


Registration-Inscripción

 Search - Buscador

Operaciones Psicológicas de Guerra

- PSYOP -

por [Ed Rouse](#) (Mil.Ret.)

2002

Del Sitio Web [PsyWarrior](#)traducción de [Adela Kaufmann](#)[Versión original en ingles](#)

**"Capture sus mentes
y seguirán
sus corazones y almas"**

Operaciones psicológicas o [PSYOP](#) son operaciones planificadas para transmitir información e indicadores a seleccionadas a audiencias para influir en sus emociones, motivos, razonamiento objetivo, y en última instancia el comportamiento de las organizaciones, grupos e individuos.

Se utiliza en todos los aspectos de la guerra, es un arma cuya eficacia está limitada sólo por el ingenio del comandante utilizándolo.

Un ganador probado en combate y en tiempos de paz, PSYOP es una de las armas más antiguas en el arsenal del hombre. Es una importante fuerza protectora /multiplicadora del combate y un sistema de armas no letales.

Operaciones psicológicas (PSYOP) o *Guerra Psicológica* (guerra psicológica) es simplemente aprender todo acerca de su objetivo enemigo, sus creencias, gustos, aversiones, fortalezas, debilidades y vulnerabilidades. Una vez que usted sepa qué es lo que motiva a su blanco, usted está listo para comenzar las operaciones psicológicas.

Las operaciones psicológicas pueden definirse en términos generales como el uso previsto de comunicación para influir en las actitudes y el comportamiento humano... crear en los grupos destinatarios comportamiento, emociones y actitudes que apoyen el logro de los objetivos nacionales.

La forma de comunicación puede ser tan simple como la difusión de información de forma encubierta de boca a boca o por cualquier medio de multimedia.

Una campaña de guerra psicológica es una guerra de la mente. Sus armas principales son la vista y el sonido. PSYOP puede ser difundida por la comunicación cara a cara, medios audiovisuales (televisión), medios de audio (radio o altavoces), medios de comunicación visual (folletos, periódicos, libros, revistas y / o carteles).

El arma no es como es enviada, sino el mensaje que lleva y cómo eso afecta el mensaje al destinatario.

Por ejemplo, nuestra bandera de Estados Unidos, cuando se pasa en un desfile,

Música y sonido pueden ser un factor importante en la motivación de la emoción si se asocia con el mensaje correcto. ¿Cuántos de ustedes piensan acerca de la escena de rueda de la cerámica con Patrick Swaytze y Demi Moore en la película "Ghost" cuando escuchas la canción "Unchained Melody"?

Durante mucho tiempo se ha dicho que:

"La pluma es más poderosa que la espada".

Esto es así porque, si se utiliza correctamente, las palabras pueden ser una inspiración para motivar a otros.

Algunos ejemplos:

"Recuerden el Álamo"

"Dame libertad o dame muerte"

"Lamento no tener más que una vida para entregar por mi patria"

"No preguntes lo que tu país puede hacer por ti, pregunta qué puedes hacer tú por tú país"

Ahora, para que las operaciones psicológicas sean eficaces, debe planear cuidadosamente su propaganda. Usted debe asegurarse de que usted sabe todo acerca de su enemigo y que se está dirigiendo a sus creencias y no usando las suyas propias.

Por ejemplo, en el comienzo mismo de Escudo del Desierto, justo después de que Irak invadió Kuwait, [Bush](#) se refirió a [Saddam Hussein](#) como "igual que Adolfo Hitler".

Para los estadounidenses y la mayoría de Europa, esa era una comparación insultante. Sin embargo, mirando a través de los ojos de un soldado iraquí **Adolph Hitler** trató de exterminar a todos los judíos. Irak ha odiado siempre a Israel.

Hitler expulsó a las fuerzas británicas y francesas que habían ocupado durante mucho tiempo el Oriente Medio. Así que con la propaganda de la derecha, la comparación podría interpretarse que Saddam, como Hitler, odia a Israel y quiere evitar que la influencia infiel occidental contamine el medio oriente. Esto sería un halago no un insulto.

En el reverso, a sabiendas de que las creencias de su enemigo pueden funcionar para usted.

Por ejemplo, ¿recuerda usted cuando Saddam Hussein transmitió imágenes en directo de su "escudos humanos", la mujer y los hijos de los occidentales que estaban en Irak cuando estalló la guerra?

