

# GUERRA SICOLOGICA

(Contribución a un posible proyecto de  
Doctrina)

Por

Angel TERNERO Toledo

Comandante de Artillería del Servicio  
de E.M. del Alto E.M.,  
Ejército de España



**Nota de la Dirección:** Este artículo fue publicado en la "Revista de Marina" de mayo-junio de 1957 y se reproduce por cuanto las situaciones no han variado fundamentalmente.

## I. JUSTIFICACION



**NUESTRO ACTUAL** "Proyecto de Doctrina para el empleo táctico de las Armas y los Servicios" dice en su introducción que "sin dejar de tener en cuenta la creciente importancia del armamento y su extraordinaria influencia en la guerra, se basa fundamentalmente en la indiscutible superioridad de los valores morales e intelectuales. En su título 1º, al enumerar los principios, cita en primer lugar el de voluntad de vencer y en el título 2º menciona al hombre como el primero de los elementos de la acción, "de importancia decisiva por los valores morales de que es portador".

Si todos los países muestran hoy día un elevado interés por la guerra psicológica, es indudable que en nosotros, que nos desenvolvemos dentro de una doctrina cuyas directrices principales giran sobre el hombre y sus valores morales e intelectuales, cuanto se relacione con el mundo de las ideas, cobra un valor trascendental.

## II. AMBIENTACION

### 1.—Guerra psicológica

Actividad bélica que se vale de la palabra (oral o escrita) para actuar sobre la voluntad de vencer, propia y del enemigo.

En cualquier caso, el objetivo de la guerra psicológica es el ser humano, ais-

lado y en sociedad; sus direcciones de esfuerzo, el pensamiento, tendencias y sentimientos del hombre; sus armas, la información y la propaganda; su campo de acción, el mundo de las ideas.

Resulta de ello que la guerra fría es simplemente una actividad de la alta estrategia, o si se prefiere, de la política.

La alta estrategia tiende a coincidir con la moral, al tener constantemente a la vista el objetivo final de los esfuerzos que está dirigiendo y que no es la victoria, sino la paz. Tales esfuerzos se desarrollan a través de diversas etapas por la vanguardia estratégica: expansión cultural, económica y racial, aislamiento político y económico, guerra económica, etapas todas de tipo político; guerra fría y guerra caliente, de tipo bélico.

De las dos últimas, la guerra fría tiene carácter de continuidad.

Y esa guerra, en la actualidad, se desenvuelve según un sistema único; el de la doble D (desorganización y desmoralización). O lo que es igual: guerra subversiva y guerra psicológica. Ambas son partes integrantes de la guerra fría; ambas juegan su papel antes, durante y después de la batalla; ambas finalmente, tratan de convencer al presunto beligerante antes de la etapa bélico-operativa, al enemigo y neutrales durante la misma, o al vencedor o vencido tras la victoria o la derrota.

¿Qué importancia tiene la guerra psicológica en la guerra total?

Su valor ha sido y es discutido aún; desde opiniones exageradas que esperan "ganar las batallas con palabras bien escogidas", hasta las de algunos pesimistas que la definen como "puñado de confetti lanzado en el campo de batalla, sin valor". La realidad es que representa una faceta más de la guerra moderna, de importancia en el conjunto por cuanto se desenvuelve en el terreno moral. Era Lenin el que decía: "En un plazo de cincuenta años no habrá ninguna razón fundamental que justifique la existencia de los ejércitos, porque habremos socavado suficientemente las instituciones enemigas antes de comenzar las hostilidades, de manera que su organización militar se verá incapacitada de empleo en el momento crítico". Concepto quizá exagerado, pero que marca una vía indirecta,

práctica y económica, para lograr el objeto de la guerra que, en definitiva, no es sino hacer capitular al enemigo. Si con la acción psicológica puede paralizarse su voluntad de resistencia, sería posible alcanzar la paz sin necesidad de pasar previamente por la victoria que exige una batalla costosa, antieconómica, puesto que las posguerras se desean libres de destrucción y de tristeza.

