

PROPAGANDA POLITICA PERSPECTIVA POSTMODERNA

Richard W. Bloom

Universidad Embry-Riddle Aeronautical

RESUMEN

Este artículo describe varios problemas conceptuales partiendo del supuesto de que la propaganda política es una herramienta eficaz en la búsqueda de poder político. Para hacerlo en primer lugar define los términos de *información*, *propaganda*, *poder*, y *política*. En segundo lugar aplica perspectivas del postmodernismo fundadas en las críticas del positivismo lógico, materialismo, el realismo, discurso dominante, deconstruccionismo, y narrativas. En tercer lugar alude a las tradiciones de la investigación psicológicas, como persuasión, cognición social y resultados psicoterapéuticos y, por último, analiza algunos ejemplos de política internacional.

ABSTRACT

This article describes a number of conceptual problems in assuming that political propaganda is an effective tool in seeking political power. It does this by (1) defining the terms *information*, *propaganda*, *power*, and *political*, (2) applying postmodernist perspectives founded on critiques of logical positivism, materialism, realism, subjugating discourse, deconstructionism, and narratives, (3) referring to psychological research traditions, viz., persuasion, social cognition, and psychotherapy outcomes, and (4) considering examples from international politics.

Al igual que con la esposa de César, la sospecha puede engendrar consecuencias horribles. Y hay sospecha. Sospecha de que el emperador mismo puede ir sin ropa. ¿Cuál es nuestra sospecha? Que el supuesto implícito de la propaganda —*viz.*, influir en los demás es más fácil hacerlo que decirlo— puede ser más fácil decirlo que hacerlo. Que la misma noción de influir en los demás puede ser un engaño compartido. Que la percepción de la propaganda, como herramienta eficaz en la búsqueda de poder político, puede ser amablemente considerada una distorsión perceptiva, una forma de trastorno psicológico.

Para evaluar esta sospecha, empecemos definiendo términos. *Información* es cualquier cosa de la que las personas extraen un significado. Y las personas extraen significado de cualquier cosa, porque incluso “nada” es algo y hasta ningún significado puede ser significado de algo o para alguien. Algunos expertos en la materia, así como algunas personas legas, creen que significado mismo es la información, y no algo del que se deriva el significado. Otros creen que tanto aquello de lo que se deriva significado como el significado son información. El que esto es algo más que un esfuerzo verbal inútil lo avalan las polémicas en los Estados Unidos (EE.UU.) sobre las restricciones en tecnología criptográfica, especialmente de la utilidad de planes de recuperación de clave, en la recuperación del que se denomina texto plano. Algunas autoridades judiciales mantienen que el texto plano es el que ha sido cifrado. Otros mantienen que el texto plano es el que ha sido cifrado, mediante lo que ha sido enviado y recibido, y que había sido a su vez cifrado.

La *propaganda* es un tipo especial de transmisión de información que pretende obtener un objetivo *político* (cf. Allen, 1993.) *Política* denota algo que es un recurso finito en un mundo de necesidad infinita. Estos recursos incluyen a menudo comida, agua, refugio, armas, dinero, personas o fantasías. Por necesidades se entiende, por ejemplo, hambre, sed, sexo, logro, masoquismo y espiritualidad. En el mundo complejo en el que vivimos, los recursos pueden ser necesidades y las necesidades pueden ser recursos. De la misma forma, las necesidades pueden estar en función de otras necesidades, y los recursos en función de otros recursos. Los seres humanos parecen vivir y experimentar casi siempre la disparidad entre una necesidad que quiere ser satisfecha y un recurso que puede ayudar a satisfacerla. Cuando se satisfacen unas necesidades, aparecen otras. Cuando se satisfacen algunas necesidades, no permanecen así durante mucho tiempo. Un tipo, intensidad y frecuencia específica de un recurso que se utilizó para satisfacer una necesidad, ahora ya no satisface mucho, o no satisface nada. Nada de esto ocurriría, si hubiese necesidades y recursos infinitos. Pero como esto no es así, puesto que el ser humano sólo puede esperar una negociación de disparidades entre recursos y necesidades, el término *política* se enlaza estrechamente con el *poder*. El *poder* alude a la cantidad de habilidad y de voluntad que uno posee en un momento determinado, para reducir una desigualdad entre lo que uno tiene y lo que uno quiere tener, o entre lo que uno es y lo que uno desea ser con respecto a necesidades y recursos. No sólo los individuos, sino también otras entidades humanas —grupos, clanes, organizaciones, culturas, todas las contrucciones antropomórficas, ginemórficas, e hipostásicas— se perciben teniendo y buscando poder.

Veamos ahora la *propaganda*. La propaganda es algo especial, porque el objetivo político que se pretende lograr es una cantidad deseada de poder político. Se supone que este logro se ve facilitado al intentar influir en la conducta humana, es decir, intentar influir en aquellas personas cuya conducta puede conseguir el objetivo político para el patrocinador de la propaganda. Se supone que se influye en la conducta humana influyendo en los procesos físicos, psicológicos y sociales. Algunos de estos procesos físicos parece que ocurren de hecho —por ejemplo, cambios en la cantidad relativa de un neurotransmisor en una sinapsis o la manifestación de fenómenos electromagnéticos específicos dentro de los lóbulos cerebrales— pero resulta discutible su relación causal con la propaganda, que se supone influye en su presencia, o con la conducta social posterior que conduce al objetivo político. Otros procesos implicados parecen tener un status ontológico más débil, que parece ser el de todos los procesos psicológicos y sociales. Esto nos lleva al nivel del análisis del problema. Es decir, puede no existir un nivel viable de análisis que perfeccione la identificación de factores causales y epifenoménicos entre la técnica de la propaganda y el objetivo político.

