n°2. Evolución del índice de aprobación de Barack Obama (2009-2017).



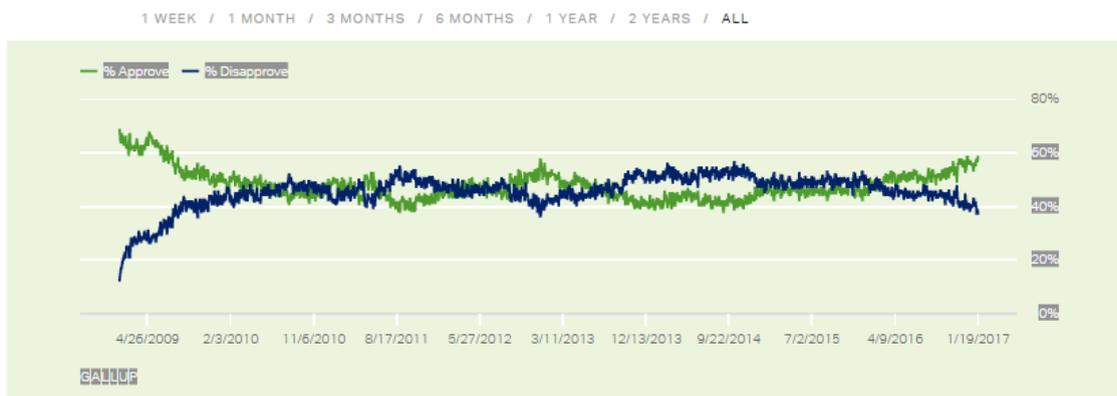
Fuente: Gallup Center (2020)

Luego en este segundo gráfico se puede ver la evolución diaria del índice de aprobación. Aquí también se hace evidente el mal año en términos de aprobación de su gestión que tuvo Barack Obama en 2014. Creció el índice de desaprobación y bajó el índice de aprobación. Tendencia que se mantuvo durante todo el año analizado.

Cuadro n°3. Evolución diaria del índice de aprobación de Barack Obama (2014).

Gallup Daily: Obama Job Approval

Each result is based on a three-day rolling average.



Fuente: Gallup Center (2020)

Volviendo al año 2014, podemos observar que a pesar de que los índices de aprobación de la gestión presidencial se mantuvieron bajos durante la mayor parte del año, si se observó un brusco aumento del apoyo de la ciudadanía al accionar del gobierno de Estados Unidos en la ofensiva antiterrorista contra ISIS en Irak y Siria. En una encuesta realizada entre el 20 y el 21 de junio del 2014 en Estados Unidos por la encuestadora Gallup², la pregunta era: “¿Estás a favor o en contra de un accionar militar directo por parte de Estados Unidos en Irak para apoyar al ejército iraquí en la lucha contra los militantes?”. Los resultados de la misma fueron: una mayoría de 54 puntos porcentuales de personas en contra de la intervención de ese país en Irak, mientras que el 39 por ciento de las personas encuestadas se manifestaron a favor. Con respecto a la intervención en Siria, las respuestas fueron similares el 3 y 4 de septiembre de 2013; 36 por ciento a favor, 51 por ciento en contra.

² Gallup Center (2014). Support for Iraq Military Action Low in Historical Context. Obtenido en Gallup Center: <https://news.gallup.com/poll/171968/support-iraq-military-action-low-historical-context.aspx>

En el siguiente cuadro, además de los números arriba citados, se puede ver como los niveles de aprobación de la intervención militar en Irak eran relativamente bajos, si los comparamos con los resultados obtenidos por la misma encuestadora (Gallup) en otros momentos históricos donde Estados Unidos debía decidir si involucrarse militarmente o no.

Cuadro n°4. Índices de aprobación pública de intervenciones militares estadounidenses.

Opinion of Potential U.S. Military Actions

Country/Region	Polling dates	Favor	Oppose	No opinion
		%	%	%
Iraq	Jun 20-21, 2014	39	54	7
Syria	Sep 3-4, 2013	36	51	13
Iraq	Mar 14-15, 2003	64	33	3
Afghanistan	Oct 5-6, 2001	82	14	4
Kosovo/The Balkans	Feb 19-21, 1999	43	45	12
Iraq/Persian Gulf	Jan 11-13, 1991	55	38	4

GALLUP

Fuente: Gallup Center (2014)

En septiembre de 2014, la misma encuestadora realizó otra recopilación de datos ³, específicamente los días 20 y 21 de ese mes luego de que comenzara la tercera fase de escalada, descrita en el apartado anterior y que estuvo caracterizada por la ampliación de la ofensiva militar estadounidense en Siria. La pregunta era esta vez: “A continuación, tenemos una pregunta acerca de la acción militar que el gobierno de Estados Unidos está llevando a cabo en Irak y Siria contra militantes islámicos,

³ Gallup Center (2014). Slightly Fewer Back ISIS Military Action vs. Past Actions. Obtenido en Gallup Center: <https://news.gallup.com/poll/177263/slightly-fewer-back-isis-military-action-past-actions.aspx>

comúnmente conocidos como ISIS. Ustedes, ¿aprueban o desaprueban este accionar militar?”. Los resultados fueron los siguientes: 60 por ciento de los encuestados aprobaba este accionar militar en Irak y Siria, mientras que el 31 por ciento lo desaprobaba. La diferencia entre los 39 puntos de aprobación del accionar militar en Irak antes de que la intervención militar ocurriera y los 36 puntos en el caso de Siria, y los 60 puntos de aprobación luego del comienzo de la fase de escalada, es de 21 puntos porcentuales en el caso de Irak y de 24 puntos porcentuales en el caso de Siria.

En el cuadro que sigue, no sólo se pueden ver los datos de la encuesta realizada el 20 y 21 de septiembre de 2014, sino también, la comparativa con resultados de estudios realizados luego de iniciadas intervenciones foráneas en el pasado. Esto último nos sirve para verificar que el salto entre los números de junio y septiembre, es decir, entre antes de iniciarse la intervención y luego de desplegado el ejército en terreno, es mayor que el ocurrido en otros eventos bélicos externos.

Cuadro n°5. Índices de aprobación pública de intervenciones armadas de Estados Unidos en el exterior una vez iniciadas las campañas militares.

Approval/Disapproval for U.S. Military Actions After They Began

Country/Region	Polling dates	% Approve	% Disapprove
Iraq and Syria	2014 Sept 20-21	60	31
Libya	2011 Mar 21	47	37
Iraq	2003 Mar 20	76	20
Afghanistan	2001 Oct 7	90	5
Kosovo/The Balkans	1999 Apr 30- May 2	51	45
Afghanistan and Sudan	1998 Aug 20	66	19
Somalia	1993 Jun 18-21	65	23
Iraq	1993 Jan 13	83	9
Persian Gulf	1991 Jan 16	79	15
Libya	1986 Apr 17-18	71	21
Grenada	1983 Oct 26-27	53	34

Wording of 2014 question: "Next, we have a question about the military action the United States is taking in Iraq and Syria against Islamic militants, commonly known as ISIS. Do you approve or disapprove of this U.S. military action?"

