

LOS METODOS SOVIETICOS DE PROPAGANDA Y DESINFORMACION

por JAMES M. GOLDSMITH* **

I

La libertad de prensa es fundamental para la protección del ciudadano contra el poder del Estado. Es un prerequisite para la libertad. Debemos luchar incondicionalmente en favor de ella.

Pero, ¿cómo deberíamos reaccionar cuando aliados de un sistema totalitario tratan de emplear la libertad de nuestra prensa como una pantalla protectora, tras la cual pueden conspirar para destruir la libertad misma? ¿Es el remedio la inhibición de la libertad de expresión? No. Al contrario. El remedio consiste en más investigación, más información y más publicación de la verdad. Y que cada uno de nosotros, cada uno a su manera, atraiga la atención hacia los hechos. Ese es el propósito que tengo hoy.

Hay lecciones que aprender del conflicto entre Cartago y Roma. Los cartagineses eran un gran pueblo semítico. Cuando lo necesitaban, sabían luchar. Su general más grande, Aníbal, condujo a sus tropas a la victoria en batallas contra Roma. Pero los cartagineses eran una civilización mercantil. Eran comerciantes y mercaderes e interpretaban los motivos de los romanos de acuerdo a la lógica mercante. Roma era diferente. Su propósito era la conquista militar y la expansión del imperio. Esto nunca lo pudieron comprender los cartagineses, y a la postre Cartago fue destruida.

Hoy en día, en Occidente somos como Cartago y Moscú como Roma. Parecemos incapaces de comprender la manera de pensar del Kremlin. Somos comerciantes y queremos conducir nuestros asuntos en paz. Tratamos de establecer nuestras políticas sobre la premisa de que los soviéticos desean hacer lo mismo. Cada vez que ellos se embarcan en una nueva ofensiva de "paz", demasiados de nosotros reaccionamos con un ansia lastimosa de olvidar que ella no constituye más que una modulación de sus tácticas, y no un cambio en su estrategia fundamental.

Sin embargo, esto no nos debería resultar difícil de percibir. La Constitución de Brezhnev de 1977 estipula muy oficialmente que la meta de la Unión Soviética —en realidad su deber— es extender el sistema comunista a todos los países del mundo, sin excepción. La Doctrina Brezhnev sostiene que una vez que el comunismo se establece en un país, se torna irreversible. La URSS emplearía medios militares para intervenir en cualquier país donde la dominación comunista se vea amenazada. Por otro lado, este tipo de dominación se debe establecer en los países no comunistas. Para lograr esto, la Unión Soviética apoyaría "guerras de liberación nacional" apadrinando fuerzas revolucionarias locales y conduciéndolas al marxismo-leninismo. La Doctrina Brezhnev significa que el movimiento sólo puede ir en una dirección.

* JAMES M. GOLDSMITH: Propietario y Director de la revista francesa *L'Express*.

** Artículo publicado en Artes y Letras del diario *El Mercurio* los días 2 y 9 de noviembre de 1986.

No obstante, muchos de nosotros aún queremos creer que los problemas que nos separan se pueden resolver mediante negociación y buena voluntad mutua. Pero, desafortunadamente, debemos darnos cuenta que no podremos encontrar paz duradera mediante la negociación, ya que aquello que los soviéticos realmente desean no lo podemos negociar. No podemos cederles el derecho a la progresiva conquista imperial. No podemos renunciar a nuestra libertad en una negociación. Debemos hacer frente al hecho de que el antagonismo entre nuestras dos civilizaciones no es superficial, sino fundamental, y que estamos condenados a este estado de cosas en el largo plazo. No existe ninguna solución fácil, ninguna salida rápida. El único camino hacia la paz es haciendo todo lo necesario para que ambos bandos se den cuenta de que la guerra no se puede ganar.

Como resultado del poder defensivo de Occidente, los soviéticos reconocen que su estrategia actual más efectiva no consiste en el conflicto armado, sino en debilitarnos desde dentro.

Si pueden hacer que perdamos la confianza, confundamos nuestro sentido de propósito y que nuestra resolución para defendernos se debilite, pueden triunfar sin conflicto armado.

Esa ha sido su estrategia en Europa. Su plan es claro:

- obtener una arrolladora superioridad militar, incluyendo la nuclear, de modo de permitirles ejercer chantaje político;

- intentar separar a Estados Unidos y Europa y, de ese modo, estimular el retiro de las tropas norteamericanas del Viejo Continente. Esto eliminaría la participación automática de los EE.UU. en una guerra europea, aislando a Europa;

- alcanzar poder político sustancial en cada país europeo, ya sea por intermedio de los partidos comunistas locales, o mediante la infiltración de sus partidos socialistas;

- penetrar y, si es posible, dominar los centros claves de poder y, más especialmente, los sindicatos, los medios de comunicación, el servicio civil, etcétera.

Si logran todo esto, Europa caerá como una fruta madura.

