

18 Instrumentos principales

En esta fase de la planificación definimos los principales instrumentos que usaremos para lograr nuestro objetivo. Aquí se determina qué tan alto será el grado de agresión, cuáles acciones típicas planificamos, cómo transcurrirá la comunicación y qué medios de comunicación emplearemos. Los instrumentos son, por tanto, acciones y recursos. La gama se extiende desde la distribución de material informativo y el uso de medios de comunicación para transmitir información hasta las acciones militantes y las guerras civiles, pasando por el diálogo personal, las manifestaciones, las huelgas y las ocupaciones de viviendas.

Queremos distinguir aquí entre

1. los instrumentos de comunicación,
2. las acciones no violentas y
3. las acciones violentas.

18.1 *Comportamiento comunicacional de grupos políticos*

La comunicación⁷⁸ entre grupos políticos (partidos, poder legislativo, poder ejecutivo en los diversos niveles, iniciativas ciudadanas, organizaciones no gubernamentales, etc.) por un lado, y los ciudadanos y los electores por el otro, así como la comunicación entre los grupos políticos y los ciudadanos y los electores entre sí, transcurre en base a diferentes modelos, en parte planificados y, muy a menudo, no planificados. En la comunicación política se pueden distinguir tres formas principales:

1. la propaganda,
2. la publicidad y
3. las relaciones públicas.

18.1.1 *Propaganda*

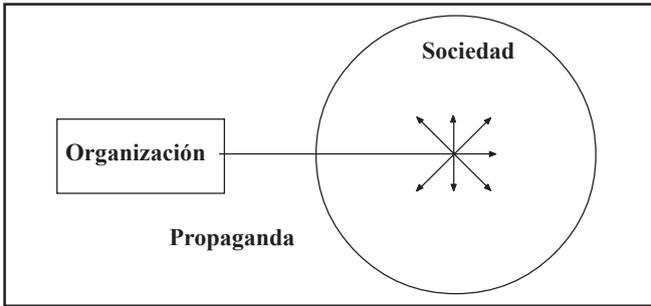
La palabra “propaganda” proviene de *Congregatio* de propaganda fide⁷⁹. Según la enciclopedia Brockhaus, es una forma de publicitar ciertos objetivos espirituales, así como ideas políticas y religiosas. El concepto, que primero tuvo un sentido positivo, cobró relevancia política durante la Revolución Francesa, cuando aumentaron sus contenidos negativos. Después de 1848 el término propaganda se convirtió en un consigna del anarquismo político. En la Primera Guerra Mundial la llamada propaganda de guerra (propaganda difamatoria) se convirtió en un instrumento central de la conducción bélica. Durante el nacionalsocialismo, tras la “coordinación” (*gleichschaltung*) de los medios de comunicación públicos, la propaganda devino en un medio de adoctrinamiento para unificar a los ciudadanos.

En la propaganda, la organización se define como un ente externo al sistema e intenta orientar al público hacia una forma de pensar. Toda la información emitida al sistema

⁷⁸ Sobre la teoría de la comunicación hay abundante literatura; recomendable: J. Habermas: *Theorie des kommunikativen Handelns*, dos tomos, 1982.

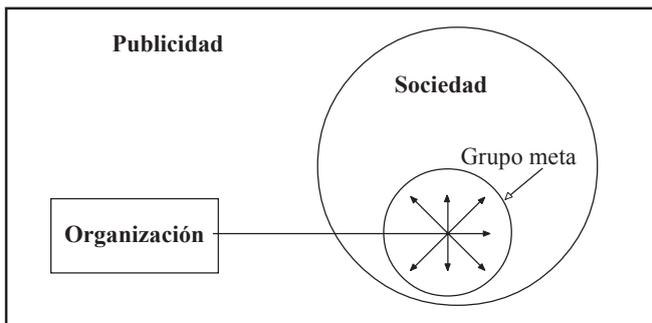
⁷⁹ Obra Pontificia para la Propagación de la Fe.

sólo tiene ese objetivo; la retroalimentación (feedback) y la discusión⁸⁰ resultan imposibles.