Note: Gallup did not ask an approve/disapprove question after the 1989 invasion of Panama.

GALLUP

Fuente: Gallup Center (2014)

Si desgranamos los datos por inclinación partidaria, vemos que no hay grandes diferencias entre demócratas y republicanos. Un 64 por ciento de los demócratas encuestados se manifestaron a favor de la intervención militar contraterrorista; mientras que un 65 por ciento de los republicanos y un 55 por ciento de los independientes. En contra tan solo un 28 por ciento de los demócratas, 27 por ciento de los republicanos y un 38 de los independientes.

Cuadro n°6. Diferencias por orientación partidaria en aprobación de intervención armada en Irak y Siria (2014)

Next, we have a question about the military action the United States is taking in Iraq and Syria against Islamic militants, commonly known as ISIS. Do you approve or disapprove of this U.S. military action?

	Favor	Oppose
	%	%
Democrats	64	28
Independents	55	38
Republicans	65	27

Sept. 20-21, 2014

GALLUP

Fuente: Gallup Center (2014)

Los más de 20 puntos porcentuales de aprobación a una decisión de política exterior, en el peor año de su presidencia en términos de opinión pública, con consenso entre ciudadanos con distinta inclinación política en un país muy polarizado en términos partidarios (Pew Research Center, 2014), es algo significativo y merece la pena el análisis.

En síntesis, a pesar del mal año de Barak Obama en términos de aprobación de su gestión presidencial por parte de la ciudadanía, de estar incumpliendo sus promesas de campaña y contradiciendo a las grandes victorias políticas que adjudicaba a su mandato a inicios de este mismo año; la ciudadanía apoya su accionar contraterrorista en Irak y Siria en septiembre de 2014, a pesar de haberse opuesto tan sólo unos meses antes. Lo curioso es que este apoyo a su accionar en la lucha contraterrorista, no se traduce a su índice de aprobación general.

En el siguiente apartado, expondré las características del consumo de noticias en Estados Unidos en el año 2014, basándome en estudios de grandes encuestadoras y

analistas de consumo mediático en ese país. Esta información servirá para entender la importancia de los cambios mediáticos en la percepción de la ciudadanía sobre distintos temas, también para mostrar la relevancia de la utilización de nuevas herramientas como Google Trends en el análisis del interés que suscitan en la ciudadanía determinados temas.

SECCIÓN IV: CONSUMO DE NOTICIAS EN ESTADOS UNIDOS

Cómo expresé anteriormente, en el año 2014 el ecosistema mediático estaba en pleno proceso de cambios y complejización, con la aparición de nuevos canales, nuevas narrativas y nuevos formatos. La masificación de las redes sociales, los medios de comunicación digital, los dispositivos móviles, el *boom* del contenido audiovisual, afectaron la forma en que las noticias eran construidas, comercializadas y difundidas. Tal como dice la encuestadora Pew Research Center (2014)⁴ “el año 2014 trajo más evidencia que nunca que las noticias son parte de la explosión de las redes sociales y los dispositivos móviles, ya que estos cambios les permiten alcanzar a más personas que nunca”.

En otro estudio⁵ realizado por la misma organización, se afirma que la gran mayoría de los estadounidenses consume noticias en formato digital. Por otro lado, la mitad de los usuarios de Facebook, sobre todo los usuarios de la franja entre 18 y 29 años, leen noticias en la red social, a pesar de que no ingresen por ese motivo. Lo mismo ocurre con los videos online: la mitad de los que consumen este contenido, afirman consumir también contenido noticioso en este formato (Pew Research Center, 2014).

⁴ Pew Research Center (2019). 10 facts about Americans and Facebook. Obtenido en Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/05/16/facts-about-americans-and-facebook/>.

⁵ Pew Research Center (2014). Social, search and direct. Pathways to digital news. Obtenido en Pew Research Center: https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2014/03/pathways_to_news_topline.pdf

Por su parte, la empresa de análisis del mercado digital, eMarketer⁶, afirma que en el año 2014 el 47,1 por ciento del consumo mediático de adultos en Estados Unidos era digital, seguido de la TV (36,5 por ciento), la radio (10,9 por ciento) y por último los medios impresos (3,5 por ciento).

La realidad mediática se torna más compleja si consideramos el hecho de que el 50 por ciento de los usuarios de redes sociales comparte contenido noticioso escrito, visual y audiovisual, aparte de consumirlo. Mientras que el 46 por ciento participa en discusiones alrededor de noticias y eventos que ocurren en este ámbito; y con la mayor adopción del teléfono móvil, cada vez más ciudadanos documentan eventos noticiosos con imágenes y video. Uno de diez usuarios de redes sociales han publicado videos hechos por ellos mismos, mientras que el 11 por ciento ha subido su propio contenido audiovisual, visual, gráfico a blogs o sitios web.⁷

En este contexto, adquieren relevancia los estudios sobre los caminos que siguen los usuarios para consumir contenido noticioso en los medios digitales. Pew Research Center (2014)⁸, incluye en uno de sus informes sobre consumo de noticias digitales en Estados Unidos el análisis de los tres principales caminos de búsqueda que eligen los usuarios para consumir noticias en los 23 sitios de noticias más populares. Estos medios de comunicación fueron identificados en dos listas diferentes; una de los sitios

⁶ EMarketer (2014). Us-digital-ad-spending-share-by-device-2014-2019. Obtenido en eMarketer: <https://www.emarketer.com/chart/227384/us-digital-ad-spending-share-by-device-2014-2019-of-total>

⁷ Nielsen (2014). The U.S. digital consumer report. Obtenido en Nielsen: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2014/the-us-digital-consumer-report/>

⁸ Pew Research Center (2014). Social, search and direct. Pathways to digital news. Obtenido en Pew Research Center:

https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2014/03/pathways_to_news_topline.pdf

con más visitas mensuales únicas de acuerdo con mediciones llevadas a cabo por ComScore desde junio 2013, y otra con los sitios de noticias más compartidos en Facebook, de acuerdo a las estadísticas de la misma red social en ese mismo mes.

Según este estudio, la vía más elegida por los usuarios para consumir contenido noticioso en 15 de los 26 sitios de noticias con mayor tráfico en Estados Unidos, es la de visitas directas, es decir, personas que escriben su url en el buscador o usan un bookmark para ir directamente al sitio oficial de un medio digital. El 20 por ciento de las visitas en estos quince medios, vienen por esta vía. En segundo lugar están aquellos que buscan información sobre un tema en particular en el buscador. El 20 por ciento de las personas que visita 11 de los 26 medios de comunicación digitales más consumidos en Estados Unidos ingresa de esta forma. En tercer lugar, el 20 por ciento de las visitas a 4 de los 26 sitios con más tráfico vienen desde Facebook.

Antes de avanzar quisiera aclarar algunas cuestiones metodológicas. En primer lugar, el hecho de que el estudio anterior no incluya datos acerca del consumo de noticias a través del móvil. Esto se debe a que en el 2014 el ordenador aún dominaba el tráfico a los sitios de noticias. Por otro lado, se analiza el consumo de noticias a través de Facebook porque en el período a analizar, esta red social alcanzaba más estadounidenses que cualquier otra red social (3 de 10 ciudadanos de este país afirmaban consumir al menos algunas noticias en Facebook) (Pew Research Center, 2015). También, vale aclarar que las noticias internacionales ocupan el puesto número 9 de 11 en el ranking de los temas más consumidos en la red social en 2014 (Pew Research Center, 2015).