Ahora que hemos acabado con el punto terminológico de información, propaganda, política y poder, dedicaremos unas palabras a la perspectiva postmodernista de este artículo. *Postmodernismo* significa trascender el realismo y el materialismo (cf. Michael, 1991.) También significa “después de la época moderna”, es decir, después de las corrientes culturales específicas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, que incluyen áreas tan distintas como el positivismo lógico, el existencialismo, el surrealismo y la mecánica cuántica. El *postmodernismo* también puede significar “después de lo que ha sido moderno” que se convierte así en lo nuevo moderno. En esencia, hace referencia a lo que Nietzsche señala como la tercera metamorfosis en el intento de llegar a ser el Bien y en la búsqueda de la Verdad, tal como lo planteó en *Así Habló Zarathustra* (Parte I, Capítulo 1). Después de convertirse en camello y llevar cualquier carga, después de volverse el león y volverse rapaz para el ¡Tu Debes!, uno se vuelve niño, el niño que experimenta y vive por la propia y auténtica voluntad (cf. Flakes, 1995.).

En el postmodernismo se supone que este renacimiento es una construcción social que enmascara un discurso subyugado, es decir, un supuesto o hipótesis que se toma erróneamente como un hecho, un evangelio, la verdad, o garantizado por las autoridades políticas o aquellos que funcionan como si fueran tales autoridades (cf. Smith, 1994.) Este discurso —hasta que sea adecuadamente interpretado, analizado o deconstruido— se consi-

dera como algo real cuando sólo existe a través de nuestra aceptación del discurso subyugado. La propaganda, tomada como lo que influye de forma mítica en las percepciones y conductas, se ha beneficiado mucho de un discurso subyugado, que atribuye causalidad eficiente y material a la información como la esencia de la psicología y la conducta humana. En la época moderna, este discurso es en gran medida un legado del movimiento de eficacia industrial de Frederick Winslow Taylor (Kanigel, 1997), que se aplicó inicialmente a los esfuerzos por mejorar la productividad industrial y después fue el *sine qua non* de la educación, el estilo de vida y el significado de la vida. Sin embargo, una observación básica e irónica sobre los discursos subyugados o sometidos es que el discurso sobre discursos subyugados está él mismo subyugado.

Volviendo a la premisa inicial de este trabajo, nos enfrentamos a la sospecha sobre la propaganda a través del empleo de la terminología y las perspectivas anteriores. Si esta sospecha se acepta o no, dependerá de la influencia psicológica de este trabajo —sea esto el efecto de causas psicológicas, las consecuencias psicológicas de estos efectos, o las percepciones psicológicas de causas, efectos y de sus consecuencias.

Por tanto, ¿tienen nuestras actividades consecuencias psicológicas para los demás? *Todas* las actividades parecen tener consecuencias psicológicas. Estas consecuencias pueden ser intencionales o no intencionales, conscientes o inconscientes, permanentes o temporales. ¿Sabemos lo que son todas estas consecuencias? ¿Podemos saber qué son? Si no podemos, ¿cómo podemos influir en los demás sin saber primero cómo están siendo influidos?

Cuando pretendemos influir en otros, ellos y otros a quienes intentamos y no intentamos influir, pueden pretender influir en nosotros. ¿Sabemos cuáles son las consecuencias de sus acciones? ¿Podemos conocerlas? ¿Influyen en nosotros para influir en ellos? En el caso de que no, ¿podemos influir con éxito en los demás, sin saber cómo ellos y otros están influyéndonos?

La pretensión de influir en otros exige saber y predecir causas y efectos. Desgraciadamente, confundimos a menudo causa y efecto. Otras veces confundimos intentos con causas. Otras muchas veces, nuestras expectativas tienen más que ver con lo que nosotros deseamos que ocurra o que no ocurra, que con las percepciones de por qué algo sucedió del modo en que sucedió. Además, es muy fácil atribuir la causa de la conducta de alguien a sus propias características, aun cuando la causalidad esté en otra parte o no exista ninguna causa en absoluto. Sin saber cuáles son las causas de las cosas, ¿cómo podemos planificar causar algo, cómo, por ejemplo, influir en los demás?

Aun cuando admitamos que con frecuencia no podemos percibir causa y efecto, quizás sea suficiente percibir que van juntas, por ejemplo la correlación. Sin embargo, percibimos a menudo cosas que parecen ir juntas, aunque en realidad no es así. Esta correlación ilusoria sugiere que tenemos necesidad de proporcionar orden al mundo aunque no lo tenga, o sea menor o diferente del que deseamos o necesitamos. ¿Nuestras percepciones de influir en los demás son también ilusorias?

Parece que vivimos en un mundo de cambio continuo y de elementos infinitos, algunos de los cuales sólo los conocemos parcialmente o nunca llegamos a conocerlos. ¿Podemos reaccionar lo suficientemente rápido a este cambio como para influir en otros antes de que pase la oportunidad? ¿Podemos detener el tiempo? ¿El mismo deseo de influir en los demás no impide conseguirlo, porque cuando deseamos, el mundo cambia? O lo que es lo mismo, ¿lo que casi nunca o nunca conocemos influye en lo que pretendemos influir? ¿No es como si volviéramos a las sombras en las paredes de la cueva de Platón?

