

DESINFORMACION: UN TEMA CANDENTE

JOSE UXO PALASI

General de Brigada de Infantería. DEM.

El Conflicto del Golfo Pérsico

La grave tensión política y militar que produjo en el mundo entero la invasión iraquí del Emirato de Kuwait, en la madrugada del 2 de agosto de 1990, centró inmediatamente la atención de todos los medios de comunicación social internacionales ante la gravedad de los acontecimientos —tanto de carácter geopolítico como económico— que podrían iniciar su desarrollo en aquella zona del Oriente Medio. No en balde el geógrafo norteamericano Bernard Cohen la había definido, hace ya algunos años, como uno de los "cinturones de quiebra" que más interés despertaban entre los estudiosos de geoestrategia mundial (1) y que llevó, posteriormente, a otros autores a calificar el conjunto de países que se asoman al Golfo Pérsico con la esclarecedora denominación de "arco de la crisis".

España no podía permanecer ajena a tal actitud profesional del ámbito periodístico —considerado este término en su más amplia acepción—, si tenemos en cuenta las especiales circunstancias que en forma tan concreta le afectaron en un plazo de tiempo muy inmediato. Por primera vez en muchos años nuestro país se veía implicado directamente en un conflicto armado de carácter internacional y de gran envergadura.

Todas las empresas nacionales dedicadas a la información pública (prensa, radio, televisión, agencias de noticias, etc.) reaccionaron con una rapidez encomiable y un número de corresponsales españoles de los diversos medios de comunicación se aprestaron a cumplir su cometido profesional en el área marcada por el conflicto o lo siguieron detalladamente a

través de las noticias procedentes de otras fuentes más o menos cualificadas.

Desde que finalizó la Segunda Guerra Mundial, siempre podrían señalarse corresponsales de guerra españoles —muy bien cualificados profesionalmente— presentes en la infinidad de conflictos que habían perturbado, más o menos gravemente, la paz y la estabilidad mundiales en estos últimos cuarenta y cinco años transcurridos. Pero su número había sido, en todos los casos, bastante limitado.

En esta nueva ocasión, y debido a las circunstancias ya descritas, se produjo una verdadera avalancha de informadores, no todos ellos suficientemente preparados para actuar como observadores en el desarrollo de un tema tan específico como es el de unas operaciones de guerra. No menos de ciento cincuenta se han contabilizado como enviados especiales tanto en la misma zona del conflicto como en los más importantes centros de decisión europeos y americanos. Además de otros tantos que seguían los acontecimientos, con el mayor interés, desde las propias redacciones.

No es, pues, de extrañar que al finalizar la guerra y regresar todos los periodistas a sus lugares de origen, trajeran muy diversas versiones de la forma como habían podido desarrollar su trabajo, según la mayor o menor experiencia que tuviesen sobre las características de un mando militar en operaciones o, incluso, la opinión política que cada uno de ellos sustentara en relación con el tema de las Fuerzas Armadas y de la guerra.

Lo cierto es que se extendió, con cierta rapidez y fuerte intensidad, una curiosa protesta ante las evidentes dificultades que habían encontrado en orden a la obtención y transparencia de muchas de las noticias que se producían. Y cabe subrayar el calificativo de "curiosa" que acabamos de emplear porque hace suponer —de entrada y sin malicia alguna— que tales corresponsales molestos contra la censura y el secretismo militar no se habían parado nunca a valorar el peligro que para las operaciones en curso y para la propia vida de los componentes de los ejércitos aliados podía tener el hecho de que el enemigo conociese, anticipadamente y con certeza, las intenciones del Mando propio a través de crónicas que enviaban a sus periódicos.

En la doctrina militar de todos los ejércitos se establece que el Mando mantiene su libertad de acción cuando en todo momento puede realizar su maniobra, a pesar de la voluntad y actividad del enemigo. Estas necesidades se atienden mediante la seguridad.

El secreto proporciona seguridad y se consigue, en tiempo de guerra, cuando todo el personal militar observa rigurosamente las prescripciones dictadas con la finalidad de que no lleguen a conocimiento del enemigo cuestiones relacionadas con las marchas de las operaciones. Los reglamentos puntualizan concretamente que "el secreto absoluto de propósitos, planes y disposiciones preparatorias de la maniobra puede y debe guardarse y lograrse" (2).

En el mismo sentido aunque con otro lenguaje se manifestaba el chino Sun Tzu, unos quinientos años antes de Jesucristo, cuando escribía, en el más antiguo de los tratados conocidos sobre el oficio militar, que "el arte de la guerra está basado en el engaño".

Al parecer, una de las anécdotas que más molestó a algunos informadores destacados en el Golfo fue la especie difundida por el Mando aliado el primer día de la ofensiva terrestre sobre un supuesto desembarco de las fuerzas marítimas en las playas de Kuwait y el simultáneo desplazamiento masivo de periodistas hacia la parte más oriental del Teatro de Operaciones. Ambas noticias aparecidas inmediatamente en toda la prensa internacional pudieron hacer creer a la Guardia Republicana iraki que la ofensiva principal vendría por mar y por el sureste. Pronto quedaron claras dos cosas: el ataque principal sería por el oeste, lejos de donde se encontraba la mayor parte de los "pools" de periodistas, y no había desembarco para evitar los centenares de minas sembradas por los irakies en la playa y costas de Kuwait (3).