Sus métodos han sido igualmente claros. Políticamente, han establecido partidos comunistas en cada país. En Italia, Francia, Grecia y Portugal, por ejemplo, éstos han alcanzado un tamaño sustancial, acumulando entre 12 y 30 por ciento de los sufragios. Pero dondequiera que los candidatos del partido comunista no logran el éxito en las urnas, cambian de color y adoptan el camuflaje del socialismo. Penetran en los partidos socialistas locales.

Recientemente, en Gran Bretaña, se levantó la calidad de “secretos” de los documentos de gabinete del período en que Clement Attlee era Primer Ministro. Muestran que éste, un líder socialista moderado, comprendía y había declarado inequívocamente, ya en 1950, que, como resultado de la falta de apoyo electoral, el Partido Comunista de Gran Bretaña había cambiado su estrategia: ya no trataba de obtener representación parlamentaria, sino infiltrar al Partido Socialista y a otros centros de poder.

Al mismo tiempo, los soviéticos, mediante un empleo hábil y coordinado de sus aliados políticos y agentes de influencia, han trabajado para moldear la opinión pública. Sus principales ataques de propaganda han sido para estimular:

- el desarme unilateral
- el neutralismo
- el aumento del comercio con el bloque soviético
- el sentimiento antinorteamericano.

Este último elemento proporciona un beneficio doble a los soviéticos. Su impacto en Europa es obvio. Pero también estimula el aislacionismo de Estados Unidos. Si se orquestan demostraciones antinorteamericanas cada vez que un personaje importante de EE.UU. visita Europa, y si los medios de comunicación de su propio país otorgan una prominencia apropiada a aquellas manifestaciones, el resentimiento y el aislacionismo se ven estimulados entre los norteamericanos. Por cierto, siempre va a existir un cierto sentimiento de este tipo y una dosis de xenofobia, al igual que una cierta tentación de buscar la paz por intermedio del desarme unilateral.

El objetivo de las medidas soviéticas es sacar provecho a estas actitudes —que ocurren en forma natural— y distorsionarlas, exagerarlas y manipularlas de modo que sirvan a sus propósitos. Una de sus herramientas principales es la propaganda. Por ende, necesitan de los medios de comunicación.

Andrei Sajárov, el ganador del Premio Nobel, hizo salir de contrabando desde la URSS lo que él denominó su "Testamento a Occidente". En él, describía los agentes de influencia que trabajan en el Mundo Libre para agencias soviéticas. Escribió: *"Estos incluyen algunas figuras políticas, hombres de negocios y una gran cantidad de escritores y periodistas, consejeros gubernamentales y directores de prensa y televisión"*.

Poseemos, además, el testimonio de una cantidad de desertores que han desempeñado cargos claves en la inteligencia del bloque soviético. Hombres como Ladislav Bittman, ex Subdirector del Departamento de Desinformación (Departamento Ocho) del Servicio de Inteligencia Checo. Pasó ocho años en el exterior dirigiendo y reclutando espías bajo el control del KGB. Y Stanislav Levchenko, que trabajó como periodista del *New York Times*, pero, en la realidad, era un importante miembro del KGB asignado a Tokio, con la responsabilidad de penetrar los medios de comunicación japoneses. Hay muchos otros.

Cada uno de ellos ha confirmado la importancia de reclutar periodistas como agentes. Permítanme citar algunos extractos del testimonio de Bittman. Declaró que se *"concentraba en figuras políticas y periodísticas. La principal responsabilidad de estos hombres de prensa era publicar artículos y reportajes que no enfatizaran el apoyo a la política soviética, sino, más bien, que se dedicaran principalmente a minar a Estados Unidos y la OTAN, y a crear divisiones entre Alemania Occidental y Francia, o entre Estados Unidos y sus aliados."*

"Yo entregaba las pautas que habían de seguir los agentes. Consistían en un bosquejo de dos o tres páginas de objetivos y temas a cubrir."

"Un porcentaje relativamente alto de agentes secretos son periodistas. Uno que opere en Gran Bretaña, Alemania Federal o Estados Unidos constituye un excelente punto a favor para la inteligencia comunista. Quienes lo tratan consideran natural que sea aficionado a la investigación y profesionalmente curioso; su trabajo es conseguir información importante e, incluso, altamente sensitiva."

"Hay muchos periodistas que son agentes secretos. Existen importantes diarios en el mundo penetrados por los servicios de inteligencia soviéticos."

Hay uno o dos periodistas que trabajan para algún diario en particular que son agentes, y reciben de vez en cuando instrucciones de publicar tal o cual historia..."

Levchenko declaró:

"En mi propio caso, los agentes de influencia más importantes que dirigí eran periodistas.

"Un oficial del KGB se enfoca generalmente a reclutar dos tipos de periodistas. Uno de ellos es el especialista en un tema en particular que posee información sensitiva y conexiones con individuos claves... El segundo tipo deseado es aquel que goza de gran cantidad de lectores, o que pertenezca a un diario que tenga amplia circulación.

"En general, uno proporciona las pautas, temas y objetivos. Hace sugerencias y analiza cómo el agente podría implementar y lograr su meta".

Estos oficiales de inteligencia respaldaron sus declaraciones revelando los nombres de aquellos a quienes habían empleado como agentes de influencia. Recientemente, han ocurrido más deserciones en la inteligencia soviética, de personajes que tenían estrechas conexiones con el aparato de propaganda de la URSS. Han confirmado los testimonios de Bittman y Levchenko, además de agregar sustancial información nueva.

