

CONSIDERACIONES BASICAS SOBRE LA GUERRA PSICOLOGICA



Teniente Coronel
JESUS E. NARVAEZ GUZMAN

“Hasta en el plano más inferior de la guerra, un hombre muerto es simplemente un hombre menos, en tanto que un hombre desmoralizado es un portador del miedo altamente infeccioso y capaz de esparcir una epidemia de pánico”.

LIDDELL HART.

Aunque la expresión “Guerra Psicológica”, surgió después de la Segunda Guerra Mundial, sin embargo, su concepto y finalidad son tan antiguos como la historia misma de la humanidad. El famoso historiador militar inglés Liddell Hart, en su obra titulada “La Estrategia de Aproximación Indirecta” afirma, “que estudiando sucesivamente las batallas decisivas de la historia, encontramos que en casi todas el ven-

cedor había logrado ya colocar a su adversario en desventaja psicológica antes de que tuviera efecto el choque” y cita como ejemplos entre otras, las batallas de Maratón, Salamina, Quero-nea, Gaugamela, Cannas, Zama, Hastings, Quebec, Austerlitz, Jena y Sedán. Si nos remontamos varios siglos antes de la Era Cristiana, encontramos que ya se empleaba la guerra psicológica, con casi todas sus caracteris-

ticas y modalidades. Los griegos quizás fueron, los primeros en usar las insidiosas armas del rumor, la amenaza, la intimidación y la persuasión astuta que hoy constituyen los principales medios de la guerra psicológica. Gengis Khan, en el siglo XIII, empleó sabiamente una quinta columna con el objeto de trastornar las mentes de las naciones enemigas. Con el correr de los años esta clase de guerra se fue perfeccionando, teniendo entre sus principales exponentes a Lenin, Trotsky, Hitler y Goebbels. Lenin, por ejemplo, sostenía que "la estrategia más sana en la guerra, consiste en aplazar las operaciones hasta que la desintegración moral del enemigo haga posible y fácil dirigirle un golpe mortal", principio que Liddell Hart modifica expresándolo, así: "La estrategia más sana en cualquier campaña consiste en aplazar la batalla, y la táctica más sana en aplazar el ataque, hasta que la dislocación moral del enemigo haga practicable la ejecución de un golpe decisivo".

León Trotsky, bosquejó los principios de la guerra psicológica en su libro "La Estrategia de la Desintegración", en el cual enunciaba que "el ejército mediante la constante amenaza de la violencia física, había de apoyar las operaciones de la guerra psicológica y asegurar por medio de breves combates brutales, la destrucción de las fuerzas ya desintegradas por las armas psicológicas".

Adolfo Hitler en "Mein Kampf", dejó claramente expresadas las características fundamentales de esta clase de guerra, cuando escribe: "La próxima

guerra estará caracterizada por el colapso psicológico del enemigo como resultado de la propaganda revolucionaria. El enemigo será desmoralizado.

Se verá obligado a ser pasivo. Nuestra estrategia, consiste en aniquilar al enemigo desde el interior y en conquistarlo a pesar de sí mismo. La confusión en las mentes, la confusión en los sentimientos, la indecisión, el pánico, estas serán nuestras armas".

En el F. M. 100-5, la guerra psicológica se define como "un arma militar de apoyo, ideada para ejercer la influencia en las mentes de tropas enemigas y en las de las poblaciones extranjeras enemigas, neutrales o amigas". Su finalidad principal consiste en destruir la voluntad de resistir del ejército enemigo y la población civil. Como la voluntad de resistir es un estado mental, la misión de la guerra psicológica estribará en afectar ese "estado mental" del enemigo, a fin de lograr su dislocación moral y en esta forma convencerlo de que sufrirá una derrota inevitable. En consecuencia, la primera fase de la guerra psicológica es tratar de minar la moral del ejército y población civil, valiéndose de la principal arma psicológica: La propaganda.

Existen muchas definiciones sobre propaganda; un Oficial del ejército de Bélgica la define como "la determinación extrínseca de los motivos del pensamiento y la acción". El ruso Chakhotin, dice: "La propaganda es una violación lenta y psicológica, tendiente a causar que los individuos y las masas actúen por reflejo". En general, la propaganda consiste en poner en operación

todos los medios, desde los más moderados hasta los más violentos, para imponer ideas sobre determinado grupo humano.

La propaganda considerada como arma básica de la guerra psicológica, se puede clasificar en la siguiente forma:

- Propaganda oculta o negra;
- Propaganda abierta o blanca;
- Propaganda gris;
- Propaganda táctica;
- Propaganda estratégica.