El Corán, establece que uno puede hacer lo que hace con su enemigo, pero que no debe perjudicar a su familia, (esposa e hijos). Las acciones de Saddam nos permitieron demostrar que era un cobarde, escondiéndose detrás de personas inocentes e ignorando las leyes musulmanas que él tan rápido decía estar defendiendo.

¿Cómo se llega a conocer a su enemigo? Los informes de inteligencia, estudios de la zona, en la investigación de campo, los desertores, ayuda nativa, e incluso a los prisioneros de guerra enemigos todos son fuentes de información.

Cuando se desarrollaron folletos durante la Tormenta del Desierto, estos fueron probados en prisioneros de guerra enemigos cooperativos (prisioneros de guerra enemigos.)

Algunas de las recomendaciones para cambios en las ilustraciones del folleto realizados por estos prisioneros de guerra enemigos fueron: eliminar cualquier rastro de color rojo (una señal de peligro para los iraquíes), mostrar soldados aliados con barba barbilla en lugar de rostros afeitados (las barbas transmiten confianza y fraternidad en la cultura iraquí), y añadir bananas en un tazón de fruta se mostraba siendo ofrecida a los Iraquíes que se rendían (los bananos son una gran delicatessen en Irak).

También, una ilustración que representa a un iraquí rindiéndose y pensando en su familia en casa confunde a los prisioneros de guerra enemigos. "Las burbujas del pensamiento" son bien conocidas en la cultura occidental, pero prácticamente desconocidas para los iraquíes. La ilustración fue dejada caer.

desde el canto de un hermoso niño hasta el más extraordinario tipo de sabotaje físico.

Se usa durante tiempo de paz, contingencias y para declarar la guerra, estas actividades no son una forma de fuerza, pero son multiplicadores de fuerza que utilizan medios no violentos en ambientes a menudo violentos.

Persuadir más que convencer físicamente, se basan en la lógica, el miedo, el deseo u otros factores mentales para promover emociones específicas, actitudes o comportamientos. El objetivo último de las operaciones psicológicas militares estadounidenses es la difusión de información veraz al público extranjero en apoyo de la política de Estados Unidos y los objetivos nacionales para convencer a enemigos, y las naciones y fuerzas amigas neutrales para tomar medidas favorables a los Estados Unidos y sus aliados.

Ahora, por favor tenga en cuenta que he dicho anteriormente que las operaciones psicológicas como llevada a cabo por los militares estadounidenses es la diseminación "veraz", no propaganda, que se clasifica como "blanco, gris o negro".

Ahora ¿cuál es la diferencia entre PSYOP y la propaganda?

Un memorándum preparado por el Jefe de las Fuerzas de Campo del Ejército en Fort Monroe, Virginia, en septiembre de 1953 explicó brevemente la diferencia entre propaganda "gris", mensajes de difusión con el objetivo de,

"evitando la identificación", y la propaganda "negra", que implica "la atribución a una fuente que no es la verdadera."

Un conjunto más reciente de definiciones, según los informes utilizados por el ex jefe de la CIA **William Colby** y citados en al menos una publicación comercial, los llama muy certeramente mensajes atribuidos y no atribuidos de propaganda "blanca", mientras que los mensajes falsamente atribuidos a un tercero se consideran "grises".

El término "propaganda negra" se reserva para aquellos materiales "plantados por los Estados Unidos, pero de tal manera que parece ser el producto o incluso un documento interno del grupo objetivo."

En otras palabras, la "propaganda negra" no es más que una forma de subversión intelectual y política.

Históricamente, la aplicación de las operaciones psicológicas en una u otra forma ha demostrado ser casi tan esencial para librar con éxito de la guerra como el uso de mano de obra y armamento.

Sin embargo, a pesar de su larga historia de funcionamiento exitoso, la posibilidad de utilizar el poder de la persuasión a través de operaciones psicológicas como un multiplicador de fuerza para lograr los objetivos nacionales con un mínimo de destrucción, ha sido reconocido por sólo el más perspicaz de los líderes militares y estadistas.

Por otra parte, ha sido desde la Segunda Guerra Mundial que el PSYOP ha entrado en su cuenta como un efectivo sistema de arma.

Los pasos de gigante realizados en el área de ciencias de la conducta, que ahora nos permiten conocer y entender por qué las personas se comportan como lo hacen, combinado con el desarrollo y perfeccionamiento de las comunicaciones de medios de comunicación, se han multiplicado en gran medida la capacidad y el valor de PSYOP como medio de alcanzar nuestros propios objetivos nacionales y sin derramamiento de sangre innecesario.

