



COVID-19 VS. DANA EN VALENCIA: Comparativa entre el Impacto de la Operación Balmis y de la Operación Inundaciones Valencia 2024 en las Cuentas de Facebook de las Unidades Militares Implicadas

SERGIO MENA MUÑOZ¹
smenamun@ucm.es

¹ Universidad Complutense de Madrid, España

PALABRAS CLAVE

*Medios sociales
Comunicación institucional
Crisis
Organismos militares
Facebook
Interacción pública
Respuesta a emergencias*

RESUMEN

Las redes sociales son clave en la comunicación institucional durante crisis. Este estudio compara el impacto de las publicaciones de organismos militares españoles en Facebook durante la Operación Balmis (Covid-19) y la Operación Inundaciones Valencia 2024. Se analizó el número de publicaciones, «likes» y comentarios en ambos periodos, evaluando también su tono. Todas las cuentas ofrecieron amplia cobertura, aunque algunas fueron más activas. El público reconoció mayoritariamente su labor, aunque en Valencia hubo más críticas iniciales. Se confirma que estas cuentas funcionan como una ventana institucional para mostrar el trabajo de las Fuerzas Armadas en emergencias.

Recibido: 03/ 04 / 2025

Aceptado: 07/ 07 / 2025

1. Introducción

Las Fuerzas Armadas de España son un instrumento del Estado y, como tal, pueden y deben ser utilizadas por éste en aquellas circunstancias y para aquellos fines que puedan resultar necesarias o apropiadas en cada momento. Eso incluye las acciones de protección civil y, dentro de estas, se incluyen los supuestos de epidemias y emergencias de salud pública, así como las inundaciones y la ayuda en zonas catastróficas.

El 31 de diciembre de 2019, Li Wenliang, oftalmólogo del Hospital Central de Wuhan, alertó al mundo del advenimiento de numerosos casos de SARS que las autoridades chinas confirmaron como un nuevo coronavirus (Beijing News, 2019). Inicialmente, el Gobierno chino minimizó la situación (Hegarty, 2020), pero para el 7 de febrero ya se habían registrado 722 muertos y 34.546 contagios (Triana, 2020). La OMS, preocupada por la propagación y gravedad de la enfermedad, declaró la pandemia (OMS, 2020). En España, los primeros casos surgieron el 31 de enero en Canarias y el 24 de febrero en la península (Arroyo, 2020). Mientras Italia confinaba Lombardía el 8 de marzo (Buj, 2020), en España los hospitales colapsaban, la prensa pedía medidas urgentes al Gobierno (Girauta, 2020) y los supermercados sufrían desabastecimientos (M, 2020). El Gobierno declaró el estado de alarma el 14 de marzo¹, confinando a la población y restringiendo las actividades. Diez millones de estudiantes pasaron a la educación online, y el transporte se redujo drásticamente (Yuste, 2020). Se paralizó la economía del 31 de marzo al 9 de abril. Entre marzo y mayo se perdieron más de un millón de empleos, con tres millones de trabajadores en ERTE (EFE, 2020).

El Ministerio de Defensa activó la Operación Balmis, nombrada en honor a Francisco Javier Balmis, con el despliegue de 177.582 militares y más de 20.000 intervenciones (La Vanguardia, 2020). Se realizaron 3.300 desinfecciones en infraestructuras críticas, 10.976 en diversas instalaciones, 3.297 en hospitales y 5.270 en residencias. Se distribuyeron 112.000 kilos de alimentos (infodefensa, 2020), se levantaron 16 hospitales de campaña y se transportaron más de 100 toneladas de material sanitario. Cuatro vuelos desde Shanghai trajeron tres millones de mascarillas y dos millones de guantes (Coronel, 2020). La operación costó 38,5 millones de euros (elplural.com, 2020), y la ministra de Defensa, Margarita Robles, destacó su papel en salvar vidas (elplural.com, 2020). El mando único fue dirigido por el JEMAD, general Miguel Ángel Villarroya Vilalta, a través del Mando de Operaciones (ConSalud.es, 2020). La ministra de Defensa subrayó que la operación no tenía fines bélicos, sino de protección civil (Europa Press, 2020). Participaron unidades del EMAD, MOPS, UME y Guardia Real, además de unidades del Ejército de Tierra, la Armada y el Ejército del Aire (EMAD, 2020). La UME, con gran reconocimiento público, realizó labores de desinfección y prevención. Se activaron médicos militares y reservistas para reforzar la respuesta sanitaria.