También durante los períodos de guerra "caliente", caracterizados hoy por los procesos de infiltración, subversión, luchas ideológicas y de sistema económico-sociales, asume papel importante la guerra psicológica. La "quinta columna", los comandos, la guerrilla, toman carta de naturaleza de fuerzas y de acciones regulares; para tales fuerzas, como aseguraba McLean: "las ideas son más importantes que los proyectiles". En estas condiciones, las acciones psicológicas, consideradas como armas de una "guerra biológica espiritual" capaz de inyectar por vía indirecta en el cuerpo de la nación enemiga gérmenes que hagan enfermar su voluntad, adquieren en la esfera militar un preciso valor: el de paralizar el sistema nervioso castrense del adversario.

La aplicación de los métodos persuasivos de masas, que para Stalin representaba "la guerra de la cuarta dimensión", ha sido justamente valorada también en los Estados Unidos, donde el anagrama "PSYWAR" se ha hecho popular. Del reducido Destacamento de Guerra Psicológica de Fort Riley (Kansas), existente en junio de 1950, cuando los norcoreanos cruzaron el paralelo 38, al establecimiento del Centro Psywar de Fort Bragg (N. C.), sólo mediaron dos años, habiéndose ramificado y ampliado su esfera de acción posteriormente, con los programas de "La Voz de América". Finalmente, todas las naciones dedican especial atención a este tipo de guerra y la NATO mantiene para ella un complejo organismo.

## El Teatro espiritual de la III Guerra Mundial

### a) El clima

La Tierra es hoy una gigantesca bola explosiva. Entre un bosque de punteros mortales de destrucción (proyectiles di-

rigidos) y de reservas de armas nucleares, se alzan ciudades-laboratorio, campos de pruebas, talleres de cerebros electrónicos, como vanguardias de un ejército industrial. Ni el inconmensurable espacio sidéreo escapa a una organización que le someta a las leyes de la razón, previsión y máximo rendimiento, elaboradas por la mente humana.

Hoy no se discute por la posesión de unas islas o de unas zonas, a veces desérticas, sino por el poder sobre el Universo, sobre la naturaleza en todas sus manifestaciones. Y este movimiento revolucionario es fomentado por los estadistas, aplaudido por las masas, esperanzador para el hombre aislado, que en ese afán de lejanía, de libertad, se esclaviza cada día más.

Tales impulsos conmueven los pilares básicos de la religión, de la sociedad, de la ética profesional; la fe y la conciencia han cedido el paso a la utilidad y al rendimiento. Cualquier cosa, cualquier concepto, grande o pequeño, promueve la pregunta: ¿para qué sirve?

Como esta "civilización de la mente" avanza más rápida que la "civilización del corazón", no encuentra freno moral, poder moderador. Añádase a ello la típica característica de todo período de interguerra caliente, con los afanes por los grandes y rápidos beneficios, el culto al dinero, a la ociosidad y al vicio, que culminan en una exaltación del pacifismo y del antimilitarismo; terreno abonado para la lucha de clases, para las crisis económicas, para el espíritu disolvente de las masas, para la reacción del vencido contra la injusticia y el oprobio y el conjunto nos proporcionará una idea del "terreno" operativo de la acción psicológica dirigida, fácil para la ofensiva, difícil para la defensiva.

## b) El hombre

La guerra ha creado muchas pesadillas y llevado al neorrealismo como nueva filosofía del hombre con su complejo más o menos equilibrado de realidades materiales y espirituales. Se ansían la verdad, la urgencia y la fuerza. Cuando el ser, en sentido existencial, ha estado sometido o se encuentra en grave peli-

gro duradero, preocupa más existir que ser esto o aquello. He aquí la clave del existencialismo.

La dureza en el trabajo y en la lucha de la interguerra para subsistir, la renuncia a lo probo y a lo timorato para asegurar la existencia de hoy y de mañana, han ganado primacía sobre el modo de ser; el hombre "racionaliza" su conducta, buscando una teoría que la legitime. Peligrosamente conduce al menosprecio de lo tradicional y de la autoridad.

Y la existencia de "remansos" en ese mundo exterior se hace cada día más difícil; el hombre es un ser abierto en todas direcciones que, luchando contra un aislamiento, ha caído en esta "Era de la Soledad Perdida" en que vivimos, consecuencia de los modernos medios de difusión. El "clan" familiar como refugio, está abierto a la noticia intencionada, al confusionismo. La inestabilidad, símbolo del mundo actual, se refleja también en la conciencia del hombre y la consecuencia es su "huída de la sociedad".