Quienes no querían reconocer una realidad profesional histórica en el lógico secreto practicado estrictamente por todos los Estados Mayores de los Ejércitos combatientes y se cubrían alegando que tales manipulaciones de los hechos constituían una falta de respeto al derecho que tienen los ciudadanos a recibir informaciones veraces y rigurosas así como una vulneración de cualquier código deontológico de la profesión periodística basado en los más puros conceptos democráticos, ignoraban el criterio contundente de Sir Winston Churchill a este respecto cuando afirmaba que una nación en guerra debe rodearse de una "guardia de mentiras" (4). Y no creo necesario subrayar la especial categoría del que fue líder indiscutible en el respeto a los valores democráticos.

En el mismo orden de ideas se podrían citar los ejemplos irrefutables de Lord Ponsonby, diputado del Parlamento inglés y responsable de los Servicios de Información británicos durante la Primera Guerra Mundial cuando, una

vez finalizada esta contienda, publicó el libro titulado "Mentiras para la Victoria", desvelando una serie de argucias informativas realizadas hábilmente en aras del mejor cumplimiento de la difícil misión que se le había encomendado. O la solemne declaración de Thomas Edward Lawrence, el célebre "Lawrence de Arabia", cuando dejó escrito en sus memorias (5) que "arriesgué el fraude, convencido de que la ayuda árabe era necesaria para nuestra fácil y rápida victoria en Oriente y de que era mejor ganar, y dejar incumplida la palabra dada, que perder".

Pero es que, además, este aspecto del secreto y la necesaria tergiversación pública de los objetivos que realmente se proponen alcanzar no es exclusivo de la guerra. Existen otras muchas actividades en que tales acciones son no sólo lícitas desde un punto de vista ético, sino totalmente legitimadas por la historia y la realidad práctica de cada una de ellas. Nos referimos, por ejemplo, al caso de negociaciones diplomáticas donde no se pueden dejar traslucir —en el curso de las mismas— los límites a que está sujeta la delegación propia; los jueces que deben mantener ocultas sus pesquisas en determinadas circunstancias para poder impartir justicia con equidad cuando se hayan obtenido todas las pruebas; el propio Estado, para proteger actividades cuya divulgación podría perjudicar a los intereses generales de los ciudadanos; etcétera (6).

En un libro de reciente publicación (7) en el que se compilan una larga serie de protestas contra la actitud informativa del Mando aliado en el Conflicto del Golfo se dice literalmente, sin embargo, en un destacable alarde inesperado de sinceridad que "puede comprobarse que lo que ha ocurrido durante la guerra en las redacciones no es más que una muestra, corregida y aumentada, de lo que sucede habitualmente".

Ahí está precisamente, desde nuestro particular punto de vista, el auténtico fondo de la cuestión. El brumoso panorama general informativo que, "habitualmente" y desde hace bastantes décadas, invade al mundo y que Jean François Revel (8) ha resumido magistralmente en la siguiente frase: "La primera de todas las fuerzas que dirigen al mundo es la mentira".

La información como fenómeno de actualidad

Recientemente hemos dejado escrito en otro lugar (9) que el auténtico hombre de hoy es

aquel que más que informado está BIEN informado.

La INFORMACION es —sin ningún género de dudas— una de las grandes conquistas del mundo moderno. Si quisiéramos describir breve y concisamente el panorama sociológico que destaca en el mundo de hoy, podríamos hacerlo poniendo de relieve que el hombre moderno ha sufrido a lo largo de los últimos decenios una extraordinaria incidencia producida por la arrolladora velocidad con que se han ido presentando en la realidad cotidiana una larga serie de avances tecnológicos y descubrimientos científicos. No parece necesario destacar aquí la especial importancia que algunos de ellos han tenido en el campo de esta incidencia: me refiero a los espectaculares progresos realizados en el sector de los medios de comunicación social, entendidos en su más amplio sentido. Su repercusión es indiscutible.

Pero resulta que en esa breve expresión de BIEN que hemos aplicado a la condición de estar informado reside todo el quid de nuestra cuestión. Hasta podríamos hacer un pequeño e inocente juego de palabras diciendo que la información que merece sinceramente este nombre es un BIEN generalmente escaso en la sociedad moderna.

El enorme potencial que pueden llegar a desarrollar los referidos medios de comunicación social, repercute indudablemente sobre las opiniones públicas de una forma impresionante y, como consecuencia, condiciona en muchas ocasiones la decisión de los dirigentes de un Estado.

En este orden de ideas debe subrayarse, una vez más, que el fenómeno de la información llega a producir, en el mundo real en que nos desenvolvemos, una auténtica presión psicológica que se ha convertido en el lenguaje de nuestro tiempo. Y debe destacarse enseguida que este lenguaje se caracteriza, más que por un afán de convencer, por el de persuadir o seducir, habiéndose hecho consustancial con la forma de vida actual, invadiendo con sus hábitos la totalidad de los campos vitales. Este "boom" tiene todas las trazas, según se deduce de los pertinentes estudios sociológicos, de seguir un ritmo creciente.

Resulta tan notoria esta agobiante situación de presión psicológica sobre la opinión pública por parte de los más diversos medios de comunicación, de propaganda o de simple publicidad comercial y de imagen que ha obligado a muy destacadas personalidades de los más diversos campos de la cultura a señalar el fenómeno y alzar su voz de alerta.

El doctor Juan Antonio Vallejo-Nájera, distinguido psiquiatra, fallecido recientemente cuando se encontraba en la cumbre de su actividad vital y profesional, preguntado en cierta ocasión (10), en el curso de una entrevista periodística, sobre si el bombardeo de información a que nos vemos sometidos puede perjudicar o no a la salud mental del hombre, opinaba que es bueno "siempre y cuando no sea un bombardeo de desinformación".