Por su parte, años después, el 29 de octubre de 2024, una depresión aislada en niveles altos (dana²) provocó un episodio extraordinario de precipitaciones que afectó gravemente al Levante peninsular, especialmente a las provincias de Valencia y Albacete (AEMET, 2024). La dana, localizada en el entorno del estrecho de Gibraltar, generó un intenso flujo del este desde el Mediterráneo hacia la costa oriental, desencadenando sistemas de precipitación que se mantuvieron estacionarios durante gran parte del día (Palomo Gómez, 2024). Los acumulados de lluvia fueron históricos, superando los 300 mm en una amplia área del interior de la provincia de Valencia. En Turís, se registraron 185 mm en una hora y 621 mm en seis horas, marcando un récord nacional (MITECO, 2024). Estas lluvias torrenciales provocaron inundaciones catastróficas, cortes de tráfico, cancelaciones de trenes e incluso el descarrilamiento de un convoy del AVE (RTVE, 2024). La magnitud de la catástrofe fue devastadora. En Valencia, se confirmaron 219 víctimas mortales, mientras que el número total de fallecidos, incluyendo Castilla-La Mancha y Andalucía, ascendió a 227 (Europa Press, 2024). Además, hubo numerosos desaparecidos, entre ellos seis personas en Letur (Albacete) y un camionero en Alcudia (Valencia) (RTVE, 2024). La dana afectó a 71 municipios de la provincia de Valencia, lo que representa el 26,69% del total de localidades (Europa Press, 2024). Las consecuencias de este evento meteorológico extremo se extendieron durante semanas, colapsando hospitales, dañando infraestructuras y requiriendo una masiva movilización de recursos de emergencia y voluntarios (López et al., 2024).

¹ Este trabajo se centra en la primera declaración - que tuvo lugar de marzo a junio de 2020 - que fue donde se puso en marcha la operación objeto de investigación.

² Desde 2024 la palabra dana ha sido admitida en la RAE y ha dejado de ser un acrónimo (Morales, 2024).

La respuesta coordinada de las Fuerzas Armadas y los organismos de emergencia tras el impacto de la dana obtuvo el nombre de Operación Inundaciones Valencia 2024 (AEMET, 2024). Ante la magnitud del desastre, el Gobierno activó un mando único (en coordinación con el Centro de Coordinación de Emergencias de la Generalitat Valenciana (CCE-GV), similar a la Operación Balmis con el objetivo de movilizar recursos y garantizar la seguridad de la población (MITECO, 2024). Se desplegaron unidades de la UME (Unidad Militar de Emergencias), junto a efectivos de los tres ejércitos, la Guardia Real y miembros de la Casa de S.M. El Rey con cuerpos de seguridad y servicios de protección civil, para realizar labores de rescate, evacuación y distribución de ayuda humanitaria (Europa Press, 2024). Su objetivo principal fue garantizar la seguridad de la población, restablecer infraestructuras críticas y coordinar la asistencia humanitaria en las zonas afectadas (MITECO, 2024). Para ello, se movilizaron más de 2.000 efectivos que realizaron evacuaciones, rescates, limpieza de escombros, distribución de suministros esenciales y restablecimiento de servicios básicos. También se instalaron albergues temporales, se distribuyó agua y alimentos, y se rehabilitaron infraestructuras críticas como carreteras y hospitales. Además, las Fuerzas Armadas brindaron apoyo logístico a los servicios de emergencia y cuerpos policiales para coordinar la respuesta. En los primeros días, las críticas se dirigieron a la gestión de la crisis, principalmente por la falta de previsión y la tardanza en la respuesta inicial (López, et al., 2024). Sin embargo, la intervención militar fue clave para restaurar la normalidad en las infraestructuras y apoyar a las comunidades afectadas. La operación destacó por su rapidez y capacidad de despliegue, consolidando el papel de las Fuerzas Armadas en emergencias nacionales (Morales, 2024).

En las Fuerzas Armadas españolas la comunicación está altamente estructurada, con departamentos específicos en el Ministerio de Defensa, EMAD y en cada ejército. Durante las dos operaciones mencionadas, el EMAD y el MOPS centralizaron la estrategia de comunicación para contar y explicar a la ciudadanía el desarrollo de las mismas, aunque cada unidad mantuvo sus propios canales. En esta investigación se han analizado y comparado las redes sociales, especialmente Facebook, por su alto impacto y amplio rango de usuarios. Por orden de prevalencia, el objeto de estudio han sido las cuentas de Facebook del Ministerio de Defensa (MinisterioDefensaESP), que contaba con 238.594 personas a quienes les gustaba y 248.772 seguidores en 2020 y 276.000 seguidores en 2025. A continuación se sitúa el EMAD (EMADmde.es) con 74.164 personas a quienes les gustaba y 77.608 seguidores en 2020 y 84.000 Me gusta y 98.000 seguidores en 2025, la UME (UMEesp) con 67.526 personas a quienes les gustaba y 71.180 seguidores en 2020 y 77.000 Me gusta y 98.000 seguidores en 2025, el Ejército de Tierra (EjercitoTierra.Esp) con 190.981 personas a quienes les gustaba y 204.996 seguidores en 2020 frente a 219.000 Me gusta y 280.000 seguidres, la Armada (armadaesp) con 177.383 personas a quienes les gustaba y 193.475 seguidores en 2020 y 194.000 Me gusta y 272.000 seguidores en 2025 y por último el Ejército del Aire (EjercitoAire)³ con 102.143 personas a quienes les gustaba y 113.782 seguidores en 2020 frente a 283.000 seguidores en 2025. El MOPS es un mando dependiente del EMAD y por tanto no tiene redes sociales propias. El resto de unidades pertenecen a alguno de los tres ejércitos y como la comunicación en cada arma está centralizada en una cuenta por cada ejército, se han tomado estas como objeto de estudio. El orden de prevalencia en este caso ha sido de ejército más antiguo (Tierra) a más moderno (Aire).