Toda la información desplegada en esta sección es relevante para mi estudio por dos motivos. En primer lugar para entender cómo la ciudadanía estadounidense se informa, de dónde obtiene información y por qué medios llega a ella. Por otro lado, para entender la relevancia de Google Trends para captar el interés de la ciudadanía por determinados temas.

Esta herramienta sirve para analizar el interés en el tiempo de determinados términos de búsqueda en Google. En un ecosistema mediático altamente digitalizado, donde 11 de los 26 sitios de noticias más visitados reciben lectores desde motores de búsqueda como Google, los términos de búsqueda que utilizan pueden brindarnos información valiosa acerca de los intereses informativos que tuvieron en determinado momento. La información proveniente de Google Trends adquiere aún más relevancia si tenemos en cuenta que ya en 2014, era el motor de búsqueda más utilizado en Estados Unidos (Comscore, 2014 y Alexander Halavais, 2018).

En línea con mi tesis, utilizaré esta herramienta, junto con los resultados de reconocidas encuestadoras estadounidenses como Gallup y Pew Research Center, para demostrar cómo creció el interés de la ciudadanía por el tema Estado Islámico, Siria e Irak en el período a analizar ante el cambio discursivo oficial, transmitido a través de los medios de comunicación digitales y tradicionales.

SECCIÓN V: EL DISCURSO OFICIAL Y LOS ÍNDICES DE APROBACIÓN PÚBLICA DE LA CONTRAOFENSIVA TERRORISTA EN IRAK Y SIRIA

En esta sección, retomaré las fases de evolución del discurso presidencial con respecto a la intervención militar estadounidense en Medio Oriente, tomando como referencia el informe de New America citado en las secciones anteriores, junto con el estudio de Simone Molin Friss sobre los efectos de la difusión de los videos de decapitaciones de los ciudadanos estadounidenses y el discurso de la elite política; para analizar la relación entre la transformación del discurso oficial, así como la de los resultados de encuestas de opinión pública sobre la intervención militar en Medio Oriente y del interés de la ciudadanía sobre este tema de política exterior.

Como expliqué en la primera sección de este trabajo, el informe de New America (2015) divide el proceso de toma de decisión con respecto a la guerra contra el ISIS en cuatro fases, tomando como referencia 28 discursos oficiales de Obama ocurridos entre enero 2014 y fines de septiembre de este año.

Según el Think Tank estadounidense, primero existió una fase de “preguerra” (enero 2014-12 de junio 2014), anterior a que fuera considerada la intervención en Medio Oriente y dónde Barack Obama incluso hace referencia a la retirada de tropas de la región como triunfo de su mandato. En la misma, no se hace referencia al riesgo que implica el avance de este grupo.

Recién en la “etapa de reconocimiento” (13 de junio 2014-6 de agosto de 2014) Obama menciona por primera vez la amenaza de ISIS y abre la posibilidad de un ataque militar por parte de Estados Unidos, anunciando un aumento en la actividad de vigilancia y la voluntad de enviar 300 soldados para apoyar a las milicias iraquíes.

En este mismo período de tiempo, el 20 y el 21 de junio del 2014 específicamente, la encuestadora Gallup, realizó un sondeo al que nos referimos en páginas anteriores. En el mismo se evidenció una mayoría de 54 puntos porcentuales de personas en contra de la intervención de ese país en Irak. Mientras que el 39 por ciento de las personas encuestadas se manifestaron a favor. Aún la ciudadanía estadounidense no se manifestaba a favor de una intervención militar en Medio Oriente, pero tampoco lo hacía el presidente Barak Obama, quien en su discurso hacía referencia a la intervención como una “actividad de vigilancia”.

Posteriormente, el 7 de agosto de 2014, el presidente de Estados Unidos anuncia que ha autorizado dos operaciones en Irak, “ataques para proteger al personal estadounidense y romper el cerco de ISIS y su amenaza genocida”. Estos dichos inauguraron la siguiente fase, denominada por New America de “guerra limitada” (7 de agosto de 2014-9 de septiembre de 2014), por el tiempo y alcance de las operaciones autorizadas.

En la encuesta realizada por Pew Research Center entre el 14 y 17 de agosto de 2014, la mayoría de los americanos (54 por ciento) manifestaron su aprobación a los ataques aéreos contra los militantes islámicos, mientras que el 31 por ciento de los

encuestados no estaba de acuerdo con este accionar en Irak. Es decir, ya comenzamos a ver una mayoría de los encuestados a favor de este accionar en Medio Oriente. Sin embargo, según otro estudio⁹ consecutivo llevado a cabo por la misma encuestadora, el sentimiento de precaución relativo a la participación de Estados Unidos en la región, seguía latente. El 51 por ciento de los ciudadanos de Estados Unidos que conformaron la base de este estudio manifestó preocupación sobre el involucramiento militar de su país en el conflicto contra el ISIS.

Unos días después de la realización de esta encuesta, el 19 de agosto de 2014, ocurre un hecho trágico, registrado en video y difundido masivamente por redes sociales y medios de comunicación digitales y tradicionales. La decapitación del periodista estadounidense James Foley por parte de un miembro de ISIS. El video inicia con un discurso del militante de esta organización terrorista, donde explica las razones del hecho y luego muestra imágenes explícitas del crimen. El mismo, fue difundido masivamente por distintos medios de comunicación en Estados Unidos y el mundo, sufriendo recortes y alteraciones en el camino. La reacción social fue muy importante, no sólo por parte de la ciudadanía sino también por parte de la élite política estadounidense (Simone Molin Friss, 2015).

Luego de la difusión de este material, dos tercios del público (67 por ciento) hizo referencia a ISIS como la mayor amenaza para Estados Unidos en una encuesta

⁹ Pew Research Center (2014). Support for U.S. Airstrikes in Iraq; Concern About Getting Too Involved. Obtenido en Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/politics/2014/08/18/support-for-u-s-airstrikes-in-iraq-concern-about-getting-too-involved/>

realizada por Pew Research Center¹⁰. Alrededor del 21 por ciento nombró al Estado Islámico en Irak y Siria como una amenaza menor y sólo un 5 por ciento no lo mencionó como amenaza. La mitad de la muestra fue consultada sobre ISIS y la otra mitad sobre “Grupos extremistas islámicos como al Qaeda”, aunque esto no generó grandes cambios en el resultado (71 por ciento lo consideró como una gran amenaza, 19 por ciento como una amenaza menor y el 6 por ciento no lo consideró una amenaza) (Pew Research Center, 2014).