La clasificada como "Negra" se diferencia de la "Blanca" en que aquella emplea medios que hacen imposible descubrir su origen y además, se presume que es trabajo del enemigo. Según Megret, la propaganda gris, trata de una categoría intermedia; no compromete la responsabilidad del beligerante que la origina, ni trata de engañar al destinatario, pero crea un clima de indiscreción y complicidad. La propaganda táctica se limita a las unidades de combate con el propósito de inducir las a que abandonen la lucha, a rendirse o amotinarse. La propaganda estratégica, esta dirigida contra toda una nación y específicamente contra los civiles y la tropa que se encuentre en la zona de retaguardia. Esta clase de propaganda influye directamente sobre la opinión pública.

Existe una íntima relación entre la finalidad de la guerra psicológica y el objetivo de la propaganda, pues en párrafos anteriores ya se ha demostrado que la propaganda es el pivote sobre el cual gira la guerra psicológica. De la misma manera se puede establecer que

los medios de la guerra psicológica son los mismos de la propaganda, los cuales se clasifican, así:

— Medios verbales, escritos, visuales e ilustrados y medios materiales.

El rumor ocupa el primer lugar en importancia, entre los medios verbales. Es considerado como el arma más eficaz de la propaganda negra. Todos conocemos los efectos psicológicos tan tremendos que producen los rumores en la mente del hombre. Le sigue en orden de importancia la radio porque es el instrumento por medio del cual se puede difundir más rápidamente una noticia y es fácilmente percibida hasta por los analfabetos.

El último lugar lo ocupan los altavoces o parlantes que generalmente se emplean para incitar a la rendición.

Entre los medios escritos están contemplados, las hojas volantes que se emplearon mucho en la primera y segunda guerras mundiales con excelentes resultados. También están los anónimos, los panfletos, folletos y periódicos. Estos últimos son los que más influyen en la opinión pública de la gente común.

Los principales medios visuales son las películas, la televisión, afiches, carteles y exhibiciones teatrales.

Durante la segunda guerra mundial se emplearon los llamados medios materiales que consistían en dejar caer en paracaídas artículos racionados en zonas ocupadas por el enemigo, tales como cigarrillos, jabón, chiclets, chocolates, etc.

Principios de la Propaganda.

Para que una idea sea propagada se requieren tres condiciones esenciales o principios que son: La afirmación, la repetición y, la persuasión; también se pueden considerar otros principios, tales como:

- 1.— La aseveración de casi todos los sociólogos y propagandistas modernos, quienes están de acuerdo en manifestar que la mejor propaganda es la verdad. A este respecto, Hitler se aparta asegurando que “una mentira puede ser creída si es bien concebida” o como dice Goebbels, “una falsedad repetida se hace una verdad”.
- 2.— La propaganda debe estar basada en un hecho o acontecimiento y las ideas deben ser diseminadas en el ambiente de la percepción colectiva, para que así pueda producir los resultados deseados.
- 3.— Otro principio importante consiste en “conocer plenamente el ambiente en que se desea actuar” lo cual facilita la conducción gradual de las masas, sin que estas se den demasiada cuenta de las actitudes que se quiere que adopten.
- 4.— “Lo oportuno de la acción”, principio que consiste en actuar únicamente “cuando la ocasión es favorable y las circunstancias lo exigen”; pero en caso de que se presentare la ocasión fortuita, se debe actuar rápidamente dando mayor énfasis a los otros principios anteriormente enunciados.

Características.

La propaganda considerada como medio o instrumento de la guerra psicológica, tiene las siguientes características:

- 1.— La permanencia. Esta es la primera de las características y consiste en que “la propaganda debe seguir al hombre como si fuera su propia sombra, adherírsele desde el amanecer hasta el anochecer, donde quiera que él esté y en cualquier cosa que haga”. En resumen, debe crear una obsesión y si es posible un complejo en el individuo.
- 2.— La propaganda debe ser dinámica, o sea, que esté de acuerdo con una idea que mueva y arrastre a las masas y que a la vez, sea concisa, clara, persuasiva, en pocas palabras, que constituya un mito fanático.
- 3.— Debe servir una actividad y demostrar una marcada tendencia totalitaria, no solamente en su propia naturaleza, sino en su campo de acción y en sus medios.
- 4.— Debe tener una base científica, ya que como arma básica de la guerra psicológica se pueda situar dentro de la táctica y la estrategia.

