

INTRODUCCION AL ARMA SICOLOGICA

Por

INTRODUCCION

Manuel DURAN Ros

Teniente IM, Armada de España

Se considera "gran guerra psicológica" la forma de guerra moderna que trata de lograr conquistas militares sin utilizar la fuerza armada, sino empleando la acción política, "la propaganda", la subversión social y la presión económica, mediante las cuales se busca la capitulación del enemigo desmoralizado, aislado y abandonado tras una larga etapa de estrategia indirecta.

(General Beaufre).



ESULTA entretenido presenciar las campañas propagandísticas mantenidas por la URSS y la China Popular con la intención de desprestigiarse mutuamente, dentro de su lucha por la hegemonía comunista en el mundo; Rusia acusa al "maoísmo" de revisionista y éste tilda al Soviet de desviacionismo, de tal manera que ni se pretende ya saber cuál de los bandos está asistido por la razón, sino de averiguar cuál de las partes está utilizando más adecuadamente sus medios de propaganda, para determinar, si se quiere, un posible triunfador.

Claro que aventurarse a predecir una victoria de cualquiera de los lados, en este campo de las presiones psicológicas, puede constituir un enorme fracaso porque —y antes de entrar en la considera-

ción del tema que nos va a ocupar ahora es preciso aclararlo— lo que se busca con el empleo de la sicología y la propaganda como arma no es una derrota enemiga en su exacto valor, sino, más concretamente, "la destrucción del deseo de resistencia del enemigo" que aunque en algunos casos puede ir acompañada de cualquier tipo de acción militar, en otros, por el contrario, puede ser por sí sola razón suficiente para evitar una agresión o disuadir al enemigo de intentarla.

Es fácil interpretar, por tanto, que quizá sea esto último lo que chinos y soviéticos estén buscando con sus acciones en mayor grado aún, si cabe, que aquella otra razón ya expuesta del prestigio mutuo.

Si bien el uso de la acción psicológica es tan antiguo que esa idea de la "destrucción del deseo de resistir" fue expuesta por Sun-Tsu siglos antes del nacimiento de Cristo, el empleo de tal acción como operaciones planificadas de guerra es actual, habiéndose convertido ya en un componente esencial de cualquier operación militar moderna, siendo imposible soslayar de algún modo la realidad de su empleo por parte del enemigo.

Nadie ignora la importancia que revisten actualmente las cuestiones psicológicas; por tanto, no parece posible dudar de la imperiosa necesidad de su estudio y divulgación, que habrá de afectar primordialmente al ámbito militar, a tenor de la inconveniencia de prescindir del empleo de arma tan rentable para la mayoría de las ocasiones.

Estados Unidos, la Unión Soviética y China Popular han dado gran importancia al desarrollo de las operaciones psicológicas tanto en cualquier tipo de guerra como en la lucha de "bloques" — eminentemente ideológica — que permanentemente se libra en el mundo de hoy, hasta el extremo de que, en estos dos últimos países, la población civil es educada para llevar a cabo tal tipo de acciones.

En una entrevista con la Agencia Central de Noticias, Mao-Tse Tung expresó a sus corresponsales que "se debe apoyar todo lo que el enemigo combata y combatir todo lo que el enemigo apo-

ye"; frase de un profundo sentido psicológico, puesto que conducirse así implica no sólo la desmoralización del enemigo que se ve continuamente combatido, sino, además, una perfecta e incesante mentalización de quien lo lleva a la práctica. El propio Mao indica que la acción psicológica no se limita a las épocas de conflicto bélico, sino que, añade, "después de eliminado el enemigo con fusil quedará otro, desarmado, que entablará una lucha mucho más cruel y al que no debe subestimarse jamás".

