

# LA DESINFORMACION, ARMA DE GUERRA

por VLADIMIR VOLKOV\* \*\*

Intercambiar informaciones es propio de los hombres. Pero la diferencia de puntos de vista, la inexactitud en la percepción, apreciaciones variables de la importancia relativa de las cosas, hacen que toda, o casi toda, información contenga un porcentaje, por pequeño que sea, de falsedad, esto es, de desinformación.

Ocurre, en verdad, que toda información lo es, en parte, por naturaleza. No podemos mirarnos en un espejo sin desinformarnos, por levemente que sea; la calidad del vidrio, la de nuestra vista, la iluminación, nuestro estado de ánimo, deforman nuestra visión. Y se trata en este caso de un dato que debiera ser lo más objetivo posible, pues está destinado a nuestro uso personal.

Cuando nos dirigimos a otra persona, se agregarán a los errores de apreciación que hemos cometido aquellos que ésta cometa, y ello ocurrirá cuantas veces se repita el proceso. Bastan algunos intermediarios para que el mensaje original se modifique en forma notable y aumente sistemáticamente el porcentaje de desinformación.

Ello en el mejor de los casos, es decir, cuando varias personas inteligentes e imparciales intercambian informaciones con toda buena fe.

Pero si introducimos en la cadena a un necio o un mentiroso, los porcentajes de desinformación individual no se sumarán, sino se multiplicarán.

Es fácil imaginar lo que ocurrirá cuando no se trata ya de individuos sino de masas, y éstas reciben su información de organismos interesados en promover tal o cual imagería política, o sencillamente en alimentarlas de pornografía, escándalo y sensacionalismo.

Los sociólogos han demostrado claramente hasta qué punto las condiciones así creadas eran propicias a la propagación de quimeras colectivas; publicistas y políticos no cesan de extraer ventajas de ello. Antes de la Segunda Guerra Mundial, Hitler en "Mein Kampf" y Chakotin en "La violación de las masas por la propaganda política" revelaron la forma de emplear técnicas tomadas de la sicología experimental para orientar la opinión —o más bien la pasión— pública.

Todo esto es bien sabido por los especialistas, ya que no por el inocente hombre común, y he aquí otro aspecto del asunto que nos interesa; no se trata de la manipulación del *demos* en el interior de una nación, sino de la desinformación considerada arma de guerra.

Para fijar las ideas conviene delimitar el ámbito que abarca la desinformación respecto de los que corresponden a otros componentes del

\* VLADIMIR VOLKOV: Autor de numerosas obras, entre las que destaca '*Le Montagne*', por la cual obtuvo el Gran Premio Novela 1982 de la Academia Francesa.

\*\* Este artículo fue publicado en "Artes y Letras" del diario *El Mercurio*, el 24 de agosto de 1986.

mismo arsenal: el ardid de guerra, la intoxicación, la propaganda llamada blanca, la llamada negra y la influencia.

El *ardid de guerra* ha existido desde siempre. Ni siquiera la esgrima lo desconoce, porque en ella debe a cada momento amenazarse en cuarta para tocar en sexta. Elevándonos un grado, llegamos a la maniobra de distracción, que consiste en *desviar* las fuerzas adversarias del punto en que se pretende lanzar el ataque. Un grado más y estamos cerca de la intoxicación.

La *intoxicación* táctica ha sido siempre una de las armas favoritas del contraespionaje, el cual no puede proteger en mejor forma los secretos de su bando que entregando otros falsos a los servicios de información enemigos.

Si pasamos del nivel táctico al estratégico, y aún al político, la intoxicación deja de ser una de las técnicas del contraespionaje para convertirse en una disciplina propiamente tal. Para Pierre Nord, experto en la materia, "consiste en hacer creer al enemigo lo que conviene que crea para encaminarse a su derrota, política o militar". Hitler engaña a Stalin diciéndole que el Estado Mayor soviético conspira con Alemania para destruir el sistema comunista en la URSS; resultado: la mitad del cuerpo de oficiales soviético es ejecutada. Los aliados, habiendo decidido desembarcar en Sicilia, quieren hacer creer a Hitler que atacarán Grecia, y que Sicilia será objeto de una maniobra distractiva. Para ello, dejan flotando en la costa española el cadáver de un inglés, que tiene en los bolsillos documentos que engañan a los servicios de inteligencia alemanes. Resultado: la Undécima Flotilla de torpederas y otros cuerpos alemanes dejan la isla, donde los aliados desembarcan casi sin disparar un tiro.