Otro estudio llevado a cabo por la misma encuestadora entre el 20 y 24 de agosto de 2014 sirve para completar el panorama, ya que el 54 por ciento de los encuestados dijo que Obama no estaba siendo suficientemente duro en su política exterior y en su estrategia de seguridad nacional, mientras que el 36 por ciento afirmó que su estrategia en este sentido era la correcta y un 3 por ciento se refirió a ella como demasiado dura. Aunque estos resultados no muestran una gran variación con respecto a los de años anteriores, deben ser analizados en el contexto de un cambio discursivo y práctico en la estrategia de política exterior de Barack Obama. Debemos recordar que hasta junio de 2014, la retirada de las tropas estadounidenses de Irak era una de las grandes victorias del Presidente. Él mismo hacía referencia a esto antes del comienzo de la fase de reconocimiento.

En este contexto de reconocimiento público de ISIS como amenaza global, como “cáncer” que debe ser erradicado y de creciente temor al avance de este grupo por

¹⁰ Pew Research Center (2014). Growing Concern about Rise of Islamic Extremism at Home and Abroad. Obtenido en Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/politics/2014/09/10/growing-concern-about-rise-of-islamic-extremism-at-home-and-abroad/>

parte de la ciudadanía estadounidense, se inicia la fase de escalada, inaugurada con el discurso presidencial del 10 de septiembre de 2014. En él, Barack Obama anunció una campaña para degradar y destruir a ISIS y sus intenciones de extenderla la intervención militar a Siria, lo que finalmente ocurrió el 23 de septiembre de 2014. Las locaciones alcanzadas por los ataques aéreos cuadruplicaron en número con respecto a las de la fase anterior.

La autora Simone Molin Friis (2015), se refiere a este cambio discursivo en su trabajo “*Beyond anything we have ever seen’: beheading videos and the visibility of violence in the war against ISIS*”. En él, toma como punto de inflexión entre “ISIS como amenaza regional que hay que contener” e “ISIS como amenaza global que hay que degradar y destruir” la difusión de los videos de decapitación de ciudadanos de nacionalidad estadounidense y británica. Para Simone Molin Friis los avances de ISIS en Irak y Siria, incluyendo su captura de Mosul y la persecución de los Yazidis eran predominantemente descritos por la elite política como una amenaza a la región y una situación humanitaria y sectaria que necesitaba contención y ayuda humanitaria. Sin embargo, durante las semanas y meses posteriores a la diseminación de los videos de decapitaciones, la situación humanitaria cambió rápidamente a problema de seguridad nacional, y los líderes políticos comenzaron a referirse a ISIS como una amenaza expansiva que podría llegar a Reino Unido y Estados Unidos.

En septiembre del 2014, una encuesta de NBC News y Wall Street Journal ¹¹ reportó que los estadounidenses se sentían más inseguros luego de la difusión de los videos de decapitación. También en este período se registró un aumento en el número de estadounidenses que asociaban al Islam con violencia (50 por ciento de los encuestados) (Pew Research Center, 2014). Sumaron a este sentimiento de venganza y violencia colectivo, las expresiones transmitidas por los líderes políticos por los distintos medios de comunicación, incluidas las redes sociales. Importantes representantes de las elites políticas estadounidense y británica se apresuraron a reaccionar ante la difusión de los videos refiriéndose al grupo terrorista como “encarnación de la maldad” y como enemigos del mundo y la humanidad. El Secretario de Estado de Estados Unidos, John Kerry publicó en la red social Twitter: “ISIL debe ser destruido/va a ser destruido”. Luego emitió una declaración expresando “hay maldad en el mundo, y nos hemos encontrado frente a frente con ella de nuevo. Maldad horrible, salvaje, inexplicable, nihilista y sin valor. También se refirió a su singularidad y novedad: “una brutalidad diferente a lo que hemos visto antes”. En esta misma línea, Obama se refirió a las decapitaciones como “un acto de violencia que golpea la conciencia del mundo entero y que demuestra que ISIS no tiene lugar en el siglo veintiuno [...] Una organización terrorista que es única en su brutalidad”. Por su parte, los anuncios de los representantes de la elite republicana no tardaron en llegar. John McCain and Lindsey Graham afirmaron “ en este asesinato cobarde y horrible de un hombre inocente, vemos la verdadera naturaleza de la maldad que nos confronta

¹¹ NBC y Wall Street Journal (2014). ISIS Threat: Fear of Terror Attack Soars to 9/11 High, NBC News/WSJ Poll Finds. Obtenido en NBC: <https://www.nbcnews.com/politics/first-read/isis-threat-fear-terror-attack-soars-9-11-high-nbc-n199496>

[...] es un enemigo de la humanidad, una oscuridad que va a expandirse lo más que pueda a menos que la detengamos” (Simone Molin Friss, 2015).

Es importante destacar que este hecho fue considerado por el gobierno de Estados Unidos como una declaración de guerra por parte de ISIS. En las palabras del Consejero de Seguridad Nacional de este país, Ben Rhodes: “Esto representa un ataque terrorista en contra de nuestro país y de la ciudadanía estadounidense [...] Es la más clara indicación hasta ahora de que ISIS ha declarado la guerra contra Estados Unidos, la ciudadanía estadounidense y la gente amante de la libertad en todo el mundo” (Simone Molin Friss, 2015).

En septiembre de 2014, Pew Research Center realizó otra encuesta, los días 20 y 21 de ese mes luego de que comenzara la fase de escalada a la que ya hicimos referencia en otras secciones. La pregunta que se le hizo a todos los encuestados fue: “A continuación, tenemos una pregunta acerca del accionar militar que el gobierno de Estados Unidos está llevando a cabo en Irak y Siria contra militantes islámicos, comúnmente conocidos como ISIS. Ustedes, ¿aprueban o desaprueban este accionar militar?”. El 60 por ciento de los encuestados aprobaba este accionar militar en Irak y Siria, mientras que el 31 por ciento lo desaprobaba. La diferencia entre los 39 puntos de aprobación del accionar militar en Irak antes de que la intervención militar ocurriera y los 36 puntos en el caso de Siria, y los 60 puntos de aprobación luego del comienzo de la fase de escalada, es de 21 puntos porcentuales en el caso de Irak y de 24 puntos porcentuales en el caso de Siria. Como vimos anteriormente, no había grandes diferencias entre demócratas y republicanos. Un 64 por ciento de los

demócratas encuestados se manifestaron a favor de la intervención militar contraterrorista; mientras que un 65 por ciento de los republicanos y un 55 por ciento de los independientes. En contra tan sólo un 28 por ciento de los demócratas, 27 por ciento de los republicanos y un 38 por ciento de los independientes.

Existió un cambio en la estrategia discursiva presidencial, así como en la de otros miembros de la élite política estadounidense que fue difundida por los medios de comunicación sin ninguna oposición. También hubo un cambio en la opinión pública con respecto al involucramiento militar contraterrorista de Estados Unidos en Irak y Siria que ocurrió en simultáneo al primero. Todo esto, a pesar de que tanto el avance territorial de ISIS como las violaciones de derechos humanos y los crímenes de lesa humanidad ya estaban ocurriendo en la región, mucho antes del 7 de agosto de 2014. Un dato revelador en este sentido, es que desde 2011 hasta 2014 el Committee to Protect Journalists (2020) registró la muerte de 118 periodistas y trabajadores de medios de comunicación extranjeros en Irak y Siria.