Más importante, ¿sabemos cómo influir en los demás? Desde luego que en cada sociedad hay personas que tienen el papel de ser agentes de influencia. Por ejemplo los profesionales de la salud mental, los consejeros, abogados y los especialistas en mercado. Sin embargo, no sabemos si estos agentes de influencia influyen realmente en las personas. Por ejemplo, no parece haber diferencias significativas entre algunas clases de agentes de influencia y los grupos de control adecuados en el grado o dirección de influencia en los demás, en los estudios de campo o experimentales. Lo mismo se puede decir de las correlaciones entre la cantidad de tiempo y la cantidad de cambio que consigue un agente de cambio. ¿Quizás podemos hablar de la charla pero no podemos pasear por el camino? (O quizás el problema está en la metodología de investigación y en la estadística — puesto que especialmente la última está sujeta al azar y a otros sesgos sobre cómo se unen y varían los datos.)

Por otro lado, existen personas que parecen poder influir en los demás. Algunas de estas personas son agentes de influencia, otros no lo son. Pero, ¿realmente influyen en las personas o simplemente parecen estar presentes cuando cambia una situación —es decir, están en el lugar correcto en el momento oportuno, cuando se produce un cambio deseado (en vez de una falta de cambio o de un cambio no deseado) o donde un observador esperaría que un agente de cambio estuviera para poder atribuir la influencia ocurrida a ese agente?. Los mismos problemas relacionados con la causalidad y la correlación, ya discutidas, impiden una respuesta.

También existen personas que son partidarias de influir en los demás pero no son percibidas de esta manera. Algunos se *esconden* intencionalmente o desarrollan un *tapadera*. Otros actúan involuntariamente de forma contraria a las expectativas sociales de los que son partidarios de influir en otros. Este grupo puede incluir a espías que no se dejan coger, o aquéllos cuyos papeles sociales impiden verlos como agentes de influencia, e.g., niños o pacientes mentales. Sin embargo, en la medida en que se puede demostrar el inconsciente, señalando que no sabemos lo que no podemos conocer, la identificación de estas personas puede ser, en el mejor de los casos, algo indirecto y sospechoso.

Así, podemos estar privados de influencia. En ese caso, renunciamos a una herramienta para lograr objetivos políticos, la propaganda, exaltada por sus defensores -una cosa que no puede ser exaltada por alguien que no es nadie. ¿Por qué?

Se puede suponer que los gobiernos y los agentes no estatales no tendrían organizaciones de influencia, por ejemplo, maquinarias de propaganda, si estas organizaciones no buscarán un propósito útil. Este propósito útil, sin embargo, puede estar reforzando la creencia de que el destino de uno puede ser controlado por las organizaciones, no que existan capacidades que influyen en el propio destino, sin tener en cuenta si uno cree que este es el caso. (Éste es a menudo un análisis que se hace sobre la fiabilidad y validez de los polígrafos o detector de mentiras. Si uno cree que ellos funcionan entonces funcionan. Si no, al menos algunos subgrupos de personas parecen poder engañar de una forma no detectable.) Bajo este punto de vista, obsérvese que la ausencia de creencia en la habilidad de controlar el destino de uno, con frecuencia correlaciona positivamente con la angustia mental y la enfermedad física. Si esta correlación es algo más que una mera ilusión, se puede entender por qué las personas son tan fácilmente controlables por la burocracia de la propaganda, una vez que los primeros creen en la eficacia de la influencia de la última. También se puede entender cómo los gobiernos y los actores no estatales pueden consolidar y perpetuar organizaciones que pueden no cumplir sus fines establecidos. Los miembros de estas organizaciones prolongan inconscientemente un engaño —la autoeficacia de subvetir de facto, no fenomenológicamente, la autoeficacia de los demás— en lugar de enfrentarse a una triste realidad que implica su propia falta de autoeficacia.

(2) Para casi todos, algunas de las predicciones, atribuciones de causalidad y valoraciones de correlaciones de uno parecen estar de acuerdo con otras personas. Sin embargo, esto puede no ser más que la contigüidad azarosa de las cogniciones de uno con un acontecimiento del mundo real, simi-

lar a lo que se pensó, sintió o deseó. Hasta las personas menos adaptativas no son dueños del fracaso en la medida en que desafían las probabilidades de contigüidad del azar. Incluso un *gafe* percibe que influye en otros en ciertas ocasiones. De la misma manera, se puede creer que los sueños pueden predecir el futuro, porque un sueño puede preceder a un acontecimiento similar en la vigilia.

(3) Este mismo fenómeno de contigüidad al azar parece ser fuerte, porque parece basarse en un refuerzo de carácter variable. Es decir, el refuerzo sólo tiene que ocurrir de vez en cuando para que nosotros creamos que tenemos razón con más frecuencia que al azar. Parece muy improbable que puedan desaparecer las percepciones desproporcionadas sobre nuestra capacidad para influir en los demás sin medios poco usuales. Esto también es verdad en supersticiones y rituales que impiden rechazar las ficciones de nuestras supersticiones.

(4) El reconocimiento y la actuación bajo una aparente incapacidad de influir en otros, perturbando su equilibrio. Disminuye la probabilidad de que la organización a la que pertenecemos y a la que nos unimos como ficción conveniente quiera dar donaciones, premios, y promociones a aquellos que intentan sacar utilidad de una ficción inoportuna. También progresan las carreras de los que reconocen la ficción, pero que actúan como si fuera un hecho. Los psicópatas, los oportunistas y las personalidades dependientes pueden tener corazón. De hecho, pueden fracasar en influir a los demás, pero sin embargo pueden tener influencia.