La *propaganda blanca*, cuando se aplica a una nación extranjera, es también un arma de guerra, en la medida en que afecta la moral del enemigo. Pero es necesariamente limitada en su eficacia, porque, al surgir abiertamente de una fuente adversaria, no goza sino de credibilidad parcial. Los simpatizantes franceses del régimen hitleriano o los comunistas no soviéticos que elogian a la URSS son de manera tan obvia instrumentos del enemigo que su acción no puede tener impacto sino sobre sus propias tropas, los compañeros de ruta y los indecisos.

La *propaganda negra*, en cambio, oculta su origen, y con ello hace admisibles mentiras deliberadas. El gran maestro de esta manipulación fue, durante la Segunda Guerra Mundial, el inglés Sefton Delmer. Entre otras cosas, éste creó varias emisoras radiales supuestamente partidarias del régimen nazi. Una de ellas se anunciaba como radio del ejército alemán, emitiendo muy oficialmente "música y boletines de información destinados a nuestros camaradas de la Wehrmacht".

La *influencia* recurre en ocasiones a las técnicas de la propaganda negra, pero es infinitamente más sutil. El agente de influencia es, para remitirnos a la expresión de Roger Mucchielli, "una especie de agitador en estado puro". Se dedica a la agitación, pero no con la intención de orientar el curso de los acontecimientos en una dirección determinada, sino con un fin más general, el de desestabilizar la sociedad enemiga. No le interesa lograr ventajas inmediatas para su bando, sino que las repercusiones de su acción sean nocivas, en última instancia, para la nación blanco.

La *desinformación* puede concebirse en un sentido estrecho y otro amplio. En el primero, se sitúa a medio camino entre la intoxicación y la influencia. La intoxicación propiamente dicha es puntual, tolera cierto

amateurismo, utiliza cualquier truco a su disposición, busca hacer creer mentiras específicas a personas determinadas; la desinformación es sistemática, profesional, recurre siempre a los medios de masas, se dirige a la opinión mundial y no exclusivamente al estado mayor de la nación blanco.

Por otra parte, la influencia ejerce una acción aparentemente desordenada, oportunista, esencialmente cuantitativa, mientras la desinformación se fija un programa tendiente a sustituir en la conciencia, y sobre todo en el inconsciente de las poblaciones blanco, las imágenes inconvenientes para la potencia desinformadora por otras que le resultan favorables.

La desinformación y la influencia no pueden ejercerse sino a partir de cierto volumen crítico de desinformados o influidos. El individuo, la familia, un grupo profesional pueden ser intoxicados, pero no desinformados, porque generan en forma natural los anticuerpos que luchan contra la mentira por amor a la verdad, contra la locura por respeto a la sensatez. Pero a partir de cierta cantidad, los individuos se convierten en masa. Proletarizados intelectualmente (sea cual fuere, por lo demás, su nivel particular de educación), pierden el instinto de conservación y la masa que los aglutina, habiendo roto sus amarras, rueda de un costado a otro, arrastrada por su propio peso, inerte y receptiva ante las técnicas de manipulación. El flautista de Hamelín no habría podido llevar al río a una sola rata —ni a un solo niño—; necesitaba a todas las ratas —a todos los niños— de la ciudad.

Asimismo, la desinformación y la influencia no pueden ejercerse contra la corriente. Aunque la influencia puede, en ciertos casos, estimular tendencias aberrantes para atizar las discordias que se incuban en el adversario, no alcanza resultados óptimos sino explotando modas, caprichos, que ya “están en el aire”. El gas venenoso no se utiliza sino cuando el viento es favorable; lo mismo rige para la desinformación.

Por último, influencia y desinformación necesitan tiempo, mucho tiempo, porque se fundan no en el error cometido por una autoridad, sino en la instilación progresiva de ciertas imágenes en un pueblo entero. La Unión Soviética recurrió insistentemente a la guerra de Vietnam para crear un complejo de culpa en el pueblo estadounidense.

Estas tres limitaciones se remiten a una característica de la desinformación en el sentido amplio: ésta no consiste en “hacer creer” lo que no es, sino en modificar las reacciones a pesar de las creencias. No es importante, desde su perspectiva, lograr que Europa, por ejemplo, crea que la Unión Soviética es el paraíso en la tierra; lo que importa es que, al ser atacada, no se defienda y, si es posible, se rinda sin que siquiera se lo pidan. No es importante que los ciudadanos piensen que la capitulación de Munich provocó la más grande guerra que la humanidad ha conocido; lo que interesa es que, permanentemente, las masas prefieran a toda guerra cualquier forma de paz.

La consigna de la desinformación no es “mentir, mentir; siempre quedará algo”, sino “perorar, perorar; terminarán por actuar en consecuencia”.