18.1.2 Publicidad

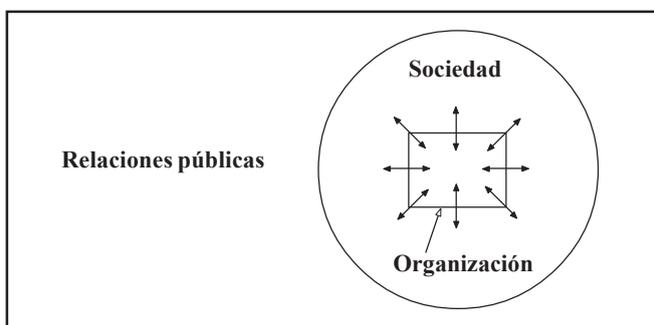
En la publicidad, al igual que en la propaganda, la organización se define como ente externo al sistema. Tampoco en este caso se puede, de momento, discutir acerca del producto; si bien hay retroalimentación, ya no se tiene en cuenta en la fase de la publicidad. Por cierto, a diferencia de la propaganda, en la publicidad no se manipula a toda la población, sino sólo a grupos meta seleccionados para que decidan comprar, votar, comprometerse o contribuir financieramente a favor de la organización. Esta forma de comunicación se emplea en la última fase de toda lucha electoral. Ya sólo se trata de explotar al máximo el potencial antes creado.



18.1.3 Relaciones públicas

En las acciones de relaciones públicas, la organización se define como una parte del sistema: informa hacia afuera, pero también está abierta al *feedback* desde afuera, por lo que se modifica constantemente en el proceso comunicacional. Este comportamiento comunicacional conviene, por ejemplo, en la fase preliminar de la lucha electoral, pero no en la fase “caliente”, pues un producto que cambia constantemente es invendible.

⁸⁰ Ver también capítulo 24.1.1: *Regímenes totalitarios*.



18.2 Medios de comunicación

Los medios de comunicación tienen un gran alcance. En su eficacia influyen múltiples factores tales como el comportamiento comunicacional en diferentes culturas: en muchos países la comunicación es muy directa, o sea, hay sobre todo contactos cara a cara (*face-to-face*); en otros países los medios impresos son más importantes, en cuyo caso la eficacia depende mucho del grado de alfabetización; en otros países los medios electrónicos, como la televisión o la radio, son decisivos en la comunicación. Entre estos casos se dan muchas transiciones. Además, los costos de los medios de comunicación difieren, siendo el acceso a ellos muy diferente según las leyes y las restricciones en cada país.

Por eso es imposible formular principios de validez general sobre la eficacia, sobre los instrumentos publicitarios convenientes, sobre los medios publicitarios a ser seleccionados, sobre las combinaciones de medios de comunicación y de medios de acción.

Lo que no es posible para ciertas formas mediáticas, lo es, en cambio, para ciertos tipos de medios de comunicación. En la comunicación se distingue entre instrumentos dirigidos y no dirigidos.

18.2.1 Instrumentos dirigidos

Los instrumentos dirigidos reflejan exactamente lo que hemos emitido como emisores de un mensaje. Ejemplos: anuncios, cortos (*spots*) televisivos y radiales, carteles, folletos, sitios *web* propios y todo aquello en que uno mismo puede diseñar el mensaje. La ventaja de estos instrumentos radica, entonces, en la transmisión exacta del mensaje; la desventaja, en que son caros y en que para la persona meta su credibilidad es limitada.

18.2.2 Instrumentos no dirigidos

Los instrumentos no dirigidos, en cambio, son los artículos en los periódicos y en los noticieros televisivos y radiales, son las expresiones de los multiplicadores y de los líderes de opinión, son lo que los afiliados de un partido comunican en su entorno social.

La ventaja de estos instrumentos consiste en que son baratos y en que, al mismo tiempo, gozan de mucha mayor credibilidad: el elector cree mucho menos en el anuncio periodístico que en el artículo que aparece a su lado.

La desventaja consiste en que no se puede estar seguro de que el mensaje se transmita exactamente.

En principio puede afirmarse que la combinación de instrumentos se desplaza más hacia los instrumentos no dirigidos en la medida en que la organización tenga menos dinero y en que el acceso a medios de comunicación tales como la prensa, la radio y la televisión esté bloqueado.