Al margen de la propaganda que parece ser algo que no puede ser elogiado en absoluto por algunos que pueden no ser nadie como explicamos anteriormente, parecen existir también principios de propaganda entre sus practicantes supuestamente mejores.

Principio 1. Los propagandistas tienen que centrarse en las consecuencias conductuales de sus actividades. La alternativa es identificar un efecto en una percepción que matenga que un objetivo fue realmente influido. Desgraciadamente, es bastante difícil identificar una percepción -un proceso mental inferido- con algún grado aceptable de validez ontológica, sin realizar el paso extra de identificar un efecto perceptual. Caminando por la ruta de la percepción, los propagandistas se están comprometiendo simplemente en la multiplicación de términos de error.

Además, es más difícil explicar el fracaso si una consecuencia conductual obvia y nociva se enfrenta al practicante de la propaganda desgraciada. Además, la influencia perceptiva es irrelevante sin una consecuencia conductual. Por ejemplo, algunas personas actuarán apoyando los intereses de seguridad de un estado-nación, aun cuando sus percepciones pueden ser

poco usuales o poco atractivas. Otros actuarán de una forma automática, de forma que las percepciones son bastante irrelevantes. Su ausencia, sin embargo, puede ser entrañable. (Una planificación estratégica pobre de punto final puede conducir a una consecuencia no deseada para el practicante de la propaganda, aun cuando la conducta deseada haya aparecido. Por ejemplo, un adversario ha sido engañado al tomar lo que cree que es el camino equivocado en un proyecto costoso de investigación y de desarrollo. Sin embargo, el iniciador de la propaganda ha pensado mal, porque el camino equivocado resulta se convierte en el correcto. El iniciador de la propaganda utilizó importantes recursos para que el adversario pueda ponerse a la cabeza.)

Principio 2. Cuanto más personal, dinero y material se dedica a las organizaciones de propaganda, menos se ocuparán de los aspectos psicológicos de seguridad nacional los gobiernos que las financian.. Al emplear recursos para la propaganda, se impide que otros recursos se empleen para aspectos psicológicos. También ocurre que al dedicar recursos dentro de una organización se refuerza la mentalidad nosotros-ellos y se produce un conflicto entre los propagandistas y los no-propagandistas, que desvían la atención de los adversarios extranjeros del gobierno.

Lo que se necesita hacer es que todos los de un gobierno piensen y actúen de acuerdo con los distados de los parámetros psicológicos. De hecho, como todos los recursos gubernamentales son esencialmente psicológicos, los recursos dedicados a la propaganda pueden ser innecesarios.

Principio 3. La conducta humana está afectada de forma significativa por emociones, motivos y el inconsciente. Sin embargo, con frecuencia la propaganda se planifica, analiza y desarrolla como si los objetivos fuesen ejemplos de una lógica fría y desapasionada. De hecho, cuanto más importantes son los problemas, menos afectan las normas de racionalidad y de la lógica a la conducta de las sociedades y las culturas. A menos que los propagandistas planifiquen y actúen de acuerdo con este fenómeno, sus esfuerzos están condenados a ser ineficaces, inadecuados e impertinentes.

Principio 4. La comunidad de propagandistas -dentro y fuera del gobierno- es incestuosa. Mientras que casi siempre se intenta evitar la endogamia, sin embargo muchos propagandistas están cautivados por las investigaciones enigmáticas y ocultas. Al igual que ocurre con la endogamia física, esta práctica conduce a frecuentes desviaciones estadísticas de perspectiva. Las consecuencias psicológicas de esta endogamia, como ocurre con la real, son el abuso y el conflicto dentro de la familia.

Principio 5. Los propagandistas pueden intentar responder al problema de influir en los demás, siguiendo las directrices de la psicología social

experimental -junto con la influencia de los resultados terapéuticos. Esta investigación comenzó después de casi 60 años de beneficios económicos. En ese momento, los psicoterapeutas decidieron evaluar su razón de ser. ¿Realmente eran ellos los agentes de influencia o simplemente tenían el privilegio de ese papel social? ¿Tenía la psicoterapia consecuencias prevenibles -y se supone que positivas- para los pacientes y los clientes?

Para averiguarlo, los investigadores analizaron simulaciones psicoterapéuticas, análogos experimentales de fragmentos de sesiones y otras situaciones reales. Por medio de una cuidadosa observación y codificación de estas actividades, los investigadores obtuvieron datos estadísticos que planteaban estos difíciles y complicados problemas. ¿Cambian los pacientes? ¿Cómo cambian? ¿Cuánto tiempo dura este cambio? ¿Cuánta psicoterapia es necesaria y suficiente para el cambio deseado? ¿Qué tipos de psicoterapia son más eficaces en función de pacientes, problemas y situaciones específicas? ¿Qué tipo de personas y de técnicas psicoterapéuticas son mejores para pacientes, problemas y situaciones específicas? ¿Cuáles son las variables importantes del proceso que son necesarias, cuando no suficientes, para conseguir resultados positivos?

