

GEOPOLÍTICA, PROPAGANDA Y GUERRA PSICOLÓGICA

Miguel Candelas



I. Introducción

En nuestro mundo globalizado, vivimos sistemáticamente bombardeados por infinidad de mensajes políticos desde los medios de comunicación, con la constante sospecha de estar siendo influenciados y manipulados. Palabras como **desinformación** o “**fake news**” son términos que hemos integrado a nuestro vocabulario cotidiano, pero que por encima de todo, forman parte de estrategias comunicativas perfectamente diseñadas por diferentes actores políticos (**Estados, religiones, partidos políticos, medios de comunicación, empresas transnacionales, grupos terroristas**, etc.), con el objetivo de **persuadir a la opinión pública** a favor o en contra de determinados asuntos políticos, y así, ocultar los verdaderos intereses que subyacen (la **geopolítica**) entre bambalinas, detrás de dichos discursos ideológicos, aparentemente tan seductores y convincentes.

Pero toda esta realidad, amplificada sin lugar a dudas por la irrupción de las **nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTICs)**, forma parte de un apasionante fenómeno histórico mucho más amplio, relacionado con el ejercicio de la política, las relaciones de poder, la persuasión de masas y la difusión de ideas y valores (la **propaganda**).

II. Geopolítica, geoestrategia y juegos de poder

La **geopolítica** es una subdisciplina de las ciencias sociales cuyo objetivo es analizar en diferentes escalas las **relaciones de poder entre configuraciones territoriales que se dan en el espacio geográfico mundial**, según la define el geógrafo Yves Lacoste. Complementada con otras disciplinas como la diplomacia y las relaciones internacionales, la geopolítica nos ayuda a intentar comprender como funciona el

complejo orden mundial actual, así como a detectar esos verdaderos **intereses políticos, económicos y militares** que la propaganda muchas veces enmascara.

Tiene una vertiente a la vez sectorial (**geopolítica militar, económica, política, cultural**) y otra de área (**global, regional, nacional, local**), y todo análisis o práctica geopolítica debe tener siempre muy en cuenta aspectos fundamentales como **el espacio geográfico, los recursos naturales, la demografía, los Estados y naciones, las fronteras, las guerras y conflictos internacionales, las ideologías, las culturas, las religiones, la economía, comercio y finanzas, los actores supraestatales e infraestatales, y por supuesto, el orden geopolítico mundial y los ciclos hegemónicos**.

En términos teóricos, con antecedentes históricos como Heródoto o Ibn Khaldun, destacamos en la actualidad una geopolítica realista, que analiza la **lucha por la dominación militar y económica** que se desarrolla sobre un **tablero geopolítico cerrado** y en constante disputa y una geopolítica crítica que se centra más en los aspectos de **la economía-mundo, la dependencia, las diferentes escalas geopolíticas y los discursos geopolíticos**. A nuestro juicio, ambas formas de abordar la disciplina son igualmente útiles y necesarias, ya que la primera nos permite analizar los juego de poder y los intereses en disputa (la realidad), mientras que la segunda nos insta a mirar un paso más allá, poniendo en tela de juicio las ideas preconcebidas que emanan de los preceptos ideológicos y propagandísticos dominantes (la proyección de la realidad). Asimismo, podemos diferenciar entre una geopolítica teórica (los **modelos y análisis geopolíticos** que elaboran los académicos), una geopolítica teórico-práctica (los **códigos geopolíticos**, generalmente plasmados en las estrategias de seguridad nacional o de política exterior de los Estados) y una geopolítica práctica (las **geoestrategias**, es decir, las decisiones políticas, líneas de acción y planes de operaciones concretos para la gestión amplia de los intereses geopolíticos).



III. Propaganda, persuasión y seducción

Hoy en día, la expresión "marketing político" no es más que un neologismo anglosajón que se utiliza para referirse a la **propaganda política**. Se trata de un apasionante fenómeno tan antiguo como el origen mismo de las civilizaciones, relacionado con el **ejercicio de la política**, las **relaciones de poder**, la **persuasión de masas** y la **difusión de ideas y valores**. Una palabra de origen religioso, concretamente papal, y cuyo significado en latín es "lo que ha de ser propagado".

Desde las primeras civilizaciones hasta la actual sociedad postmoderna, la propaganda ha servido para **crear, reforzar o modificar las opiniones y las acciones de las personas**, con el objetivo de que sirvan a los fines del propagandista, no necesariamente coincidentes con los fines de los persuadidos. Se trata por lo tanto del vehículo con el que cuenta el poder ideológico para su acción de seducción política, constituyendo a la vez un doble **fenómeno de información y de persuasión**. Es, en resumen, **ese proceso de diseminación de ideas y valores a través de manipulaciones psicológicas para lograr obtener en el receptor los objetivos del emisor**, según la define el historiador Alejandro Pizarroso. Su carácter es **polimórfico** y sus recursos casi **ilimitados** (palabra hablada, palabra escrita, imagen, música, acción).