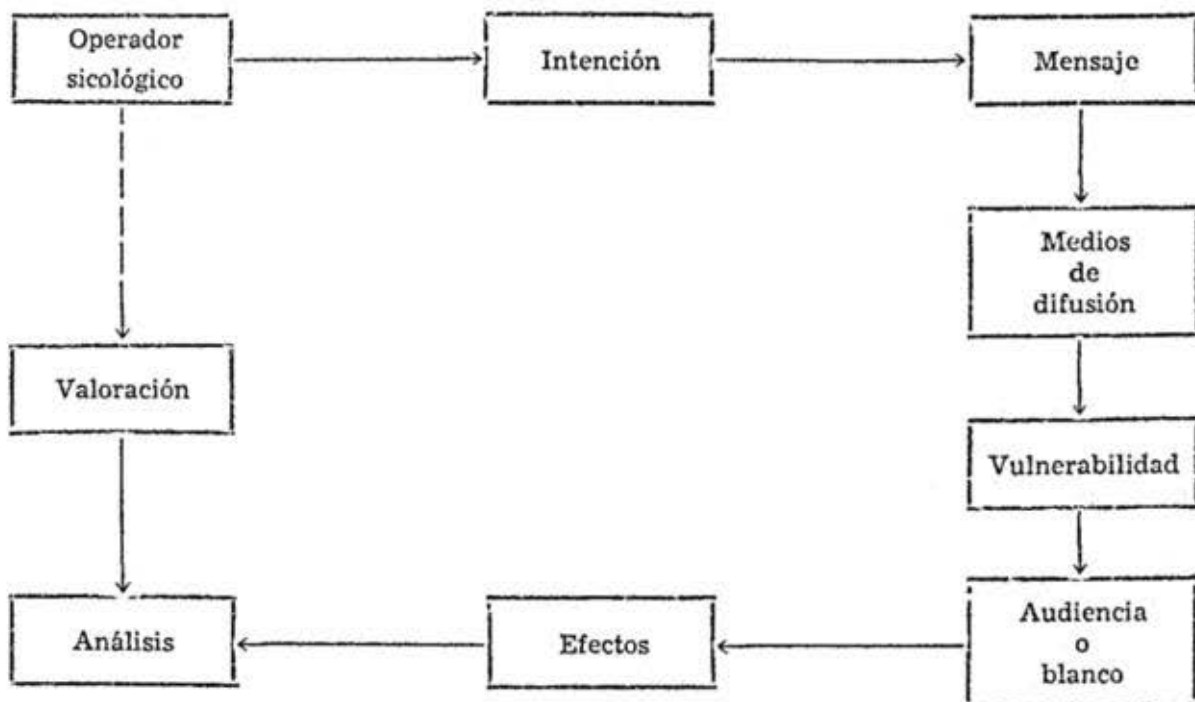
De ambas frases podemos entresacar las cualidades más importantes que el propio enemigo atribuye a la acción psicológica: las de guerra "total y permanente".

Los sucesos de Crecy y Agincourt, que cita Cassinello en su "Operaciones de guerrilla y contraguerrilla" y que consistieron en la aniquilación por dos veces de regimientos franceses de capa y espada a caballo, por tropas inglesas que manejaban arcos y flechas, a causa de la negativa gala a utilizar un arma que eludía el enfrentamiento personal, y la expresión clara de que el comunismo hace constante y adecuado uso de la propaganda como arma, son la base de que partimos para hacer este muy breve estudio de lo que, desde ahora, llamaremos "el arma psicológica".

Generalidades

Pato Movilla define la acción psicológica como la "aplicación de un conjunto de medidas diversas, debidamente coordinadas, que tienen por finalidad actuar sobre la moral y las mentalidades de individuos, colectividades o masas, para influenciar sus opiniones, sus sentimientos y sus creencias, y por tanto, las actitudes y el comportamiento de elementos amigos, enemigos o neutrales".

Esas "medidas diversas", con la finalidad ya expresada, es lo que constituye la propaganda. Pues bien, "el uso planificado de la propaganda" es lo que definimos como operaciones psicológicas. Por tanto, guerra psicológica será "la aplicación de operaciones psicológicas a grupos enemigos, con la finalidad de conseguir fines nacionales, o contribuir al éxito de las operaciones militares".



Es posible hacer un somero estudio de los tipos de guerra psicológica, atendiendo a dos razones fundamentales: sus fines y su método.

Respecto al fin, la guerra psicológica puede ser:

- Estratégica, si tiende a completar o cubrir planes estratégicos.
- Táctica, cuando se emplea en apoyo directo de las operaciones de combate.
- Y de consolidación, en el caso de que lo que se pretenda lograr sea el "apoyo civil" de zonas de retaguardia, previamente ocupadas o propias.

Respecto al método consideraremos:

- Abierta, la operación de fuentes y origen claramente definidos.
- Encubierta, aquella que está planificada y conducida de tal forma que, en caso de ser descubierta, la nación que la realiza puede declinar toda responsabilidad.

No se ha dicho aún cuál es el "objetivo final" de las acciones de guerra psicológica, que no es otro que el de "apoyar la realización de la política, de los fines nacionales o de las misiones militares"; así como tampoco hemos definido las

misiones o "tareas", que abarcan la realización de proyectos que contribuyen a la consecución del objetivo final.

Un "tema" es un asunto, materia u otra declaración concebida para apoyar la realización o interpretación de una tarea.

Los temas se seleccionan según la situación política, la información militar y el objetivo buscado.