Como la psicoterapia y la propaganda se supone que influyen en las percepciones y en la conducta, el estudio y la investigación en la primera ayuda a clarificar la segunda ([cf]. Frosh, 1995.) Los propagandists podrán contestar mejor a preguntas que con frecuencia se evitan. ¿Cómo podemos intentar predecir si un objetivo actuará de forma consistente con su percepción? ¿Deben ser las emociones, pensamientos, motivos o conductas el punto de mira de nuestros esfuerzos en cada oportunidad de propaganda? ¿Cuándo se dice lo contrario a lo que pretende una propaganda, ¿realmente consigue su objetivo?

¿Debería haber más principios? ¿Se enfocan realmente como principios? ¿Cómo podemos saberlo? El supuesto de la eficacia básica de la propaganda no se desafía. Es el mismo caso que las siguientes explicaciones de propaganda como instrumento eficaz de poder político. (Todas estas explicaciones se presentan de forma abreviada y con el permiso del editor, Bloom, en prensa).

Explicación 1

Objetivo Político. Afianzar una patria para los árabes no-judíos dentro del mandato británico de Palestina.

Discusión. (Esto es una modificación de Blomm, 1991) A través de sequestros aéreos, asesinatos, discursos, demostraciones políticas, el trabajo de servicio social, reuniones diplomáticas, y transferencias monetarias, la Organización para la Liberación Palestina (OLP) ha tenido un gran éxito preparando psicológicamente a muchas personas de la necesidad moral de lograr su objetivo político. El mayor éxito de la OLP ha sido la creación del referente, *Palestino*, con las designaciones específicas y connotaciones que sugieren que un pueblo —no-judío, no-jordanano, no-israelí— sin patria: *Palestina*. El referente ha inducido también a un cambio en el significado del término asociado, Palestina. Se ha llegado a cuestionar o incluso se ha ignorado, en el debate internacional sobre la validez de las demandas contrapuestas, el que durante siglos el territorio llamado *Palestina* haya cambiado de extensión, forma y nombre, y haya sido ocupado por muchos grupos raciales, étnicos, políticos y religiosos. El referente, *Palestino*, análogamente ha llegado a ser aceptado y empleado por "los comentaristas informados", ha sido formalmente admitido por los observadores internacionales, e incluso por los enemigos de la OLP. Se consiguió mucho poder a través del referente *Palestino*. El referente impulsa una imagen de un pueblo afligido, perjudicado al que se le debe algo. Favorece la necesidad percibida por muchas autoridades y observadores internacionales de negociaciones, sanciones, y votos. Hace patente la necesidad de un ejército y facilita la justificación al mismo tiempo del terrorismo y de las demandas de ayuda política y material. Dado que la misma percepción de los individuos como grupo, por no decir como pueblo, puede depender de "características reales e imaginadas variables" el mantenimiento permanente del pueblo palestino es una consecuencia ejemplar de la propaganda.

Según este documento, la propaganda ha llevado a los adversarios públicos de la OLP, el gobierno israelita, a permitir una nueva entidad política, la Autoridad Nacional Palestina (ANP), que controla el personal de seguridad, y está equipada con recursos israelitas. Ha llevado a compartir servicios de seguridad. Ha llevado a la aceptación pública del gobierno israelí de que, sí, habrá alguna clase de entidad política con territorio llamado Palestina para aquellos representados por la Autoridad Nacional Palestina (ANP), ampliamente constituida por representantes de la OLP. Ha llevado al punto donde la ANP puede ejercer la violencia política directamente a través de sus propios recursos o indirectamente a través de los recursos de los otros, por ejemplo, Hamas, Hezbollah, para presionar políticamente al gobierno israelí —presión que afecta a la cantidad y calidad de la inteligencia militar israelí, operaciones, logística, investigación y desarrollo, y diversas políticas y funciones de planificación. Y cuando la distan-

cia parece acercarse incontrovertiblemente al último objetivo político, las tropas del ejército israelí y los ciudadanos continúan siendo asesinados.

(Este breve análisis no significa transferir el juicio sobre las políticas hacia una cuestión palestina. En cambio, se resalta un acercamiento tomado con algunas modificaciones por muchos movimientos “llamados de liberación”. Es de destacar la combinación de poca frecuencia pero alto impacto de la violencia; las demandas permanentes de reconocimiento como “pueblo”; las manifestaciones a favor de la libertad y la democracia, cuando la realidad probablemente será otra cosa; el mantenimiento a menudo intencional del sufrimiento entre los propios seguidores, como los campos de refugiados en condiciones de miseria; la distribución cuidadosa y el uso de ayuda internacional como arma política; y la posibilidad real de éxito contra un enemigo militar inmensamente superior. En este sentido la propaganda es la reacción típica frente a los pocos que permanecen defendiendo las armas nucleares para la seguridad contemporánea, sea la destrucción mutua segura, la venganza masiva, suficiencia, o la última invención de intelectuales de seguridad).

Explicación 2

Objetivo Político. Obtener apoyo político y material para la elite política, reducir el apoyo de sus adversarios, u oponerse a los esfuerzos de la elite.

Discusión. (Lo siguiente ha sido editado por Leventhal (1996.) A partir de la Yugoslavia anterior han surgido nuevos países, por ejemplo, Bosnia. En los esfuerzos por obtener ayuda política y material para luchar contra sus adversarios, hay informes fiables de que las fuerzas gubernamentales de Bosnia se han comprometido en ataques deliberados contra sus propios paisanos y han sido responsables de los ataques en el mercado de Sarajevo, de los que se culpó a las fuerzas Servias.

