

**Instituto de Investigaciones Gino Germani**

***VI Jornadas de Jóvenes Investigadores***

**10, 11 y 12 de noviembre de 2011**

**Julia Risler / Becaria doctoral UBA – IIGG / risler@gmail.com**

**Eje 2: Poder. Dominación. Violencia**

**La acción psicológica durante la última dictadura cívico militar (1976-1983): un acercamiento a los responsables de los mecanismos de propaganda**

Esta ponencia constituye un avance de la investigación doctoral titulada “La construcción hegemónica del consenso a partir del discurso gráfico y audiovisual. Un análisis sobre la propaganda oficial durante la última dictadura argentina (1976-1983)”, que vengo desarrollando en el marco del proyecto UBACyT “¿La cultura como resistencia? Lecturas desde la transición de producciones culturales y artísticas durante la última dictadura argentina” dirigido por Ana Longoni.

En esta oportunidad esbozaré de manera descriptiva tres aspectos de la investigación: por un lado la bibliografía que reguló los planteamientos sobre procedimientos de *acción psicológica*, tomando como referencia los diversos trabajos que sobre estas temáticas desarrolló el Coronel Jorge Heriberto Poli (*Acción Psicológica, Arma de paz y guerra*, 1958. *Comunicación Social*, 1974. *Estrategia Psicosocial*, 1979), quien durante el período dictatorial se desempeñó como asesor en la Secretaría de Información Pública (SIP) dependiente del Poder Ejecutivo Nacional. Por otro lado, las diversas modalidades, misiones y actores involucrados, especificados en la vasta documentación (lamentablemente no toda disponible para la consulta pública) y cristalizada en decretos y/o disposiciones militares elaborados para tal fin. Finalmente, dado el interés por relevar la propaganda como uno de los procedimientos de *acción psicológica*, enumeraré algunas de las principales campañas oficiales desarrolladas durante esos años.

Partiré de afirmar que la dictadura sumó a la censura y prohibición de las actividades políticas, sociales y culturales, dos frentes de batalla: por un lado, la “guerra contra la subversión”, visible en la represión y el accionar de los centros clandestinos de detención, mediante la que persiguió, encarceló, desapareció y asesinó a militantes y luchadores sociales; y por el otro, la implementación de una *acción psicológica* que buscó incidir en el

comportamiento y la opinión pública de la sociedad para profundizar en un consenso social que eliminara la amenaza de alteración del statu quo.

Poli define a la *acción psicológica* (AS de aquí en más) como “el recurso de conducción que regula el empleo planeado de todos los medios que influyen sobre determinadas mentes sociales, a través de los más variados métodos y procedimientos, coadyuvando con los esfuerzos físicos en el logro de los objetivos establecidos”.<sup>1</sup> Caracteriza a la propaganda como uno de los “elementos técnicos” al servicio de la AS y a los medios de comunicación como uno de los “medios de *acción psicológica*”. En estos la propaganda actúa como “el combustible o elemento catalizador que aumenta la velocidad de propalación de un determinado medio”.<sup>2</sup> Se ve así la estricta reciprocidad entre propaganda-medios, situación que justifica la adopción de un trabajo de campo focalizado sobre las principales medios de comunicación de masas para relevar la propaganda que allí se difundió.

Por otro lado, los lineamientos planteados en decretos y disposiciones conformaron un “discurso militar” que determinó la protección de los valores de la “cultura occidental y cristiana”, la consolidación del “Ser Nacional” y la lucha contra las “ideologías foráneas” impulsadas por el “enemigo subversivo” que afectaban la “moral y las buenas costumbres” argentinas. Esto tomó cuerpo en las propagandas oficiales y también en aquellas propagandas y procedimientos propagandísticos (notas de revistas, artículos, actividades de apoyo, etc) que construyeron un discurso afín, apoyando o amplificando las principales tópicos del discurso de la dictadura. No está de más puntualizar que las principales vías de difusión fueron los medios masivos de comunicación, elementos esenciales en la labor de construir opinión pública. Así podríamos aventurar que el accionar conjunto de estos diversos actores y procedimientos contribuyeron a la conformación de lo que podríamos llamar un “ethos de la dictadura”<sup>3</sup>, vale decir, un “modo de ser” y una serie de características morales y prácticas visibles en pensamientos y acciones “correctos” (vale decir, aprobados y no susceptibles de levantar ningún tipo de sospecha que pudiera generar una posterior acusación de “subversión”, con las consecuencias ya conocidas).