En ocasiones, algún diario de apariencia independiente publica —con regularidad— artículos que hacen dudar de su supuesta independencia. Uno de ellos es *Ethnos*, el tabloide de mayor circulación de Grecia.

He aquí algunos ejemplos de su tipo de información:

—Sobre Polonia: Solidaridad es un sindicato que trabaja para la CIA y el Vaticano, y que recibe fondos de la mafia. El periódico no informó sobre la histórica visita del Papa a Polonia entre el 16 y el 23 de junio de 1983.

—Afganistán: se describe a los rebeldes musulmanes como un grupo de bandidos cuyos crímenes asemejan a los de los nazis. Según *Ethnos*, el problema afgano no existe. Fue creado artificialmente para servir a la estrategia norteamericana.

—El Muro de Berlín: *Ethnos* lo describe como el "muro de la paz", erigido para prevenir un ataque planeado por Occidente contra Alemania Oriental.

—Unión Soviética: se la señala como el principal país amante de la paz en el mundo.

—Estados Unidos: según *Ethnos*, Reagan, junto al FBI, ha amordazado a los norteamericanos; la libertad política del país nunca ha estado más amenazada, mientras se precipita hacia el totalitarismo.

—El "jumbo" coreano (derribado por la Fuerza Aérea Soviética con más de 200 pasajeros civiles a bordo): de acuerdo al periódico, el incidente fue una provocación deliberada de la CIA para espiar a la Unión Soviética.

—Grenada: *Ethnos* anunció que 2.000 personas habían sido muertas durante el primer día de invasión.

Un joven periodista griego, Paul Anastasi, llevó a cabo una investigación sobre *Ethnos*. Publicó un libro en que sostenía haber descubierto vínculos entre los editores de la publicación y dos importantes agentes soviéticos, Boris Pankin, alto oficial del KGB, y Bassili Sitnikov, destacado agente de desinformación soviético que operaba en Europa. Los editores de *Ethnos* entablaron una querrela criminal contra Anastasi, el cual fue sentenciado a prisión. El acusado presentará una apelación en los tribunales griegos, además

de contrademandar a la publicación. Esperamos que la prensa occidental siga con interés y preocupación estos casos.

Me doy cuenta que para una cantidad de personas de la concurrencia los hechos que estoy describiendo son conocidos. Sus labores académicas, gubernamentales o periodísticas los han familiarizado con estos problemas. No obstante, espero que tendrán paciencia mientras esbozo generalidades antes de llegar a una conclusión.

El aparato responsable de la propaganda en Moscú es vasto. El liderazgo del Partido Comunista de la Unión Soviética (PCUS) considera la propaganda como un indispensable elemento auxiliar de la política exterior y estrategia militar de su país. Existe evidencia que indica que su inversión en propaganda oscila entre US\$ 3.000 y US\$ 4.000 millones anuales. Además, hay que considerar las inversiones hechas por aquellos países que los soviéticos utilizan como instrumentos secundarios en su esfuerzo propagandístico y, más particularmente, las naciones satélites de Europa, Libia y Cuba. Hay tres organizaciones importantes dentro del Politburó que dirigen el aparato de propaganda: primero, el Departamento Internacional del PCUS, encabezado por Boris Ponomarev, miembro alternativo del Politburó. Segundo, el Departamento de Información Internacional (DII) del PCUS, bajo la dirección de Leonid Zamyatin, ex director de la agencia noticiosa soviética TASS. Junto al DII, está la organización clandestina de propaganda controlada por el KGB, llamada Servicio A, que forma parte del Primer Directorio de la Policía Estatal de la URSS. Este Servicio planifica, coordina y apoya operaciones secretas diseñadas para respaldar la propaganda soviética abierta. Ayuda a los elementos del KGB en el exterior sembrando rumores y falsificaciones y colocando agentes de influencia en los medios de comunicación y en el gobierno. Se estima que hasta 15.000 funcionarios soviéticos trabajan en estos organismos. Además, Moscú coordina establecimientos similares operados por sus aliados en Europa Oriental, Cuba y Vietnam. Los soviéticos conocen la campaña orquestada por este aparato bajo la denominación de "Medidas Activas".

Un análisis de las principales organizaciones de fachada soviéticas ilustra la amplitud del esfuerzo desplegado en este sentido. Una de las principales es el "Consejo Mundial de Paz". Se originó en 1949 a partir del "Congreso Mundial de Intelectuales para la Paz". Es propietario de una cantidad de publicaciones en inglés, francés, español y alemán. Su objetivo principal de propaganda es estimular el desarme de Occidente. Realiza sus operaciones a nivel global y ha dado origen a comités de paz regionales y nacionales.

La "Federación Mundial de Sindicatos", establecida en 1945, es otra fachada comunista. Su objetivo es el apoyo y defensa integral del sistema socialista mundial y orquesta campañas contra empresas multinacionales y en favor del poder de los sindicatos. Naciones Unidas le otorgó *status* de Categoría A, al igual que la UNESCO y la FAO (Organización para la Agricultura y Alimentación).