Es importante tener en cuenta también sus diferentes **tipologías**, ya que podemos encontrarnos desde **propaganda racional a propaganda emocional**, pasando por **propaganda de agitación o de integración, blanca o negra, nacional o internacional, explícita o implícita, vertical u horizontal, basada en mitos políticos originarios o apocalípticos**, además de otras formas derivadas como la **contrapropaganda, la subpropaganda o la propaganda escapista**. Igualmente, es importante siempre tener en cuenta dos elementos muy vinculados a la actividad propagandística: la **censura** (control del flujo informativo) y la **desinformación** (uso de la mentira, lo que en la actualidad denominamos "fake news").

Pasemos ahora al terreno del **análisis estratégico**. A lo largo de la historia, los grandes propagandistas han ido diseñando estrategias y tácticas de persuasión, las cuales se han ido **perfeccionando con el paso del tiempo**, sistematizándose su planificación y empleo. **El surgimiento del psicoanálisis y del estudio científico de la comunicación** marcará un antes y un después en la estrategia propagandística, del mismo modo que **la llegada de la globalización y de las NTICs**, las cuales también han obligado a implementar los enfoques estratégicos clásicos.

No existe manual de estrategia definitivo, ya que se trata de un conocimiento progresivo que cada tratadista va implementando con los descubrimientos de su época, pero que posteriormente queda limitado por el paso de los años, obligando a pensar en nuevas estrategias y tácticas. Y es que, para lograr la victoria en el campo de batalla, siempre debemos tener muy presente la necesidad de **combinar la elaboración de un buen plan estratégico, que posteriormente debe ser desarrollado a través de tácticas adecuadas**. Suele decirse que cada guerra es distinta a la anterior, porque el que la hace igual es el que la pierde, y el que es capaz de hacerla distinta, es el que la gana. Pues bien, sucede exactamente lo mismo en el caso de la batalla propagandística, y de hecho como veremos, no por casualidad algunas de las estrategias provienen de los tratados militares clásicos. Desde el **"espionaje"** de Sun Tzu hasta el **"framing"** de George Lakoff, pasando por las **"aptitudes del principio"** de Nicolás Maquiavelo, la **"máscara del poder"**

del cardenal Mazarino, las “**reglas de la propaganda científica**” de Jean-Marie Domenach o, ya en la época actual de la neurociencia, las teorías de Drew Westen sobre el “**cerebro político**”, las de Jeff Greenberg sobre el “**terror management**” o las de Christian Salmon sobre el “**storytelling**”, como se observa, a lo largo de los siglos se ha producido la evolución estratégica de este milenario, apasionante y creativo “**ars propagandi**”.

Una evolución que además, no hubiera sido posible sin la contribución del **elemento tecnológico**, ya que las **innovaciones técnicas** han sido vitales para que surgieran nuevos medios que permitieran acciones propagandísticas hasta entonces inimaginables (**escritura, imprenta, fotografía, telégrafo, cine, radio, televisión, internet**). Por ello, en la breve expedición en la máquina del tiempo que vamos a emprender a continuación, deberemos también prestar atención al surgimiento de cada uno de dichos inventos que revolucionaron la historia de la propaganda.



IV. Orígenes ancestrales del poder político

El ser humano en su estado natural fue completamente libre de estructuras políticas. Nuestros ancestros de las hordas primitivas del **Paleolítico**, dedicados exclusivamente a la caza y a la recolección, **no estaban sujetos a ningún tipo de jerarquía** (a excepción quizás de la edad), y su vida nómada impedía la acumulación de alimentos o de utensilios más allá de lo que uno podía transportar con sus propias manos.

Sin embargo, con el descubrimiento de la agricultura y de la ganadería y la consiguiente **sedentarización** de los humanos en aldeas que se produce en el **Neolítico**, poco a poco comienzan a aumentarse las reservas alimenticias, lo que da lugar al **surgimiento del comercio**, al **crecimiento demográfico** y a la **división del trabajo**, estableciéndose la **estratificación social**. Entonces, algunas personas privilegiadas comienzan a acumular más riquezas que otras, **surgen una casta guerrera y otra sacerdotal**, y de ellas emergen jefes y magos que, bien recurriendo a la coacción a través de la violencia, a la persuasión a través de la religión o al chantaje a través de las reservas, se imponen sobre el resto de la sociedad.