Un análisis de los conflictos recientes ha demostrado el valor de las operaciones psicológicas/de guerra dentro y fuera del campo de batalla.

Como resultado, las autoridades militares están empezando a aceptar el hecho de que las operaciones psicológicas es un arma de combate muy especial ... una que cada comandante militar debe considerar emplear, y defenderse a en contra, si quiere cumplir su misión con pérdidas mínimas.

Este reconocimiento de la importante función de PSYOP ha dado lugar a su integración en muchos programas de formación y ejercicios tácticos, así como la razón de un empleo PSYOP en todas las operaciones militares futuras.

Las Operaciones psicológicas en Estados Unidos consisten en tres tipos distintos:

El PSYOP táctico se dirige a un grupo específico de combate enemigo, para inducirlos a realizar una acción específica que afectará a la situación de combate actual o de corto alcance.

Dirigido a un público más amplio, el PSYOP estratégico se pone en práctica por una campaña cuidadosamente planeada contra un público objetivo mayor que aquel hacia el cual es dirigido el PSYOP táctico.

Misión de Consolidación de PSYOP es ayudar a las autoridades civiles y militares en la consolidación de sus ganancias, mediante el establecimiento y mantenimiento de la ley y el orden, y restableciendo el gobierno civil en una zona ocupada o liberado.

Los tres tipos de operaciones psicológicas - tácticos, estratégicos y de consolidación - se pueden emplear para producir los siguientes efectos deseados:

1. Reducir la eficiencia y moral de combate dentro de las filas del enemigo.
2. Promover la disensión masa dentro y deserciones de las unidades de combate enemigas y / o cuadro revolucionario.
3. Apoyar nuestras propias y aliadas operaciones fuerzas de cobertura y de engaño.
4. Promover la cooperación, la unidad y la moral dentro de las unidades propias y aliadas de uno, así como dentro de las fuerzas de resistencia tras las líneas enemigas.

Ahora las operaciones psicológicas (PSYOP) no son una nueva táctica militar por cualquier medio. Hay numerosos ejemplos del uso de la guerra psicológica a través de la historia.

Los siguientes son algunos ejemplos históricos que ilustran el logro de cada uno de estos cuatro objetivos.

Quizás uno de los ejemplos más tempranos de Guerra Psicológica se atribuyó a **Alejandro Magno** de Macedonia.

Alejandro había conquistado la mayor parte del mundo conocido durante su reinado. Con cada región que conquistó dejó detrás soldados para mantener el control de la zona recién conquistada.

Eventualmente, llegó un punto en que Alexander se dio cuenta de que él había extendido su ejército demasiado delgado y ahora estaba en peligro de perder a una gran fuerza de oposición. La única opción de Alejandro fue retirarse y reagrupar fuerzas con los ejércitos que dejó atrás. Sin embargo, para ello sin duda tendría que incitar a la fuerza de oposición a perseguirlo y muy posiblemente capturarlo o derrotar a su ejército ahora más pequeño.

Alexander sabía que si él pudiera intimidar a la fuerza de oposición estarían asustados de seguir a su ejército.

Alexander instruyó a sus armeros de hacer varias corazas y cascos de armadura de gran tamaño que se adaptasen a "gigantes", hombres de 7 a 8 pies de altura. Cuando Alejandro y sus fuerzas se retiraron durante la noche, ellos dejaron atrás la armadura de gran tamaño.

La armadura de gran tamaño fue, por supuesto, encontrada por la fuerza de oposición que entonces creían que habían estado a punto de participar en una batalla con gigantes. Una batalla que seguramente habrían perdido.

La armadura de gran tamaño junto con las historias que habían oído de los viajeros, de la barbarie del ejército de Alexander causó suficientes dudas y miedo, que ellos eligieron no seguir persiguiendo el ejército de Alejandro.

Sun Tsu, reconocido como uno de los más grandes estrategas militares de todos los tiempos, defendió enérgicamente el uso de la guerra psicológica como un multiplicador de fuerza.

Sun Tsu [escribió](#) (página 8) que:

Capturar todo el ejército del enemigo es mejor que destruirlo; tomar un regimiento intacto, una compañía o un escuadrón es mejor que destruirlos.

Ganar cien victorias en cien batallas no es el colmo de la habilidad. Someter al enemigo sin luchar es la suprema excelencia. Por lo tanto, lo que es de suma importancia en la guerra es

Sun Tzu entiende que, dada la oportunidad, un adversario se rinde a un jefe superior antes del conflicto.