La "Federación Mundial de Juventud Democrática" y la "Unión Internacional de Estudiantes" tienen la tarea de influir en los jóvenes.

La "Organización Internacional de Periodistas" tiene la meta declarada de defender "la libertad de prensa y de los periodistas". Una actividad importante de este organismo es el entrenamiento de periodistas en sus

grandes escuelas, ubicadas en Budapest, Berlín Oriental, Praga y Sofía; nuevas sedes están planificadas para La Habana y Argelia.

La "Conferencia Cristiana de Paz" afirma ser un "foro en que los cristianos de todo el mundo se reúnen y buscan la voluntad de Dios en lo que respecta a problemas políticos, sociales y económicos actuales".

La "Federación Democrática Internacional de Mujeres" persigue la meta de "unir a las mujeres sin importar raza, nacionalidad, religión u opiniones políticas, de modo que puedan ganar y defender sus derechos como ciudadanas, madres y trabajadoras..."

Ustedes notarán que cada una de estas organizaciones apela a genuinos temas que preocupan a nuestra sociedad: la paz, los sindicatos, la educación de los jóvenes, la libertad de prensa, la libertad de culto, los derechos de la mujer. Mencioné anteriormente que, en el Tercer Mundo, los soviéticos amparan sentimientos revolucionarios genuinos con el objeto de guiar "guerras de liberación nacional" hacia el marxismo-leninismo.

Existe una multitud de otras importantes organizaciones de fachada comunista, como la "Asociación Internacional de Abogados Democráticos", la "Organización Internacional de Radio y Televisión", la "Federación Mundial de Trabajadores Científicos", la "Federación Internacional de Luchadores de la Resistencia", etc.

Cada una de ellas ha auspiciado suborganizaciones a nivel internacional, nacional y local, y publica revistas, boletines, etc. Se puede demostrar que todos son organismos de fachada comunista vinculados con Moscú.

Como es normal en la estructura soviética, éstas son suplementadas por otra capa de organizaciones de fachada, que simulan ser instituciones occidentales independientes, algunas de caridad.

Un ejemplo de campaña de propaganda soviética es la que se realizó contra la bomba de neutrones. Fue parte de un esfuerzo general de la URSS destinado a evitar que la OTAN modernizara sus Fuerzas Nucleares de Alcance Medio.

La dirección de la misma estuvo a cargo del Consejo Mundial de Paz, que declaró la semana del 6 al 13 de agosto de 1977 "semana de acción internacional". Se convirtió, entonces, en un esfuerzo coordinado de todo el aparato de propaganda, incluyendo el empleo de agitadores. La secuencia de acontecimientos fue:

-Consejos de Paz en diversos países de Europa Oriental realizaron reuniones de protesta.

-En Estambul, un comité de paz se manifestó frente al Consulado General de Estados Unidos.

-En Accra, un grupo entregó una carta de protesta a la Embajada norteamericana.

-En Stuttgart, Frankfurt y Dusseldorf, grupos de fachada organizaron demostraciones frente al Consulado General de Estados Unidos.

-Agitación similar se llevó a cabo por parte de grupos de este tipo en Lima y Tanzania, al igual que una protesta peruana a Naciones Unidas.

-Otras organizaciones de fachada importantes, como la "Federación Mundial de Sindicatos", participaron en la semana internacional de acción.

Hubo también una serie de conferencias planeadas por los comunistas en Europa. El blanco de este esfuerzo era la "Sesión Especial de Desarme" de Naciones Unidas, que se había de llevar a cabo en Nueva York entre el 23 de

mayo y el 28 de junio. Se organizaron tres conferencias para proporcionar impulso psicológico a la Sesión. El Consejo Mundial de Paz, a través de una de sus subfachadas, el "Foro Internacional de Enlace de las Fuerzas de Paz", organizó un simposio entre el 6 y 7 de febrero en Viena, sobre "Energía Nuclear y la Carrera Armamentista" en colaboración con la Agencia Internacional para la Energía Atómica, un organismo de las Naciones Unidas. Una reunión más grande se llevó a cabo en Ginebra entre el 22 de febrero y el 2 de marzo, bajo los auspicios de un grupo autodenominado "Comité Especial de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarme". En la realidad, el verdadero organizador fue el Consejo Mundial de Paz, ayudado por el Movimiento Suizo de Paz. A continuación, se realizó el "Foro Internacional sobre la Bomba de Neutrones" en Amsterdam, entre el 18 y el 20 de marzo. Se trajo a simpatizantes de toda Europa al acontecimiento, que culminó el 19 de marzo con una demostración de alrededor de 40.000 personas. Hubo muchas otras reuniones con el mismo propósito, organizadas por el Consejo Mundial de Paz, incluyendo una en Ciudad de México desde el 1º al 4 de febrero, y otra entre el 9 y 12 del mismo mes en Atenas.

Toda esta actividad tuvo eco en los medios de comunicación occidentales. El Secretario General de la OTAN describió el comentario general de la prensa como consistente en "medias verdades, falsedades e ignorancia".