18.2.3 Instrumentos de comunicación

Seguidamente se presentan determinados instrumentos de comunicación, sin que ello implique que sea una lista de prioridades:

18.2.3.1 Contacto directo con los ciudadanos

- Conversaciones personales
- Visitas domiciliarias
- Sesiones de diálogo con los ciudadanos
- Discusiones en la calle
- Puestos informativos en calles y ferias
- Encuestas
- Fiestas vecinales
- Tertulias

18.2.3.2 Actos

- Mitines
- Actos con grupos meta
- Paneles de discusión
- Congresos
- Encuentros familiares, fiestas vecinales
- Seminarios

18.2.3.3 Medios impresos

- Anuncios en diarios, periódicos publicitarios, revistas, boletines de anuncios, revistas y periódicos especializados y artículos especializados
- Afiches
- Boletines y volantes
- Folletos
- Libros
- Periódicos propios
- Suplementos
- Publicidad directa

18.2.3.4 *Medios de publicidad al aire libre*

- Afiches en diversos formatos
- Pancartas
- Publicidad visual en medios de transporte
- Rótulos en casas, paredes, puentes
- Publicidad lumínica
- Publicidad en vitrinas

18.2.3.5 *Medios electrónicos*

- Publicidad televisiva y periodística
- Publicidad radial y periodística
- Publicidad por videotexto y periodística
- Publicidad por internet y sitios *web*
- Casetes
- Disquetes
- Discos compactos (*CDs*)
- Teléfono
- Fax
- Correo electrónico

18.3 *Acciones no violentas*

Las formas de acción no violentas se dirigen, por lo general, contra adversarios dispuestos a emplear la violencia o a recurrir al monopolio estatal de las fuerzas del orden contra ciudadanos y grupos de ciudadanos. Por eso son medios auxiliares para todos aquellos que prefieren la acción no violenta antes que la violenta y que a su vez reconocen que los modos normales de comunicación no bastan para alcanzar los objetivos fijados.

Las acciones no violentas juegan un papel entre los diversos estados, es decir, también en el campo internacional se recurre a ellas. Son importantes para grupos oprimidos en un sistema y sirven para eliminar dominaciones autoritarias. En última instancia también reflejan las disputas normales en materia de poder que no se desean resolver de forma violenta; esto puede valer para ambas partes.

Hay tres grupos de acciones no violentas:

- Protesta y presión
- No cooperación
- Intervenciones no violentas

18.3.1 *Métodos de protesta y de presión*

La mayoría de veces estos métodos implican actos simbólicos que no suelen lograr un efecto directo, pero que al acumularse dejan huella y que, en parte, pueden colocar a los oponentes en la difícil situación de tener que dar explicaciones, especialmente en el escenario internacional.

18.3.1.1 *Declaraciones formales*

- Discursos públicos
- Cartas abiertas
- Opiniones públicas de instituciones
- Recolección de firmas
- Acusación pública
- Peticiones

18.3.1.2 *Acciones grupales*

- Comisiones, delegaciones
- Representación de intereses/Cabildeo
- Piquetes

18.3.1.3. *Actos públicos simbólicos*

- Exhibir botones y calcomanías
- Destruir propiedad propia, como la quema de documentos
- Llevar colores simbólicos, p.ej. de luto
- Mostrar luces simbólicas: “mil velas por ...”, desfiles de antorchas
- Ocupaciones simbólicas de tierras o viviendas
- Sonidos simbólicos, como repique de campanas, silbidos, ulular de sirenas
- Minutos de silencio
- Servicios religiosos y oraciones públicas
- Honras fúnebres
- Entierros escenificados
- Teatro callejero
- Pintada de calles
- Cantar en común (así se lanzó la liberación de Estonia)

18.3.1.4 *Presión sobre personalidades*

- Caza de oficiales con persecución constante, abordarlos en público
- Ridiculizar a oficiales
- Piquetes delante de las casas
- Terrorismo telefónico, día y noche
- Entrega de regalos simbólicos (limón, cacto)
- Dar la espalda o las posaderas públicamente

18.3.1.5 *Desfiles*

- Marchas
- Paradas
- Procesiones religiosas
- Peregrinaciones

- Rallyes de automóviles, bicicletas

18.3.1.6 *Reuniones*

- Asambleas de protesta
- Encuentros de protesta camuflados
- “Clases” no programadas (*teach-in*)
- Abandono de asambleas

18.3.2 *Métodos de no cooperación*

Los métodos de no cooperación son mucho más efectivos que los de protesta pública; fueron los preferidos por Gandhi y sus seguidores. Distinguimos aquí la no cooperación social y la no cooperación económica que se presentan en forma de boicot y huelga.