Hacemos notar, en este punto, que introducimos por primera vez en este artículo la palabra DESINFORMACION de la que luego nos ocuparemos con mayor amplitud.

El doctor Vallejo-Nájera añadía a la anterior respuesta la siguiente ampliación literal: "Si la información fuese positiva, fuese fiable, nos permitiría —al contrario— seleccionar, dentro de una capacidad de aumentar nuestros conocimientos. Pero tenemos que estar alerta porque muy frecuentemente las noticias más interesantes, más repetidas, son para inculcarnos una mentira por saturación, no por convicción... Por repetición sistemática de una falsedad se acaba aceptando. Ese es un tipo de atropello al que estamos sometidos".

Es por tanto la **mentira** lo que origina el atropello a que nos puede someter una supuesta "información".

Así lo resaltaba también el profesor Julián Marias en uno de sus brillantes artículos en la "tercera" de ABC (11) que comenzaba con esta frase contundente: "La verdad es siempre problemática y difícil. El error nos amenaza siempre, pero eso no es lo peor; el riesgo más grande es la mentira".

Pocas semanas después, el mismo profesor Marias volvía a insistir en el tema con otro artículo (12) en el que subrayaba que los cambios ocurridos últimamente en la Unión Soviética estaban haciendo ver que "casi todo lo que se decía —y se creía— era falso" y que gran número de personas en todos los países habían aceptado como válido lo que procedía de esa inspiración, "lo que ha inducido a que se viva, con no demasiadas excepciones, en ESTADO DE ERROR".

Destaca así, firmemente, en el campo informativo la general introducción de un factor destabilizador producto del hecho sociológico de que "compartimos una cultura de mercado, una política de mercado, una verdad de mercado y por tanto una información de mercado" (13). La **no verdad** e incluso la **mentira** han conseguido una situación dominante, con todos los riesgos y consecuencias demoledoras para la percepción de la realidad.

En el año 1987, la Universidad de Cádiz organizó unos Cursos de Verano en la ciudad de San Roque. Entre los diversos seminarios que allí se desarrollaron con tal motivo interesa destacar el que dirigió el profesor Castilla del Pino con el tema de "El discurso de la mentira". Este simple hecho basta para subrayar, una vez más, la importancia y la actualidad de este fenómeno que trastorna la normal corriente de comunicación que "está en la base de la actividad intelectual del hombre, cualquiera que sea su forma de expresión; hablada, escrita, mimica... y refleja, en todos los casos, una doble relación sea del hombre con todo cuanto le rodea, su circunstancia, o sea del hombre con otro hombre para conocerse y, como consecuencia, identificarse o enfrentarse en sus posiciones, y que sigue al proceso informativo una vez asimilado" (14).

De lo que se dijo en aquel seminario sobre la problemática del escamoteo o falsificación de la verdad trataremos más adelante. Pero es necesario señalar ya uno de los aspectos más interesantes del tema y que queda reflejado igualmente en uno de los textos que con más amplitud y precisión ha estudiado la cuestión de la mentira (15) cuando afirma que la propaganda y la publicidad no se reducen a la mentira ya que pueden echar mano a toda una serie de procedimientos. Pero la mentira es probablemente el más eficaz, debido a que, cuando tiene éxito, pasa desapercibida.

Efectivamente, el discurso mentiroso debe estar bien formulado para conseguir su objetivo; pero ha de contar también con la imagen que el hablante mendaz presume que el destinatario tiene de él. Quien pasa por ser veraz puede mentir más fácilmente y, según la naturaleza del receptor —sus reacciones, su actitud en general— el discurso de la mentira tiene más o menos posibilidades de ser creíble (16).

El hablante (mendaz o no) pretende, ante todo, ganarse el crédito. Paralelamente, se dedica a conocer bien el blanco al que van dirigidos sus esfuerzos "informativos"; los especialistas efectúan un cuidadoso análisis para conocer sus posibles vulnerabilidades.

Y no está de más el que digamos ahora mismo que esta agresión "informativa" (utilizando una vez más el entrecuillado para caracterizar a esta clase de falsa información) incide especialmente sobre aquellos sectores que por las circunstancias históricas que en ellos concurren se encuentran en estado de atonización social. No muerde, sin embargo, en aquellas otras sociedades en que sus instituciones son capaces de mantener en plena vigencia la

vigilancia de los poderes públicos y el correcto ejercicio de la democracia.

Teoría de la desinformación

La Historia ha sido testigo, a lo largo de los siglos, de un fenómeno de comunicación entre los poderes o los líderes de cualquier clase (políticos, religiosos, militares, comerciales, etcétera) que hayan existido en cada momento con la sociedad que le rodea o se le enfrenta. Es el resultado práctico del afán por conseguir el que se conozcan los principios, las teorías, los programas o los productos de que se disponen con el fin de atraer adeptos. A este tipo de comunicación se le ha denominado PROPAGANDA.

Cuando el fin propuesto es el de atraer compradores, el fenómeno de comunicación del que hablamos se califica con el nombre de PUBLICIDAD, cuyo tema no es objeto del presente trabajo.

La propaganda ha sido definida (17) como "la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados". En el ámbito militar, el empleo en forma planificada de la propaganda y otras acciones similares (que recibieron el nombre conjunto de Guerra Psicológica) está orientado, según se ha definido con acierto (18) "a generar opiniones, emociones, actitudes y comportamientos en grupos extranjeros, enemigos, neutrales y amigos, de tal modo que apoyen el cumplimiento de fines y objetivos nacionales".