Tal mundo conduce al desinterés por la marcha del Estado, al entibiamiento patriótico y a la pérdida de una fe ciega en los mandos; en tal situación espiritual sólo irá a la lucha por el pleno convencimiento que defiende el bien colectivo y el bien individual, que se encuentra en peligro y que, vencido éste, puede esperar una situación social mejor y más estable. En este estado espiritual penetran con facilidad nuevos conceptos en su mente. Contrarrestar el efecto que teorías "nuevas", enmascaradoras de imperialismos inconfesables, puedan desviarle de la senda recta, patriótica y cristiana, es vital.

Pero hay más. La lucha se entabla hoy entre coaliciones. El hombre de un país puede sentirse en ella, bajo la banderita de unos ideales no del todo acordes con los de su propio país; en muchas ocasiones deberá sacrificar su propia vida en la defensa de un terreno, de unos compañeros de armas, extranacionales. Sólo un arraigado espíritu de caridad cristiana podrá compensar entonces el egoísmo personal, ese egolatrismo triste tan pregonado y exaltado por Sartre en su frase: "el otro, el que me mira, el que insoportablemente me mira; el que a mí sujeto, me convierte en objeto".

La necesidad de una instrucción intelectual dirigida, paralelamente desarrollada a la instrucción militar del hombre, resulta tras lo expuesto, clarividente.

### c) El "cuarto poder"

Se dice que Napoleón, más que a las balas inglesas, temía a su prensa. De esa época es la frase de Burke "vosotros sois el cuarto poder", dirigiéndose a los periodistas instalados en la Cámara. El mismo Napoleón fue un gran periodista: el "Monieud" se escribe con vistas a las relaciones exteriores; el valor que representaba es descrito por Metternich cuando escribía a Stadion: "sus gacetas valen a Napoleón más que un ejército de 300.000 hombres".

Aunque sus orígenes hay que buscarlos en las "tablas blancas" de Roma, en las que los Pontífices exponían los principales hechos del año y su prehistoria en las "cartas comerciales" del Medievo, su verdadero valor empieza tras la invención de la imprenta, que permite a Lutero difundir la Reforma en las Zeitungs alemanas. Cuando en Inglaterra el Parlamento obliga al rey a abolir la Cámara Estrellada y con ella cae la censura, la prensa se transforma ya en arma psicológica peligrosa. Y su valor crece cuando, en la guerra de Crimea, el "Times" crea por primera vez el "corresponsal de guerra" y cuando el resultado de la guerra de secesión da el triunfo a la prensa sensacionalista.

En la I Guerra Mundial asume un doble papel como arma de propaganda y también como peligrosa transmisora de noticias del enemigo. Entonces Alemania crea "un servicio de prensa de guerra" dependiente del Alto Mando y dividido en tres secciones: interior, censura superior y propaganda exterior. Aparece también la típica campaña derrotista.

Entre la I y II Guerra Mundial nacen los "trust" y las "cadenas". Italia, Alemania y Rusia imprimen a la prensa un nuevo significado: el de Órgano del Estado a los fines de propaganda. Se discute el concepto de libertad de prensa durante la II Guerra Mundial y en Inglaterra es el propio Churchill quien acalla la discusión con su célebre frase: "la li-

bertad de prensa es, sin duda, algo muy importante, pero más lo es la vida de los soldados".

El concepto lanzado por Treitschke, "el inevitable mal de leer los periódicos", contiene una certeza cuando esos periódicos incontrolados asumen la difusión de directrices no acordes con la moral, y también cuando irreflexivamente, no reparan en que "a veces es conveniente decir verdad, pero no toda la verdad".

Hoy la prensa se hermana con el cine y la radio, verdaderos "ojos y oídos del mundo"; con la televisión, el teléfono, magnetófono, altavoces, globos, cohetes, proyectiles, como medio de difusión y de propaganda. Y es esta propaganda, debidamente encauzada, la que realmente alcanza el apelativo de "cuarto poder" en la guerra fría.

### d) El rumor

Pese a los adelantos técnicos y científicos, el hombre, solo, aislado, en su papel de "agente", puede aportar también un positivo valor como arma psicológica, como "generador de rumores".

El rumor, como arma de la guerra psicológica, adquiere una especial importancia en la guerra total, tanto en el frente como en la retaguardia; es la colaboración que la guerra subversiva presta a la guerra psicológica, dentro de la guerra fría.