Con el fin de tener la oportunidad de ser el líder superior, PSYOP debe coordinarse e incluirse en la planificación inicial y ser implementado antes de los conflictos. Si comienzan las hostilidades, la correcta aplicación de PSYOP puede poner fin al conflicto antes de lo previsto de otro modo que el esperado.

PSYOP es un multiplicador de fuerzas y ahorro de recursos.

El líder mongol **Genghis Khan** era ampliamente conocido por liderar hordas de jinetes salvajes a través de Rusia y en Europa.

Si bien no es totalmente infundada, la imagen de los mongoles de total y bárbara dominación fue grandemente mejorada por el uso de Khan de PSYOP, engaño, seguridad operativa (OPSEC), y orientación en el proceso de toma de decisiones de sus adversarios.

"Los agentes de influencia" fueron enviados con antelación a sus ejércitos para hacer PSYOP cara a cara, contando de la brutalidad y grandes números del ejército mongol. Khan también utiliza el engaño para crear la ilusión de números invencibles utilizando maniobras rápidas de tropas, para que su ejército se viera más grande de lo que realmente era.

Tenía una red de jinetes llamados "corredores de flecha" para comunicarse rápidamente con sus comandantes, y él les apunta a los mensajeros enemigos para prevenir que los comandantes enemigos se comuniquen entre sí.

Todas estas acciones causaron una debilidad en la psique de su enemigo, y los mongoles eran temidos por dondequiera que iban.

Segunda Guerra Mundial

Las operaciones psicológicas fueron ampliamente utilizadas por todas las partes durante la Segunda Guerra Mundial.

Adolf Hitler llegó al poder mediante la explotación de la insatisfacción de los partidarios de los partidos tradicionales de izquierda y derecha, por insistir en el fracaso de estas partes en resolver los problemas creados por las condiciones impuestas a Alemania por el Tratado de Versalles.

Luego presentó el nacionalsocialismo como un movimiento capaz de unir a los nacionalistas conservadores con los socialistas internacionales, las clases profesionales con las clases trabajadoras al servicio de la nación. Los discursos que pronunció instaron orgullo y unidad nacional y colocaron la culpa de todos los problemas de Alemania sobre otros.

Sus técnicas de oratoria y el uso de la propaganda le dieron un agarre verdaderamente hipnótico sobre las masas alemanas. Después de tomar el cargo de dictador, los alemanes continuaron utilizando la propaganda tanto para unir Alemania como para intimidar a sus enemigos.

Los programas de radio se convirtieron en un importante medio de propaganda que pasa al enemigo. Japón utilizó a la famosa "Rosa de Tokyo - [Tokyo Rose](#)" para transmitir música, propaganda, y palabras de desaliento a nuestras fuerzas aliadas.

Los alemanes utilizaron a **Mildred Gillar**, mejor recordada como el "[Eje Sally](#)". Los estadounidenses utilizaron el engaño y las operaciones psicológicas para convencer al alto mando alemán que la invasión del Día D no iba a ser lanzada en Normandía, sino en Calais.

Sin embargo, el mejor y más innovador uso de la guerra psicológica debe atribuirse a una transmisión de radio por la *British Broadcasting Corporation* (BBC). Durante el período de mayo a septiembre de 1940, cuando la invasión alemana de Inglaterra parecía inminente, un programa regular de radio de la BBC, fácilmente escuchada y a menudo oída por los alemanes, comenzó una serie de lecciones de inglés para los aspirantes a invasores.

... por lo que será mejor si usted aprende algunas frases útiles en inglés antes de visitarnos. Para su primera lección, tomamos 'KANALÜBERFAHRT'. El cruce del canal."

"Ahora, sólo tiene que repetir después de mí: 'DAS BOOT SINKT.' El barco se está hundiendo. El barco se está hundiendo"

"DAS WASSER IST KALT. El agua está fría. SEHR KALT. Muy fría"

"Ahora voy a darle un verbo que debería ser muy útil. Una vez más, por favor repita después de mí. ICH Brenne. Me estoy quemando. Du Brennst. ER BRENNT - él se está quemando. WIR BRENNEN. Nosotros nos estamos quemando. IHR BRENNT Ustedes se están quemando".

Esto fue un material bastante en bruto: pero resultó eficaz.

Las frases sobre la quema en el Canal Inglés parecían confirmar los rumores intensivos ya siendo diseminados por agentes británicos en el continente que los británicos habían perfeccionado un aparato con el que se iban a crear incendios en el Canal y en las playas inglesas cuando Hitler lanzara su invasión.