La conflictividad creciente entre los grupos humanos y el desarrollo de un proceso revolucionario indicado en la última mitad del siglo XVIII en la Europa Occidental ha introducido en el fenómeno tradicional de la comunicación y el histórico de la propaganda a que acabamos de referirnos, un factor nuevo al que podemos calificar como una modificación intencionada de la información pura.

A esta modificación, desde luego siempre intencionada, es a la que se refería el doctor Vallejo-Nájera cuando empleaba la palabra DESINFORMACION. Resulta ampliamente comprobado que la desinformación constituye un fenómeno real que conserva su actualidad y que existe —fundamentalmente— como arma de guerra utilizada intensamente por los adversarios de nuestra cultura occidental y de nuestro estilo de vida.

La acción sobre la opinión pública justifica plenamente el auge actual de la desinformación.

Los medios de comunicación social, si bien es verdad que no han creado este blanco, lo han convertido, por lo menos, en muy vulnerable.

Sería conveniente, a nuestros efectos, definir con precisión el concepto que estamos manejando. Sin embargo y a pesar de la importancia que le atribuimos, este término no ha figurado en casi ningún diccionario hasta fechas muy recientes.

La Real Academia de la Lengua Española en un avance de la que habría de ser la edición de su diccionario, publicado en marzo de 1984, recoge el vocablo y en su definición introduce expresamente el componente intencional que acabamos de establecer como el factor nuevo que distingue la desinformación de la propaganda. Sin embargo, la vigésima edición de tal diccionario (impresa en mayo de 1984) no lo contempla.

Sí ha sido recogido en el de la Academia Francesa de la Lengua como "acción temporal o continua que consiste en, usando cualquier medio, inducir a un adversario al error o a favorecer en su país la subversión con el deseo de debilitarle". Más recientemente (a mediados de 1988), en el Diccionario de la Defensa y de las Fuerzas Armadas, editado por Larousse, queda definido como "acción dirigida, generalmente, por una potencia extranjera que promueve la difusión de informaciones falsas o parciales para incitar a una Autoridad a tomar una decisión o para debilitar sus convicciones".

En Francia y los países anglosajones tal término ha trascendido ampliamente a la literatura en forma de novelas de gran éxito. Dos de ellas han asegurado desde entonces (19) la divulgación del término y de ciertos aspectos de su contenido:

"El Iceberg", novela de Armand de Borgrave —ex director de la sección internacional de Newsweek— y Robert Moss, periodista de The Economist, tiene como tema la encuesta de un periodista que le conduce al descubrimiento de que ciertos medios de comunicación americanos están corrompidos por los servicios soviéticos. El término "desinformación" se cita en francés en el texto inglés.

"Le Montage" novela del escritor Vladimir Volkoff, describe la aventura de un ruso blanco encargado por la KGB de influir sobre los medios literarios franceses. La noción de desinformación es ampliamente comentada por el oficial soviético responsable de esta operación, a su agente y... al lector del libro.

De término técnico reservado al vocabulario interno de los servicios secretos, la desinformación se convierte así en una palabra de moda

que encubre poco a poco las actitudes del que no comparte la opinión de quien la utiliza y, finalmente, sustituye a la noción de engaño; término que —en otra época— podía arrastrar al autor ante un tribunal.

Todavía podría citarse un ejemplo más de la popularidad del término y de su entorno, señalando que la última novela de éxito de este género, la titulada "El manipulador", de Frederick Forsyth (cuya primera edición española es del mes de septiembre de este mismo año de 1991), apunta que en el verano de 1983, el que era, por entonces, director del Servicio Secreto de Inteligencia británico autorizó la creación de un nuevo Departamento con el pomposo título de "Engaño, Ocultación y Operaciones Psicológicas" que en la práctica quedó reducido a "Enocu". Y el motivo que en el relato se alega para justificar tal creación fue, entre otros, la reciente subida al poder en aquella fecha de Yuri V. Andropov que pasaba a ocupar el cargo de Secretario General del Partido Comunista de la Unión Soviética, habiendo sido Jefe de la KGB durante quince años; era sabido que Andropov había favorecido constantemente el uso de información falsa. El protagonista de la novela es precisamente quien iba a dirigir durante siete años tal Departamento. Y de ahí su calificativo de "Manipulador" con que se le presenta en dicho texto.

Pero no es necesario recurrir a las novelas para conocer el auge que este aspecto falso de la comunicación tenía en el ámbito soviético. En la URSS el término DESINFORMATZIA era de uso corriente desde los años veinte y aparece en un Diccionario a finales de los años cuarenta con la definición de "acción de inducir a error por medio de una información engañosa" y alcanza una alta cota de aprovechamiento de la doctrina desinformativa, en sus auténticos términos, cuando en 1952 el Diccionario Enciclopédico de la URSS precisa: "Información notoriamente falsa, procedimiento y medio muy utilizado por la prensa, la radio y diferentes órganos de propaganda burguesa con el objeto de inducir a la opinión pública al error, calumniar a los partidarios de la paz, de la democracia y del socialismo y promover la política de agresión del capitalismo".

Evidentemente la definición está aderezada con los términos propios que se empleaban "al otro lado de la colina".