El 8 de abril de 1978 se anunció que el Presidente Carter había decidido retrasar la producción y despliegue de la ojiva de neutrones.

El jefe del Departamento Internacional del Partido Comunista Húngaro, Janos Bercz, escribió que *"la campaña política contra la bomba de neutrones fue una de las más significativas y exitosas desde la Segunda Guerra Mundial"*.

Otro tipo de campaña de propaganda es la que intenta desacreditar a una persona.

Un buen ejemplo fue la que se empleó contra Franz Josef Strauss. Era un joven y promisorio ministro en el gobierno de Adenauer. En 1956, con 41 años de edad, fue promovido a Ministro de Defensa. En su calidad de tal, pronunció un importante discurso en el Bundestag haciendo un llamado para el despliegue —en territorio alemán— de armas nucleares controladas por Estados Unidos, con el objeto de contrarrestar la creciente amenaza soviética. El desarme y neutralización del Viejo Continente ya se habían convertido en una estrategia soviética prioritaria. En consecuencia, Strauss se convirtió en un blanco primordial.

La campaña —intensiva y de larga duración— siguió líneas tradicionales: —fotos que lo mostraban en situaciones sexualmente comprometedoras, fueron publicadas en la prensa de Europa Oriental comunista y distribuidas a Alemania Federal. Posteriormente se demostró que eran falsificadas;

—se hicieron esfuerzos para manchar a Strauss vinculándolo a un juicio por asesinato, el *affair* Praun. Este era un dentista acusado de doble homicidio. Un periodista publicó un reportaje que asociaba al Ministro con el caso. Strauss inició una acción legal y ganó el pleito;

—se trató de impugnar la honestidad de Strauss. En 1962, una publicación izquierdista lo acusó de recomendar a Estados Unidos a un diseñador de departamentos, Lothar Schoss, para un importante proyecto de desarrollo de bases norteamericanas en Alemania Occidental. El diseñador estaba vinculado a la empresa Finanzbau AG (Fibag). Circularon sugerencias

de que Strauss recibiría parte de las utilidades de Fibag. Investigaciones judiciales y parlamentarias lo encontraron inocente de la acusación de abuso de influencia. Strauss, además, ganó una demanda por difamación en los Tribunales de Nuremberg;

—se sugirió también que Strauss, secretamente, negociaba para adquirir en US\$ 375.000 al contado la villa Casa Roccavispa en Suiza. El corredor de propiedades mencionado dijo en el tribunal que le había sorprendido leer la historia, absolutamente falsa, pero que la publicidad le había convenido;

—se hicieron esfuerzos por vincularlo con el escándalo de la empresa aeroespacial norteamericana Lockheed. Documentos comprometedores comenzaron a circular, que después se demostró eran falsificados.

Strauss se vio forzado a entablar demandas por difamación en muchas ocasiones, y ganó todos los casos. También hubo el *affair Falléx*. Este fue el equivalente alemán de los Papeles del Pentágono. Un empleado del Ministerio de Defensa, el coronel Martin, pasó información militar altamente secreta a un importante semanario alemán. Esta incluía detalles de la evaluación de la OTAN de los ejercicios bélicos conocidos como Fallex-62. El artículo que venía a continuación era específico y publicaba información del siguiente tenor: Hamburgo no sería defendido; detalles del programa de los planes para trasladar aeronaves de la OTAN a bases que no se empleaban normalmente; calendarios para transporte de tropas; planes para minar bosques de Baviera, con el objeto de dejar libres para combatir a los soldados norteamericanos, etc.

Adenauer, en el Parlamento, calificó la publicación del artículo un "abismo de traición". Como resultado de una queja formal, la policía allanó las oficinas de la publicación a las 10 de la noche del 26 de octubre de 1962, por orden del Fiscal Federal. El editor fue arrestado. Pero fue a Strauss a quien se castigó, acusándosele de reaccionar en forma exagerada contra la prensa.

Renunció al gobierno de Adenauer el 30 de noviembre. Después se escribió que *"casi todos concuerdan en que una de las carreras políticas más brillantes de la postguerra en Alemania Occidental está en ruinas"*, agregando que algunos periodistas particularmente hostiles *"habían gastado tiempo, esfuerzo y dinero, corriendo el riesgo de terminar en la cárcel y de perder su credibilidad haciendo acusaciones sin base para evitar que Strauss se convirtiera en Canciller, y ganaron"*.

El general Sejna, un desertor de alto rango de la inteligencia checa, testificó que la campaña para desacreditar a Strauss había sido orquestada por el KGB. Esto no significa que la publicación o los periodistas involucrados hayan participado a sabiendas, o que se hayan dado cuenta que sus puntos de vista estaban siendo manipulados y aprovechados por los soviéticos.

II

Es importante comprender cómo cobran impulso tales campañas. La abrumadora mayoría de los periodistas que se ven atrapados en ellas no comprenden sus orígenes ni propósitos. Los responsables de las publicaciones que se emplean como plataforma generalmente no se dan cuenta de que están siendo utilizados.