Aunque no era cierto, los rumores fueron tan bien planeados y hábilmente distribuidos que a día de hoy, muchos alemanes les creen. Documentos encontrados después de la guerra confirmaron que el Alto Mando alemán creyó que los británicos tenían un plan viable para incendiar el Canal Inglés.

Las operaciones encubiertas y de engaño son asuntos complejos e intrincados, que implican invariablemente muchos talentos, técnicas y recursos.

Tal vez la operación de encubrimiento y engaño más ambiciosa y espectacular de los tiempos modernos fue el esfuerzo de los Aliados para convencer al alto mando alemán que la próxima invasión aliada de Europa se produciría a través de las playas, cerca del Paso de Calais, en lugar de las estrechas franjas de arena y acantilados de Normandía cerca de 100 cien millas de distancia.

Mediante el empleo imaginativo de operaciones psicológicas de los aliados, crearon el ficticio "Grupo de Ejército Patton", que estaba dispuesto a atacar a través del Canal Inglés a los alemanes el 15^{avo} Ejército Panzer defendiendo el Paso de Calais.

Esta artimaña convenció a los estrategas y planificadores alemanes que el asalto aliado sería encabezado en el Paso de Calais por un ejército bajo el mando del teniente general George S. Patton, a quien muchos consideran nuestro mejor comando de combate.

Como resultado, la mayor concentración de poder de combate alemán en Francia se posiciona en el Paso de Calais, a la espera de Patton.

Incluso después de que la invasión aliada llegó a Normandía, Hitler no permitiría el despliegue del 15^a Ejército de Tanques desde el Paso de Calais. Hitler seguía convencido de que la invasión de Normandía fue sólo el preludio de la invasión real. El 15^o Ejército de Tanques esperó en vano en el Paso de Calais durante casi siete semanas al Grupo de Ejércitos Patton, una invasión que nunca habría de venir.

El general del Ejército Omar Bradley se refirió más tarde a esta operación como "el mayor engaño de la guerra". En cuanto al ejército alemán, que nunca se recuperó de los reveses puestos en marcha por su retraso en la liberación del 15^o Ejército de Tanques.

El siguiente ejemplo se refiere al cuarto objetivo de las operaciones psicológicas, es decir, su uso para promover la cooperación, la unidad y la moral dentro de las unidades amigas y personas, así como dentro de las fuerzas de resistencia tras las líneas enemigas.

Durante la Segunda Guerra Mundial, la supervivencia misma de la Unión Soviética se debió en gran parte a la capacidad de Stalin para atraer y movilizar el patriotismo emocional del pueblo ruso.

Con su régimen tambaleándose bajo los golpes de la guerra relámpago alemana en 1941, Stalin percibió que las abstracciones ideológicas y lugares comunes comunistas, que el Partido había arrojado en la mente de su público interno cautivo desde que asumió el control en 1918, eran relativamente estériles y no tuvo el impacto emocional y espiritual necesario para fortalecer al pueblo ruso por su lucha contra los ejércitos de Hitler.

https://www.bibliotecapleyades.net/sociopolitica/esp_sociopol_mindcon85.h

Go

MAY DEC JUN

11

2017 2018 2019



▼ About this capture

[18 captures](#)

21 Oct 2015 - 19 Jun 2019

Las dos instituciones rusas con las raíces más profundas en el pasado, el Ejército y la iglesia, fueron cultivadas por los propagandistas de Stalin como nunca antes en la historia soviética. Los logros históricos de los ejércitos rusos eran glorificados. Las distinciones de jerarquía de la iglesia y de clase fueron devueltas a las normas pre-revolución.

Incluso el periódico oficial, "Pravda", dejó caer su lema marxista, "TRABAJADORES DEL MUNDO, UNIDOS," y sustituido el lema abiertamente nacionalista, "MUERTE AL INVASOR ALEMÁN."

La lucha que siguió fue y todavía es conocida oficialmente en la historia soviética como "La Gran Guerra Patriótica".

Así vemos cómo incluso **Josef Stalin**, uno de los dictadores más testarudos del siglo 20, se dio cuenta de que sus armas militares convencionales solas no eran suficientes para hacer frente al desafío de los ejércitos alemanes.

En retrospectiva, podemos ver que la elección de utilizar operaciones psicológicas para aumentar sus fuerzas militares convencionales, probaría jugar un papel importante en el mantenimiento de la supervivencia de su régimen comunista durante tantos años.