Todavía la edición de 1977 de la Enciclopedia Soviética señalaba que "la desinformación es la difusión, en los países burgueses, de noticias engañosas o deformadas, utilizadas profusamente como medio de propaganda política a fin de

crear la confusión en la opinión pública, en particular en los casos en que se trate de relaciones entre gobiernos capitalistas y socialistas, del progreso del socialismo, de los movimientos nacionalistas de liberación, etc..."

Preferimos, evidentemente, fijar nuestra atención en otros estudios menos teñidos de carácter partidista y del estilo ramplón establecido por Lenin en la URSS.

Es mucho más claro y positivo, a nuestros efectos, el concepto de desinformación dado por Ronald Jacquard en su obra "La guerre du mensonge" publicada en París el año 1986. Dice así: "conjunto de técnicas utilizadas para manipular la información conservando la verosimilitud con el fin de influenciar sobre la opinión y las reacciones de la gentes".

La profesora María Fraguas de Pablo (20), Doctora en Ciencias de la Información y Profesora del Departamento de Empresa Informativa en la correspondiente Facultad de la Universidad Complutense de Madrid, la define, con un lenguaje muy técnico, como: "la acción del emisor que procede al ensamblaje de los signos con la intención de disminuir, suprimir o imposibilitar la correlación entre la representación del receptor y la realidad del original".

El también Profesor de la misma Facultad, pero de la asignatura de Historia de la Comunicación Social, Alejandro Pizarroso, al comentar la definición anterior opina que para un lector no especializado puede ser más comprensible otra más de andar por casa y elige la que dio Todd Leventhal, actualmente Jefe del Servicio de Contra-desinformación de United States Information Agency (USIA), en Washington: "difusión deliberada de noticias falsas con una finalidad política por parte de un gobierno con poder real de hecho" (21).

Parece conveniente, al llegar a este punto en que se ha tratado de puntualizar el concepto moderno de DESINFORMACION, exponer, aunque sea brevemente, los procedimientos generales y las técnicas que utilizan aquellos que usan la desinformación como medio idóneo para alcanzar sus fines o enmascarar sus objetivos.

Estrechamente ligados al arte de la guerra, estos métodos fueron utilizados por la diplomacia, por los movimientos ideológicos e incluso por los de carácter religioso en determinados aspectos. Recientemente han pasado también al ámbito de la industria y el comercio.

Lo que el Diccionario Enciclopédico de la URSS ya hemos dicho que definía en 1952 como DESINFORMATZIA fue sustituido muy pronto por el término mucho más ambiguo de MEDIDAS

ACTIVAS (22) para esconder su verdadero sentido.

MEDIDAS ACTIVAS es, pues, el término soviético cuyo uso comenzó en la década de los cincuenta para describir determinadas técnicas, manifiestas o secretas, para influenciar en el comportamiento y las actuaciones de personas o gobiernos de países extranjeros. Las "medidas activas" pueden suponer: influir en la política de otro gobierno, socavar la confianza en sus líderes e instituciones, romper las relaciones amistosas entre diversas naciones, debilitar a las oposiciones gubernamentales o no gubernamentales. Estas acciones suponen, frecuentemente, el mentir al receptor de la información (sean élites o masas de la audiencia seleccionada) distorsionando su visión de la realidad.

Para conseguirlo se utiliza la propaganda encubierta, la comunicación falseada oral o escrita, el uso de agentes de influencia, radios supuestamente clandestinas y organizaciones internacionales dirigidas desde determinados puntos más o menos enmascarados. Aunque las "medidas activas" se refieren principalmente a procedimientos políticos y psicológicos, no descartan la asistencia paramilitar y el apoyo teórico, doctrinal y dialéctico a disidentes nacionalistas y a terroristas activos.

A partir de 1960, el KGB creó Servicios específicos de Desinformación en el marco de los Servicios de Inteligencia de los países del Este. Todos ellos dependían de la Sección A de la Primera División Principal del KGB, cuya misión concreta tenía la responsabilidad de planear y dirigir las "medidas activas" públicas entre las que quedaban incluidas las operaciones con agentes de influencia, la desinformación oral y escrita, las falsificaciones y otros tipos de acción desinformativa.

La historia de amor de los soviéticos por esta actividad viene de antiguo. Su líder Vladimir I. Lenin subrayó la importancia de las técnicas no oficiales de infiltración, propaganda, agitación y mixtificación política como elementos integrantes de su ideología (23) en un folleto titulado "Lo que hay que hacer", en el que se estudiaba no sólo la fuerza potencial de un grupo de revolucionarios bien organizados y disciplinados, sino, fundamentalmente, las tácticas de infiltración y conquista ideológica y la estrategia requerida para operar simultáneamente a niveles legales e ilegales. El folleto fue de lectura obligatoria para varias generaciones de rusos y aliados marxistas.

El propio Lenin precisaba su pensamiento cuando en carta a Chicherin, Comisario de

Asuntos Exteriores, le puntualizaba: "Decir la verdad es un prejuicio burgués mezquino, mientras que el engaño está a menudo justificado por los objetivos".

Y el Mariscal Shapochnikov expresaba en una ocasión su concepto básico sobre la guerra y la paz, al comentar la conocida sentencia de Clausewitz, diciendo que "Si la guerra es la continuación de la política con la única diferencia de un cambio de los medios utilizados, la paz es también la continuación del combate caracterizada igualmente tan sólo por un oportuno cambio de medios".