Se planteó la inquietud de saber cómo el Ministerio de Defensa logró gestionar una tarea tan compleja sin generar un flujo de información caótico, asegurando una comunicación eficiente sobre la actuación de las Fuerzas Armadas en escenarios de gran sensibilidad. Asimismo, se buscó analizar la reacción de la opinión pública ante dicho flujo informativo, considerando que, en ambos casos, los usuarios de redes sociales mostraron una postura altamente crítica hacia las acciones del Gobierno.

2. Objetivos y metodología

Esta investigación tiene como objetivo principal evaluar el impacto que ha supuesto en los contenidos de las cuentas de Facebook de las unidades objeto de estudio haciendo una comparación entre la Operación Balmis y la Operación Inundaciones Valencia 2024, con los siguientes objetivos secundarios:

³ Por el Real Decreto 524/2022, de 27 de junio, se dispuso el cambio de denominación del Ejército del Aire por la de Ejército del Aire y del Espacio. Publicado en el BOE núm. 155, de 29/06/2022. En el caso de esta investigación, y por abreviar, se usa la denominación de 2020.

1. Conocer y comparar el número de publicaciones subidas por cada organismo en sus cuentas de Facebook.
2. Conocer y comparar qué número de esas publicaciones tratan temas o contenidos relacionados con las operaciones.
3. Conocer y comparar el número de comentarios obtenidos cada día en cada cuenta en las publicaciones que tratan temas o contenidos relacionados con las operaciones.
4. Evaluar qué comentarios son positivos y cuáles negativos y conocer su número.

Su metodología ha consistido en medir cuantitativamente (recopilación manual) el número de publicaciones y comentarios hechos entre el 14 de marzo de 2020 y el 21 de junio de 2020 (primer estado de alarma de la pandemia) por un lado y entre el 29 de octubre de 2024 y el 29 de enero de 2025 en el otro. También se han medido de forma cualitativa los comentarios positivos y negativos de las mismas publicaciones de las mismas cuentas usando el software Sprout Social con las palabras clave Balmis, coronavirus y Covid, en el caso de la pandemia y dana, Valencia e inundaciones en el de 2024. La aplicación da la posibilidad de evaluar también los comentarios neutros y, en este caso al no ser de nuestro interés, el 50% de su resultado se ha añadido a los comentarios positivos y el otro 50% a los negativos. La primera oleada de recopilación de datos se efectuó el 28 de abril de 2020, la segunda el 20 de mayo de 2020 y la tercera el 21 de junio de 2020 y en el caso de la dana se hizo el 29 de enero de 2025, tres meses después de las lluvias torrenciales. Se ha considerado como comentario ofensivo aquel que incluye insultos, palabras malsonantes o expresiones de carácter negativo sea quien sea el destinatario de los mismos.

Figura 1. Tres militares del Regimiento de Infantería «Barcelona» n.º 63 posan en la puerta del Monasterio de Poblet (Tarragona) tras efectuar una desinfección en mayo de 2020.



Fuente: Delgado-Ureña, 2020.

Facebook, red social perteneciente a Meta fundada en 2004 por Mark Zuckerberg, ha sido seleccionada por su amplia popularidad entre diversos perfiles demográficos con un 60,6% de los usuarios de internet utilizándolo regularmente, aunque su uso ha disminuido últimamente entre los adolescentes (Ramírez, 2019). La plataforma cuenta con 2.500 millones de usuarios activos mensuales y 1.660 millones de usuarios activos diarios a nivel global (Ahlgren, 2020). El grupo más representativo son los hombres de 25 a 34 años, que constituyen un 18% del total de usuarios, aunque su impacto se extiende a otros segmentos de edad y género. En promedio, cada usuario tiene 338 contactos, y alrededor del 75% de ellos visitan la red social a diario, con un 51% que accede varias veces al día. Cada minuto se generan 510.000 comentarios, se actualizan 293.000 estados, se dan 4.000 millones de «likes» y se suben 136.000 fotos (Osman, 2019).

Esta metodología sigue estudios previos en este campo, como los de Fernández (2015), Samuel-Azran y Yarchi (2018) y Yarchi et al. (2017) sobre el uso de Facebook en las fuerzas militares israelíes. Asimismo, se han analizado aplicaciones similares en Rusia (Timberg, 2017), Taiwán (Tan y Ho, 2019) y Ecuador (López Herrera, 2018). Desde una perspectiva institucional, se han considerado varias

investigaciones sobre el uso de Facebook en la comunicación de organismos, como las de Elías et al. (2018) en la policía militar de Brasil, así como los trabajos de Aldaz Osorio (2019), Brech et al. (2017) y Thelen y Men (2018) en el ámbito de la educación superior. También se ha revisado su uso en la promoción y comunicación externa de museos, basado en los estudios de Díaz y Capriotti (2015) y Viñarás y Cabezuelo (2012).

3. Resultados

En primer lugar, se propuso conocer el número de “post” subidos por cada organismo cada día del estado de alarma y los tres primeros meses después del día de la riada en sus cuentas de Facebook. Por el orden de prevalencia que se ha decidido seguir, el primer organismo en relatar los resultados obtenido es el Ministerio de Defensa. En los cien días del estado de alarma se publicaron 166 actualizaciones de estado en total, los primeros días de cuarentena coparon un mayor número de publicaciones, que, poco a poco, se fue moderando. El día que más publicaciones hicieron fue el 18 de marzo, con seis actualizaciones. Ese mismo 18 de marzo fue también el día en que el ministerio subió a Facebook más publicaciones sobre la Operación Balmis. Todas las actualizaciones de ese día versaron sobre ese tema. Por su parte, en los 93 días posteriores a la inundación se publicaron 101 contenidos en total, principalmente en los primeros días de noviembre. El día con más publicaciones (siete) fue el 2 de noviembre.