Corea

Habiendo aprendido la eficacia de las transmisiones de radio y folletos durante la Segunda Guerra Mundial, la rama del Comando de la armada estadounidense en el lejano este de Pequeños Proyectos Especiales de la División de la Sede G-2 (Inteligencia), comenzó las transmisiones de radio y dejó caer prospectos sobre la República de Corea del Sur inmediatamente después de la Invasión de Corea del Norte a través del paralelo 38 en junio de 1950.

Más tarde, durante el otoño de ese año, la primera empresa de Altavoces y Folletos llegó a Corea del Sur. Esta unidad podría servir como la 8ª unidad táctica de arma de guerra psicológica del ejército hasta el final de la guerra en 1952.

La empresa del 1^{er} altavoz y Folletos utilizaba tanto vehículo como aviones con altavoces montados para conseguir hacer escuchar sus mensajes verbales. Sin embargo, como en las guerras estadounidenses anteriores, los folletos eran todavía el principal medio.

Los temas de los folletos Guerra de Corea se centran en torno al,

"POW feliz", "Los buenos soldados-malos líderes", "entrégate y serás bien tratado", "podemos aplastarte," y nostalgia del hogar, la familia y la mujer.

Vietnam

Operaciones psicológicas fueron utilizadas por ambos lados.

Muchos de GI pueden recordar a la célebre "[Hanoi Hannah](#)", que como "Tokyo Rose" de la Segunda Guerra Mundial transmitieron un programa diario de radio donde interpretaba música, junto con la opinión de las noticias del norte y los mensajes de desaliento a nuestras tropas.

Los estadounidenses respondieron con sus propios programas de radiofolletos.

En Vietnam, los Estados Unidos llevó a cabo ataques aéreos contra objetivos militares y estratégicos relacionados con militares, en parte por efecto psicológico. El objetivo psicológico principal de estos ataques era persuadir a los líderes enemigos de negociar un pronto fin a los conflictos en términos aceptables para los Estados Unidos.

Estos incluyen el gobierno enemigo de:

- acceso a apoyo y santuario de los poderes externos, permitiendo que el enemigo siga luchando incluso cuando sus instalaciones de producción relacionadas con la guerra indígena habían sido destruidos.
- fuerte compromiso con los objetivos o causas que originaron el conflicto con los Estados Unidos.
- disposición a absorber enormes pérdidas humanas y materiales.
- capacidad de mantener el apoyo interno para el esfuerzo de guerra y/o suficiente seguridad interna para reprimir cualquier oposición potencial.
- percepción de que los posibles beneficios de un conflicto continuado superarían los costes derivados de los bombardeos estadounidenses.

Después de haber hecho ya lo que consideran ser sus concesiones máximas factibles en las conversaciones de paz de Vietnam, los Estados Unidos recurrió a la escalada o a la amenaza escalada para llevar las negociaciones a cierre.

Una severa escalada estadounidense o amenaza de escalada era necesaria para extraer concesiones comparativamente modestas de ambos enemigos.

En Vietnam, Washington tuvo que emplear masivos B-52 y masivos caza-bombarderos sobre Hanoi y Haiphong para obligar a los comunistas a completar un acuerdo de paz, las disposiciones clave de los cuales ya habían aceptado.

Los comunistas llegaron a un acuerdo sólo después se habían estancado sus fuerzas militares en el campo de batalla.

Antes de los asentamientos, las fuerzas comunistas en Vietnam habían montado grandes ofensivas, la derrota de las cuales los dejaron sin perspectivas de mayores ganancias militares inmediatas.

Operación Causa Justa - Panamá

En la Hora-H, el Regimiento de Infantería 1-508 [Abn](#) tenía la misión de asegurar Ft. Amador, una instalación compartida por los EE.UU. y la *Panama Defense Force* - PDF.

Debido a la necesidad de OPSEC, dependientes americanos no podían ser evacuados antes del ataque. Esta complicación, y la necesidad de minimizar las bajas enemigas y los daños físicos, hicieron de los equipos de altavoces PSYOP, desde el primer Bn, el cuarto PSYOP Gp, un activo clave.

El batallón selló la porción PDF del Fuerte Amador y se aseguró de que todos los no combatientes estuvieran a salvo.

Después de la luz del día, el grupo de trabajo se dedicó a asegurar sistemáticamente la zona. Cuando las apelaciones iniciales no lograron persuadir al PDF de rendirse, el comandante modificó las emisiones. A los de la resistencia se les advirtió que la resistencia era inútil ante la abrumadora potencia de fuego y una serie de manifestaciones tuvo lugar, la escalada de armas pequeñas a 1 rondas obús de 105mm.