Parece evidente que los sensacionales acontecimientos ocurridos en la Unión Soviética (y en los países que fueron sus satélites) desde la caída del Muro de Berlín establecerán cambios profundos en su organización política en general, pero no puede descartarse que la inercia inevitable por tantos años de actividad desinformativa habrá creado, muy posiblemente y todavía por algún tiempo, una mentalidad típica que será preciso seguir teniendo en cuenta.

Desde hace algunos años comenzaron a circular, además, otras expresiones para designar, de alguna forma colateral, el fenómeno desinformativo: dos de ellas particularmente frecuentes son MANIPULACION e INTOXICACION.

La primera debe entenderse como inmersa en la preparación de las informaciones a fin de que logren las reacciones deseadas en el receptor, pero en ningún caso puede sustituir al concepto global de desinformación, sino designar únicamente una primera fase. En cuanto a la segunda, es adecuada para nombrar una fase final, cuando la acción desinformativa ha conseguido sobre el público un efecto análogo a la droga (24).

Para obtener los efectos de manipulación se emplean diversas técnicas que cualquier observador puede descubrir. Entre ellas, las más utilizadas son, por ejemplo, portadas y cabeceras con títulos y subtítulos en tamaños grandes de letras, de hechos no positivos o que no corresponden al contenido; presentación parcial de una verdad; la mezcla de hechos y juicios de valor en una información; los rumores sin base real; el abuso del sensacionalismo; el impacto acumulativo; etc. (25). Modernamente, también la persuasión subliminal (26).

En cuanto a la intoxicación se consigue, generalmente, con el empleo de los denominados "agentes dobles". El estudio detallado de este aspecto escapa a los fines propuestos en este trabajo.

Panorámica informaliva en el ámbito de la Defensa

Todo lo que se ha venido señalando con carácter general nos interesa centrarlo en el ámbito de la Defensa que es el que nos atrae prioritariamente. ¿Se dan, también aquí, las circunstancias expuestas?

El simple seguimiento de los contenidos que, por regla general, llenan los espacios dedicados a los temas de Defensa en gran número de los medios de comunicación en nuestro mundo Occidental permite señalar, sin grandes márgenes de error, que el hombre de la calle ("Monsieur tout le monde" que dicen los franceses), el núcleo que constituye la opinión pública, recibe una avalancha de datos y comentarios que no le permiten formarse una adecuada y sólida base que le capacite seriamente para mantener unos criterios propios en relación con los temas de Defensa. Frente a la complejidad de estos temas, a la diversa interpretación de lo que es la guerra y la paz, al carácter global de una estrategia que encierra en sí misma conceptos geopolíticos, retos económicos y distintas formas de lucha, entre otras características peculiares, los comentarios de algunos medios de comunicación de todos los tipos imaginables suelen ser simplistas, vacíos de contenido unas veces o tergiversados otras. En no pocas ocasiones marcadamente demagógicos en la forma de ser titulados (más que redactados) cuando no representan simplemente un formidable instrumento de manipulación de las mentes en favor de una determinada opinión partidista muy lejana de los propósitos adecuados a la situación.

Se ha producido, en este ambiente, una marcada división entre determinado sector de la prensa y los diferentes gobiernos respectivos.

Felipe Sahagún, el conocido y acreditado comentarista y profesor titular de Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias de la Información de Madrid, ha dejado escrito en el prólogo de un libro (27) que "si esa división es evidente en Estados Unidos, Francia o Gran Bretaña, lo es mucho más en España a causa del pseudoneutralismo histórico, la ausencia de percepción de amenazas exteriores reales, un antiamericanismo languideciente y una confusión general sobre derechos y obligaciones, necesidades y posibilidades de nuestro país en su política exterior y en las relaciones entre el poder y los medios de comunicación".

"Ha sido, por ello, España un lugar excepcional para comprobar la facilidad con que el "paci-

fismo", mal entendido como oposición a cualquier guerra, manipulado por algunas fuerzas políticas con fines electorales, ha ensombrecido la verdad"... "El desconocimiento de los antecedentes del conflicto facilitó manipulaciones como las "pacifistas", pero puso en evidencia lagunas mucho más peligrosas".

Como ejemplo para resaltar, aunque sea muy brevemente, las manipulaciones utilizadas para crear un ambiente hostil a la intervención española en el conflicto del Golfo, determinados órganos de comunicación informaban ampliamente de las escasas manifestaciones contra la guerra o a favor de Sadam Hussein que se organizaban en los países árabes llegando a convencer a muchos españoles de una inminente regionalización del conflicto, cuando la verdad objetiva y la realidad era totalmente opuesta. Para provocar un clima de tragedia entre los familiares de la marinería que constituía la dotación de las Unidades de la Armada española (la fragata "Santa María" y las Corbetas "Descubierta" y "Cazadora") que el domingo 26 de agosto de 1990 habían zarpado de Rota y Cartagena hacia la zona de operaciones del Golfo Pérsico no hubo empacho, por parte de algunas empresas periodísticas, en emplear titulares totalmente desproporcionados y demagógicos en las informaciones que ofrecían. Dos ejemplos como botón de muestra:

— Con fecha 2 de septiembre, un periódico de amplia difusión nacional (28) titulaba en forma destacada una de sus informaciones contenidas en la Sección "La Crisis del Golfo" con las siguientes frases: "LA PESADILLA DE LA STARK. UN CAZA IRAQUI DESTROYO EN 1987 UNA FRAGATA NORTEAMERICANA SIMILAR A LA ESPAÑOLA SANTA MARIA".