El segundo organismo es el EMAD. En los cien días del estado de alarma publicaron 273 actualizaciones de estado en total, 138 de las cuales hablaban sobre la Operación Balmis. El día que más publicaciones hicieron fue el 27 de mayo, con siete actualizaciones.

De igual modo, el día en que el EMAD subió más contenidos sobre la Operación Balmis fue el 31 de marzo y el 13 de abril con cuatro actualizaciones. Sin embargo, esta cuenta apenas ha tenido ningún papel durante la Operación Inundaciones Valencia 2024. Solo subieron contenido cuatro días, siendo el 15 de noviembre el que más “post” subieron con dos. En esta ocasión sus contenidos se centraron más en misiones en el exterior de España dejando los detalles de las acciones en Valencia a otras cuentas de otros organismos.

El tercer organismo estudiado es la UME. En los cien días del estado de alarma durante la pandemia se publicaron en su cuenta de Facebook 79 actualizaciones de estado en total, 60 de las cuales hablaban sobre la Operación Balmis. El día que más publicaciones hicieron fue el 15 de marzo, con cinco actualizaciones. También los primeros días de cuarentena coparon un mayor número de publicaciones, que, poco a poco, se fue moderando y manteniendo en el tiempo con un número muy discreto de actualizaciones. En cuanto a la dana, publicó 88 “post”, siendo 24 sobre las inundaciones. La cuenta de la UME es siempre muy prudente y no sube demasiado “post”. El mayor número de éstos durante la pandemia fue de cuatro (el 15 de marzo de 2020) y durante la dana ningún día publicó más de uno.

Figura 2. Actualización de la cuenta de Facebook del 8 de noviembre de 2024 que obtuvo el mayor número de “likes” y comentarios de todos los recopilados para esta investigación.



Fuente: Armada, 2024.

El siguiente organismo es el Ejército de Tierra. En los cien días del estado de alarma de la pandemia publicaron en Facebook 380 actualizaciones de estado en total, 143 de ellas sobre la Operación Balmis. En la dana fueron 189 de las que 124 fueron de las operaciones en las localidades afectadas. En la pandemia el día que más publicaciones hicieron fue el 27 de mayo, con once actualizaciones y en la dana fueron el 2 y el 3 de noviembre con cuatro cada una.

El quinto organismo es la Armada Española. En los cien días del estado de alarma de la pandemia se publicaron en su cuenta de Facebook 105 actualizaciones de estado en total frente a 48 que hablaban de la Operación Balmis. En la dana se publicaron 186 de los que 124 fueron de las acciones de los militares. Los días que más publicaron en la pandemia fueron el 21, 22, 26, 27 y 28 de marzo, el 1, 3 y 4 de abril y el 1, 3, 27 y 28 de mayo, así como el 6 de junio con dos actualizaciones mientras que en la dana fueron el 6, 7 y 8 de noviembre con seis "post".

El último organismo estudiado es el Ejército del Aire. En los cien días del estado de alarma de la pandemia se publicaron 237 actualizaciones de estado en total en su cuenta de Facebook, 96 de las cuales hablaban sobre la Operación Balmis. En la dana se publicaron 183 "post", siendo 73 de ellos de los avances en la ayuda a las zonas afectadas. El día que más publicaciones hicieron durante la pandemia fue el 30 de mayo, con nueve actualizaciones y durante la dana fueron los días 2 y 3 de noviembre con 11 "post" cada uno.

En la Operación Balmis, de 1.240 publicaciones, 633 actualizaciones fueron sobre las acciones de las Fuerzas Armadas en cumplimiento de su misión (un 51%) y casi cinco años después de 939 publicaciones en Facebook, 439 lo fueron de la Operación Inundaciones Valencia 2024 (un 46,75%).

Tabla 1. Número de actualizaciones totales de las cuentas de Facebook estudiadas durante los periodos de recopilación de datos vs. "post" de cada una de las operaciones estudiadas.

	MINISDEF	EMAD	UME	ET	ARMADA	EA
Total 2020	166	273	79	380	105	237
Balmis	148	138	60	143	48	96
Total 2024	101	192	88	189	186	183
Dana	78	5	24	124	135	73

Fuente: El autor, 2025.

El siguiente propósito fue conocer el número de comentarios obtenidos cada día en cada cuenta en las publicaciones que tratan temas o contenidos relacionados con la Operación Balmis. Durante la pandemia, el Ministerio de Defensa recibió casi 40.000 comentarios de esas actualizaciones, más de 33.000 positivos y algo más de 5.500 negativos, mientras que el EMAD de casi 6.000 comentarios recibidos, 5.751 fueron positivos y solo 22 negativos. En la UME ocurrió algo parecido. De casi 3.000 comentarios recibidos en sus publicaciones, 2.896 fueron positivos y solo 39 negativos. Entre los tres ejércitos la situación es diferente. El Ejército de Tierra recibió casi 150.000 comentarios a sus publicaciones sobre la Operación Balmis, mucho más que ninguno, y 133.271 de esos comentarios fueron positivos, mientras que casi 10.000 fueron negativos. La Armada también registró altos números de impacto. Recibió algo más de 22.000 comentarios a sus publicaciones sobre la misión de los que 22.394 fueron positivos y solo 110 fueron negativos. El Ejército del Aire, por su parte, registró cantidades más parecidas a las del EMAD y la UME. Registró 4.463 mensajes de los cuales 4.441 fueron comentarios positivos y solo 22 negativos.