## **Período previo al golpe**

---

<sup>1</sup> Jorge Heriberto Poli. *Acción Psicológica*. Buenos Aires: Círculo Militar Argentino, agosto de 1958, p.24

<sup>2</sup> *Ibíd*em, p.131

<sup>3</sup> Retomamos esta idea del teórico alemán Max Weber, quien en su conocida obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* analiza el influjo directo en el modo de vida capitalista del concepto puritano de la profesión y la idealización de un comportamiento ascético orientado al ahorro, al trabajo y al lucro.

Los procedimientos de *acción psicológica* fueron regulados desde las instancias militares a través de decretos, disposiciones y directivas. Como antecedente inmediato a su accionar durante el período dictatorial, relevaremos los lineamientos establecidos durante el gobierno de Isabel Perón. Se trata de la **“Directiva del Consejo de Defensa nro 1/75 (Lucha contra la subversión)”** emitida luego que el Poder Ejecutivo Nacional aprobó, a través de los decretos del 5 de octubre de 1975, la adopción de una serie de medidas “para enfrentar la actividad de los elementos subversivos”. El Consejo de Defensa (CD) -formado por el Estado Mayor Conjunto, las FFAA, las policías y servicios penitenciarios federales y provinciales, la Secretaría de Prensa y Difusión de la Presidencia de la Nación y la Secretaría de Informaciones del Estado (SIDE)- se impuso como misión “detectar y aniquilar las organizaciones subversivas a fin de preservar el orden y la seguridad de los bienes, de las personas y del Estado”. En esa misma directiva se definieron las zonas de mayor “incidencia subversiva” localizada en “los grandes centros urbanos” de Tucumán, Córdoba, Santa Fe, Rosario, Capital Federal y La Plata; y con vistas a evitar “la formación de nuevos frentes rurales” se consideraron prioritarias las zonas de Misiones, Chaco/Formosa, Salta/Jujuy, Delta del Río Paraná. Asimismo se daban como plazo para “lograr una disminución notable del accionar subversivo” antes de finalizar el año 1975, y para “transformarla en un problema de naturaleza policial” para fines de 1976. Para lograr tales fines en los plazos estipulados se propusieron las siguientes acciones: obtener información de la subversión, restringir su libertad de acción, aniquilarla, eliminar y desalentar apoyos de otras personas u organizaciones, incrementar el desarrollo de la población a las operaciones “propias”, orientar la opinión pública nacional e internacional “a fin que tome conciencia que la subversión es un enemigo indigno de esta patria”, identificar a los integrantes de los “propios medios” en los propósitos de lucha contra la subversión y, finalmente, aislarla de apoyos internos y externos. Como es sabido, a cada fuerza militar se le adjudicó una tarea y una zona.

Esta larga transcripción de partes de la directiva nos sirve como plataforma para introducir la cuestión que nos convoca relevar en esta ponencia: los procedimientos de *acción psicológica*. Dentro de los anexos incluidos en esta Directiva (1/75) figura el **“Régimen funcional de acción psicológica – A la Directiva del Consejo de Defensa”** donde diagnostica la situación social afirmando que “el factor sicosocial se encuentra sensiblemente influenciado por la crisis que afecta al país”, hay un “clima colectivo expresado en signos de descreimiento y desesperanza” con posibilidad de “desbordamientos futuros”.

Una de las formas de conjurar esta situación se evidenció en la decisión de organizar un **“Sistema de comunicación social” (SICOS)** que fue integrado por la presidenta Isabel

Perón, el Consejo de Seguridad interna y el Consejo de Defensa. El SICOS contaba con una **“Junta de Acción Psicológica” (JUAS)** para evaluar y planificar las actividades de *acción psicológica* (AS), así como el asesoramiento de los órganos de AS de las FFAA y organismos subordinados al Consejo de Defensa. Dentro de las misiones que le correspondían a cada sector se definió que el Estado Mayor Conjunto debía asistir al Consejo de Defensa, controlar la Secretaría de Prensa y Difusión, y dirigir la AS “a fin de lograr una acción coordinada e integrada de los medios a disposición”. Es decir, toda una centralización de los procedimientos a manos de las fuerzas militares donde a cada área le correspondía una labor respetando la jerarquía de mando. Veamos en detalle.