Simultáneamente, las nuevas ciudades se rodean de murallas para proteger al pueblo de la amenaza exterior, y a su vez el jefe (convertido en rey), se atrincherá también en un palacio para protegerse de su propio pueblo. Han nacido **las élites y los subalternos**, las **estructuras estatales**, y por ende, las **relaciones de dominación política** más o menos tal y como las conocemos desde entonces hasta la actualidad. Dicho de otro modo, se acaba de articular el **triángulo de la dominación política**: el **poder militar, el poder económico y el poder ideológico**.

Pero mientras que el poder militar y el poder económico están basados en la coacción y en la recompensa, **el poder ideológico está basado en el consentimiento y en la persuasión**. Su originalidad reside en su carácter intangible, en el hecho de que no negocia con palos y zanahorias, sino con **ideas y valores**. Y es aquí donde entra en juego en la historia la **propaganda**, un proceso que, como hemos dicho, es a la vez informativo y persuasivo, que constituye el instrumento o **vehículo del que dispone el poder ideológico** para llevar a cabo dicha seducción política a través de manipulaciones psicológicas.



V. Edad Antigua, geopolítica y propaganda

Podemos hablar por lo tanto del nacimiento de la propaganda desde ese momento en el que **surgen las primeros Estados y religiones institucionalizadas**. Estos entes políticos, establecidos en las cuencas de

los principales ríos continentales, alcanzarán progresivos grados de estratificación social, complejidad institucional y desarrollo científico-artístico, los cuales les permitirán expandirse geopolíticamente por sus respectivas áreas. y paralelamente, llevar a cabo las primeras acciones propagandísticas de la historia. Hablamos de **las primeras civilizaciones** de Mesopotamia, Egipto, India y China (donde los poderes religioso y político se encuentran casi siempre unidos, ya sea el poder **teocrático o hierocrático**) y del **mundo clásico** de Grecia y Roma (basado en la autonomía de lo político, ya sea el poder **oligárquico o democrático**). La civilización griega dará lugar inicialmente a oligarquías laicas y posteriormente, al **nacimiento de la democracia** en Atenas, a la rivalidad geopolítica en el Peloponeso, y finalmente, a la Grecia helenística (el primer “imperio universal”), que logra extender sus fronteras hacia Oriente. La decadencia de dicho mundo helenístico irá en paralelo al ascenso del nuevo **Imperio Romano**, cuya **hegemonía comercial, cultural y militar** se impondrá a lo largo del mar Mediterráneo, exportando a sus colonias su **modelo político y administrativo**, una acción con un elevado componente propagandístico.

En el plano técnico y artístico, la **invención de la escritura** y el **surgimiento de la literatura y de la filosofía** (primeramente sobre **tablillas de arcilla y láminas de bambú**, posteriormente en **rollos de papiro**, más funcionales, y finalmente sobre **pergaminos**, más conservables en el tiempo), unido a la **aparición de la retórica** y al **desarrollo del arte** a través de la **arquitectura, la escultura y la pintura**, permitirán acciones propagandísticas cada vez más sofisticadas al servicio del poder, tanto en teocracias y hierocracias, como en oligarquías y democracias.



VI. Edad Media, geopolítica y propaganda

La progresiva evolución **de la religión étnica a la religión universal**, y al mismo tiempo, **de lo teocrático a lo autocrático**, es lo que dará lugar en el medievo a la consolidación de **grandes religiones universalistas**

que a través de la guerra y de la propaganda **extenderán su hegemonía**. El arte de la propaganda como tal no experimentara grandes cambios debido a la **ausencia de innovaciones técnicas significativas** (a excepción del **papel** y de la **imprenta de bloques** en el mundo oriental).

En Europa, el ocaso del imperio romano llevará a una **atomización política** conocida como la **cristiandad medieval**, una edad oscura dominada por la **nobleza feudal** cuyo único eje cultural vertebrador será la **Iglesia Católica**, que a través de un **sistema jerárquico, piramidal** y con un **uso estratégico de la propaganda**, logrará imponer su ideología por toda Europa, aprovechando el caos feudal y el atraso cultural y tecnológico que asolaba al continente tras la destrucción del legado grecorromano por el cristianismo. En contraste, en Arabia surgirá una nueva religión monoteísta, el **islam**, la cual en unos pocos años abarcará un inmenso territorio desde la India hasta Hispania, creando una **refinada civilización urbana**. En Oriente, China experimentará un desarrollo cultural todavía más espectacular y exportará el **confucianismo** y el **budismo** a Japón. Mientras tanto, en América, aislados de todos estos acontecimientos, florecerán dos complejas civilizaciones, el imperio azteca y el imperio inca.