Por su parte, durante la dana, la cuenta de Defensa recibió en total 14.065 comentarios, de los cuales 12.672 fueron positivos y 1.393 fueron negativos. El EMAD acumuló 7.498 comentarios, con una clara tendencia positiva (6.464) frente a los negativos (1.034). La UME, clave en emergencias, recibió 4.220 comentarios, de los cuales 3.872 fueron positivos y 348 negativos. El Ejército de Tierra, que en la Operación Balmis había registrado el mayor número de comentarios, en esta ocasión obtuvo 6.327, con 5.859 positivos y 468 negativos. La Armada, por su parte, sumó 6.677 comentarios, destacando los positivos (6.126) sobre los negativos (551). El Ejército del Aire generó 6.293 comentarios, con 5.721 positivos y 572 negativos.

Tabla 2. Número de comentarios extraídos de las cuentas estudiadas durante los periodos temporales elegidos de las dos operaciones investigadas y detalles de la cantidad de positivos y de negativos.

Comentarios totales Balmis		Comentarios totales Dana	
MINISDEF	38.835	14.065	
	Positivos	Negativos	Positivos
	33.248	5.587	12.672
			1.393
EMAD	5.773	7.498	
	Positivos	Negativos	Positivos
	5.751	22	6.464
			1.034
UME	2.935	4.220	
	Positivos	Negativos	Positivos
	2.896	39	3.872
			348
ET	142.487	6.327	
	Positivos	Negativos	Positivos
	133.271	9.216	5.859
			468
ARMADA	22.504	6.677	
	Positivos	Negativos	Positivos
	22.394	110	6.126
			551
EA	4.463	6.293	
	Positivos	Negativos	Positivos
	4.441	22	5.721
			572

Fuente: El autor, 2025.

4. Discusión y conclusiones

Esta investigación se propuso evaluar y comparar el impacto de la Operación Balmis durante la pandemia de Covid-19 y la Operación Inundaciones Valencia 2024 en las cuentas de Facebook de las unidades militares implicadas. El primer objetivo buscaba conocer y comparar el número de publicaciones subidas por cada organismo en sus cuentas de Facebook durante ambas operaciones. Los resultados muestran diferencias significativas tanto entre las operaciones como entre las distintas unidades militares. Durante la Operación Balmis, el Ministerio de Defensa publicó 166 actualizaciones en 100 días, con un pico de 6 publicaciones el 18 de marzo. En contraste, durante la Operación Inundaciones Valencia 2024, se publicaron 101 contenidos en 93 días, con un máximo de 7 publicaciones el 2 de noviembre. Esto indica una ligera disminución en la frecuencia de publicaciones, posiblemente debido a una mejor planificación y coordinación de la comunicación basada en la experiencia previa. El EMAD mostró un cambio drástico en su estrategia de comunicación entre ambas operaciones. Durante la Operación Balmis, publicó 273 actualizaciones, con un máximo de 7 el 27 de mayo. Sin embargo, en la Operación Inundaciones Valencia 2024, su actividad se redujo significativamente, publicando contenido solo en cuatro días, con un máximo de 2 publicaciones el 15 de noviembre. Esta disminución sugiere un cambio en la estrategia de comunicación, posiblemente delegando la información sobre operaciones nacionales a otras unidades. La UME mantuvo una estrategia de comunicación consistente en ambas operaciones. Durante la Operación Balmis, publicó 79 actualizaciones, con un máximo de 5 el 15 de marzo. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, aumentó ligeramente su actividad con 88 publicaciones, manteniendo un enfoque prudente y nunca superando una publicación diaria relacionada con la operación. El Ejército de Tierra mostró una reducción en el volumen total de publicaciones, pero un aumento en el contenido relacionado con la operación en curso. Durante la Operación Balmis, publicó 380 actualizaciones, de las cuales 143 estaban relacionadas con la operación. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, redujo el total a 189 publicaciones, pero aumentó las relacionadas con la operación a 124. Esto sugiere un enfoque más

centrado en la comunicación de las actividades operativas. La Armada mostró un aumento significativo en su actividad de comunicación. Durante la Operación Balmis, publicó 105 actualizaciones, de las cuales 48 estaban relacionadas con la operación. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, aumentó a 186 publicaciones, con 124 relacionadas con la operación. Este incremento indica una mayor implicación y visibilidad de la Armada en operaciones de emergencia nacional. El Ejército del Aire mantuvo un nivel similar de actividad en ambas operaciones. Durante la Operación Balmis, publicó 237 actualizaciones, de las cuales 96 estaban relacionadas con la operación. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, publicó 183 actualizaciones, con 73 relacionadas con la operación. Esto sugiere una estrategia de comunicación consistente y equilibrada.