En este orden de ideas, una de las formas más insidiosas de la desinformación es la que podría llamarse *logomaquia*. Consiste en inventar fórmulas que, habiendo seducido primero a los profesionales de la comunicación, se difunden luego en la opinión pública, siendo aceptadas como verdaderas, aunque no son sino pintorescas. “La caza de brujas”, “el

cuchillo entre los dientes” fueron acuñadas, probablemente, con esta intención. ¿Y qué decir de la fructífera operación logomáquica realizada a partir de la palabra “fascista”? El periodista que quiso lanzar la expresión “estalinista de derecha” era un campeón de la logomaquia. Repetirla es asimilar las posiciones de derecha —vistas aquí como también capaces de producir estalinistas— y el estalinismo, que de este modo no parece ser sino una forma de despotismo, entre otras.

Cabe esperar que un día se haga un análisis profundo de este problema, como una cronología precisa de la utilización de las fórmulas de combate adversarias y, desde luego, la lista de publicaciones donde aparecieron por primera vez. Dejarse imponer el vocabulario del enemigo es, en una guerra ideológica, haber perdido la mitad de la batalla.

La historia misma del término “desinformación” es un ejemplo interesante de logomaquia. La palabra apareció en los diccionarios soviéticos antes que todas las otras, y se define como una técnica utilizada por las potencias capitalistas contra las democracias populares. Sin embargo, ha aparecido en el ruso una jerga de la desinformación, y los agentes de influencia soviéticos hablan comúnmente de *podpustitdezu* (aproximadamente, “sacar una desinfo”, esto es, “lanzar un tema de desinformación”).

Pero algunos afirman con razón que el término no fue una creación muy afortunada. El prefijo “des-” indica “alejamiento, separación, privación”. Desarmar es privar de un arma y no entregar una que no sirve; desinformar no es privar de información, sino suministrar una que es parcialmente falsa. Se ha propuesto “desinformación”, que sería preferible, porque el prefijo “dis-” viene del griego, y significa “mal estado”. En cuanto a “malinformación”, análogo a malversación, malandanza, malquisto, tendría la ventaja de exhibir menos connotaciones químicas; pero, en definitiva, conviene preguntarse si es oportuno confundir con problemas de terminología a un público que acaba de tomar conciencia, y a duras penas, de que el asunto existe.

Los países que practican la desinformación considerada como arma de guerra la confían generalmente a sus servicios especiales. En efecto, se trata de una síntesis de la labor de los servicios de información (adquirir datos sobre el enemigo) y la del contraespionaje (penetrar sus propios organismos de inteligencia), pues permite manejar desde la distancia a la nación blanco a partir de una documentación reunida con anticipación, y ello no mediante una acción encubierta y aleatoria sobre organismos estrictamente especializados, sino trabajando a pleno día, comenzando por el hombre de la calle y ascendiendo hasta las autoridades y los expertos, siendo éstos prisioneros de aquéllas, y éstas a su vez de la opinión pública.

Un ciudadano de la nación blanco, al que su posición o su talento ponen en condiciones de ejercer una labor de desinformación o de influencia sobre sus compatriotas, es reclutado por un oficial de la potencia de origen. La forma de lograr el reclutamiento puede oscilar entre la exaltación de una similitud de ideas políticas y el chantaje, pasando por todos los mecanismos intermedios. El reclutador deja paso inmediatamente al oficial responsable, que suministra al agente los temas de la acción que deberá desarrollar, en función de sus capacidades y contactos. Utilizando palancas como la dirección de un diario o un canal de televisión, una cátedra en la Universidad o el púlpito de una iglesia, el agente infiltra en la opinión pública

informaciones, interpretaciones, críticas, pronósticos, que nadie soñaría con atribuir a la potencia desinformante, pero que en un momento ulterior, cercano o remoto, servirán a sus intereses. El agente es retribuido y evaluado, según los mismos criterios que un miembro de los servicios de información, de acuerdo con su eficacia. Su ventaja es que en lugar de enviar datos fuera de su país, los recibe para difundirlos dentro de él, es decir, no se contenta con reflejar la economía ideológica de la nación blanco: debe modificarla.

Una vez introducido el elemento catalizador en la maquinaria de la opinión pública (es de suponer, una vez más, que éste se ha escogido considerando el tipo de opinión a manipular), el agente de influencia no tiene nada más que hacer; con la condición de que se dedique un tiempo suficiente a la operación y se haya llegado a un número adecuado de individuos "masificados", el proceso continuará por sí solo, gracias a trujamanes subalternos a los que se denomina *cajas de resonancia*.