La responsabilidad del planteamiento y ejecución de las operaciones de guerra psicológica, así como la defensa contra operaciones enemigas de este tipo, corresponde al mando.

Ya hemos dicho qué es la propaganda; pero se hace necesario considerar que la propaganda, según su procedencia, puede ser blanca, gris o negra, según que las fuentes y el origen sean claros, poco especificados u ocultos, simulando una procedencia falsa.

Ejemplo de uno de estos tipos de propaganda es el hecho de que durante la actuación americana en Vietnam las fuerzas de Estados Unidos se veían combatidas no sólo en ultramar, sino también en su propio país por la opinión pública, influida ésta, sin lugar a dudas, por la acción comunista lograda gracias a la enorme expansión de la "infiltración comunista mundial". Este caso

lo podemos incluir dentro de la propaganda negra, porque simulaba su origen en la opinión pública y el contestarismo de una fracción de la juventud, cuando era bien distinta la causa real, en parte.

La propaganda dentro de las operaciones psicológicas tiene las mismas características que la de la propaganda publicitaria: es un ciclo cerrado de comunicación.

El técnico publicista tiene un producto que vender —que promocionar— al mercado, para lo cual influye en el posible comprador empleando unos medios de comunicación y aprovechando las condiciones del medio ambiente, de tal manera que cause ciertos efectos. Posteriormente, la comprobación de estos efectos y su valoración cierran el ciclo de la propaganda.

El ciclo de comunicación en un proceso de propaganda dentro de una operación de guerra psicológica es semejante, variando únicamente ciertas voces.

El operador psicológico, que es el comunicante, tiene la intención de realizar una comunicación; realiza el mensaje empleando una serie de símbolos, o representación física o abstracta de una idea, y lo publica a través de los medios de difusión con que cuente, procurando vulnerar, según cada caso, de forma diferente a la audiencia o elemento blanco. Como consecuencia de este proceso, en la audiencia se producen ciertos efectos. El operador psicológico debe concluir su cometido, analizar los efectos para poder valorarlos y determinar la eficacia de la operación.

No cabe duda de que las operaciones se montan de acuerdo con el objeto deseado, por tanto, dependerán de la naturaleza de éste; es decir, depende de que se pretenda, a grandes rasgos, unir o dividir a la audiencia. Pero, para lograr cualquiera de estos objetivos, es necesario que el operador psicológico descubra la vulnerabilidad psicológica existente en la audiencia; o sea, lo que en publicidad se denomina "motivación" y que no es otra cosa que el conjunto de argumentos, función de las "necesidades" del mercado, el objetivo a cubrir por la campaña y las condiciones del medio ambiente, que provocan en el cliente una reacción prevista.

En definitiva, lo que se pretende al aplicar correctamente la vulnerabilidad es crear una "necesidad" en la audiencia, aumentarla progresivamente originando un estado de "tensión" y, en el momento propicio, presentar una solución que satisfaga simultáneamente las necesidades de la audiencia y los objetivos de la operación psicológica.

Naturalmente, cualquier acción llevada a cabo con la intención de contrarrestar la propaganda enemiga, ya sea refutándola, transformándola o anticipándose a ella, o de cualquier otro modo que cumpla semejante finalidad, constituirá lo que se define como contrapropaganda, la cual, según se dijo, también es responsabilidad del mando.

El empleo del arma psicológica

Desde el punto de vista estratégico, el arma psicológica está incluida en el potencial militar de la nación, contando, además, con el apoyo de la acción política y la presión económica para constituir la "estrategia indirecta".

Tácticamente, las operaciones de guerra psicológica se orientan en apoyo de las acciones militares tácticas en zonas avanzadas por medio de folletos, programas de radio dirigidos al elemento blanco, altavoces y octavillas que pueden ser repartidas por la aviación, la artillería o con el envío de patrullas a tal fin.

En la consolidación de objetivos militares el arma se emplea para destruir la capacidad de reacciones enemigas o en la colaboración para la organización de guerrillas que apoyen a las unidades propias.

A tal efecto el arma psicológica puede, y es recomendable que así sea, contar con un oficial de enlace en las Planas Mayores especiales o formando parte de las 5^{as}. Secciones de PLM, en caso de ser activadas.

En cualquier caso, el arma psicológica, tiene ciertas limitaciones para su empleo: la inadecuada o escasa información militar necesaria para la planificación, la variabilidad de las situaciones tácticas, o la falta de medios de difusión apropiados en zonas de combate avanzadas.

De otro lado, las secuelas de una derrota sufrida o problemas de tipo militar o político pueden favorecer el éxito de nuestras operaciones psicológicas.