La “Junta de Acción Psicológica” (**JUAS**) debía asesorar al Consejo de Defensa en la planificación de la comunicación social (CS), la coordinación de las medidas y el empleo de los medios de CS y de las actividades de AS. La JUAS estaba integrada por representantes del Estado Mayor Conjunto y la SIDE. En la directiva se aclara que eventualmente podrían participar la Secretaría de Prensa y Difusión, la policía federal y un Departamento de investigación en Opinión Pública (DIOP, que debía crearse por la SIDE y sería destinado a establecer la Info correspondiente a la “personalidad social básica nacional”, como así también medir los efectos logrados en los públicos por el desarrollo de actividades de comunicación social). En este sentido aclara Poli “La actividad de inteligencia se materializa a través de la documentación que produce, la que a su vez sirve de base para el planeamiento. La envergadura y alcance de dicha documentación varían conforme la profundidad de los estudios que se hayan realizado, ajustados al marco y escalón de conducción en que se desenvuelve el respectivo equipo de acción psicológica”.<sup>4</sup> Así la **SIDE** debía proporcionar a la JUAS una información semanal acerca del “factor sicosocial”, la “personalidad social básica nacional” y la situación de los medios de comunicación. Con esa información la JUAS elaboraría las bases para el trabajo del Departamento de AS – EMC en lo que se refiere a la comunicación social nacional e internacional. Poli define el “factor psicosocial” como “integrante de la estrategia moderna que se ocupa de las especulaciones y operaciones que competen a la dinámica psicosocial (...). La estrategia psicosocial se desarrolla a lo largo de un ciclo integrado, cuenta con instrumental propio y utiliza el entramado comunicacional que caracteriza a todo Estado moderno y que puede ser fraccionado en tres urdimbres diferenciadas, que son: la estructura compleja del poder, el aparato educativo del Estado y el despliegue de los medios de comunicación social”.<sup>5</sup> Asimismo define la “personalidad social

---

<sup>4</sup> Jorge Heriberto Poli, op. cit, p.165

<sup>5</sup> Jorge Heriberto Poli. *Estrategia psicosocial*. Buenos Aires: Círculo Militar, 1979, p.277

básica” como “el conjunto de rasgos personales comunes a todos los individuos de un mismo grupo social”.<sup>6</sup>

Las **FFAA** debían planear, ejecutar y evaluar la AS conforme a la orientación del Consejo de Defensa (EMC), proponer las actividades de CS que sean específicas a la fuerza y hacer seguimiento de la situación psico-social. También los representantes de las FFAA debían proponer a la JUAS las actividades de CS y/o AS y la información del factor psicosocial y los medios de comunicación propios y del oponente. Finalmente la **Secretaría de Prensa y Difusión** ejecutaría las actividades de comunicación social.

De esta manera quedaba claro que la misión del “**Sistema de comunicación social**” (**SICOS**) era la de desarrollar las actividades de CS y AS para “crear las condiciones sicosociales que contribuyan al aniquilamiento de la subversión en todas sus formas y consolide el estilo de vida nacional”. Se distinguía la CS de la AS de la siguiente manera: la primera estaba orientada a “promover y consolidar valores que conforman el estilo de vida argentino”, con el objetivo de “quebrar la voluntad de lucha del oponente, neutralizar su AS, orientar la opinión pública nacional e internacional a favor de la lucha contra la subversión, incrementar la moral de los públicos institucionales de las fuerzas propias en la lucha contra la subversión”. La segunda, en cambio, era “netamente ofensiva”.