El segundo objetivo buscaba comparar el número de publicaciones que trataban específicamente temas relacionados con cada operación. Los resultados muestran una ligera disminución en el porcentaje de contenido dedicado a la operación en curso, pero un enfoque más equilibrado en la comunicación. Durante la Operación Balmis, de un total de 1.240 publicaciones, 633 (51%) estaban relacionadas directamente con la operación. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, de 939 publicaciones, 439 (46,75%) se centraron en la operación. Esta ligera disminución podría indicar un enfoque más equilibrado en la comunicación, manteniendo al público informado sobre la operación en curso mientras se continuaba con otras actividades regulares de comunicación.

El Ministerio de Defensa mantuvo un alto porcentaje de contenido relacionado con las operaciones en ambos casos. Por su parte, el EMAD mostró una disminución significativa en el contenido relacionado con la operación durante la dana, enfocándose más en misiones exteriores. La UME, en cambio, mantuvo un enfoque consistente en ambas operaciones, con la mayoría de su contenido centrado en actividades de emergencia. El Ejército de Tierra aumentó el porcentaje de contenido relacionado con la operación durante la dana, reflejando una mayor implicación en operaciones nacionales de emergencia. La Armada también experimentó un aumento significativo en el contenido relacionado con la operación durante la dana, lo que indica una mayor participación en operaciones de emergencia nacional. Finalmente, el Ejército del Aire mantuvo un porcentaje similar de contenido relacionado con la operación en ambos casos.

El tercer objetivo se centró en comparar el número de comentarios obtenidos en las publicaciones relacionadas con cada operación. Los resultados muestran diferencias significativas tanto en el volumen como en la naturaleza de los comentarios. Se observó una disminución significativa en el número total de comentarios durante la Operación Inundaciones Valencia 2024 en comparación con la Operación Balmis. Esto podría atribuirse a varios factores: la novedad y el impacto global de la pandemia de Covid-19 generaron un mayor interés y participación del público durante la Operación Balmis. Además, la experiencia adquirida en la gestión de la comunicación durante esta operación pudo haber permitido una estrategia más enfocada y eficiente en la Operación Inundaciones Valencia 2024. Por otro lado, la naturaleza localizada de la dana, en comparación con la pandemia que afectó a todo el país, pudo haber generado un menor interés general del público.

El cuarto objetivo se centró en evaluar cualitativamente los comentarios positivos y negativos recibidos durante ambas operaciones. Durante la Operación Balmis, la mayoría de los comentarios fueron positivos, reflejando un fuerte apoyo público a las acciones de las Fuerzas Armadas en la lucha contra la pandemia. Los comentarios negativos, aunque minoritarios, se centraron en críticas a la gestión general de la pandemia y cuestionamientos sobre la necesidad de involucrar a las Fuerzas Armadas en una crisis sanitaria. En la Operación Inundaciones Valencia 2024, aunque la mayoría de los comentarios siguieron siendo positivos, se observó un ligero aumento en las críticas. Estas se enfocaron en la gestión inicial de la crisis y la asignación de recursos.

La evolución de la estrategia de comunicación muestra un enfoque más equilibrado y coordinado durante la Operación Inundaciones Valencia 2024, lo que podría ser el resultado de las lecciones aprendidas en la Operación Balmis. Las Fuerzas Armadas demostraron una notable capacidad de adaptación y flexibilidad, ajustándose a las distintas naturalezas de las crisis. Ambas operaciones, además, reforzaron la imagen de las Fuerzas Armadas como un recurso vital en situaciones de emergencia nacional. El aumento de comentarios críticos constructivos indica una mayor conciencia pública sobre el papel de las Fuerzas Armadas en la sociedad española, lo que refleja una madurez en el diálogo público. Finalmente, las diferencias en la actividad de comunicación entre las distintas unidades militares evidencian la necesidad de estrategias adaptadas a cada una.

Las lecciones aprendidas y las recomendaciones para futuras crisis, derivadas de los resultados de este estudio, subrayan la importancia de una comunicación institucional efectiva. Se recomienda implementar una estrategia comunicativa más uniforme entre los diferentes organismos, garantizando coherencia en los mensajes. También es crucial aumentar la frecuencia y consistencia de las publicaciones en redes sociales desde el inicio de la crisis para mantener informada a la población. Además, se sugiere utilizar herramientas de análisis de redes sociales de forma continua para evaluar la respuesta pública y ajustar la comunicación en tiempo real. Finalmente, se debe favorecer la interacción con la ciudadanía mediante respuestas y aclaraciones en redes sociales, con el fin de reducir la desinformación.

Las Fuerzas Armadas de España han demostrado ser un pilar fundamental en la respuesta a crisis nacionales, tanto en el ámbito sanitario como en desastres naturales. La comparación entre la Operación Balmis y la Operación Inundaciones Valencia 2024 pone de manifiesto la importancia de una comunicación institucional efectiva para gestionar la percepción pública y fortalecer la confianza en las instituciones. A pesar de los retos y diferencias entre ambas operaciones, el análisis cuantitativo y cualitativo de las redes sociales confirma que la presencia y la información difundida por las Fuerzas Armadas han sido clave para consolidar su papel en la protección civil y en la atención de emergencias en España.

5. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco del Grupo de Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo (GIAIP-UCM) de la Universidad Complutense de Madrid.