Sin embargo, la mayor atención de la elite política, y consecuentemente de los medios de comunicación a lo que estaba ocurriendo en Medio Oriente, generó un mayor interés y preocupación de la ciudadanía estadounidense por los acontecimientos externos. Este mayor interés, los llevó a buscar información sobre el tema, más allá de la que ya recibían a través de redes sociales y medios de comunicación tradicionales. Google Trends podrá darnos un poco de claridad acerca de la evolución de este interés de la ciudadanía en el tiempo.

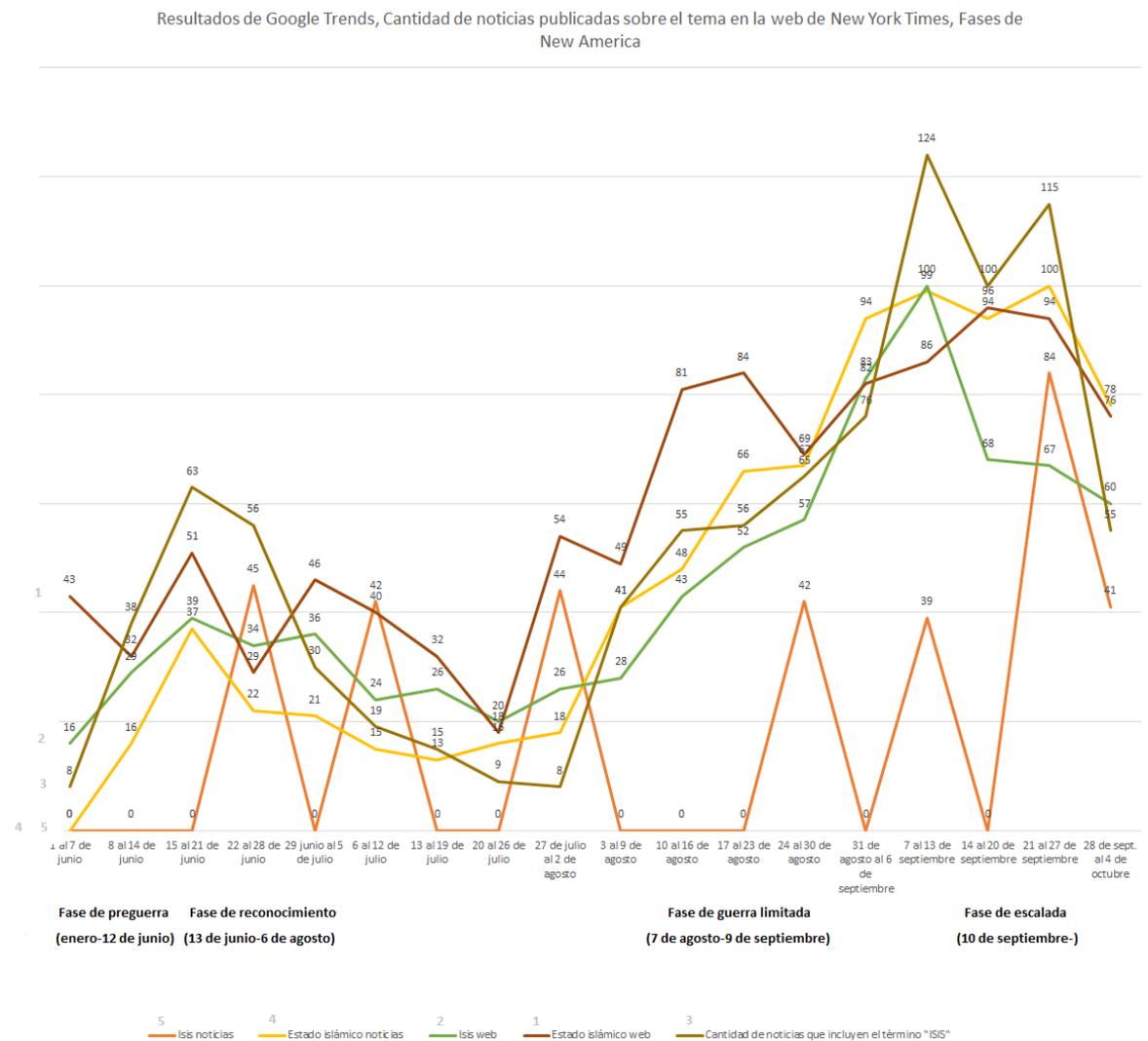
Como expliqué en la sección anterior, esta herramienta sirve para analizar el interés en el tiempo de determinados términos de búsqueda en Google, el buscador más utilizado por los estadounidenses en 2014 y fuente principal de lectores de 11 de los 26 medios de comunicación digital más visitados en Estados Unidos en este año. Ahora bien, la popularidad de un término o tema (agrupación de términos relacionados a una temática en particular) se mide en valores que van del 0 al 100, donde este último representa el pico de popularidad de un término o tema, mientras que 0 lo contrario.

En este caso en concreto, utilicé la herramienta para ver cuáles fueron las búsquedas en Estados Unidos de los términos relacionados con los temas Estados Islámico e ISIS. Para incluir la mayor cantidad de términos relacionados al tema a analizar, busqué por los temas “Estados islámico” e “Isis”. Expuse los resultados de mi búsqueda en el cuadro nº 1. También por esta razón, utilicé el filtro de tipo de búsqueda web y noticias, de forma de incluir información de la gente que utilizó los dos tipos de búsquedas en Google.

En el siguiente cuadro se puede ver la evolución de las búsquedas en Google sobre los temas expuestos en el párrafo anterior, así como del número de noticias publicadas sobre el tema en el sitio online del diario New York Times. También hay una referencia a las fases de evolución de la estrategia de Estados Unidos en Medio Oriente (New America, 2019).

Utilicé la base de datos del diario New York Times sólo como ejemplo, a efectos de comparar el crecimiento de noticias sobre el tema en un medio importante, con la evolución del interés de la ciudadanía sobre el tema.

Cuadro n° 7. Resultados de Google Trends, cantidad de noticias publicadas con mención a ISIS en New York Times (online) y fases de evolución de la estrategia contraterrorista estadounidense en Irak y Siria (2014).



En el gráfico, se puede ver como, en líneas generales, hubo un aumento en el interés de la ciudadanía sobre lo que ocurría en Siria e Irak con ISIS y el Estado Islámico, también en el número de artículos sobre el tema en el sitio online de New York Times. Este aumento coincide con la evolución de las fases de toma de decisión sobre el tema, el creciente involucramiento de Estados Unidos en la zona y también con el aumento de la virulencia del discurso oficial con respecto a ISIS descrito en páginas anteriores.

A continuación, expondré la información completa que ha sido sintetizada en el cuadro nº 6. En la primera columna verán las fechas de recogida de datos de Google Trends. En la segunda, la cantidad de noticias que incluyen el término ISIS semana a semana, hasta abarcar la totalidad del período a analizar. Luego, se pueden ver los resultados de la búsqueda en Google Trends a la que hice referencia anteriormente. En esta parte del cuadro, marqué en rojo los valores mayores a 80 (popularidad muy alta) y en naranja los mayores a 50 (popularidad alta), para que se hiciera visible el aumento en las búsquedas/interés sobre el tema a medida que avanzaban las fases, el discurso presidencial se hacía más ofensivo, al igual que el accionar del ejército estadounidense en Medio Oriente, y aumentaban las noticias sobre el tema en el sitio online de New York Times.