Un mes después, en noviembre de 1975, el Ejército aprobó la “**Directiva del Comandante General del Ejército nro 404/75 (Lucha contra la subversión)**” con el fin de poner en ejecución las medidas y acciones previstas en la directiva anterior. Firmada por Gral de Brigada Osvaldo Rene Azpitarte<sup>7</sup>, enumeraba las operaciones a desarrollar para la ofensiva (dentro de las cuales se encuadró la AS): actividades de inteligencia, operaciones militares, operaciones de seguridad, operaciones psicológicas, operaciones electrónicas, actividades de acción cívica, actividades de enlace gubernamental. En el anexo 3 se puntualiza la AS y agrega, a la lista de responsables ya mencionados, la incorporación de una serie de “asesores”: **Psicólogo, Sociólogo, Licenciado en Ciencias Políticas y Técnico en Publicidad.**

Allí se determinaba que los “órganos de AS del Ejército desarrollarán actividades para crear las condiciones sicosociales que coadyuven a eliminar la subversión en todas sus formas y a consolidar los valores que hacen a nuestra esencia nacional”. En cuanto a los procedimientos se especificaba que por la “característica multiforme de la subversión” (y aquí ya podemos afirmar que justamente esta característica “difusa” de lo “subversivo” permitió la

---

<sup>6</sup> Jorge Heriberto Poli, op. cit., p.299

<sup>7</sup> Actuó como Comandante del V Cuerpo del Ejército con sede en Bahía Blanca, y en el centro clandestino de detención conocido como “La Escuelita”.

irrigación y pregnancia en todos los aspectos de la sociedad habilitando la intervención, represión y censura en amplios sentidos) se emplearán todos los medios a disposición para “influir en el público”; se promoverá y consolidará los valores que conforman el “estilo de vida argentino” y que orienten a la población a apoyar las operaciones militares. Asimismo aclara que las operaciones de *acción psicológica* se orientan en dos líneas de acción: una preventiva (para preparar a los públicos respecto a los hechos que podrían producirse) y la otra de apoyo (a fin de “explotar” o “neutralizar” los efectos inmediatos de las acciones militares). Los objetivos alcanzan al propio “público interno” de las Fuerzas Armadas, a la sociedad en general, a Isabel Perón y su gobierno y a la opinión pública nacional e internacional. Como ellos mismos aclaran en la Directiva, se apuntaba a consolidar la cohesión interna de la fuerza, quebrar la voluntad de lucha del oponente, volcar la opinión pública nacional a favor de la lucha, orientar la opinión pública internacional y prevenir sobre la adopción de medidas del gobierno que influyan desfavorablemente.

En febrero de 1976, cuando ya estaba todo planificado para destituir a Isabel Perón, el Ejército elabora el “**Plan del Ejército (contribuyente al Plan de seguridad nacional)**” firmado por el Gral. Jorge Rafael Videla. Allí se plantea la “destitución del PEN”, el cierre y ocupación de edificios públicos, el control de sedes diplomáticas, la protección de objetivos, el control de centros urbanos y de establecimientos carcelarios y la protección de residencias del personal superior.

Este plan contiene una serie de anexos sobre diversas cuestiones y el número 15 puntualiza la *acción psicológica*: la cual se realizará sobre “públicos externos” y estará a cargo de la Junta de Comandantes Generales (JCG) quien centralizará la difusión de comunicados oficiales. La finalidad que se plantea es la de “focalizar permanente actividad de acción psicológica sobre el público interno y sobre los públicos afectados por las operaciones, con el objeto de predisponerlos favorablemente y lograr su total adhesión”. Este procedimiento constaría de diversas fases: 1) **Fase de preparación**: destinada al público interno de las fuerzas para mantener cohesión, adhesión y subordinación psíquica; acentuar el convencimiento de la “justa actitud de intervención” de las FFAA en resguardo de los valores de la Nación y para el mantenimiento del orden y la seguridad; y justificar el combate de la subversión 2) **Fase de ejecución**: orientada a crear actitudes favorables respecto a las operaciones, a la imagen de las FFAA y a la “sensación de éxito” 3) **Fase de consolidación**: para reafirmar normas y valores nacionales de la “cultura occidental y cristiana”, clarificar logros para evitar rumores, acrecentar la imagen de cohesión entre FFAA y orientar una civilidad responsable.

Allí se decía que para alcanzar estos “objetivos **psicológicos**” se deberá recurrir a las “**técnicas de información y adoctrinamiento**” que confirmen los valores de “nuestro tradicional estilo de vida” y demuestren su “superioridad sobre las ideologías foráneas”.