Referencias

- Agencia Estatal de Meteorología (AEMET) (2024). Informe sobre el episodio de DANA del 29 de octubre de 2024. *Departamento de Producción. Dirección de Producción e Infraestructuras*.
- Ahlgren, M. (2020). 35 + Estadísticas y datos de Facebook para 2020. <https://bit.ly/3ewV1Tu>
- Aldaz Osorio, J. J. (2019). *Análisis del engagement en la red social facebook en Instituciones de Educación Superior en Colombia*. Universidad de La Sabana. <http://hdl.handle.net/10818/38520>
- Armada. (2024, noviembre 8). 6ª Compañía del Segundo Batallón de Desembarco de #InfanteríaDeMarina, Miura, en Paiporta. Cometido: cantar cumpleaños feliz 🥳 ES #valientesportieraypormar #SomosLaArmadaES 🚢. [Post de Facebook]. Facebook. <https://bit.ly/42EHN1P>
- Arroyo, J. (2020, marzo 23). Coronavirus: infectados en España y la evolución del brote desde el origen. *Redacción Médica*. <https://bit.ly/2JrOMVv>
- Atlas (Ed.). (2020). *Sánchez preside la reunión del Comité de Gestión Técnica del Coronavirus*. <https://bit.ly/34X0Aax>
- Beijing News (Ed.) (2019). *Los médicos fueron apercibidos por los "rumores" del chat: les recuerdo a todos que presten atención a las precauciones*. <https://bit.ly/3jXBSev>
- Brech, F. M., Messer, U., Vander Schee, B. A., Rauschnabel, P. A., e Ivens, B. S. (2017). Engaging fans and the community in social media: Interaction with institutions of higher education on Facebook. *Journal of Marketing for Higher Education*, 27(1), 112-130. DOI: <https://doi.org/10.1080/08841241.2016.1219803>
- Buj, A. (2020, marzo 8). Confusión tras el confinamiento de 16 millones de personas en Italia. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/2I2hX0Y>
- ConSalud.es (Ed.) (2020) *Refuerzo sanitario y vigilancia militar: Así es papel de las Fuerzas Armadas frente al coronavirus*. <https://bit.ly/3oZ47gG>
- Coronel, I. (2020) Las cifras de la Operación Balmis, la mayor misión del Ejército en España. *Nius Diario* <https://bit.ly/3l2PyGw>
- Delgado-Ureña, J. (2020). *Retrato de tres soldados ataviados con sus trajes epi de protección frente al coronavirus y las máscaras nbq reglamentarias* en Flores, J. (2020, 10 mayo). El Ejército contra el coronavirus, una lucha sin armas de fuego. *National Geographic España*. <https://bit.ly/40JfTzc>
- Díaz, J. C. L., & Capriotti, P. (2015). La comunicación de los museos de arte en Facebook: comparación entre las principales instituciones internacionales y españolas. *Palabra Clave*, 18(3), 12. <https://bit.ly/3w1ZUuU>
- EFE (Ed.) (2020). *El COVID-19 destruyó 816.767 empleos en sus dos primeros meses*. <https://bit.ly/2TU9izU>
- El Independiente. (Ed.) (2020). *Robles pide a ERC que reconozca la labor "heroica" de los militares*. <https://bit.ly/365OsDg>
- Elias, D. C. C., da Silva Carvalho, H., Paixão, R. G. S. O., de Oliveira, W. B., & de Miranda, M. F. (2018). FACEBOOK: UMA FERRAMENTA DE MARKETING INSTITUCIONAL PARA A POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE MATO GROSSO. *Homens do Mato-Revista Científica de Pesquisa em Segurança Pública*, 18(1). <https://bit.ly/3x9vgkw>
- Elplural.com. (Ed.) (2020). *Robles expone en el Senado el papel de las Fuerzas Armadas contra el coronavirus*. <https://bit.ly/365OsDg>
- EMAD (Ed.) (2020, marzo). La operación 'Balmis' despliega a más 2.500 efectivos en 172 ciudades para el control del virus COVID-19. *Oficina de Prensa del Estado Mayor de la Defensa*. <https://bit.ly/3kYb2UG>
- Ejército de Tierra. (Ed.) (2018). *Informe de situación*. Mando de Personal.
- Europa Press. (2024, 29 de octubre). *Lluvias torrenciales por la DANA en directo: últimas noticias sobre las lluvias en Valencia y Andalucía*. <https://bit.ly/3CGCUL5>
- (2020). *Margarita Robles da las "gracias infinitas" al Ejército por la operación Balmis con motivo del día de las FAS*. <https://bit.ly/3jWgxSD>
- Fernández, J.J. (2020, mayo 23). Vox atasca los centros de las capitales con una protesta de millares de coches. *El Periódico*. <https://bit.ly/3oP2S3k>