18.3.2.1 *Boicot de personas*

- Boicot social general o selectivo
- Excomunión (exclusión de la comunidad religiosa)
- Boicot sexual (modelo: Lisístrata)
- Prohibición de contactos
- Exclusión de actividades (deporte, acontecimientos sociales)

18.3.2.2 *Boicot de acontecimientos*

- Boicot de actos públicos, elecciones, acontecimientos sociales
- Rechazo de invitaciones
- Desobediencia civil: desacato, negativa a prestar servicio, rebelión tributaria
- Retirada de instituciones sociales, renuncias masivas

18.3.2.3 *Retirada de la sociedad*

- Quedarse en casa
- Negativa total a cooperar
- Abandono colectivo de regiones o conjuntos habitacionales
- Refugio en lugares religiosos, asilo en iglesias, etc.
- Emigración de protesta (éxodo de Moisés de Egipto)

18.3.3 *Métodos de no cooperación económica: boicot*

Aquí se trata de negarse a comprar, vender, manejar ciertos bienes o negarse a prestar o aceptar servicios.

18.3.3.1 *Acciones de los consumidores*

- Boicot de consumidores contra ciertos productos o empresas

- No consumir ciertos productos
- Negarse a pagar el alquiler
- Boicot nacional contra mercaderías de ciertos países (contra Sudáfrica en tiempos del apartheid o boicot vinícola contra Francia tras un ensayo nuclear)
- Boicot nacional contra mercaderías extranjeras (acción “lo británico primero” (*British-first*))

18.3.3.2 *Acciones de productores, trabajadores, comerciantes, etc.*

- Negativa de productores a vender o proveer sus productos (puede dirigirse contra ciertos grupos: extranjeros, determinadas etnias o fieles de una religión)
- Negativa de trabajadores a trabajar con los productos de ciertas empresas
- Negativa de trabajadores a descargar o embarcar ciertos productos (boicot al embarque de café)
- Negativa de comerciantes a comprar o vender ciertos productos
- Exclusión de trabajadores como medida contra huelgas o amenazas de huelga

18.3.3.3 *Acciones de capitalistas*

- Retiro de depósitos bancarios
- Fuga de capitales del país
- Negativa a pagar tasas e impuestos
- Negativa a pagar deudas e intereses
- Suspensión de créditos
- Negativa a aceptar apoyo estatal

18.3.3.4 *Acciones gubernamentales*

- Embargo
- Listas negras de comerciantes

18.3.4 *Métodos de no cooperación económica: huelga*

En la huelga se busca no cooperar en el campo laboral. El concepto de huelga también se ha extendido a otros campos:

- Huelga de protesta
- Huelga relámpago
- Huelga de advertencia
- Huelga de adhesión
- Huelga selectiva
- Bajas masivas por enfermedad
- Huelga general
- Huelga de estudiantes
- Huelga de maestros
- Huelga de reclusos

18.3.5 *Métodos de no cooperación política*

Aquí se trata de la no cooperación de ciudadanos con instituciones políticas, de la desobediencia civil, pero también de acciones de las instituciones políticas contra los ciudadanos y contra otras instituciones políticas, tanto a nivel local, nacional e internacional.

18.3.5.1 *Acciones de los ciudadanos contra el Estado*

- Renuncia a la lealtad
- Negativa a apoyar públicamente al régimen gobernante y a sus políticas
- Llamado a la resistencia mediante la literatura y los discursos
- Boicot contra la cooperación con el gobierno en todos los niveles de la administración, de los parlamentos y en elecciones
- Huelga de celo (trabajo a reglamento)
- Cese del trabajo; si no hay control, holgazanear
- Huelga de brazos caídos (*sit-in*)
- Autodenuncias masivas
- No asistencia a asambleas convocadas
- Transmisión de información falsa
- Desobediencia civil de “leyes ilegítimas”.

18.3.5.2 *Acciones del Estado contra los ciudadanos*

- Supresión de la ayuda estatal (cancelación general, impago o demora)
- Deducción de subvenciones
- Aumento de la presión mediante una mayor reglamentación

18.3.5.3 *Acciones entre instituciones políticas*

- Bloqueo entre cámaras legislativas
- Bloqueo del Legislativo contra la administración (no sancionar el presupuesto)
- Bloqueo de la administración contra el Legislativo (no pagar dietas)

18.3.5.4 *Acciones entre estados*

- Traslado de diplomáticos y otros representantes
- No reconocimiento diplomático
- Retiro de organizaciones internacionales
- Exclusión de organizaciones internacionales
- Negativa a integrar organizaciones internacionales
- Anulación de invitaciones a encuentros internacionales

18.3.6 *Métodos de intervención no violenta*

Estos métodos son apropiados para influir directamente en una situación. Las intervenciones negativas pueden modificar ciertos comportamientos y quebrar modelos e instituciones; las positivas pueden crear nuevos modelos.