Las campañas a menudo comienzan como resultado de una clara decisión de política tomada por el aparato de propaganda soviético. Pone a funcionar todos los elementos con que cuenta, tanto oficiales como clandestinos. Se puede observar que la mayor parte de los temas importantes se desarrollan de manera coordinada en aquella parte de los medios de comunicación controlados por organizaciones comunistas en todo el mundo, al igual que por las organizaciones de fachada y la red clandestina.

Como explicaron los desertores Levchenko, Bittman y otros, las actividades clandestinas se inician por instrucciones generales entregadas a agentes de influencia del KGB. Comienzan por publicar artículos que reflejan estas instrucciones. El trabajo del círculo interno de agentes y organizaciones de fachada influye, en una segunda etapa, en un grupo mayor de periodistas que simpatizan con la izquierda. Aquellos son los que Lenin describió como "tontos útiles". No se dan cuenta de que constituyen una extensión del aparato propagandístico de la URSS, y rechazarían indignada y sinceramente tal sugerencia.

Luego viene el círculo más externo, consistente en aquellos que siguen las modas y buscan alabanzas fáciles.

Los periodistas responsables también pueden ser desinformados por estas campañas. Al trabajar en un artículo, emplean como referencia los recortes de prensa que cubren el tema en cuestión. La información incluida en estos archivos, en especial cuando se origina en publicaciones responsables y que no ha sido corregida, será empleada una y otra vez. Así, una vez que los archivos de recortes han sido contaminados por la propaganda, la información falsa será repetida de manera muy inocente y, en ese proceso, gana credibilidad y fuerza. Los periodistas responsables dedican mayor esfuerzo a chequear las declaraciones o datos contenidos en los recortes, pero, inevitablemente, incluso ellos pueden convertirse en víctimas de la desinformación.

Por tanto, los medios de comunicación enfrentan un gran desafío: Cómo defenderse de estas campañas sin restringir la libertad de expresión. He aquí algunas ideas.

Necesitamos más información, más revelación de hechos, publicación más amplia de éstos. En otras palabras, más y mejor periodismo. Mientras mejor informado esté el público, más equipado estará para distinguir entre noticias y medidas activas que las distorsionan. Por consiguiente, los medios de comunicación son el elemento central de la solución.

No tengo una lista de las medidas que resolverían todos nuestros problemas. Más bien, propondré ideas generales que necesitan ser discutidas y que se refieren a todo tipo de propaganda, cualquiera sea su origen. La implementación de tales ideas tiene ventajas y desventajas que es necesario evaluar. Pero todas poseen un objetivo común: aumentar el flujo de información de manera de permitir a los medios informar mejor al público.

EL PAPEL DE LA RAMA EJECUTIVA DEL GOBIERNO

Lo último que deseamos es alguna forma de control gubernamental, directo o indirecto, de los medios de comunicación. En esa senda acecha el desastre. El Gobierno puede desempeñar un papel útil como suministrador de información. En los últimos años del período de Carter, el gobierno

norteamericano decidió poner a disposición de los medios de comunicación detalles de importantes medidas activas soviéticas, incluyendo falsificaciones, desinformación, etc. Estos podían analizar este material y extraer sus propias conclusiones. El gobierno de Reagan mantuvo esta práctica.

Los gobiernos europeos deberían hacer lo mismo. Hasta el momento, no han logrado reunir suficiente coraje.

Además, deberían establecer un sistema de seguimiento mundial de los medios de comunicación controlados por los comunistas, con el objeto de identificar temas de propaganda importantes y posibles agentes de influencia. Los resultados, sin comentario editorial, debieran ponerse a disposición de los medios de comunicación.

Las medidas activas de los soviéticos y los temas que les son de importancia se pueden identificar de diversas maneras. Una es estudiar las declaraciones de los principales propagandistas del bloque soviético. Las entrevistas y escritos de Ponomarev, Zamyatin y sus subordinados, como Fallin, Zagladin, Bovin, etc., nos dicen mucho. Cuando propagandistas de alto rango hacen declaraciones coordinadas, casi invariablemente reflejan políticas del Politburó.

Una segunda técnica que se puede emplear para identificar objetivamente los temas es hacer un análisis computacional del contenido de los mensajes de los medios de comunicación abiertamente controlados por los comunistas. Se han desarrollado técnicas para examinar, sistemáticamente, la sustancia de las comunicaciones de masas. Esto incluye el análisis del contenido de datos en un período determinado de tiempo mediante clasificación y tabulación estadística. Para complementar esto, el análisis cuantitativo del contenido debería combinarse con un análisis descriptivo del texto. Esto permite la identificación objetiva de las principales tendencias temáticas y del foco de la propaganda externa soviética.

Habiendo identificado los temas, es posible compararlos con los archivos de documentación de los periódicos, programas de televisión, revistas, *newsletters* o los de un periodista en particular. Si existe una armonía o correspondencia en un cierto período de tiempo, debería convertirse en causa de preocupación. Por supuesto, esto no constituye, *ipso facto*, prueba de colaboración consciente. Pero merece un análisis.

Estas medidas son parte del flujo de información que un país debiera considerar normal.