- Fernández, L. R. (2015). El uso de Facebook y Twitter de las Fuerzas de Defensa de Israel en la operación "Margen Protector". *Historia y comunicación social*, 20(2), 465-482. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51394
- Fundéu (Ed.) (2020) *COVID-19 o covid-19, no Covid-19*. <https://bit.ly/2TPgy07>
- Girauta, J. C. (2020, marzo 10). Gobierna nadie. *ABC*. <https://bit.ly/35Xnqy4>
- González, M. (2020). El Ejército se refuerza con 7.000 militares por primera vez en democracia. *El País*. <https://bit.ly/2TUbbyY>
- Hegarty, S. (2020). Coronavirus en China: quién era Li Wenliang, el doctor que trató de alertar sobre el brote (y cuya muerte causa indignación). *BBC Servicio Mundial*. <https://bbc.in/2TRpaDh>
- Infodefensa.com (Ed.) (2020) *La operación Balmis contra el Covid-19 moviliza a más de 57.000 militares*. <https://bit.ly/3eomyGx>
- Karem Andres S Rodilla [@kakem.s] (2020, mayo 13). *Comentario*. [Actualización de estado] Facebook. <https://bit.ly/32c7I0Q>
- La Vanguardia (Ed.) (2020) *Las Fuerzas Armadas estarían listas en 24 o 48 horas para volver a combatir el Covid-19 en caso de rebrote*. <https://bit.ly/361KITw>
- López, A.; Martínez, M. & Vargas, L. (2024, 30 de octubre). *DANA en Valencia: inundaciones y carreteras cortadas*. *El Confidencial*. <https://bit.ly/40Fcqld>
- López Herrera, E. J. (2018). *Comunicación, imaginarios, percepciones, y redes sociales. Análisis del Facebook institucional del ejército ecuatoriano: Grupo cerrado de cadetes (KDTS) de la Escuela Superior Militar "Eloy Alfaro"* Quito: Universidad Central del Ecuador. <https://bit.ly/2Sya6xx>
- M, S. (2020, marzo 10). El miedo al coronavirus provoca largas colas en los supermercados madrileños. *ABC*. <https://bit.ly/3kWAh9P>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) (2024, noviembre). *Octubre de 2024 fue el más lluvioso de la serie histórica*. <https://bit.ly/4hyTYBu>
- Morales, M., (2024, 10 diciembre). *Las palabras espóiler, dana, sérum, teletrabajar y tabulé entran en el 'Diccionario de la lengua española'*. *Diario El País*. <https://bit.ly/3WHgwx4>
- OMS (Ed.) (2020, abril 27). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. <https://bit.ly/2TPhbXx>
- Osman, M. (2019). *Datos y Estadísticas Locas e Interesantes de Facebook (2019)*. <https://bit.ly/34S4Rfo>
- Palomo Gómez, S. (2024). *DANA del 29 de octubre de 2024: Valencia, Cuenca y Albacete, las más afectadas*. *Castilla La Mancha Media*. <https://bit.ly/4jCqwmV>
- RAE (Ed.) (2020) *Crisis del COVID-19: sobre la escritura de coronavirus*. <https://bit.ly/3oYI9ew>
- Ramírez, K. (2019, mayo 19) Conoce la historia de la red social más utilizada: Facebook. *Gestazion*. <https://bit.ly/38bdx2E>
- RTVE. (2024, 29 de octubre). *La DANA deja siete desaparecidos, personas atrapadas y graves inundaciones en Albacete, Valencia y Andalucía*. RTVE.es. <https://bit.ly/3PYVRMk>
- Samuel-Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. *The Hague Journal of Diplomacy*, 13(3), 323-344. DOI: <https://doi.org/10.1163/1871191X-11303005>
- Segovia, A. (2020) ¿En qué consiste el estado de alarma? *Elderecho.com* <https://bit.ly/2HWia5Y>
- Tan, Y. & Ho, C. W. (2019). Influence of Taiwan Military's Facebook Community and Organizational Identification on Members' Attitude toward Joining the Military. *International Journal of Business and Economics*, 18(1), 79-95. <https://bit.ly/3jpiBRS>
- Thelen, P. D. & Men, R. L. (2018). Strategic use of Facebook for public engagement in higher education institutions. *Public Relations Journal*, 12(2), 1-27. <https://bit.ly/2UDCjtF>
- Timberg, C. (2017, octubre 9). Russian operatives used Twitter and Facebook to target veterans and military personnel, study says. *The Washington Post*. <https://wapo.st/3drKKsp>
- Triana, J. (2020, febrero 8). Convulsión en China por la muerte del doctor Li Wenliang por coronavirus. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3oVA09F>
- Valdés, I. (2020, marzo 20). El Severo Ochoa de Leganés deriva ambulancias a otros hospitales ante el colapso de las urgencias. *El País*. <https://bit.ly/3jPWipG>
- Villarejo, Esteban. (2020) Operación Balmis: honor a la expedición militar que salvó a miles de niños en América y Filipinas. *ABC*. <https://bit.ly/363hS55>

- Viñarás Abad, M., & Cabezuelo Lorenzo, F. (2012). Claves para la participación y generación de contenido en las redes sociales: estudio de caso del Museo del Prado en Facebook. *AdComunica*, 87-104. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2012.3.6>
- Yarchi, M., Samuel-Azran, T. & Bar-David, L. (2017). Facebook users' engagement with Israel's public diplomacy messages during the 2012 and 2014 military operations in Gaza. *Place Branding and Public Diplomacy*, 13(4), 360-375. DOI: 10.1057/s41254-017-0058-6
- Yuste, C. (2020, julio 17). El estado de alarma favoreció una mejora sin precedentes de la calidad del aire urbano. *EFE Verde*. <https://bit.ly/32dz>