Transmisiones posteriores convencieron al PDF a renunciar.

Todo el proceso permitió que el Fuerte Amador fuera asegurado, con pocas bajas y daños mínimos.

La Guerra del Golfo

La Guerra del Golfo trajo un nuevo significado a la utilización de multimedia en las operaciones psicológicas.

bombardado dentro de las veinticuatro horas, y tuvo que rendirse para evitar la destrucción.

Durante un período de siete semanas, 29 millones de folletos de más de 100 folletos diferentes se difundieron, alcanzando aproximadamente el 98% de las 300.000 tropas.

El cuarto grupo PSYOP comenzó a transmitir la red de radio "VOZ DEL GOLFO" el 19 de enero de 1991. Es operado continuamente a través de 01 de abril 1991 con más de 210 horas de transmisión en vivo y 330 horas de programas pregrabados.

Un total de 2072 artículos de prensa se emitieron junto con 189 mensajes PSYOP.

La voz de la red GOLFO consistía de,

- un transmisor AM 50 KW ubicada en Abu Ali, Arabia Saudita transmisiones el AM 1134
- un transmisor 10KW AM ubicado en Qaisumah, Arabia Saudita transmisiones el AM 1179
- un transmisor 1KW FM ubicada en Qaisumah, Arabia Saudita radiodifusión en FM 87.5
- dos aviones Volant Solo EC-130 de la radiodifusión 193a Grupo de Operaciones Especiales en AM 690 y FM 88.5 y 87.9

Por supuesto, como algunos de las otras grandes guerras, Irak decidió utilizar a una mujer, "Bagdad Betty", para llevar a cabo transmisiones de propaganda para disuadir y desilusionar a su enemigo.

Desafortunadamente para Irak, se olvidaron de que un programa de guerra psicológica verdaderamente efectivo debe tener la entrada de psicólogos clínicos altamente calificados "que se especializan en la dinámica inconsciente de la conducta humana y la motivación " y que están bien informados sobre los" valores y costumbres de las diferentes culturas".

Tal experiencia es esencial para la "selección de un concepto culturalmente apropiado y efectivamente persuasivo, y el tema basado en valores", que es el corazón de cualquier PSYOP.

En una de sus primeras transmisiones, en Bagdad Betty advirtió a los soldados estadounidenses que escucharan que mientras estaban en el desierto de Arabia Saudí, sus esposas y novias estaban durmiendo con Tom Cruise, Tom Selleck y Bart Simpson.

Ahora era bastante ridículo para inferir que nuestras esposas y novias se dejan seducir por dos estrellas de cine, pero por su incapacidad para hacer una investigación exhaustiva sobre la cultura estadounidense, Betty perdió cualquier posibilidad de credibilidad diciendo a nuestros soldados que un personaje de dibujos animados estaba seduciendo a nuestras mujeres de vuelta a casa.

Durante la Tormenta del Desierto el 4º Grupo PSYOP envió a 71 equipos de altavoces tácticos.

Estos equipos proporcionan apoyo a USARCENT (tanto XVIII Cuerpo Aerotransportado y VII Corps), USMARCENT y USSOCENT. Equipos de altavoces difunden llamamientos de rescate, acoso y grabaciones de engaño. La mayoría de los equipos de altavoces tenían lingüistas árabes, egipcios o kuwaitíes saudíes adjuntos para ejecutar las transmisiones en vivo como dictaba la situación.

Equipos de altavoces también fueron empleados de manera innovadora para el control de prisioneros en los campos de prisioneros de guerra enemigos con transmisiones destinadas a lograr la pacificación prisionero y subrayar la autoridad de la Policía Militar.

Uno de los mejores ejemplos de la utilización con éxito de altavoces se produjo durante la Guerra del Golfo. La coalición aliada aisló eficientemente, tanto física como psicológicamente, un gran elemento de las fuerzas iraquíes en Faylaka Island. En lugar de reducir la isla por asalto directa, un equipo táctico PSYOP del noveno batallón PSYOP a bordo de un helicóptero UH-1N, voló misiones de altavoces aéreos alrededor de la isla con artillados cobra proporcionando escolta.

El mensaje dijo al adversario abajo que se entregara al día siguiente en formación en la torre de radio.

Al día siguiente, 1,405 iraquíes, entre ellos un oficial general, esperó en la formación en la torre de radio para rendirse a las fuerzas marinas sin haber sido disparado un solo disparo.