Cuadro n° 8: Resultados de búsqueda semanal de temas y términos relacionados con ISIS en Google Trends y del número de noticias publicadas con mención a ISIS en New York Times (online).

Fechas de búsqueda	Búsqueda de noticias en www.newyorktimes.com	Búsqueda de noticias		Búsqueda web	
	Cantidad de noticias que incluyen el término "ISIS"	Isis noticias	Estado Islámico noticias	Isis web	Estado Islámico web
1 al 7 de junio	8	0	0	16	43
8 al 14 de junio	38	0	16	29	32
15 al 21 de junio	63	0	37	39	51
22 al 28 de junio	56	45	22	34	29
29 junio al 5 de julio	30	0	21	36	46
6 al 12 de julio	19	42	15	24	40
13 al 19 de julio	15	0	13	26	32
20 al 26 de julio	9	0	16	20	18
27 de julio al 2 de agosto	8	44	18	28	54

3 al 9 de agosto	41	0	41	28	49
10 al 16 de agosto	55	0	48	43	81
17 al 23 de agosto	56	0	66	52	84
24 al 30 de agosto	65	42	67	57	69
31 de agosto al 6 de septiembre	76	0	94	83	82
7 al 13 de septiembre	124	39	99	100	86
14 al 20 de septiembre	100	0	94	68	96
21 al 27 de septiembre	115	84	100	67	94
28 de sept. al 4 de octubre	55	41	78	60	76

Al comienzo del período analizar, específicamente entre el primero y el siete de junio, las búsquedas de términos relacionados a estos temas estaban en cero o niveles cercanos a cero. Es decir, la popularidad de este tema era muy baja en Estados Unidos. La gente no buscaba informarse sobre estos temas. Lo mismo ocurre si hacemos una búsqueda general por el término ISIS, que ocupa el puesto número 7 entre los términos más buscados en 2014. Vemos que supera los 50 puntos porcentuales de popularidad recién en la semana del 10 al 16 de agosto de 2014, alcanzando su pico en la semana del 17 al 23 de agosto de este año, en coincidencia con la difusión del video del crimen de James Foley (19 de agosto de 2014). Y si extendemos la búsqueda en el tiempo, para cubrir los años desde el comienzo de la guerra civil en Siria en 2011, vemos que se mantiene la tendencia descrita arriba: recién se superan los 50 puntos porcentuales de popularidad en la semana del 10 al 16 de agosto de 2014.

Todo esto ocurre a pesar de que, como vimos en secciones anteriores, estaban ocurriendo hechos preocupantes en Siria desde antes del pico máximo de búsquedas sobre estos temas. Situaciones en las que Estados Unidos y ciudadanos estadounidenses estaban involucrados, y en las que se estaban cometiendo atroces crímenes de lesa humanidad. Sin embargo, la ciudadanía no reaccionaba a ellos exigiendo más intervención o buscando informarse sobre ellos.

El interés creciente sobre el tema a partir del 10 de agosto coincide con el aumento de la agresividad en el discurso oficial con respecto a ISIS y el incremento de la presencia militar en la zona (Barack Obama había autorizado por primera vez

ataques aéreos limitados contra ISIS en Irak el 7 de agosto) y del tema en los medios de comunicación tradicionales y digitales, como queda representado en el aumento del número de noticias que mencionan “ISIS” en el sitio web de New York Times. También coincide con el cambio de opinión pública con respecto a ISIS y al conflicto en Medio Oriente que se ve reflejado en los resultados de las encuestas sobre el tema y en el creciente interés de la ciudadanía por informarse sobre ellos, tal como muestran los resultados extraídos de Google Trends.

CONCLUSIÓN

En síntesis, el cambio en el discurso presidencial ocurrido en la segunda parte del año 2014 y difundido a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales, generó efectos en la opinión pública que pasó del desacuerdo con la intervención militar en Medio Oriente en junio 2014, a la aprobación de este accionar externo en septiembre de ese mismo año, según datos provenientes de prestigiosas encuestadoras estadounidenses como Gallup, Pew Research Center y las realizadas por medios de comunicación como NBC y Wall Street Journal. También creció en la ciudadanía la percepción de la amenaza que representaba este grupo para la seguridad nacional y el interés por lo que estaba sucediendo en Medio Oriente y con ISIS en particular.

En las páginas anteriores de este trabajo he intentado dar respuesta al porqué de este cambio tan brusco en la opinión pública, cuando la crisis en esta zona geográfica era preocupante desde mucho tiempo antes, así como el accionar y las intenciones de ISIS. ¿Qué cambió en agosto de 2014?

La forma en que principalmente Barack Obama, pero también el resto de los integrantes del gobierno y el ejército comenzaron a referirse a ISIS y a la amenaza que representaba, seguido de la creciente presencia militar en la zona y de la mayor difusión de contenido en medios de comunicación tradicionales y digitales sobre el tema debido a mecanismos de producción de noticias ya arraigados, generaron en gran

medida este cambio en la opinión pública estadounidense sobre la intervención militar de su ejército nacional en este conflicto externo.

Los más de 20 puntos porcentuales de aprobación a una decisión de política exterior que contradecía las promesas electorales del presidente, en el peor año de su gestión en términos de opinión pública, con consenso entre ciudadanos con distinta inclinación política en un país muy polarizado en términos partidarios (Pew Research Center, 2014), y con encuestas anteriores que mostraban resultados opuestos, era un fenómeno digno de análisis.

Con este trabajo pretendí dar muestra del gran potencial de manipulación que tiene la elite gobernante a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales sobre temas de política exterior. El estudio de los mecanismos en los que se producen noticias, en este caso internacionales, se vuelve fundamental ya que, como se manifestó en secciones anteriores, sirven para inclinar la opinión pública a favor de un rumbo de política exterior determinado.

Las herramientas, técnicas y métodos utilizados en este trabajo pueden ser replicados para demostrar lo mismo en diversos escenarios y contextos. Espero que mis resultados sirvan de punto de partida para otros análisis y para la búsqueda de formas de atenuar los efectos de la manipulación política a través de los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

A.W. Geiger (2019). Key findings about the online news landscape in America.

Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/11/key-findings-about-the-online-news-landscape-in-america/>

Alan I. Abramowitz (2014). Forecasting the 2014 Midterm Elections with the Generic Ballot Model. PS: Political Science and Politics de American Political Science Association.

Alan Murray, Michael Dimock, Elizabeth Mueller Gross, Paul Taylor, Andrew Kohut

(2014). State of the news media. Obtenido en Pew Research Center:

<https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/05/30142556/state-of-the-news-media-report-2014-final.pdf>

Alexander Halavais (2018). Search Engine Society. Polity Press.