En un artículo escrito por Frederic Sondern sobre “La guerra de nervios en Berlín”, se puede apreciar a grandes rasgos cómo opera una organización soviética creada exclusivamente para llevar a cabo una guerra psicológica en Alemania Occidental. En dicho

artículo aparecen unas declaraciones del Secretario de Estado Americano de ese entonces, Cristian Herter, quien manifestaba que en una zona suburbana de Berlín Oriental existía "una de las mayores concentraciones de actividades subversivas y de espionaje del mundo".

Se trataba del Ministerio de Seguridad del Estado de la Alemania Oriental, que el pueblo alemán lo conoce por las siglas M. F. S. Las operaciones de este organismo están dirigidas contra 2 millones de berlineses del oeste, quienes han tenido que soportar durante muchos años la guerra psicológica que los comunistas han desencadenado implacablemente sobre ellos. La principal misión del citado Ministerio es la de socavar y debilitar a Berlín Occidental y desmoralizar su población. El jefe del M. F. S. era en ese entonces un Coronel de apellido Mielke, individuo que pertenece al partido comunista desde la edad de 15 años. Al mando de este oficial se encuentran aproximadamente unos 13.000 hombres entre oficiales, suboficiales y soldados, pertenecientes al Servicio de Seguridad del Estado (SSD), los cuales trabajan en llave con unos 200.000 agentes informadores. De toda esta organización se destaca la Quinta División que está destinada a hostilizar a Berlín Occidental, por todos los medios imaginables, inclusive el secuestro y el asesinato. También emplean sistemas y métodos muy originales para crear la confusión y el terror, como por ejemplo, el caso que le sucedió a un fabricante berlinés, quien recibió el encargo hecho aparen-

temente, por una casa comercial respetable de Alemania Occidental y cuando lo cumplió, después de un angustioso esfuerzo, descubrió que se trataba de un pedido enteramente falso. Obvia decir que la Sección Quinta del M. F. S. era quien lo había enviado. Algo parecido le ocurrió a un eminente legislador de Berlín Occidental que recibió una invitación especial para ir a Hamburgo a dictar una conferencia ante un importante grupo de hombres de negocios, y realizó el viaje para descubrir que dicho grupo de señores no existía. Estos métodos pueden parecer, a primera vista, chistes vulgares pero en verdad ellos producen un efecto psicológico tremendo.

Como conclusiones sobre las diferentes consideraciones que en este artículo se han tratado en relación con la guerra psicológica, se pueden anotar las siguientes:

- 1.— Que a pesar de que la guerra psicológica es tan antigua como la historia de la guerra, aún es muy poco lo que se ha profundizado al respecto.
- 2.— Que esta clase de guerra, tiene sus propias características y obedece a principios claramente definidos.
- 3.— Que la guerra psicológica puede ser descrita, simplemente, como la aplicación de la propaganda a las necesidades de la guerra total.
- 4.— Que la guerra psicológica, se ha convertido en un arma formidable de la guerra total y que dirigida contra toda una nación, tiene como objetivo la rendición del

enemigo, minando la moral de los combatientes y la población civil, y

- 5.— Que solamente conociendo a cabalidad sus principios, sus características y sus medios de ejecución, puede el hombre librarse de su acción desmoralizadora, porque la guerra psicológica es ante todo una prueba a la cual se somete la moral del individuo.

BIBLIOGRAFIA:

- "Estrategia de la aproximación indirecta" de Liddell Hart.
- "Mi Lucha" de Adolfo Hitler.
- "La estrategia de la Desintegración" de León Trotsky.
- "F. M. 100-5" Reglamento de Servicio en Campaña.
- "Military Review" Edición Hispanoamericana. Tomos XXXVI y XXXVII.
- "El Ejército Soviético" de Liddell Hart.
- "Lenin" de Fernando Ossendowski.
- "Tipos psicológicos", C. G. Jungs.
- "La Guerra Psicológica" Maurice Megret.
- "Dinámica de Grupo". Malcon y Hunda Knowles.
- "El conocimiento humano". Bertrand Russell.
- "Las relaciones humanas". Francis Baud.

PAPELERIA "COMERCIAL LTDA."

**UTILES PARA ESCRITORIO, TIPOGRAFIA
ARTICULOS DE INGENIERIA**

**EQUIPOS PARA OFICINA
SELLOS DE CAUCHO**

SOMOS PROVEEDORES DE LAS FUERZAS ARMADAS

CALLE 17 No. 7-57
BOGOTA, D. E.

Teléfonos: 43-13-88
41-79-84