Ha sido estudiado a fondo por Knapp, que ha llegado incluso a una clasificación del mismo en los tipos agresivo, fantasma y ensueño. El rumor se dirige más al instinto, al sentimiento afectivo, que a la razón. Hábilmente manejado, sus efectos posibles valoran mucho su papel como medio de propaganda.

## III. ESQUEMA PARA UN POSIBLE PROYECTO DE DOCTRINA

Tras la "ambientación" que hemos intentado en las líneas anteriores nos atrevemos a entrar en este terreno difícil pero que, sin embargo, constituye la verdadera razón que nos ha impulsado a escribir el presente artículo.

Muy lejos del pensamiento la idea de pretender sentar cátedra sobre un asunto tan complejo y poco conocido, para el que no nos consideramos con la suficiente preparación. Por el contrario, damos por descontado que en cuanto sigue se acumularán numerosos errores, que el lector, más preparado, apreciará sin duda alguna. El propósito real que nos impulsa a escribir es tan sólo el de sembrar una inquietud por el tema, que consideramos necesaria y urgente en nuestra patria, uno de los "remansos" a que antes hemos aludido, pero que es preciso mantener libre del contagio de aquel mundo exterior que nos rodea.

Y, sin más disquisiciones, adentrémonos en el problema.

## 1. Los principios de la guerra sicológica

### a) Convencer

El fin de la guerra sicológica no es la victoria material, sino la paz basada en un concepto de ética superior, lo que debe traducirse en:

—Inculcar no sólo el deber, sino el entusiasmo por la causa en la población y Fuerzas Armadas del propio país, elaborando una firme opinión pública;

—Provocar en los países neutrales un favorable estado de opinión;

—Deprimir la moral del enemigo, resaltando el error de la causa y la inutilidad de sus esfuerzos.

### b) Coordinar objetivos, acciones y medios

El campo de acción de la guerra sicológica es el teatro de la guerra. Una adecuada selección, en tiempo y espacio, de los objetivos; de los ejes de esfuerzo y profundidad de la acción, así como de la concentración y combinación de los propios medios, con las operaciones militares previstas o en curso, constituyen factores decisivos.

### c) Sorprender

Oportunidad, secreto, audacia, rapidez, decisión, energía y seguridad en la información, dispositivo y reservas espi-

rituales e intelectuales colocarán al enemigo en condiciones de inferioridad y contribuirán a lograr la superioridad moral en el momento y lugar decisivos.

Como principios secundarios aparecen:

—Libertad de acción para desarrollar las acciones sicológicas convenientes para rebatir los conceptos lanzados por el enemigo;

—Aprovechamiento sicológico de la victoria militar, "preparando" al enemigo y a la opinión pública antes del Tratado de Paz;

—Economía de medios, empleando los argumentos precisos en cada caso y manteniendo siempre una reserva de ideas, "slogans" y resortes para aplicarlos en el momento y lugar convenientes.

## 2. Los procedimientos

Variables con el progreso técnico y científico, se basarán sobre estudios antropológicos, caracterológicos o raciales de sicología de masas y sociología y deben ser variados con frecuencia. Su aplicación acertada y la oportunidad en el cambio de los mismos en las diversas etapas de la guerra fría son expresión de la capacidad sicológica del mando.

## 3. Los elementos de la acción sicológica

### a) El hombre

Sujeto y objeto de la guerra sicológica es el elemento fundamental. Como sujeto debe reunir convicción, clarividencia, repentización y originalidad de ideas, aparte de los conocimientos especiales que, en cada escalón de mando, imponen esta modalidad de guerra. Concibe, decide, prepara y dirige las operaciones de guerra sicológica en su escalón jerárquico, de acuerdo con la misión recibida y con las serviles limitaciones que le sean impuestas. En todo caso, un órgano auxiliar especializado le ayuda en su misión.

Como objeto de la acción sicológica sobre él adoptará distintas formas, según se trate de:

—Mando enemigo, sobre el que se tratará de lograr la duda intelectual y la vacilación ideológica;

—Mandos neutrales, sobre los que se actuará en nombre de la ética, pero también en el campo de la economía y finanzas;

—Mandos militares, sobre los que las fintas, estratagemas y demás principios negativos tienen positivo resultado, en coordinación con las operaciones;

—Masa enemiga neutral, propia, civil o militar, sobre la que conviene actuar siempre en función de los siguientes conceptos:

—Si el hombre individual obra por reflexión, la masa lo hace por el instinto; precisa pues, una preparación y dirección adecuadas;