— La portada de una revista semanal (29) correspondiente al 3 de septiembre consistía en la fotografía de una muchacha abrazada dramáticamente a un marinero en cuya gorra se leía perfectamente el nombre del buque a cuya dotación pertenecía (la corbeta "Descubierta"). El pie de la fotografía era el siguiente, en tipografía muy destacada: LOS ESPAÑOLES QUE PUEDEN MORIR EN EL GOLFO.

Sobra cualquier comentario a los dos "botones de muestra" señalados. Se comentan por sí solos.

Otras actuaciones de tono menor, aunque repetidas con insistencia, consistieron, por ejemplo, en la descalificación habitual de determinados líderes de un campo mientras se glorificaba simultáneamente a los del bando opuesto, y en la manipulación propagandística del lenguaje. Así los términos utilizados para

comentar un mismo hecho producido en uno u otro bando eran distintos, comportando algún aspecto peyorativo, o no, según cual fuese el beligerante aludido.

Dicho esto, quien firma este artículo quiere hacer constar enseguida su respeto personal y su admiración por un número importante de profesionales de la información que se desvelan incansablemente por presentar una visión certera y ajustada de los problemas de la Defensa y por aquellas publicaciones especializadas que afrontan esta temática con la mayor altura de miras y una evidente preparación técnica y honestidad informativa.

Pero no es menos cierto que la masa constituyente de la opinión pública tiene una mayor tendencia a frecuentar aquellos medios de comunicación que halagan unos sentimientos emocionales puestos de moda por la comodidad personal y el ambiente permisivo.

Valores fundamentales como los que representan la libertad individual, el amor a la paz, la conservación de la ecología y otros muchos son manipulados para lanzarlos como arietes que intentan destruir algunos principios imprescindibles para la defensa de un Estado.

Una estrategia contra la desinformación

Cuando en los lejanos tiempos prehistóricos de la Edad de los Metales aparecieron las primeras espadas, quienes sufrieron sus efectos inventaron rápidamente —como defensa contra ellas— el escudo. Pero este artilugio no era más que una contramedida de carácter pasivo capaz, seguramente, de amortiguar (y aun de anular) la mayor parte de los embates del adversario. Inútil, sin embargo, por completo para responder a sus ataques.

Con el tiempo, la inteligencia del combatiente demostró que mucho más importante que dotarse de otra espada con la que completar la acción defensiva del escudo, permitiéndole contraatacar, era dominar el arte de la esgrima. Con ella se aprendía a observar al adversario, descubrir sus intenciones, efectuar las paradas oportunas para neutralizar su ataque, realizar las necesarias fintas para desconcertarle y, en el momento oportuno, desarmarle o eliminarle.

Venía a ser, en definitiva, algo parecido a lo que en dialéctica decía nuestro Donoso Cortés: "Lo importante no es escuchar lo que se dice, sino averiguar lo que se piensa".

Cuantos especialistas han tratado el tema de la Desinformación en profundidad y se han preocupado por buscar los mecanismos ne-

cesarios para combatir sus efectos sobre la opinión pública, dentro del mayor respeto al principio fundamental democrático cual es el de la libertad individual, han señalado que es perfectamente lícito (desde este punto de vista democrático) "crear las circunstancias favorables para que estos mecanismos se puedan desarrollar con más facilidad y eficacia en todos los dominios" (30).

Señalan tres factores fundamentales para crear dichas circunstancias:

- **el de la educación;** sugiere un proceso mental que va más allá del conocimiento. No se trata de "aprender" la realidad sino de "aprehenderla".
- **el de la cultura;** el patrimonio cultural es la matriz de nuestra vida intelectual. En él encontramos la experiencia del pasado, las razones de la actuación presente y los datos para esbozar previsiones de futuro.
- **el de la independencia de criterio;** fomento de un estado de opinión opuesto al "pasotismo" intelectual. Debemos practicar el conocimiento crítico de las diversas situaciones que se nos presentan. "El centro de gravedad de la residencia individual antimanipulativa lo constituye la conciencia de la propia identidad moral y física y el coraje cívico" (31).

Diríamos, para redondear estas ideas y ligarlas con el comentario que hacíamos en los párrafos anteriores, que los dos primeros factores señalados (el de la educación y el de la cultura) constituyen el escudo capaz de anular la acción contundente del ataque adversario, mientras que al tercero (el de la independencia de criterio) le corresponde la misión reservada a la esgrima, con evidente capacidad para desarmarle o eliminarle, como ya hemos dicho que puede realizarse adecuadamente cuando se domina con holgura el arte de manejar la espada.

En la formulación de los tres factores indicados puede tener una importancia trascendental el influjo correcto de los medios de comunicación actuando con la honestidad y la responsabilidad que debe serles inherente. Los informadores profesionales constituyen una especie de magistratura que asume (según nos indica brillantemente el escritor francés Jean-François Revel en su libro "El conocimiento inútil") el papel de guardián, de juez y de inquisidor del poder establecido. Pero aceptándolo así en su totalidad será necesario, correlativamente, que —como todas las magistraturas— ésta también se encuentre rodeada de las necesarias garantías de competencia y de imparcialidad. Es preciso,

en frase del General Beaufre, "no confundir la libertad de información con el culto a lo sensacional o el uso de lo infantilizante".

La vigente Constitución española declara en su artículo 20, punto 1, apartado d) que en ella se reconoce y protege el derecho "a comunicar y recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión".

Me interesa destacar aquí que la Constitución **sólo reconoce y protege el derecho a recibir libremente la información veraz**. Consta así, literalmente, en el citado texto legal.