[*Addendum* a Leventhal (1996): la oposición contra el gobierno en Serbia utilizó un canal de radio, B-92, para divulgar su causa. Cuando el gobierno serbio cerró el canal, la oposición utilizó entonces Internet para difundir su mensaje no sólo en Serbia sino también por el mundo entero. De hecho durante el cierre, los oficiales gubernamentales europeos, agencias humanitarias internacionales, y periodistas recibían información de la oposición por medio de Internet. (En otro revés a los esfuerzos serbios por controlar la oposición, el USG anunció que transmitiría la programación B-92, después de que hubiese sido cerrada por el gobierno serbio. Las autoridades

serbias permitieron rápidamente que volviera a emitir). Según este documento, las autoridades B-92 están llegando a un acuerdo con un servicio de acceso, para registrar digitalmente la programación de radio y difundirla a través de Internet las 24 horas del día. Y cuando el gobierno serbio intentó cortar las líneas de Internet, se hicieron planes de enviar cientos de faxes para bloquear las máquinas de fax gubernamentales (Hedges, 1996.) En la actualidad muchas personas con acceso a Internet pueden obtener la visión de la oposición oficial en la Web (Myers, 1996; observación personal.)]

Si vamos a Africa, hay que señalar que el gobierno de Líbano ha financiado una película, *The Maltese Double Cross*, que de forma engañosa defiende que un renegado de la Agencia Central de Inteligencia en contacto con Siria, Irán y los terroristas Palestinos organizó el bombardeo de la Pan Am 103. La película ha sido retransmitida por televisión en el Reino Unido, Francia, Alemania, y Australia y está diseñada para apoyar pequeñas sanciones al gobierno del Líbano —sanciones que dificultan obtener y mantener recurso militares y otros de seguridad— por dar asilo a los supuestos autores del bombardeo e impedir el juicio legal del caso.

El general Mohammed Farah Aideed colocó reiteradamente a mujeres y niños a la cabeza de columnas de manifestantes con hombres armados detrás de ellos, durante la intervención de la ONU en Somalia en 1993. Así aseguraba que las mujeres y niños somalíes estarían entre las víctimas de guerra después de que los hombres armados de Aideed provocaran un ataque. Según el informe de la embajada americana, algunos somalíes que presuntamente habían muerto en el enfrentamiento entre las fuerzas de Aideed y las de la ONU, se levantaban y se marchaban después que las cámaras de noticias dejaban de filmar. De igual modo, a comienzos de septiembre de 1993, las fuerzas de paz Nigerianas debían reemplazar a las fuerzas italianas de un sector de la ONU. La noche anterior, un representante de Aideed advirtió a los residentes cercanos con un cuerno de elefante que soldados americanos negros "disfrazados" de nigerianos invadirían la zona a la mañana siguiente. Les instó a que los atacaran, y eso fue lo que hicieron a continuación.

Volviendo ahora al Oriente Medio, hay que señalar que durante la Tormenta de Desierto los iraquíes pusieron aeronaves en los zigurats clásicos para dañar lugares arqueológicos. En un caso, dañaron deliberadamente una mezquita en Basra para que pareciera que fue el bombardeo de EE.UU. y sus aliados el que causó el daño. Los iraquíes también describieron el daño a zonas civiles que datan de la guerra de Iran-Iraq como si hubiese sido causado por los EE.UU. y el bombardeo aliado. Las autoridades Iraquíes

también afirmaron que un lugar de la guerra biológica fue una fábrica de "leche infantil".

Los iraquíes también usaron a un oficial de nivel intermedio en su ministerio de asuntos exteriores como un supuesto y fortuito transeúnte por un sitio donde la Red de Noticias por Cable estaba filmando los daños a las zonas civiles. Apareció casualmente vendada, y habló la cámara en un inglés fluido, sobre el "criminal" bombardeo de Irak y las injusticias americanas del pasado contra "los indios rojos". Apareció también en la televisión francesa, hablando un francés fluido.

Explicación 3

Objetivo Político. Debilitar las políticas de seguridad y recursos de las naciones-estados competidoras.

Discusión. (Ver Leventhal, 1996.) *Intelligence Newsletter* era un canal conocido para la propaganda soviética y al parecer continúa siéndolo para los rusos. Publica mucha más información sobre las actividades de los servicios occidentales de inteligencia que sobre las de los rusos, promueve una gran confianza en las fuentes—abiertas, defiende la restricción de las compilaciones y las acciones encubiertas de inteligencia clandestina, y apoya que el público debería tener el mayor acceso posible a las últimas tecnologías criptológicas. Si se hacen, estas recomendaciones llevarían a un debilitamiento de los servicios occidentales de inteligencia civil y militar y de aquellos otros que de algún modo están sujetos a la ley.

Los soviéticos y luego los rusos también han promovido directa e indirectamente por medio de entrevistas, artículos de periódicos que la prevención de la proliferación de armas nucleares se impediría de forma importante por medio de, primero, la desintegración de la Unión Soviética, y después la ampliación de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN.) La idea aquí es que el "temor" a la proliferación de las armas nucleares puede persuadir a los líderes internacionales y a segmentos de la población de apoyar —e incluso ayudar a reconstituir— el imperio ruso-soviético y de rechazar la expansión de la OTAN en Europa Central y Oriental.

Explicación 4

Objetivo Político. Conseguir poder político por medio de la victoria militar.