—En la masa influye el hombre individual, pero también el medio y un óptimo aparente; fácilmente sugestionable actúa por inercia ante un convencimiento momentáneo, pero sólo una acción continuada logra en ella un firme arraigo de convicciones;

—Los efectos morales son más acusados en la masa que en el individuo; la propagación del pánico colectivo crece en progresión geométrica en la dirección opuesta al peligro: por tanto, la acción psicológica en la retaguardia es más fácil que en la zona de operaciones, y dentro de ésta la facilidad aumenta con la distancia a la línea de contacto;

—El agente aislado, el comando, la guerrilla, tienen siempre la superioridad moral sobre el enemigo que los rodea;

—Las tropas alcanzadas por el pánico, antes que reforzadas, deben ser relevadas.

## b) El terreno

La guerra psicológica es un problema sociológico-geográfico. Sus operaciones al concebirse, organizarse y ejecutarse como otra cualquiera operación militar, precisan un estudio previo del "terreno ideológico". Su valoración en cada caso, ya se trate del enemigo, neutrales, el propio territorio nacional o el frente, es función de un estudio psicológico-geográfico-temporal del mismo. El detalle del mismo depende del escalón del mando que lo realice.

La situación física, económica, política y sentimental del enemigo son factores determinantes de su valor; un ataque decidido a los puntos fuertes puede producir, mediante una maniobra hábil, resultados definitivos.

Fortificar la propia organización, aumentar la comunicación y contacto con la masa propia, así como destruir los "slogans" enemigos, obstruir sus avances psicológicos desfasando su acción de la militarmente operativa y enmascarar las acciones propias, modifican sus características.

## c) Las armas

La verdad, aunque "no toda la verdad, ni nada más que la verdad" en algunas ocasiones es el arma genérica de la guerra psicológica. Las armas específicas son:

—La información;

—La propaganda.

La primera es fundamental, en su doble aspecto de seguridad y de base para establecer la idea de maniobra de la segunda. La cantidad y la cualidad de los informes necesarios es función del escalafón que debe explotarlos, tras su valoración e interpretación. En cualquier caso el de tipo psicológico es fundamental, si bien y, según los casos, ha de ir acompañado de los de tipo militar, político, social y religioso.

La propaganda representa el arma ofensiva por excelencia de la guerra psicológica. Sus acciones de ruptura del frente ideológico adversario, de infiltración por los puntos débiles del despliegue moral enemigo o del indiferentismo de los neutrales, debe ser seguida siempre de una rápida explotación hacia los "islotes" de resistencia creados en la retaguardia enemiga y guarnecidos por "comandos" ideológicos propios, lanzados en forma de "rumor", en forma aislada y sin conexión aparente.

Arma dinámica, no admite la defensa estática del silencio; éste enfría el corazón y desorienta a la mente del país y de las propias tropas. Una defensa elástica de continuidad variable, aunque sin

soluciones de continuidad, puede ser obligada y hasta conveniente en ocasiones.

Puede desempeñar también funciones informativas "dirigidas"; en tal caso, la falsedad sólo puede crear desconfianza.

#### 4. Las formas de la acción psicológica

##### a) Acción continua

Constituye la esencia de la maniobra psicológica; el movimiento y la rapidez son vitales. La velocidad desmoraliza al adversario, impide el aislamiento geográfico penetrando por medios sutiles antes de que el enemigo haya organizado el "obstáculo síquico" y permite provocar en el mismo reacciones síquicas de tipo "químico" o "explosivo".

La creciente expansión de los medios de acción psicológica, conduce también a un empequeñecimiento de las áreas de acción y a un mayor intercambio de relaciones humanas, con una mayor eficacia de los medios de penetración. Entonces aparece el obstáculo ideológico y se produce el "choque".

Si el movimiento precisa orden y rapidez, el choque necesita esmerada instrucción y elevada moral.

##### b) Intensidad

Representa el "fuego" psicológico. La superioridad en el momento y lugar convenientes radica en una ponderada dialéctica convincente; el progreso científico en el campo de las relaciones humanas y una adecuada organización de la "masa" de medios influyen de manera decisiva en el resultado de la batalla.

##### c) Trabajo

Puede favorecer de manera directa —agentes— o indirecta —rumor en el terreno adversario o neutral— la acción continua y la intensidad de las acciones psicológicas. La constancia en el trabajo, su organización racional y el empleo de una gran variedad de medios vienen impuestos por los avances de la guerra psicológica.