¿Qué tan exitosa fue la campaña PSYOP de Estados Unidos en la Tormenta del Desierto?

Tal vez el mejor testimonio de la eficacia de PSYOP estuvo a cargo de un general iraquí cuando afirmó que: "El PSYOP... era una gran amenaza para la moral de la tropa, sólo superada por la campaña de bombardeos de la coalición".

Por lo tanto, las operaciones psicológicas son antiguas.

Vimos a partir de ejemplos históricos, lo táctico, estratégico y de Consolidación que los PSYOP pueden cubrir en el corto alcance, largo alcance y las fases de recuperación de la guerra,

- para reducir la moral del enemigo y combate
- promover la disensión dentro y desertiones de las filas enemigas
- apoyar las operaciones de cobertura y engaño
- promover la unidad, la cooperación y la moral dentro de nuestro propio ejército y los de nuestros aliados
- proporcionar asistencia doméstica significativa para los grupos y las comunidades menos afortunadas

¿Por qué entonces, usted puede preguntar, el valor de las operaciones psicológicas ha tomado tanto tiempo para recibir un reconocimiento general, y por qué es potencial aún no es reconocido?

Parte de la respuesta a esta pregunta fue cubierto anteriormente en nuestra presentación, cuando se discutió que aunque las operaciones psicológicas ha sido utilizadas por varios líderes militares durante los siglos, ha sido solo recientemente, con los mayores avances en ciencias de la conducta y de comunicación de masas, que el PSYOP ha entrado en su cuenta como un eficiente sistema de armas de un gran potencial.

Otra parte de la respuesta a esta pregunta está en la actitud de la gente hacia las operaciones psicológicas. Para algunos, produce imágenes de comunicación controladas por el gobierno/medios de comunicación, contando a las personas sólo lo que el gobierno quiere que ellos escuchen.

Para otros, se plantea el fantasma horrible de **Joseph Goebbels**, ministro de propaganda de Hitler, la práctica de la técnica de la "gran mentira" que se ha convertido erróneamente en sinónimo de "propaganda". Sin embargo para otros, la sola mención de las operaciones "psicológicas" o de guerra invoca visiones de "control mental" a través de algunos medios misteriosos de lavado de cerebro.

Debe quedar claro que las operaciones psicológicas modernas, o PSYOP, no son ninguna de esas cosas.

Por el contrario PSYOP no es muy diferente de la publicidad pública a la que todos estamos expuestos donde quiera que vayamos, todos los días, por todo tipo de medios de comunicación. Sin embargo, la connotación negativa que algunas personas atribuyen a la palabra psicológica "impide a muchas personas reconocer la simple verdad.

Todo el mundo sabe que si usted no tiene un buen producto para vender, la gente no continuará comprándolo, sin importar cuánto se anuncia.

Lo mismo se aplica a los puntos de vista divulgados a través de la utilización de operaciones psicológicas. Por lo tanto no tenemos ninguna razón para temer a las PSYOP, pero sí tenemos muchas razones para respetarla por lo que puede hacer.

Por la aplicación de técnicas de PSYOP de sonido, a través de las comunicaciones cara a cara y medios de comunicación, hemos demostrado, una y otra vez, que podemos apelar a la inteligencia, la razón y las emociones de nuestro público objetivo de conseguir que piensen y actúen como deseamos.

- Si estas personas están disparando contra nosotros, podemos persuadirlos a que depongan las armas.
- Si nos temen, podemos convencerlos de que no tienen nada que temer.
- Si son beligerantes y poco cooperativos, podemos mostrarles el valor de la unidad y la cooperación.

Por último y más importante, la utilización del PSYOP puede prevenir un innecesario derramamiento de sangre, destrucción y miseria.

https://www.bibliotecapleyades.net/sociopolitica/esp_sociopol_mindcon85.h

Go

MAY DEC JUN

11

2017 2018 2019



▼ About this capture

[18 captures](#)

21 Oct 2015 - 19 Jun 2019

...militares, actividades económicas e ideológicas utilizadas por el gobierno de Estados Unidos para asegurar los objetivos nacionales.

La misión de proveer operaciones psicológicas para los militares estadounidenses hoy recae en Asuntos Civiles del Ejército de Estados Unidos y en el Comando de Operaciones Psicológicas en Fort Bragg, Carolina del Norte.

Regresar a Control Mental
Regresar a Temas / Las Traducciones de Adela Kaufmann