Amy Mitchell (2018). Americans Still Prefer Watching to Reading the News – and

Mostly Still Through Television. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.journalism.org/2018/12/03/americans-still-prefer-watching-to-reading-the-news-and-mostly-still-through-television/>

Amy Mitchell y Mark Jurkowitzo (2014). Audience Routes: Direct, Search &

Facebook. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.journalism.org/2014/03/13/audience-routes-direct-search-facebook/>

Amy Mitchell, Jesse Holcomb y Nancy Vogt (2014). News Video on the Web.

Obtenido en Pew Research Center:

- <https://www.journalism.org/2014/03/26/news-video-on-the-web/#fn-42082-1>
- Arthur T. Hatton and Michael E. Nielsen (2015). 'War on Terror' in our backyard: effects of framing and violent ISIS propaganda on anti-Muslim prejudice. Georgia Southern University.
- Ballotpedia (2014). United States congress elections. Obtenido en Ballotpedia: https://ballotpedia.org/United_States_Congress_elections,_2014
- Bruce Drake (2014). 5 takeaways on how Americans view a world in crisis. Obtenido en Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/04/5-takeaways-on-how-americans-view-a-world-in-crisis/>
- Bruce Stokes (2013). Does public care about UN blessing over Syria?. Obtenido de Pew Research Center: <http://www.pewresearch.org/global/2013/08/30/does-public-care-about-u-n-blessing-over-syria/>
- Cameron Glenn, Mattisan Rowan, John Caves y Garrett Nada (2016). The rise and fall of the Islaic State. Obtenido en Wilson Center: <https://www.wilsoncenter.org/article/timeline-the-rise-spread-and-fall-the-islamic-state-wilson-center-2019>
- Carroll Doherty and Rachel Weisel (2014). As New Dangers Loom, More Think the U.S. Does "Too Little" to Solve World Problems. Obtenido en Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/politics/2014/08/28/as-new-dangers-loom-more-think-the-u-s-does-too-little-to-solve-world-problems/>
- Carroll Doherty, Alec Tyson and Rachel Weisel (2014). Bipartisan Support for

- Obama's Military Campaign Against ISIS. Obtenido en Pew Research Center:
<https://www.pewresearch.org/politics/2014/09/15/bipartisan-support-for-obamas-military-campaign-against-isis/>
- Cesáreo Gutiérrez Espada (2015). El conflicto en Siria (2011-2014) a la luz del derecho internacional y de la geopolítica. *Revista UNISCI / UNISCI Journal de la Universidad de Murcia*.
- Christian Reus-Smit (2005). *Theories of International Relations*. Palgrave MacMillan.
- Committee to Protect Journalists (2020). 118 Journalists and Media Workers Killed in Iraq, Syria. Obtenido en Committee to Protect Journalists:
https://cpj.org/data/killed/?status=Killed&motiveConfirmed%5B%5D=Confirmed&motiveUnconfirmed%5B%5D=Unconfirmed&type%5B%5D=Journalist&type%5B%5D=Media%20Worker&cc_fips%5B%5D=IZ&cc_fips%5B%5D=SY&start_year=2011&end_year=2014&group_by=year
- Comscore (2014). Comscore Releases August 2014 U.S. Search Engine Rankings. Obtenido en Comscore:
https://www.comscore.com/Insights/Rankings/comScore-Releases-August-2014-US-Search-Engine-Rankings?cs_edgescape_cc=ES
- EMarketer (2014). Us-digital-ad-spending-share-by-device-2014-2019. Obtenido en eMarketer:
<https://www.emarketer.com/chart/227384/us-digital-ad-spending-share-by-device-2014-2019-of-total>
- Fang, S. (2008). The informational role of international institutions and domestic politics. *American Journal of Political Science*.

Gallup Center (2014). Slightly Fewer Back ISIS Military Action vs. Past Actions.

Obtenido en Gallup Center:

<https://news.gallup.com/poll/177263/slightly-fewer-back-isis-military-action-past-actions.aspx>

Gallup Center (2014). Support for Iraq Military Action Low in Historical Context.

Obtenido en Gallup Center:

<https://news.gallup.com/poll/171968/support-iraq-military-action-low-historical-context.aspx>

Gallup Center (2020). Presidential Approval Ratings, Barack Obama. Obtenido en

Gallup Center:

<https://news.gallup.com/poll/116479/barack-obama-presidential-job-approval.aspx>

George Gao (2014). Data Feed: Online news engagement, rebounding retail sales,

firmer Obamacare support. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/03/13/data-feed-online-news-engagement-rebounding-retail-sales-firmer-obamacare-support/>

Gonzalo Alvarez Fuentes (2015). Hacia una perspectiva constructivista y crítica del análisis de política exterior. Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile.

Google Trends (2014). El año en búsquedas 2014. Obtenido en Google Trends:

<https://trends.google.es/trends/yis/2014/US/>

Google Trends (2014). Búsqueda de temas: Estado Islámico e Isis en 2014. Obtenido en Google trends:

<https://trends.google.es/trends/explore?date=2014-01-01%202014-12-31&geo>

=US&q=%2Fm%2F07v2k4,%2Fm%2F09d_8

- Grieco, J. M., Gelpi, C., Reifler, J., & Feaver, P. D. (2011). Let's get a second opinion: International institutions and American public support for war. *International Studies Quarterly*.
- Hansen, Leneh (2014). How images make world politics: International icons and the case of Abu Ghraib. Obtenido en Cambridge University:
<https://www.cambridge.org/core/journals/review-of-international-studies/article/how-images-make-world-politics-international-icons-and-the-case-of-abu-ghraib/C736E996F91CBF91DF29AF58E7815EFA>
- Humans Right Watch (2013). Attacks on Ghouta: Analysis of Alleged Use of Chemical Weapons in Syria. Obtenido en Humans Right Watch:
<https://www.hrw.org/report/2013/09/10/attacks-ghouta/analysis-alleged-use-chemical-weapons-syria>
- Humans Rights Watch (2014). World Report: Syria. Obtenido en Human Rights Watch: <https://www.hrw.org/world-report/2014/country-chapters/syria#>
- Isaac Speer (2017). Reframing The Iraq War: Official Sources, Dramatic Events, and Changer in Media Framing. *Journal of Communication*.
- J. Baxter Oliphant (2018). The Iraq War continues to divide the U.S. public, 15 years after it began. Obtenido en Pew Research Center:
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/19/iraq-war-continues-to-divide-u-s-public-15-years-after-it-began/>
- James Golby, Peter Feaver y Kyle Dropp (2018). Elite Military Cues and Public Opinion About the Use of Military Force. *Armed Forces & Society*.
- Jeffrey Gottfried (2017). Americans' online news use is closing in on TV news use.

Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/09/07/americans-online-news-use-vs-tv-news-use/>

Jeffrey M. Jones and Frank Newport (2014). Slightly Fewer Back ISIS Military

Action vs. Past Actions. Obtenido en Gallup:

<https://news.gallup.com/poll/177263/slightly-fewer-back-isis-military-action-past-actions.aspx>

Jessica D. Lewis (2013). Middle East security report 14: Al-Qaeda in Iraq Resurgent

The Breaking the Walls Campaign, Part I. Institute for the Study of War.

Jessica Stern (2015). Obama and Terrorism: Like It or Not, the War Goes On.