EL PAPEL DE LA LEGISLACION

Los parlamentos europeos deberían promulgar legislación similar a la de Registro de los Agentes Extranjeros de Estados Unidos, quizás eliminando algunas de sus excepciones. El propósito es asegurar que los funcionarios de organizaciones foráneas tengan que revelar la identidad de sus empleadores y los términos de su contrato. Pero esto no es suficiente. Hoy existen demasiadas organizaciones de fachada que, en apariencia, son de carácter local e independiente. Por consiguiente, se requiere de algo más global. Lo que necesitamos es un sistema que suministre a los medios de comunicación tanta información como sea posible, de modo de ayudarlos a defenderse contra la influencia disimulada, y que lo haga sin restringir la libertad de

información ni invadir en forma inapropiada la privacidad. Hoy en día, se acepta en forma general lo principal de la revelación de intereses en el caso de los funcionarios públicos. En los negocios, esto también se cumple. No se le aplica todavía a los medios de comunicación. Pero éstos enfrentan problemas que hacen necesario adoptar alguna forma de revelación de sus intereses. Por ejemplo, en Gran Bretaña existe un periódico, ubicado muy a la izquierda, llamado *Militante*. Ha logrado sustancial influencia y es el órgano de un poderoso grupo de políticos izquierdistas. Sus fuentes de financiamiento han sido cuestionadas en repetidas oportunidades, pero se han proporcionado pocas respuestas. ¿Está bien esto? Obviamente, en una sociedad libre, los periódicos de todos los colores políticos, incluso los más ofensivos, deben gozar de tanta libertad como cualquier otra publicación. Pero, ¿es justo que puedan promover sus ideas sin que el público sepa a quiénes representan y quiénes los financian? Mi opinión personal es que aquellas secciones de los medios de comunicación que constituyan parte del proceso político debieran publicar declaraciones detalladas de sus fuentes de financiamiento.

Los institutos, consejos y similares, muchos de los cuales se presentan como instituciones de caridad o de enseñanza, también pueden representar un problema. Algunas de ellas son organizaciones propagandísticas que tienen la clara meta de influir en el proceso político.

¿Nos cabe el derecho de saber quiénes les donan el dinero y en quiénes lo gastan? Nuevamente, creo que así debiera ser.

Después, tenemos a aquellos que trabajan en los medios de comunicación y que diariamente afectan la vida política de sus comunidades. ¿Se les debería pedir que revelaran sus intereses? Obviamente, la idea de invadir la privacidad nos resulta odiosa a todos. Pero, ¿son menos influyentes los periodistas que los funcionarios públicos o los hombres de negocios? Yo creo que no. He aquí un ejemplo reciente que hace surgir diferencias de opinión entre hombres razonables. Alexander Coburn es un periodista político que escribe, *inter alia*, para *The Village Voice* y *The Wall Street Journal*. Con frecuencia comenta sobre asuntos internacionales. Algunos meses atrás se descubrió que había recibido fondos del Instituto de Estudios Palestinos. No tengo conocimiento de este Instituto ni de la relación de Coburn con él. Por consiguiente, no puedo emitir ningún juicio. Pero, obviamente, da lugar para opiniones diferentes respecto de si su pago fue profesionalmente apropiado. Ello lo prueba el hecho de que los editores de *The Village Voice* y de *The Wall Street Journal*, ambos tomados por sorpresa, reaccionaron de manera diferente. La primera de las publicaciones cortó su relación con Coburn, mientras la segunda la mantuvo. Eso constituye una genuina diferencia en la evaluación de los hechos. Pero, ¿cómo elaboran sus juicios los editores si no tienen hechos que evaluar?

EL PAPEL DE PROPIETARIOS Y EDITORES

Tocqueville, en su libro *Los Orígenes de la Revolución Francesa*, analizó la cuestión de por qué la Revolución hubo de ocurrir en Francia, en lugar de cualquier otro lugar de Europa. Indicó que, en esa época, los campesinos franceses tenían un mejor nivel de calidad de vida que los de

países vecinos. Su conclusión fue que la aristocracia gala fracasó porque quería gozar del privilegio sin hacerse cargo de la correspondiente responsabilidad.

Hoy, en Europa, los propietarios de publicaciones disfrutan del *glamour* e influencia de ser dueños de periódicos, pero cuando se trata de decisiones difíciles, a menudo les gusta esconderse tras sus editores. Es su responsabilidad establecer las normas. Entre éstas, necesitan considerar una necesidad de revelar, cuando sea necesario, las fuentes y tendencia del material que se publica. Esto se refiere tanto a las páginas de artículos editoriales como a las noticiosas.