VII. Edad Moderna, geopolítica y propaganda

El rápido desarrollo comercial y mercantil de las **ciudades** europeas durante el final de la Edad Media, unido a la alianza que con ellas establecieron los **monarcas** de los reinos en expansión para liberarse de las ataduras de la vieja nobleza feudal, llevó a Europa a un **desarrollo político, económico, artístico y científico** sin precedentes en la historia, en el que además, se recuperó el rico **legado cultural del mundo grecorromano**. Los nuevos **descubrimientos técnicos y geográficos** permitieron a la cristiandad medieval abrir nuevas rutas de comercio hasta llegar a Asia **circunnavegando el globo terráqueo** por primera vez, puenteando así el dominio económico musulmán, y descubriendo de paso, América, donde los imperios azteca e inca fueron destruidos por los nuevos colonizadores europeos. Mientras tanto, las antaño

esplendorosas civilizaciones islámica, china o india entraron en un **proceso de progresiva decadencia**, viéndose obligadas a encerrarse en sí mismas para mantener una cada vez más precaria independencia frente a los nuevos imperios europeos, ávidos de riquezas.

Para llevar a cabo tales empresas, los reinos europeos fueron centralizándose y desarrollando poderosas estructuras institucionales que crearán el **Estado moderno** en países como España, Francia, Inglaterra y Holanda. Estos nuevos Estados absolutistas, crearán por primera vez auténticas **maquinarias propagandísticas**, las cuales además se beneficiarán de un revolucionario invento, la **imprenta de tipos móviles**. No obstante, no todo serían alegrías para Europa, ya que el cisma religioso producido por la **Reforma protestante** llevará al continente a las **guerras de religión**, en las cuales también se desarrolló una gran acción propagandística. Una vez finalizadas estas guerras y consolidado un sistema europeo de equilibrio de poder, la **revolución humanista, filosófica y científica** siguió su curso, y el progreso económico alcanzado por la nueva clase social emergente en dicho orden económico mercantilista, la **burguesía**, acabó por poner en cuestión al propio Estado absolutista, a la religión y a la jerarquía social existente, abriendo la puerta a procesos revolucionarios que terminarían por destruir ese **Antiguo Régimen**, que a excepción de puntuales etapas democráticas en Grecia y Roma, apenas había cambiado desde los orígenes de la civilización.



VIII. Edad Contemporánea, geopolítica y propaganda

Todo este caudal de nuevas ideas liberales inglesas e ilustradas francesas que fluye por la Europa de la imprenta a finales de la Edad Moderna terminan eclosionando en las **revoluciones atlánticas**, las cuales

pondrán fin al Antiguo Régimen y supondrán el inicio de la Edad Contemporánea. Estas revoluciones acaban con la pirámide social dividida en estamentos y crean el **Estado-nación** contemporáneo, abriendo la puerta a su vez a **nuevos procesos revolucionarios y reformistas** que progresivamente, y haciendo frente a muchas contraofensivas reaccionarias, irán **conquistando derechos civiles, políticos y sociales** a lo largo de los siglos XIX, XX e inicios del XXI. Paralelamente se produce en el terreno científico-tecnológico la **Revolución Industrial**, la cual cambiará radicalmente el mundo tradicional (basado esencialmente en la fuerza del músculo) a un nuevo mundo moderno que utilizará la energía (proporcionada por el vapor, los combustibles fósiles y la electricidad). Ello dará lugar al surgimiento de una sociedad industrial basada en la **fábrica** y en la **cadena de montaje**, que provocará el **éxodo de los campos a las ciudades**, y económicamente dará lugar a un nuevo **orden capitalista** con dos clases sociales, la **burguesía** y la **clase obrera**, lo que terminará produciendo el nacimiento del movimiento obrero y de las ideologías socialistas y comunistas.

Mientras tanto, los nuevos regímenes **liberales** y **nacionalistas** que entronizan a la **burguesía como élite dirigente** (Gran Bretaña, Francia o las recién unificadas Alemania e Italia) se lanzarán a una **carrera de expansión colonial e imperial** a gran escala para dominar los espacios geopolíticos del mundo que aún escapaban al control europeo. Por un lado, la industrialización **requería de constantes materias primas**, y por el otro, los nuevos productos manufacturados necesitaban de la **apertura de nuevos mercados** donde ser exportados. De este modo, en el **mundo extraeuropeo** irán sucumbiendo una tras otra todas las antiguas civilizaciones (Islam, India, China, así como las pequeñas sociedades tribales de África y Oceanía que aún existían al margen de la civilización). Sólo el naciente Estados Unidos (descendiente de europeos al fin y al cabo) y el milenario Japón (modernizado in extremis), lograrán salvarse del dominio colonial europeo, y unirse también, a la carrera imperial.