Discusión. Bloom (1991) escribió sobre la profetisa de Uganda que convenció a sus seguidores de que podían ganar la batalla contra un enemigo superior lejano, frotando un aceite especial en sus cuerpos que los protegería de las balas (*Ugandan rebel prophetess*, 1987.) No hace mucho, seis soldados zairandeses bailaron desnudos en la frontera de Ruanda, que separa Goma de Gisenyi, antes de un ataque de la artillería por las tropas Ruanesas contra Zaire. Cantaron y cantaron —creyendo que se les había garantizado la inmunidad frente a la muerte por un sacerdote que los ungió con agua" (McKinley, 1996a.)

Explicación 5

Objetivo Político. Conservar la capacidad nuclear para la intimidación política de los estados-nación próximos y colindantes.

Discusión. Los observadores de la ONU sospechan que el gobierno iraquí puede tener ocultos más proyectiles operativos (Crossette, 1996b.) Aunque se le exigió que destruyera todos los medios de destrucción masiva a raíz de la Guerra del Golfo Pérsico, los iraquíes sacaron las bombas —un componente importante del proyectil que Irak no fabrica— de algunos proyectiles antes de que los últimos fueran destruidos y enterrados. También un cargamento de giroscopios de Rusia —otro componente importante de los misiles— estaba siendo introducido, al parecer, de contrabando en Irak cuando fue interceptado por las autoridades de Jordania. Los observadores de las Naciones Unidas encontraron otros giroscopios escondidos en el fondo del Canal de Tigris en Bagdad en otro intento tosco y falaz por mantener la capacidad de intimidación política en el Oriente Medio.

Explicación 6

Objetivo Político. Reducir el apoyo al estado-nación que está ocupando.

Discusión. El gobierno de la República de China ha advertido a la Compañía Walt Disney que la realización de una nueva película sobre Dalai Lama pudiera paralizar los esfuerzos de Disney para extenderse en China (Weinraub, 1996.) Según este documento, la película *Kundun*, aún permanece en la agenda para la realización. Naturalmente las autoridades chinas tienen miedo a una oleada de presión contra su control del Tíbet y, por tanto, ven una amenaza para la seguridad de su autoridad política. Incluso si Disney no realiza la película en China, las audiencias internacionales —

quizá solamente algunos radicales chic, o quizás no— pueden sentirse indignados moralmente y comprometerse en boicot y otras actividades de apoyo a las sanciones anti-Chinas. Es más, a través del contrabando de cassettes y transmisiones digitalizadas es probable que algunos tibetanos y chinos vean la película como —una amenaza análoga al paso de cintas que contienen las exhortaciones del Ayatola Jomeini que condujeron a la caída del Sha de Irán en 1979.

Explicación 7

Objetivo Político. Apropiarse y oponerse a los adversarios a través de la superioridad de la propaganda —superior significa recibir, procesar, analizar, y transmitir propaganda mejor que los adversarios.

Discusión. (Lo siguiente es una adaptación de Madsen, 1993.) Un virus de computador —realizado supuestamente por un estudiante palestino— apareció primero en la Universidad hebrea en Jerusalén. Se difundió por los computadores de la agencia de inteligencia israelí, el Mossad. Luego fue transmitido a subredes que engloban la red de datos de defensa americana.

Otro ejemplo, hackers alemanes occidentales empleados por la KGB soviética pudieron introducirse en los sistemas de computador del laboratorio Lawrence Berkeley y la MITER-USG. Desde estas computadoras los hackers accedieron a la Agencia Americana de Proyectos de Investigación Avanzada /Red Militar, luego a 50 computadoras militares del Pentágono, diversas empresas de defensa, el Laboratorio Los Alamos de Armas Nucleares, el laboratorio Nacional Argonne, la División de los Sistemas Espaciales de la fuerza aérea americana en El Segundo, CA, y otras bases del ejército a lo largo del EE.UU., Alemania Oriental y Japón. Los datos a los que accedieron incluían planes del Ejército americano para la guerra nuclear, química y biológica en Europa central.

Madsen incluye también ejemplos de penetración de computadores supuestamente realizada por las agencias de las inteligencias de otros diversos países que involucran, pero no se limitan, a la Organización del Tratado Atlántico Norte, Africa del Sur, Oriente Medio y Asia. ¿Es una sorpresa que en los últimos años los servicios militares hayan prestado atención a la amenaza de guerra de propaganda e información (Autor, a; el Autor, b; la Guerra en la era de la información)?

Conclusión

¿Influye la propaganda en las personas? Los miembros de la comunidad de la propaganda "de dentro y de fuera afines" confían que el futuro

tendrá repercusión "Si" —por lo menos en algún momento. Que son suspi-
caces con lo dicho antes. Que el emperador se viste suntuosamente. Aun
cuando esta esperanza pueda estar desencaminada, todos creerán inicial-
mente esta pretensión. Los investigadores en cognición social han recogido
datos que apoyan la premisa de que incluso lo que nosotros no creemos
espontáneamente se cree inicialmente (de forma inconsciente), como parte
del proceso de percepción social.

Y hay un tema más —el substrato filosófico básico del conflicto políti-
co relacionado con la esencia de la filosofía misma— el que previene co-
ntra que la propaganda política sea una herramienta eficaz en la búsqueda
del poder político. Como Arturo Danto (1997) ha señalado, un problema
filosófico es aquél en que la apariencia se toma como realidad. ¿Se pueden
distinguir los sueños del despertar a partir de las experiencias que tenemos
de ellos mismos? ¿se pueden diferenciar dos conductas idénticas en cuanto
a su moralidad en función de las conductas mismas? ¿se pueden diferenciar
dos universos idénticos en cuanto a cual es determinista y cual arbitrario?
¿qué tiene un Dios y qué no hace? ¿se pueden diferenciar un computador y
ser humano en su inteligencia a partir de sus idénticos rendimientos? ¿se
pueden diferenciar dos objetos idénticos en cuanto a cuál es una obra de
arte y cuál no lo es?