Obtenido en

Jstor:https://www.jstor.org/stable/4149799?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=4149799&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3D4149799&ab_segments=0%2Fbasic_search_gsv2%2Fcontrol&refreqid=fastly-default%3A9eeddca300c3c69f10457eab93a02e42

John Gramlich (2018). Five facts about Americans and Facebook. Obtenido en Pew

Research Center:

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/05/16/facts-about-americans-and-facebook/>

Katerina Eva Matsa y Amy Mitchell (2014). 8 Key Takeaways about Social Media

and News. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.journalism.org/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news/>

Marc J. Hetherington y Michael Nelson (2017). Anatomy of a Rally Effect: George

- W. Bush and the War on Terrorism. Obtenido en Cambridge University Press:
<https://www.cambridge.org/core/journals/ps-political-science-and-politics/article/abs/anatomy-of-a-rally-effect-george-w-bush-and-the-war-on-terrorism/E3C44BABE22BDD6E57E76BCF326DB2CF>
- Mark Jurkowitz, Amy Mitchell and Katerina Eva Matsa (2013). How Al Jazeera Tackled the crisis over Syria. Obtenido en Pew Research Center:
<https://www.journalism.org/2013/09/16/how-al-jazeera-tackled-the-crisis-over-syria/>
- Mason Walker (2019). Americans favor mobile devices over desktops and laptops for getting news. Obtenido en Pew Research Center:
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/11/19/americans-favor-mobile-devices-over-desktops-and-laptops-for-getting-news/>
- Matthew A. Baum and Tim J. Groeling (2009). The causes and consequences of public view of war. Princeton University Press.
- Michael D. Shear y Julie Hirschfeld Davis (2014). Obama, ‘Appalled’ by Beheading, Will Continue Airstrikes. Obtenido en New York Times:
<https://www.nytimes.com/2014/08/21/us/politics/james-foley-beheading-isis-video-authentic-obama.html>
- Michael Martinez y Mariano Castillo (2014). ¿Quiénes son los otros prisioneros de ISIS?. Obtenido en CNN en Español:
<https://cnnespanol.cnn.com/2014/11/20/quienes-son-los-otros-prisioneros-de-isis/>
- Micheal Dimock and Carroll Doherty (2013). Opposition to Syrian Airstrikes Surges. Obtenido en Pew Research Center:

- <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/4/legacy-pdf/9-3-13-Syria-Release.pdf>
- New America (2019). Decision-Making in the Counter-ISIS War. Obtenido en New America:
<https://www.newamerica.org/international-security/reports/decision-making-counter-isis-war/what-drove-the-wars-snapback-in-iraq-and-syria/>
- Nicholas Rostow Center (2014). Transitional Justice for Syria. Strategic Forum. National Defense University. Obtenido en Institute for National Strategic Studies: <https://inss.ndu.edu/Portals/68/Documents/stratforum/SF-282.pdf>
- Nielsen (2014). The U.S. digital consumer report. Obtenido en Nielsen:
<https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2014/the-us-digital-consumer-report/>
- Obama White House Archives (2013). Government Assessment of the Syrian Government's Use of Chemical Weapons on August 21, 2013. Obtenido en Obama White House Archives:
<https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2013/08/30/government-assessment-syrian-government-s-use-chemical-weapons-august-21>
- Ole R. Holsti (2004). Public Opinion and American Foreign Policy. The University of Michigan Press.
- Pew Research Center (2014). Political Polarization in the American Public. Obtenido en Pew Research Center:
<https://www.pewresearch.org/politics/2014/06/12/political-polarization-in-the-american-public/>
- Pew Research Center (2013). Public Backs diplomatic approach in Syria but distrusts

Syria and Russia. Obtenido de Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/politics/2013/09/16/public-backs-diplomatic-ap-proach-in-syria-but-distrusts-syria-and-russia/>

Pew Research Center (2013). Public Remains Opposed to Arming Syrian Rebels.

Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/politics/2013/06/17/public-remains-opposed-to-arming-syrian-rebels/>

Pew Research Center (2014). As New Dangers Loom, More Think the U.S. Does

‘Too Little’ to Solve World Problems. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/politics/2014/08/28/as-new-dangers-loom-more-think-the-u-s-does-too-little-to-solve-world-problems/#isis-emerges-as-major-threat>

Pew Research Center (2014). Social, search and direct. Pathways to digital news.

Obtenido en Pew Research Center:

https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2014/03/pathways_to_news_topline.pdf

Pew Research Center (2014). Support for U.S. Airstrikes in Iraq; Concern About

Getting Too Involved. Obtenido en Pew Research Center:

<https://www.pewresearch.org/politics/2014/08/18/support-for-u-s-airstrikes-in-iraq-concern-about-getting-too-involved/>

Pierson, P. (2004). Long Term Processes. Politics in Time. Princeton University Press.

René Pita y Juan Domingo (2014). The Use of Chemical Weapons in the Syrian Conflict. Chemical Defense Department, CBRN Defense School.

- Sautu, R., P. Boniolo, P. Dalle y R. Elbert (2005). Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO.
- Sean Aday (2014). The US Media, Foreign Policy, and Public Support for War". The Oxford Handbook of Political Communication.
- Simone Molin Friis (2015). 'Beyond anything we have ever seen': beheading videos and the visibility of violence in the war against ISIS. International Affairs.
- Songying Fang (2008). The informational Role of International Institutions and Domestic Politics. American Journal of Political Science.
- Tal Dingott Alover (2015). From Kosovo to Syria: the transformation of NATO Secretaries General's discourse on military humanitarian intervention. Journal European Security.
- Terrence L. Chapman (2012). Securing Approval: Domestic Politics and Multilateral Authorization for War. University of Chicago Press.
- Terrence L. Chapman, Dan Reiter (2004). The United Nations Security Council and the Rally 'Round the Flag Effect. Obtenido en Jstor:
<https://vpn.utdt.edu/proxy/6f0c29eb/https/www.jstor.org/stable/pdf/4149799.pdf>
- Thomas Knecht (2012). Securing Approval: Domestic Politics and Multilateral Authorization for War by Terrence L. Chapman. Cambridge University Press.
- Thompson, A. (2009). Channels of power: The UN Security Council and US statecraft in Iraq. Cornell University Press.
- The New York Times (2014). Times Topics: Islamic State in Iraq and Syria (ISIS). Obtenido en The New York Times:

<https://www.nytimes.com/search?dropmab=false&endDate=20141004&query=isis&sort=oldest&startDate=20140601>

Tim Groeling and Matthew A. Baum (2008). Crossing the Water's Edge: Elite

Rhetoric, Media Coverage, and the Rally-Round-the-Flag Phenomenon.

Obtenido en Jstor:

<https://vpn.utdt.edu/proxy/0d7860ea/https://www.jstor.org/stable/pdf/10.1017/s0022381608081061.pdf>

W. Lance Bennett (1990). Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*.

William D. Baker y John R. Oneal (2001). Patriotism or Opinion Leadership?: The Nature and Origins of the "Rally 'Round the Flag" Effect. *Journal of Conflict Resolution*.

Alexander Wendt (1995). *Constructing international Politics*. MIT Press.