Las **tensiones nacionalistas de los nuevos imperios**, tanto dentro de Europa como en sus proyecciones coloniales, acabarán llevando a la **Primera Guerra Mundial**. Los efectos de la misma transformarán radicalmente las sociedades europeas y occidentales, dando lugar por un lado, al **nacimiento de la sociedad de masas**, y por el otro, a la **toma del poder revolucionario** por la clase obrera en la aún absolutista Rusia, donde nace el primer Estado comunista de la historia, la URSS. En las décadas siguientes, una gran **crisis económica** hará emerger **movimientos totalitarios fascistas** que terminarán llevando al mundo a la **Segunda Guerra Mundial**, disputada esta vez en un plano ideológico además de geoestratégico, entre potencias **democráticas** y **comunistas** de un lado, y potencias **fascistas** del otro.

Derrotado el fascismo, las contradicciones entre las democracias liberales y los sistemas socialistas estallaron, iniciándose un nuevo escenario geopolítico **bipolar** en el que solo quedaron dos **superpotencias**, Estados Unidos (líder del mundo **capitalista**) y la URSS (líder del mundo **comunista**), que disputaron una compleja partida de ajedrez caracterizada por el **control de sus respectivas zonas de influencia, las intrigas políticas, el espionaje, la propaganda, la carrera armamentística, y las guerras y golpes de Estado en escenarios localizados y periféricos para evitar la guerra atómica abierta**, en una época conocida como la **Guerra Fría**. Paralelamente, se producirá el despertar y renacimiento del mundo extraeuropeo y extraoccidental (el llamado a partir de entonces "**Tercer Mundo**"), en el conocido proceso de la **descolonización**, lo que dará lugar a una gran cantidad de **nuevos Estados independientes** que se alinearán con uno u otro bloque según las circunstancias.

Finalmente, la larga batalla se decantó del lado estadounidense, dando lugar al inicio de un **nuevo orden geopolítico unipolar** dominado por Estados Unidos (la "**Pax Americana**") que parecía caminar hacia un final de la historia, y que al mismo tiempo, creaba un **nuevo orden geoeconómico** (la **globalización**), que consolidaba el cambio **de un mundo industrial a un mundo postindustrial**. No obstante, en los albores del siglo XXI estamos asistiendo a la paulatina evolución hacia un **escenario geopolítico de nuevo multipolar**, con la emergencia de **nuevas potencias** (China, Rusia, India, Brasil), el retorno del **fundamentalismo religioso** (cristiano, musulmán y judío), la irrupción del **terrorismo global** (yihadismo, salafismo) y el surgimiento de **movimientos políticos sociales** descontentos ante las contradicciones y desequilibrios de la globalización (partidos populistas de extrema derecha, movimientos de indignados, movimientos de izquierda latinoamericanos).

En el terreno de la propaganda, los nuevos sistemas políticos democráticos y autoritarios, así como los movimientos revolucionarios, deberán por primera vez dirigirse al conjunto de las masas para lograr su movilización, participación y adhesión a la causa, y para lograrlo, se beneficiarán de los inventos de la industrialización y la **revolución de los transportes y las comunicaciones** (**fotografía, telégrafo, fonógrafo, micrófono**) para intensificar su acción persuasiva, logrando altavoces de propaganda capaces de lograr efectos hasta entonces inimaginables. A lo largo del siglo XIX, **la prensa alcanzará su plenitud** (innovaciones técnicas, sólida organización empresarial, incremento de las tiradas, nacimiento de las grandes agencias), dando lugar al siglo de oro de la propaganda escrita.

Ya en el siglo XX, la **segunda oleada de industrialización** producirá la aparición de **nuevos medios de comunicación de masas** como el **cine**, la **radio** y la **televisión**, que desplazarán progresivamente a la prensa escrita e inaugurarán una nueva época de **espectacularización de la política**, basada en el **sonido** y en la **imagen**, paulatinamente influenciadas por las **técnicas publicitarias de la nueva sociedad de consumo**. La propaganda política utilizará todos estos nuevos medios de comunicación, tanto en democracias como en dictaduras, lo que unido al nacimiento de la sociología y de la psicología como ciencias, dará lugar a una época de **esplendor de la propaganda**, en la que por primera vez, la planificación propagandística se llevará a cabo de una forma racional, científica y sistematizada, **basada en la investigación, el análisis y los estudios de opinión pública**. Ya en los albores del siglo XXI, la aparición y masificación de las **NTICs (Internet, redes sociales)**, introducirán nuevos medios de propaganda política en la nueva sociedad postindustrial globalizada.