Éstos no son el tipo de problemas que se pueden abordar a través de las
variantes del método científico, porque no están sujetos necesariamente a la
confirmación o no-confirmación a través de experiencia. Al final, son artí-
culos de fe. Y la fe en la medida que se apoya con frecuencia tanto en la
ilógica como en la lógica, en la irracionalidad como en la racionalidad, en
la emoción como en la razón y en el inconsciente como en el consciente,
puede ser un factor causal básico en el conflicto político inevitable.

Como ejemplo concreto, los líderes políticos no pueden diferenciar (a
través de experiencia) dos mundos idénticos sobre en qué la propaganda
disminuye la conducta nociva de un blanco y en qué la propaganda no tiene
efecto, aumenta la conducta nociva, o tiene efectos arbitrarios e imprevisi-
bles. De modo que el conflicto dentro del gabinete israelita sobre el papel
de la propaganda doméstica y internacional en el terrorismo Palestino (o
dentro de la Autoridad Nacional Palestina sobre el terrorismo israelita), o
en el Congreso de Estados Unidos sobre la eficacia de publicar las transgre-
siones internacionales de Corea Norte, se basa deliberadamente en la expe-
riencia, pero no puede estar tan planificado.

Al final, entonces, puede que no se conozca la influencia de la propa-
ganda en algún terreno, cuestión casi inevitable.

Referencias

- Allen,B.(1993): On the definition of propaganda. En R. Marlin (Ed.), *Propaganda and the ethics of rhetoric*. Ottawa: The Canadian Journal of Rhetorical Studies. pp.1-12.
- Author.(Undated, a): *Air Force information applications in the 21st century*. New World Vistas: Air and Space Power for the 21st Century. Washington, D.C.: Department of the Air Force.
- Author.(Undated, b.) *Cornerstones of information warfare*. Washington, D.C.: Department of the Air Force.
- Bloom,R.W.(in press): The psychology of information warfare. En C. Cronin (Ed.), *Military psychology*. NY: Simon and Schuster.
- Bloom,R.W.(1991): Propaganda and active measures. En R. Gal & A.D. Mangelsdorff (Eds.), *Handbook of military psychology*. London: John Wiley.
- Crossette,B.(December 19, 1996): U.N. says Iraq may be hiding more missiles than suspected. *The New York Times*, <http://www.nytimes.com>.
- Danto,A.(1997):*Connections to the world: The basic concepts of philosophy*. Berkeley: University of California Press, pp. 6-13) .
- Flaskes,C.(1995): Postmodernism, constructionism, and the idea of reality: A contribution to the 'ism' discussion. Australian and New Zealand. *Journal of Family Therapy*, 16, 143-146
- Frosh,S.(1995): Postmodernism and psychotherapy. *Journal of Family Therapy*, 17, 175-190
- Hedges,C.(December 8, 1996): Serbs' answer to tyranny? Get on the Web. *The New York Times*, pp. 1:8.
- Leventhal,T.(1996): The need for a United States Government capacity to analyze and counter foreign perception management operations. En R. Bloom (Ed.), *International Bulletin of Political Psychology*. (<http://www.pr.erau.edu/~security>), 1(5), 1-5; (6), 1-7; (7), 6-9.
- Kanigel,R.(1997): *The one best way: Frederick Winslow Taylor and the enigma of efficiency*. NY: Viking.
- Madsen,W.(1993): Intelligence agency threats to computer security. *International Journal of Intelligence and Counterintelligence*, 6, 413-488.
- McKinley,J.C.(1996): On Zairian-Rwandan border, strife erupts into open war. *The New York Times*, <http://www.nytimes.com>.
- Michael,M.(1991): Some postmodern reflections on social psychology. *Theory and Psychology*, 1, 203-221.
- Myers,S.L.(December 25, 1996): U.S. accuses Milosevic of inciting protesters. *The New York Times*, <http://www.nytimes.com>.
- Nietzsche,F.(1966): *Thus spoke Zarathustra: A book for none and all*. NY: Penguin Books. pp. 25-28. (Original work published 1883.)
- Smith,M.B.(1994): Selfhood at risk: Postmodern perils and the perils of postmodernism. *American Psychologist*, 49, 405-411.
- Ugandan rebel prophetess says holy mission is to oust Museveni. (October 24, 1987, AM cycle.) *The Reuters Library Report*.

Warfare in an information age. (1996): *Parameters*, 26, 81-140, <http://carlisle-www.Army.mil/usawg>.

Weinraub, B. (December 9, 1996): Hollywood feels chill of Chinese warning to Disney. *The New York Times*. pp. B1; B6.

Richard W. Bloom es Profesor Asociado de Psicología Política y Clínica en la Universidad Embry-Riddle Aeronautical. En la actualidad dirige un Programa sobre *Terrorismo, Inteligencia y Seguridad*. Es editor del Boletín informativo de la Sociedad Internacional de Psicología Política (ISPP). Es de destacar su trabajo *The psychology of information warfare* en el libro editado por C. Cronin: *Military psychology* (en prensa). Embry-Riddle University Prescott, Arizona, USA 86301.
Correo: bloomr@pr.erau.edu; <http://www.pr.erau.edu/~security>