#### d) Disimulación

La oportunidad y habilidad en el cambio súbito de los sistemas adoptados, así como las posibilidades "potenciales" propias, contribuyen a obtener la mayor eficacia de los medios.

#### 5. Los medios de acción psicológica

##### a) Informativos

Diplomáticos, agentes "enmascarados" en misiones especiales, servicios de radioescucha y de descripción, prisioneros, documentación capturada, prensa y radio enemigas, refugiados políticos y civiles, etc., y en general, todos los empleados por las segundas secciones, aparte los institutos de opinión pública y los servicios de estadística, así como los de orden interior.

Su actuación tiene por misión facilitar los datos necesarios para obtener el máximo rendimiento de los medios de propaganda: moral enemiga, defensa propia, seguridad operativa, resultados obtenidos (sobre éstos es preciso tener en cuenta que son lentos y acumulativos y que su grado de eficacia no se acusa por la estadística periódica).

Rivalidades entre armas y mandos, anormalidades en los servicios, falta de unidad moral, política, divergencias religiosas, fanatismos, supersticiones, tendencias secesionistas, desmoralización bélica y de la retaguardia, tendencias pacifistas, medidas de seguridad adoptadas contra la acción psicológica y variabilidad de las mismas, constituyen elementos de juicio de interés.

Hábil interrogatorio de prisioneros, cantidad y cualidad de los mismos en tiempo y espacio relacionados con nuestras acciones, interferencias, prohibiciones sobre la escucha de nuestras emisiones o la retención de folletos o lectura de prensa, etc., pueden proporcionar indicios sobre la eficacia de nuestras acciones.

##### b) De propaganda

Emisiones de radio y televisión en "cadena" y en idiomas adecuados, campañas de prensa, noticiarios en intercam-

bio con otros del exterior, cursos de intercambio, etc., representan medios de tipo estratégico.

Prensa, folletos, pasquines, hojas y, en general, cuanto puede expresarse en lenguaje gráfico o escrito, presentan la limitación impuesta por el gran número de ejemplares preciso y la necesidad de medios auxiliares de lanzamiento: aviones, globos, proyectiles o agentes para su distribución clandestina. La propaganda oral es más económica: radios, altavoces, discos o magnetófonos. Otro medio sutil, aunque peligroso, si el enemigo es hábil, lo constituye el lanzamiento de artículos que escaseen en zona enemiga, señalando de forma bien visible en ellos el país de origen y presentándolos en forma atrayente y artística.

Emisoras clandestinas, radiomensajes a agentes o guerrilleros, lanzamientos de paquetes análogos a los lanzados por el enemigo, con explosivos o sustancias venenosas, introducción de papel moneda falso, etc., son medidas que precisan una gran sutileza y peligrosas, pues pueden provocar efectos contrarios a los buscados.

La actuación coordinada de todos estos medios debe dirigirse no sólo a la moral, sino también al entendimiento; la propaganda actúa en forma similar a la guerra de minas para demoler la organización social, política y militar del adversario; su aislamiento político, e incluso económico, en el campo internacional; su total colapso interno y la total repulsa externa.

La labor del agente humano en zona enemiga o en la propia se presta magníficamente para emplear el rumor. El rumor tiene su técnica, basada en los informes obtenidos de toda clase sobre el grupo elegido, de la aptitud en el mismo, de las necesidades, de hechos concretos sobre los que poder basarlo.

El contrarrumor representa el medio de represalia; la defensa opera por etapas sucesivas identificando la fuente, recogiendo públicamente el rumor, abultándolo y refutándolo después.

### c) Articulación de los medios

En el campo táctico y con personal especializado, constituyendo equipos móviles o fijos y unidades especiales.

En el campo estratégico, mediante organizaciones clandestinas, "quintas columnas", propaganda subversiva, ciclos de conferencias, viajes de información.

### d) Organización

Debe responder al doble concepto de guerra total y de guerra de coaliciones. En el primer aspecto debe existir una coordinación entre los medios de acción sobre la población civil y sobre las Fuerzas Armadas. En el segundo, una afinidad de sistemas entre los miembros de la coalición, respondiendo a un estudio previo de los empleados por el bloque antagonista.