IX. Diplomacia y relaciones internacionales

Tras concluir nuestro viaje en la máquina del tiempo, debemos referirnos también a la dimensión internacional del fenómeno propagandístico. Las denominadas **relaciones internacionales**, un término que ha adquirido una notable importancia en la actualidad, son en esencia las **relaciones de conflicto y cooperación entre individuo y colectividades humanas que trascienden los límites del Estado** (definición de la internacionalista Esther Barbé). Dicha **sociedad internacional** está formada por diferentes actores, divididos esencialmente en Estados, organizaciones internacionales, fuerzas transnacionales y sociedad civil. En términos históricos, se pasó de una sociedad **pre-westfaliana** (caracterizada por la anarquía internacional sin regulación jurídica alguna), a una sociedad **westfaliana** (con el Estado como actor central y eje vertebrador del naciente derecho internacional a través de organizaciones internacionales interestatales). En la actualidad, nos encontramos en un periodo de transición hacia una sociedad **post-westfaliana** (en la que el poder internacional de los Estados se diluye en beneficio nuevamente de las

fuerzas transnacionales y de la sociedad civil, a modo de un “nuevo medievalismo”). Además, en términos de distribución de poder el sistema internacional puede ser **unipolar**, **bipolar** o **multipolar**, en función de si los recursos de poder militar, económico están más o menos repartidos entre las principales potencias mundiales (hoy en día, la mayoría de autores coinciden en que estamos evolucionando de un sistema unipolar a otro multipolar, ante la pérdida de hegemonía estadounidense).

Por su parte, la **diplomacia** es el elemento fundamental de dichas relaciones internacionales, y en términos comunicativos y propagandísticos, juega también un papel protagonista, ya que se trata del **instrumento del Estado para relacionarse e interactuar con otros Estados a nivel internacional**, defendiendo así sus intereses en el exterior. Un buen servicio diplomático (formado por profesionales capacitados, cultos, políglotas, astutos y persuasivos) permite construir relaciones de confianza y mantener alianzas duraderas, otorgando así al país una gran ventaja en términos estratégicos.

El origen del término se encuentra en la palabra griega “diploun” (el clásico diploma plegado y sellado con lacre). Históricamente, la diplomacia evolucionó desde las **embajadas ocasionales** de la Antigüedad y la Edad Media (las pomposas recepciones en el salón de embajadores del lujoso palacio de Medinat al-Zahra en tiempos del Califato de Córdoba para recibir a los emisarios extranjeros carolingios o bizantinos) hasta las primeras **representaciones permanentes** de la Edad Moderna (las embajadas comerciales venecianas enviadas a los distintos reinos del Mediterráneo en el siglo XV). El desarrollo del Estado moderno, y con ello, la consolidación de la sociedad internacional westfaliana hará que **el servicio diplomático se profesionalice** (creación de la Escuela Diplomática Vaticana a comienzos de siglo XVIII), que el protocolo se ritualice aún más y que la diplomacia se convierta en un coto exclusivo de aristócratas durante el siglo XIX y gran parte del XX (“le bon temps de la carrière”, como la denominaron los refinados diplomáticos franceses), llevando al cuerpo diplomático a considerarse la piedra angular de la supervivencia del Estado.

Sin embargo, el actual proceso de globalización está haciendo que la diplomacia tenga que redefinirse en los albores del siglo XXI, no bastando ya con actuar solo sobre los gobiernos de los Estados receptores, sino debiendo hacerse también sobre el conjunto de su ciudadanía, atendiendo específicamente a la comunicación política democrática y digital. Nace así la nueva **“diplomacia pública”**, tendente a **incidir sobre audiencias extranjeras mediante un contacto directo con la población** (industrias culturales, medios de comunicación, programas de intercambio, salones temáticos, redes sociales), con el objetivo de convertir progresivamente a ciudadanos extranjeros en simpatizantes e incluso “fans” del país y, de este modo, en un auténtico ejército de **embajadores involuntarios** que ayuden a crear un clima de opinión social y político favorable a los intereses nacionales.

Como ejemplo de diplomacia pública, destacamos la **estrategia de Japón en torno al manga, el anime, los videojuegos y el j-pop**. Sus logros económicos, sociales y culturales han sido de tal magnitud en el medio plazo que el gobierno japonés decidió organizar una solemne ceremonia para nombrar simbólicamente al pokémon Pikachu como embajador honorario del país del Sol Naciente.



X. Polemología, conflictos armados y guerra psicológica

Pero en numerosas ocasiones, ni siquiera la diplomacia es capaz de evitar los **conflictos internacionales** (derivados de las ya mencionadas rivalidades geopolíticas) y por desgracia, estos acaban degenerando algunas veces en **conflictos armados**. Y en la guerra, mientras que las operaciones militares tienen por objetivo la conquista o la defensa de los territorios y los recursos, las acciones propagandísticas y psicológicas llevan la batalla a un terreno mucho más sutil: el **combate por las mentes y los corazones**. La **guerra psicológica**, la cual podemos definir como el **uso planificado de acciones orientadas a generar opiniones, emociones y comportamientos interesados en grupos extranjeros, neutrales, enemigos y amigos** (definición del sociólogo Maurice Mégret), se ha servido a lo largo de la historia de dos estrategias básicas: las “**estrategias de Ulises**” (el ardid y la propaganda) y las “**estrategias de Tamerlán**” (la disuasión y el terror), según la tipología establecida por el polemólogo François Géré. Ambas estrategias consiguen la conquista de las inexpugnables fortalezas enemigas por medios esencialmente psicológicos, pero mientras las primeras están basadas en la seducción (la sutil estratagema del Caballo de Troya por parte del astuto héroe griego), las segundas están basadas en el miedo (la política de rendición o destrucción del terrible khan mongol).