### **A partir del Golpe de Estado del 24 de marzo de 1976**

A los decretos ya nombrados se suman otros, que aclaran, corrigen y profundizan lineamientos y objetivos, manteniendo las cuestiones de fondo. En el “**Acta fijando el propósito y los objetivos básicos del Proceso de Reorganización Nacional**” con fecha del 24 de marzo de 1976, se fijaron como objetivos básicos la “vigencia de los valores de la moral cristiana, de la tradición nacional y de la dignidad del ser argentino”. La “**Proclama**” del 24 de marzo de 1976 aclara un poco más, determinando que es “por medio del orden, del trabajo, de la observancia plena de los principios éticos y morales, de la justicia, de la realización integral del hombre, del respeto a sus derechos y dignidad (...) [como] la República llegará a la unidad de los argentinos y a la total recuperación del ser nacional”. Para ello se tomarán “medidas inmediatas” de gobierno “de índole moral” para fortalecer los valores tradicionales de la Nación Argentina y crear conciencia sobre la necesidad de trabajo y sacrificio.

Dos meses después, la “**Orden parcial 405/76 (Reestructuración de jurisdicciones y adecuación orgánica para intensificar las operaciones contra la subversión)**” de mayo de 1976 firmada por el Gral. Roberto Viola, ratifica muchas de las afirmaciones del decreto 404/75 relacionadas a los principales “actores subversivos” (Montoneros, PRT-ERP y OCPO), a la localización de la “agresión subversiva” (Capital y Gran Bs As, Gran La Plata, región ribereña del Río Paraná (de Zárate a San Lorenzo) y Córdoba). Pero también puntualiza el nuevo contexto de poder de acción que ha variado de forma positiva por la “asunción del gobierno por parte de las FFAA y la aprobación de una estrategia nacional contrasubversiva”. Esta vez, la misión apunta directamente a “completar el aniquilamiento del oponente en la zona donde mantiene mayor capacidad”, a través del despliegue permanente de “fuerzas y patrullajes continuos” y a la persistente actividad de inteligencia para “detectar blancos” con el fin de restringir la libertad de acción del “oponente” y crearle inestabilidad, mostrar a la población la “eficiencia” de las fuerzas del orden y combatir la *acción psicológica* del oponente.

En agosto de ese año el Ejército emite la “**Instrucción de lucha contra elementos subversivos RC-9-1**” firmada por el Gral Viola. Allí se especifican los lineamientos a seguir en la capacitación de miembros del Ejército en contra de los “elementos subversivos”. La

“subversión” se define como la “acción clandestina o abierta, insidiosa o violenta que busca la alteración o destrucción de los criterios morales y la forma de vida de un pueblo, con la finalidad de tomar el poder e imponer desde él una nueva forma basada en una escala de valores diferentes”. Para aniquilarla el Ejército define su propio accionar como “contrasubversivo” especificando el tipo de formación que deberá tener el combatiente: no sólo será capacitado en “adiestramiento físico y cuestiones tácticas” (ofensivas, armas, combate) sino también en “cuestiones morales” recibiendo una educación ético-espiritual que lo lleve al convencimiento de la misión que cumple, junto a una educación religiosa que profundice la fe en Dios y fortalezca sus convicciones (esto estaría a cargo del Capellán). Esta instrucción incluye una **“Guía para la programación de la educación contra la subversión”** en donde se esbozan las pautas para preparar a las tropas (durante un período mínimo de dos meses) a fin de “identificarlo con la causa”, desarrollarle una “vocación por la Patria” y fomentar “los preceptos morales y cristianos” para encuadrarse en el “Ser nacional” y la institución militar. Poli define el “ser nacional” como “la sustancia psicosocial de una Nación, la que se define por una serie de normas, significaciones y valores que la autentican. El conocimiento práctico del ser nacional resulta imprescindible para la decisión moderna, siendo un elemento de vital importancia para la estrategia psicosocial. Se lo trata de definir mediante los estudios de personalidad social básica que, comúnmente, se realizan por vías de la investigación aplicada”.<sup>8</sup> Como ya especificamos, es tarea de Inteligencia proveer la información para determinar la personalidad social básica y así tejer estrategias de intervención para su modelación.