La elección de objetivos adecuados, armonía, reconocimiento de la necesidad y recíprocos beneficios de la coalición, comunidad de ideales, deben ser exaltados en toda coalición. La coordinación de la guerra psicológica de una coalición debe responder a unas directivas dadas por el Mando Combinado. Aparece, pues, la necesidad de un órgano superior combinado de guerra psicológica, que trace las directivas, previo asesoramiento de miembros especializados de cada uno de los países componentes, para la propaganda exterior.

Entre los bloques afines, bien por proximidad geográfica, bien por proximidad ideológica, de tales países de la coalición, podrían funcionar otros órganos superiores combinados que, dentro de las directivas trazadas por el Órgano Supremo, trazara un plan de campaña común ofensivo-defensivo.

La guerra psicológica dentro del ámbito nacional exige un mando único coordinador. Las directivas generales, emanadas del mando político, deben cobrar forma en un órgano de trabajo, compuesto de especialistas que, al propio tiempo, asumirían la misión de asesoramiento de aquél. En nuestro país tal misión recaería lógicamente en el A.E.M. en paz y en el G.C.G. en guerra, por medio de unas secciones de guerra psicológica.

En tales secciones emanarían las instrucciones generales en dos sentidos: hacia los organismos civiles y hacia los militares. Una doble corriente, informativa y de propaganda, sería establecida.

El Ministerio de Relaciones Exteriores tendría las dos misiones: en cambio, los de información y gobernación, sólo una; de propaganda en el primero e informativa en el segundo.

Los Ministerios militares estarían representados no sólo por los Departamentos militares sino también por la Defensa Pasiva, que tomaría a su cargo la defensa sicológica en el interior, localidades y ciclos de conferencias, proyecciones, folletos, etc.

Concretándonos ahora al ejército de tierra, una sección de guerra sicológica funcionaría en el E.M.C., coordinando las dos funciones informativa y de propaganda militar, a través de unos negociados especializados de las secciones 2ª y 3ª, así como de la jefatura de instrucción, y de la Dirección General de Enseñanza, a fines didácticos, mediante unos cursos de especialización, en los que se facultaría al personal necesario; a través de la Dirección General de Servicios se habilitaría el material necesario. Las acciones que requieran medios aéreos serían tramitadas a través del A.E.M.

La confección de la propaganda puede hacerse en el escalón ejército, según las directivas trazadas por el teatro de operaciones, que recibirá las generales del G.C.G. En paz, tal misión puede recaer en las regiones militares, recibiendo las ideas generales del E.M.C.

La difusión correría a cargo de los Cs.E. y Divisiones que, en circunstancias especiales, pueden destacar equipos móviles a las unidades inferiores.

Especialistas de guerra sicológica figurarían en las secciones 2ª y 3ª de estas grandes unidades, hasta ejército, donde ya funcionaría una sección que coordinaría la corriente informativa con la de propaganda.

En los escalones C.E. y División parece oportuno separar ambas corrientes, que al encajar plenamente en los conceptos informativo y operativo cuadran fácilmente en los cometidos de la 2ª y 3ª sección, respectivamente.

#### IV CONCLUSION

Copiando una frase de Labarth sobre economía, podríamos decir que la preparación sicológica de la guerra constituye "un conjunto de medidas encaminadas al crecimiento sicológico de la nación en guerra y a sostener el mismo durante y después del conflicto". Labor compleja que no puede improvisarse, que requiere tiempo y estudio, habilidad y tacto, coordinación exterior e interior y que, en consecuencia, aconseja una pronta puesta en marcha, siguiendo el ejemplo dado por otras potencias.

Bertrand Russel se equivoca al suponer que el avance científico e industrial hará imposible la guerra; Paul Morand acierta cuando afirma que tales avances no servirán para que los hombres se conozcan mejor y, en consecuencia, se amen más; la velocidad, símbolo de nuestra era, favorece al ataque en todas sus formas y la coraza que puede prestar una mínima protección contra las bombas sicológicas del mundo exterior, es urgente, tan urgente como una adecuada contrapropaganda. Ambas deben ser acometidas con velocidad; con velocidad, pero sin "prisas" obligadas, esas prisas que, como dice D'Ors, son la "epidemia del siglo".

Es labor que nos incumbe a todos; contribuir a la misma, dentro de nuestros escasos conocimientos, ha constituido la ilusión del presente artículo.

(Reproducido de la Revista "Ejército", de julio de 1956).