¿Pero por qué esta necesidad de la guerra psicológica? Nuevamente, vamos a viajar al pasado para retornar fugazmente a los tiempos más remotos de nuestra historia y realizar algunos apuntes de **polemología** (el estudio sociológico de la guerra). En su estado primitivo, el **ser humano fue pacífico** (por decirlo de algún modo, en términos biológicos estamos más cerca del conejo que del león, en cuanto se refiere a nuestra posición en la pirámide alimenticia), y por ende, **nuestro primer instinto es la huida**,

buscando esencialmente la supervivencia. Sin embargo, progresivamente, la necesidad de **ampliar nuestro espacio alimenticio disputando el territorio de caza** (Paleolítico) y, posteriormente, de **defender los primitivos asentamientos y los excedentes de alimentos** (Neolítico), llevó a los grupos humanos a la **extrema territorialización** y al **empleo sistemático y racional de la violencia**, convirtiéndose en un **elemento esencial del poder político** y de aquellos primeros Estados estratificados y jerarquizados. Por ello, si nuestra naturaleza es contraria a la guerra, para llevarla a cabo se requiere en primer lugar de una **preparación psicológica para matar**, o al menos, para justificar las matanzas que otros van a perpetrar, la cual pasa esencialmente por la **activación exacerbada e interesada de ciertos sentimientos** (las primeras columnas de hoplitas griegos, atenienses y espartanos, no hubieran podido soportar el choque mutuo sin una fuerte e intensa preparación psicológica previa).

De este modo, desde las guerras del mundo clásico hasta los actuales conflictos asimétricos, líderes y estrategas se han servido del **arte de la guerra psicológica** para manipular a **enemigos, aliados, neutrales**, e incluso, a su **propia población**, jugando con instintos básicos como la ira, el miedo o la esperanza. Evidentemente, en la actualidad los **medios de comunicación**, como **“guardianes de la puerta”** (metáfora del lingüista Noam Chomsky) con capacidad de filtrar las noticias y elegir qué es lo que existe y bajo qué prisma se presenta (“newsgathering, newsmaking, newsreporting”), y muy especialmente las **agencias de noticias** (suministradoras de la información internacional al resto de medios), juegan también un papel fundamental en dichos procesos de persuasión colectiva en contextos internacionales.

Como ejemplo de guerra psicológica, destacamos la que lleva produciéndose desde hace más de medio siglo en el militarizado Paralelo 38 que divide a las antagónicas Coreas, debido a la instalación a ambos lados de la frontera de potentes **altavoces de propaganda, “armados” con sensuales voces femeninas**, para provocar deserciones en las respectivas filas de soldados, tanto surcoreanos como norcoreanos.



XI. Geopolítica de las religiones y fundamentalismo monoteísta

Y finalmente, por mucho que vivamos en un mundo globalizado y moderno, haríamos muy mal en menospreciar el inmenso poder que aún hoy en día ostenta la religión. Desde el origen de la humanidad, el miedo a la muerte y a lo desconocido generaron la **interpretación trascendente de la naturaleza en base a mitos** por parte del chamán de la tribu prehistórica. Con la creación de los primeros Estados, la religión emerge como la **institucionalización de dicha mítica interpretación por una poderosa casta sacerdotal**, en alianza con la también poderosa casta guerrera (“**Trono y Altar**”, **las dos espadas**).

Podemos considerar por lo tanto a las religiones como **maestros de la propaganda desde hace más de cinco milenios**, ya que al controlar la educación y la cultura, el poder ideológico ha sido a lo largo de los siglos fundamentalmente religioso. A partir de la Ilustración, la **secularización de la sociedad** hizo que las ideologías laicas tomaran el testigo y que paulatinamente la religión fuera relegada a un segundo plano, aunque en ningún caso desapareció. En la actualidad, los grandes religiones de mayor a menor número de fieles a nivel global son **el cristianismo, el islam, el ateísmo-agnosticismo** (en una clasificación de identidad religiosa debemos también incluir a aquellas personas que no tienen creencia religiosa alguna), **el hinduismo, el budismo, la religión sincrética china** (confucianismo, taoísmo) y **el judaísmo**.