Los métodos aquí presentados son más duros y directos que los hasta ahora expuestos; son más difíciles de aplicar y, sobre todo, de mantener.

- Someterse a los elementos
- Huelga de hambre
- Tribunal
- Coacción no violenta
- Huelga de brazos caídos (*sit-in*), irrupción (*go-in*), etc.
- Asalto no violento
- Invasión no violenta
- Interrupción no violenta del suministro de energía o de agua
- Ocupaciones no violentas
- Crear nuevos modelos sociales
- Crear nuevas instituciones sociales
- Crear nuevos sistemas de comunicación
- Juegos de guerrilla
- Falsificaciones (dinero, documentos, etc.)
- Ocupación no violenta de tierras
- Bloqueo de rutas
- Crear mercados negros
- Crear sistemas de transporte alternativos (acción punto rojo)
- Paralizar la administración
- Provocar arrestos masivos
- Desobediencia civil también ante leyes normales
- Formar un gobierno alternativo
- Formar un gobierno en el exilio

18.4 *Acciones violentas*

Von Clausewitz afirma que “la guerra no es más que la continuación del trato político con la intervención de otros medios”⁸¹. En su carta del 22 de diciembre de 1827 al mayor von Roeder explica con mayor precisión la afinidad entre la política y la guerra. Lenin⁸² se ocupó especialmente de este capítulo del libro de von Clausewitz.

El uso de la violencia para imponer políticas fue desarrollado luego por Mao Tse-tung con la teoría de la guerra de guerrillas. El desarrollo ulterior de esta forma de guerra como guerrilla urbana y como estrategia del Tercer Mundo, demuestra la importancia del uso de la violencia para imponer objetivos políticos.

Como uso políticamente motivado de la violencia por parte de grupos o individuos, es muy difícil evaluar el terrorismo desde el punto de vista moral: ¿dónde empieza el

81 v. Clausewitz: *Vom Kriege*, capítulo 6 B.

82 W.I. Lenin: Extractos y apostillas de la obra de Clausewitz: *Vom Kriege*, loc cit pág. 35 y sigtes.

grupo terrorista y dónde el luchador por la libertad que ejerce su derecho a la resistencia contra el uso de la violencia por parte del Estado?

Los conflictos regionales, las explosiones violentas entre etnias y religiones y el uso de la violencia por parte de grupos fundamentalistas son otro ejemplo de que el uso de la violencia se ha vuelto un recurso cotidiano para imponer pretensiones de poder e ideologías políticas.

El punto culminante de ese desarrollo es el cambio de estrategia de la OTAN: una alianza defensiva con una función de apoyo se convierte en una organización ofensiva, dispuesta a usar la violencia para preservar o exigir el respeto de los derechos humanos. Las acciones violentas no son, pues, un modelo agotado de estrategias políticas; más bien han ido en aumento en los últimos tiempos.

Entre las formas de acción figuran:

- Asaltos
- Chantajes
- Secuestros de personas o de medios de transporte
- Atentados con bomba
- Asesinatos políticos
- Expulsiones
- Guerra civil
- Guerra oculta no declarada o guerra abierta declarada

18.5 Evaluación de la definición de los instrumentos principales

Como se evidenció al enumerarlos, hay una amplia gama de instrumentos principales que difieren enormemente en cuanto a sus impactos. El diálogo personal con el vecino por un lado, y la guerra abierta declarada por el otro, muestran la importancia de sopesar el empleo de los instrumentos.

Por eso la evaluación respecto a su uso debería abarcar las siguientes cuestiones:

1. ¿Son los instrumentos adecuados para el cometido?
2. ¿Son compatibles los instrumentos entre sí?
3. ¿Es culturalmente aceptable el empleo de los instrumentos?
4. ¿Es compatible la combinación de los instrumentos con la imagen objetivo?
5. ¿Se puede llegar a los grupos meta con los instrumentos elegidos?
6. ¿El empleo de los instrumentos no desperdicia personal ni recursos?