En esta relevante tarea de los medios de comunicación de carácter general debe quedar enmarcada la propia de las revistas profesionales específicamente editadas por los Organismos de carácter militar en sus diversas especialidades. En este aspecto crucial de la lucha contra la desinformación pueden y deben prestar una extraordinaria ayuda a los mecanismos establecidos para defender a la opinión pública de aquella servidumbre a la que está sometida la libre comunicación.

Las bien conocidas finalidades de este tipo de revistas de ambiente prioritariamente castrense (la FORMACION, que complementa los conocimientos profesionales reglamentarios; la INFORMACION que debe contribuir a facilitar el entendimiento entre la población civil y sus Fuerzas Armadas a través del estudio serio y el conocimiento adecuado de los problemas de la Defensa nacional; la difusión de una auténtica IMAGEN de la Institución Militar, desprovista por completo de las mezquinas manipulaciones de que tan frecuentemente es objeto) deben constituir una sólida base sobre la que sus lectores puedan apoyarse para construir sus criterios personales de opinión frente a los que pueda difundir la engañosa actividad propia de la DESINFORMACION.

Tal es el reto que estas revistas deben superar limpiamente para colaborar, con los demás medios de comunicación social, a que siga teniendo vigencia la frase pronunciada muy recientemente por una distinguida Catedrática de la Universidad Complutense de Madrid con motivo de la toma de posesión de su plaza de número en la Real Academia de la Historia: "La

palabra ha sido, sin duda, un instrumento de libertad en la vida del hombre y especialmente la palabra escrita" (32).

Es necesario poner todo el empeño posible en que siga siéndolo. ■

NOTAS

1. Saul Bernard Cohen. GEOGRAFIA Y POLITICA EN UN MUNDO DIVIDIDO (pág. 346). Ediciones Ejército, Madrid (1980).
2. Estado Mayor del Ejército. DOCTRINA, Empleo táctico y logístico de las Armas y los Servicios.
3. Alejandro Pizarroso Quintero. LA GUERRA DE LAS MENTIRAS (pág. 17). Editorial Eudema, Madrid (1991).
4. Alejandro Pizarroso Quintero. Op. cit. (pág. 135).
5. Thomas Edward Lawrence. LOS SIETE PILARES DE LA SABIDURIA (pág. 11). Ediciones Libertarias, Madrid (1990).
6. Roland Jacquard. LA DESINFORMACION: Una manipulación del poder (pág. 25). Editorial Espasa-Calpe, Madrid (1988).
7. Varios. Prólogo de Manuel Vázquez Montalbán. LAS MENTIRAS DE UNA GUERRA (pág. 5). Editorial Deriva, Barcelona (1991).
8. Jean-François Revel. EL CONOCIMIENTO INUTIL (página 9). Editorial Planeta, Barcelona (1989).
9. GUARDIA CIVIL. (Revista Oficial y Profesional) número 570. Octubre 1991.
10. Ana Diosdado. Dominical de ABC del 7 de agosto de 1988.
11. Julián Marias. LOS ECLIPSES DE LA VERDAD. ABC del 19 de agosto de 1988.
12. Julián Marias. EL ESTADO DE ERROR. ABC del 9 de septiembre de 1988.
13. Del Prólogo al libro LAS MENTIRAS DE UNA GUERRA. Op. cit. (página 9).
14. Ignacio H. de la Mota. FUNCION SOCIAL DE LA INFORMACION (pág. 57). Editorial Paraninfo, Madrid (1988).
15. Guy Durandin. LA MENTIRA EN LA PROPAGANDA POLITICA Y EN LA PUBLICIDAD (pág. 11). Editorial Paidós, Barcelona (1990).
16. Carlos Castilla del Pino. EL DISCURSO DE LA MENTIRA (Compilación). Alianza Editorial, Madrid (1988).
17. Violet Edwards. GROUP LEADER'S GUIDE TO PROPAGANDA ANALYSIS (pág. 40). Institute for Propaganda Analysts, Nueva York (1938).
18. William E. Daugherty y Morris Janowitz. A PSYCHOLOGICAL WARFARE CASE BOOK (pág. 2). The John Hopkins University Press, Baltimore (1958).
19. Roland Jacquard. Op. cit. (pág. 8).
20. María Fraguas de Pablo. TEORIA DE LA DESINFORMACION (pág. 11). Editorial Alhambra, Madrid (1985).
21. Alejandro Pizarroso. Op. cit. (pág. 70).
22. Ladislav Bittman. EL KGB Y LA DESINFORMACION (página 8). Editorial Juventud, Barcelona (1987).
23. Ladislav Bittman. Op. cit. (pág. 62).
24. María Fraguas de Pablo. Op. cit. (pág. 16).
25. Jesús María Vázquez. MANIPULACION, INFORMACION (pág. 29). Instituto de Sociología Aplicada, Madrid (1990).
26. José Lorenzo González. PERSUASION SUBLIMINAL Y SUS TECNICAS. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid (1988).
27. Alejandro Pizarroso. Op. cit. (pág. 31).
28. EL PAIS. 2 de septiembre de 1990 (pág. 4).
29. CAMBIO 16. Número 980 del 3 de septiembre de 1990 (portada).
30. María Fraguas de Pablo. Op. cit. (pág. 259).
31. Benerch. H. y Schmandt. W. MANUAL DE AUTODEFENSA COMUNICATIVA (pág. 17). Editorial Gill, Barcelona (1982).
32. ABC. 3 de noviembre de 1991 (pág. 65). Entrevista a María del Carmen Iglesias.