Procedimientos generales de guerra psicológica

Puesto que lo se pretende lograr del enemigo con la aplicación del arma es que piense y actúe de la manera que más perjudique su esfuerzo de guerra, se pueden determinar unas normas de conducta generales con las que, aunque no es posible asegurar el éxito de la operación, sí que puede garantizarse el fracaso en caso de no aplicarlas.

Estas son:

- Lograr la confianza de la audiencia.
- Ganar y retener la atención de la audiencia.
- Evitar la aparición de antagonismos entre la audiencia y el operador.
- Empleo de la persuasión en el trato con la audiencia, aunque esto ya es implícito de la técnica de propaganda.

Elementos de comunicación

El conocimiento de los elementos de comunicación resulta útil no sólo desde el punto de vista de su aplicación a operaciones de guerra psicológica, sino porque estos mismos elementos podrán ser empleados por el enemigo y a los que habremos de combatir con la contrapropaganda.

Vamos a enumerarlos:

- Lemas y "slogans", que mentalicen a la audiencia.
- Música patriótica o popular y expresiones folklóricas que modulen la moral de la tropa de acuerdo con los planes psicológicos.
- Regalos.
- Explotación de la nostalgia creada por ciertas evocaciones provocadas.
- Explotación del rumor, que es el más eficaz de los elementos de comunicación de la guerra psicológica,

porque un rumor convenientemente lanzado es capaz de minar las voluntades más fuertes, debido a que cuando la audiencia se apropia de su contenido resulta ya muy difícil determinar su procedencia y grado de veracidad.

- Por último, citaremos el sistema que consiste en convencer a una fracción de la audiencia, reducida pero prestigiosa, para que ella continúe la labor.

Terrorismo

Hasta ahora hemos hablado solamente del empleo de la propaganda como pieza fundamental del arma psicológica, pero falta mencionar aún otro elemento de una eficacia enorme: la persuasión por el terror.

Su empleo tiene una particularidad fundamental que es la de crear un sentimiento de falta de protección en los componentes de los sectores afectados que fuerza a la rendición psicológica, entregándose al causante del terror para, de este modo, quedar libre de la amenaza hipotética que sufrían; en tanto que distrae al enemigo una gran cantidad de fuerzas que podrían ser empleadas en otras cosas.

No obstante, el terrorismo tiene un gran inconveniente; de la misma manera que puede hacer cundir el terror, puede estrechar lazos, por el contrario, al provocar la indignación popular y elevar el deseo de resistencia. De ahí el especial cuidado que habrá de poner el operador psicológico haciendo un uso restringido de esta última fórmula de actuación psicológica.

Conclusión

Mediante el desarrollo de estas técnicas, la pretensión del bloque comunista con respecto al occidental es crear un estado de descontento, haciendo sentir a los pueblos que pueden conseguir ventajas, hasta ese momento privativas de la minoría privilegiada que domina los gobiernos y las administraciones, para sublevarlos y alterar las estructuras sociales con el fin de allanarse el camino del poder en todos los países.

El blanco principal lo constituyen las masas obreras y campesinas, completado por el grupo de intelectuales sin la debida formación y madurez. Y toda esa inmensa proliferación de "snobs", existencialistas y pacifistas actual no es sino un inmejorable abono a la simiente marxista.

Las operaciones psicológicas son un arma de incalculable valor. Y a nosotros como responsables de la conducción de hombres nos compete el que nuestros subordinados no desconozcan estos métodos y proporcionarles los medios para defenderse de la propaganda enemiga respecto a la que estamos en clara desventaja.

García Arias dice que "en la estrategia indirecta demuestran una superior maestría las potencias comunistas, ante la pasividad de Occidente, que parece no haber comprendido aún el carácter tal

vez decisivo que hoy ostenta la estrategia indirecta. Pues no se ha sabido encontrar una parada mediante las convenientes maniobras, si mucho menos se ha sido capaz de conseguir un sistema de disuasión en el dominio indirecto".

Por esto, después de haber recorrido juntos, al llegar aquí, el árido camino de la iniciación a la "estrategia indirecta", a la que hemos quedado en llamar arma psicológica y que comúnmente se conoce con el nombre de "guerra fría", sólo nos resta animar al lector para que profundice más en este apasionante tema, no ya sólo por curiosidad, si la hubiera, sino para formar parte del frente que lucha contra la acción psicológica enemiga y el aprovechamiento de los vientos propicios que pudieran brindarnos las mismas diferencias de criterio existentes entre los países comunistas.

De "Revista General de Marina", España.