La mayor parte del tiempo, quienes desempeñan este papel son más o menos inconscientes de ello; creen difundir la información en nombre de la libertad, siendo el caso que propagan la desinformación en beneficio del totalitarismo. Algunos, por cierto, son menos inocentes de lo que quisieran parecer, o aun creer; es posible que reciban pequeños regalos, cedan a pequeños chantajes, no resistan el atractivo de un "scoop" (golpe periodístico), sin incorporarse a la nómina de agentes a sueldo ni mantener entendimientos con el enemigo...

En todo caso, la imagen de Sun Tzu sigue siendo válida: por débil que sea la pendiente, si ponemos una bola en ella, rodará.

La intoxicación es una técnica; la desinformación, una doctrina.

Encontramos su base en los escritos de Sun Tzu: *El Arte de la Guerra*. La obra, que data de hace unos 25 siglos, contiene esta afirmación crucial: "El arte supremo de la guerra es someter al enemigo sin combate".

Como fuere, Sun Tzu no deja de entregar a una enseñanza táctica completa: maniobra, avances, utilización del terreno, ataque, mantención de la moral. Pero no considera a las armas sino el último, el menos deseable, de los recursos. "En la guerra, la mejor política es capturar al estado enemigo intacto; su destrucción es, con excepción de la derrota, el peor de los resultados". Tampoco olvida señalar los preceptos cuya observancia permite alcanzar este resultado. Debe recurrirse a todos los medios para aniquilar en el adversario el deseo de combatir y la fe en el triunfo, vistos como equivalentes.

Sun Tzu no disponía de los recursos actuales; ni de la sicología experimental ni de los *mass media* ni —elemento negativo— del temor paralizante a un conflicto nuclear. Su doctrina ha alcanzado progresos extraordinarios en el siglo XX.

No se trata de *violar* a las masas, sino de azuzarlas en una dirección que ya les parece atractiva, y de trascender la propaganda mediante el contagio organizado de imágenes y esquemas de pensamiento.

El *new look* de la desinformación se inauguró hacia 1957, con la creación del Departamento D en el seno del Primer Directorio principal del KGB. El fundador de este organismo fue el general Iván Ivanovich Agayants, nacido en 1910 y muerto alrededor de 1970. De origen armenio, este oficial elegante, ascético y bigotudo, habría servido de "agregado" en la embajada soviética en París, con el nombre de Avalov, y habría organizado, entre otros

organismos, la Asociación Francorrusa. Sus numerosos éxitos determinaron que su departamento fuera transformado en directorio; alrededor de 1963 pasó a ser el Directorio A del KGB.

Al morir, en 1970, Agayants habría sido reemplazado por su adjunto, Sergei Alexandrovich Kondrachev, nacido al parecer el primero de marzo de 1923 y que, siendo hijo de un oficial del KGB, habría hecho una carrera diplomática clásica: agregado cultural en 1953, primer secretario en 1956 en Londres, y luego en Viena de 1957 a 1961, para convertirse en asistente de Agayants, en 1964, lo que no le impediría reaparecer en Ginebra en 1967. Le interesaba especialmente Alemania Occidental, y era un experto en el arte sutil de falsificar documentos.

Todas estas informaciones, recogidas de la prensa, pueden ser verdaderas o falsas; ello no importa. Lo esencial es saber que existe un organismo cuya misión consiste en desinformar al mundo occidental y al Tercer Mundo. Lo demuestran, por ejemplo, la detención de un agente de influencia sorprendido en plena tarea en París, y condenado por el Tribunal de Seguridad del Estado, para ser amnistiado al llegar los socialistas al poder, en 1981; las revelaciones del mayor Ladislav Bittman, de los servicios especiales checos; y las del coronel Levchenko, del séptimo departamento del Primer Directorio General.

¿Quiere decir que sólo los malvados soviéticos practican la desinformación, y el resto del mundo tiene la conciencia inmaculada? Por cierto que no. Las memorias que los ex agentes de la CIA publican a cada momento nos informan de los métodos empleados por los norteamericanos en el mismo campo. La operación montada contra Sukarno —se trataba, relata Joseph B. Smith, de desacreditar al estadista indonesio— es un caso a propósito. Para hacerlo, la CIA reclutó a un personaje que se le parecía y lo fotografió en galante compañía. He aquí una maniobra típica de la desinformación norteamericana, no sólo por el “amateurismo” de su ejecución, sino también por el fracaso final; la CIA no tomó en cuenta que a los indonesios no les preocupaba ver a su líder en actitudes que no parecen impropias sino a los occidentales.