Las páginas de editoriales publican opiniones. La cuestión es el grado de información que necesitan los lectores sobre la persona que las expresa. En asuntos comerciales esto es simple. Si un diario publica una opinión sobre la calidad de las aerolíneas, el editor normalmente considera apropiado informar a sus lectores que el autor es —por ejemplo— presidente de Pan Am. Pero, ¿qué pasa con la política y la filosofía? En forma regular veo artículos publicados en las páginas editoriales de publicaciones de referencia escritos por autores auspiciados, por ejemplo, por el Instituto de Estudios de Políticas en Washington. En ocasiones, esa conexión no se revela. En otras, se publica el nombre del Instituto, pero sin ninguna explicación. El nombre solo dice poco al lector promedio. Sin embargo, todos quienes estudiamos estos asuntos sabemos que el Instituto de Estudios de Política es una poderosa organización de propaganda de izquierda vinculada con el bloque comunista. En Europa la conocemos a través de su asociado en el Viejo Continente, el Instituto Transnacional. Por cierto que no puede haber ninguna objeción a que se publiquen artículos auspiciados por ellos. Pero, ¿hasta dónde debiera llegar el editor en su deber de informar a los lectores respecto de las fuentes y tendencias de las opiniones que publica? Esta es una interrogante que requiere de debate.

Los editores pueden tener problemas similares en sus páginas de noticias. En Londres, el otro día, leí un ejemplar de *The Sunday Times*, que publicó en su primera página un artículo de Martin Kettle que analizaba la huelga de los mineros del carbón. Esta huelga es un desafío político directo al Gobierno. El líder del Sindicato Nacional de Mineros es Arthur Scargill, y es marxista. Su vicepresidente es Mick McGahey, miembro prominente del Comité Ejecutivo del Partido Comunista de Gran Bretaña (PCGB). El señor Kettle es colaborador habitual de la publicación *Marxism Today*, editada por el PCGB, y que se autodescribe como “revista teórica y de discusiones del Partido Comunista”. Más adelante, en el mismo número de *The Sunday Times*, había un largo artículo sobre Estados Unidos y Nicaragua. Uno de sus coautores fue Mark Hosenball, quien mantuvo, durante muchos años, estrecha conexión con Philip Agee, el desertor de la CIA que cooperó con el bloque comunista. El Gobierno británico, encabezado por el Primer Ministro James Callaghan, dio pasos para expulsar de Gran Bretaña tanto a Agee como a Hosenball, por razones de seguridad nacional.

Nada de esto importaría si los artículos hubieran sido publicados en un periódico conocido por presentar trabajos de autores de extrema izquierda. Pero el *Sunday Times* es una gran institución nacional. La mayor parte de sus lectores esperarían que los artículos que leen en él consistan en periodismo objetivo escrito por periodistas objetivos. Desafortunadamente, en la última

década, *The Sunday Times* admitió en sus filas a una cantidad de gente de cultura diferente a la que corresponde a la tradición del diario. Lord Thomson, dueño de la publicación en esa época, reconocía esto, pero se sentía demasiado anciano como para hacer algo al respecto. En cualquier caso, estaba más interesado en el comercio que en este tipo de temas. El resultado se puede ilustrar mejor leyendo algunas citas de *Viaje al Periodismo*, escrito por el conocido dramaturgo Arnold Wesker. Es un libro sobre la experiencia de Wesker en *The Sunday Times*, mientras reunía material de referencia para su obra de teatro *Los Periodistas*. *The Sunday Times* intentó detener su publicación. En él, Wesker describe sus conversaciones con algunos de los periodistas financieros. He aquí lo que dice, y cómo los cita: "Lejos de ser pilares de la sociedad capitalista, me parecen un ejército de saboteadores urbanos muy brillantes". Wesker cita a uno de ellos: "Usted ve, es un asunto de la credibilidad de *The Sunday Times*, que, como antiguo diario conservador perteneciente a una familia, es más respetado que, digamos, *The Observer*, conocido por sus políticas de izquierda y, por consiguiente, éste constituye un mejor diario para infiltrar ideas radicales: más gente le creerá"

¿Cómo maneja uno esta situación? El problema con el medio ambiente intelectual de hoy es que pocos se atreven a discutirla. Atrae acusaciones de macartismo. Es tabú. Eso no está bien. Es un problema genuino que requiere de discusión franca y abierta.

EL PAPEL DE LAS ESCUELAS DE PERIODISMO

Un curso de propaganda y medidas activas debiera constituir parte del currículum para educar a periodistas, enseñando cómo identificarlas y cómo defenderse de ellas. Por supuesto, no se debiera limitar sólo a propaganda soviética o de extrema izquierda. La promulgación de vuestra Ley de Registro de Agentes Extranjeros fue una reacción a la propaganda nazi de preguerra.

EL PAPEL DE LOS PERIODISTAS

Mi tesis consiste en que, en un país libre, el mejor remedio es la amplia publicación de hechos verdaderos. De acuerdo a las mejores tradiciones de la prensa libre, los periodistas debieran investigar y publicar. Pero enfrentan un problema. Existe una tradición de áreas prohibidas. Un perro no se debe comer al otro. No sólo es impopular exponer a un colega o a una publicación, sino que es, además, difícil encontrar a alguien que quiera publicar el material. La investigación no sólo se debiera limitar a lo impopular. No se requiere de valentía para andar con la moda, para expresar sabiduría convencional y unirse cómodamente a la jauría para atacar el mismo ciervo herido. El coraje reside en decir aquella verdad que no complace y que lo puede convertir a uno en un paria frente a sus padres. Ese, precisamente, es el deber de la prensa y una de las grandes justificaciones para su libertad.