A partir de las últimas décadas del siglo XX, asistimos a un peligroso **retorno del fundamentalismo religioso monoteísta** (es decir, cristiano, judío y musulmán). Este fundamentalismo religioso resurge principalmente como una **reacción a la modernidad**, como un **recurso estratégico que siempre ha funcionado**, y que geopolíticamente, está influenciado decisivamente por el resultado de la **Guerra Árabe-Israelí de los Seis Días**, por la anticomunista **Doctrina Brzezinski en Afganistán** y finalmente por los **Atentados del 11-S**, ya que estos tres acontecimientos hicieron tomar un fuerte impulso a los movimientos integristas sitiados en los extremos de cada una de las tres grandes religiones del Libro (bien fuera como acción o como reacción), los cuales a partir de entonces, comenzaron a ganar protagonismo y millones de seguidores, invirtiendo la tendencia de la laicidad (el politólogo Gilles Kepel utiliza la metáfora de la “**revancha de Dios**” para incidir en la reacción religiosa frente a la ciencia y al progreso, mientras que el economista Georges Corn define al fenómeno como el “**recurso a lo religioso**”, es decir, a lo que a lo largo de la historia ha funcionado mejor para defender los intereses políticos y mundanos de siempre).

Las coincidencias entre estos tres fundamentalismos (por mucho que en su propaganda proclamen hacerse la guerra de cruzada entre ellos) son muy perceptibles: **religión política, interpretación literal y estricta de los textos sagrados, demonización de la modernidad y del progreso, condena de la libertad de expresión y sexual, xenofobia, cultura patriarcal, odio a la diversidad y planteamiento marcial de la sociedad** (ideal del “monje-guerrero” medieval). Este proceso de adoctrinamiento fanático sobre sus fieles (propaganda político-religiosa) lleva en ocasiones a algunos de sus más vehementes seguidores a cometer **atentados terroristas**, por lo que como observará el lector, la religión está íntimamente relacionada con la guerra psicológica, más aún si cabe en nuestros días. Además, en términos propagandísticos, las **NTICs** les brindan nuevos canales, medios y posibilidades de difusión, produciéndose el paradójico fenómeno de que estos grupos ultrareligiosos fundan **la ideología más retrógrada con la tecnología más puntera**, como una de las nuevas paradojas de la postmodernidad y del ya señalado nuevo medievalismo.

Como ejemplo de propaganda fundamentalista, destacamos la terrorífica y a la vez espectacular campaña digital del grupo yihadista ISIS, llevada a cabo por expertos en marketing político y que incluye, entre otras cosas, **calculadas y cinematográficas escenografías de macabras ejecuciones en vivo**. No obstante, cabe recordar que el terrorismo yihadista es solamente la punta del iceberg del fundamentalismo religioso.



XII. Conclusión

En resumen, abordar y estudiar todas estas temáticas (**geopolítica, propaganda, guerra psicológica, desinformación, “fake news”**) de forma científica, analítica, reflexiva y crítica, nos ayudará a comprender mejor la realidad comunicativa de los nuevos conflictos nacionales e internacionales de nuestro siglo XXI, más mediatisados aún si cabe en la era del **“infotainment”** y del **“politainment”**, en una sociedad internacional que además cada vez tiende a una mayor heterogeneidad e interdependencia. Al mismo tiempo, estudiar los complejos **mecanismos de persuasión política y de manipulación psicológica** nos será de utilidad para ser más escépticos ante futuros mensajes propagandísticos, vengan de donde vengan.

El intrigante personaje **“Littlefinger”** nos dejaba en uno de los capítulos de la serie **Juego de Tronos** una magistral lección que a nuestro juicio resume muy bien la necesidad de aprender geopolítica, propaganda y guerra psicológica en la actualidad para tratar de **comprender mejor nuestro mundo cambiante**:

“No combatáis en el norte o en el sur Lady Sansa, librad cada batalla dónde sea, siempre, en la mente. Todo el mundo es enemigo, todo el mundo es amigo, y es posible que una serie de sucesos puedan ocurrir a la vez. Vivid así y nada os sorprenderá, todo cuanto acontezca será algo que ya hayáis visto”.

(Petyr Baelish “Littlefinger”)

Miguel Candelas - @MikiCandelas

Polítólogo, experto en propaganda y geopolítica. Profesor de comunicación política en la Universidad de Alcalá. Analista político en diferentes medios de comunicación y revistas especializadas. Autor de los libros "Cómo gritar Viva España desde la izquierda" (2014) y "Juegos de Poder" (2016). Co-autor del juego de mesa "Rex Ibéricus" (2018).

Director, organizador y profesor del curso online "[Geopolítica, propaganda y guerra psicológica](#)", ofertado actualmente por el Centro de Estudios de Geopolítica y Seguridad (CEDEGYS).