A fines de ese mismo año, el Ejército dictamina las **“Operaciones contra elementos subversivos RC-9-1”** con fecha 17 de diciembre de 1976. Allí hace un diagnóstico de la sociedad especificando que la “subversión” se apoya en “disconformidades locales, figuradas o reales” y su accionar está dirigido “a la conciencia y la moral del hombre” para reemplazar sus principios por una “filosofía más materialista”. Así especifican que todas las acciones y operaciones emprendidas deberán “responder a una concepción general común, basada en la plena vigencia de su encuadramiento moral, y cuyos aspectos más salientes se manifiestan en la exigencia de centralizar, en el más alto nivel, la responsabilidad de las orientaciones y decisiones fundamentales y la conducción de la inteligencia y de la acción psicológica”. Es interesante remarcar el nivel de detalle que adoptan especificando, por ejemplo, la terminología a emplear: no se debe emplear el término “fuerzas de la subversión” sino

---

<sup>8</sup> Jorge Heriberto Poli, op. cit., p.307

“elementos subversivos”, tampoco “guerrillas” sino “bandas de delincuentes subversivos armados, y evitar “guerrillero prisionero” reemplazándolo por “delincuente capturado”.

En esta disposición, se considera que el “objeto” de los subversivos era “la mente del hombre” y la “alteración de sus valores” a fin de “inyectarle” ideologías foráneas que alteraran el orden de la sociedad argentina y alteren la moral, los valores y costumbres de la sociedad occidental y cristiana. Por eso hay un continuo apelar no sólo a lo “difuso” de la subversión” sino también a las responsabilidades compartidas para su control en los amplios y porosos niveles que articulan una sociedad civil. Es por eso que se llama a todas las instituciones sociales y a la población misma a la “erradicación de la subversión” lo cual “requiere la participación responsable y coordinada de todos los sectores y campos del quehacer nacional”. Esta “contrasubversión” tendrá como objetivos restablecer el orden político y la autoridad institucional, aniquilar las organizaciones subversivas, restaurar los principios morales y la forma de vida de un pueblo que han sido alterados y destruidos por la acción de la subversión.

Allí también se especifica que la AS interviene en “situaciones psico-sociales” a partir de “operaciones psicológicas” que consisten en el “empleo planificado de la acción psicológica, en apoyo de operaciones militares, para influir en la conducta y actitudes, a fin de favorecer o perjudicar a determinado público”. Las “**operaciones psicológicas**” son consideradas una parte importante de la planificación y deben acompañar la acción militar, sus principales objetivos son los “públicos internos” (acción descentralizada sobre las propias fuerzas a partir de una “eficaz acción de mando”, comunicación cara a cara y persuasión), la población civil y los “elementos subversivos” (mediante acciones altamente centralizadas en los altos niveles de conducción, siendo el procedimiento más utilizado el de **propaganda** difundida mediante todos los medios a disposición: material impreso, radio, TV, películas y altavoces). Finalmente determina que el plan de *acción psicológica* deberá estar estructurado y dirigido a nivel del PEN.

En las “**Instrucciones para operaciones de Seguridad**” **RE-10-51**, con la misma fecha que la disposición anterior (17/12/76), el Ejército especifica en la “Sección III Tropas técnicas y elementos especiales” que las operaciones psicológicas remitirán al plan diseñado en la RC-9-1 (anteriormente mencionada), puntualizando que las “operaciones sobre las propias fuerzas” buscarán identificarlos con los propósitos de la lucha contra la subversión para formar “hombres patriotas, conscientes y abnegados”. También se sugiere “explotar los sentimientos de aquellos que tienen hijos, parientes o amigos cumpliendo el servicio militar” a través del envío de cartas a las padres “felicitándolos por sus hijos e instándolos a denunciar

lo que pueda afectar la vida” de los mismos. Respecto a la población, serán utilizados equipos con altavoces para dar instrucciones y evitar el apoyo a los “elementos subversivos”.

A un año del golpe de Estado, se emite la “**Directiva del Comandante en Jefe del Ejército N° 504/77 (Continuación de la ofensiva contra la subversión durante el período 1977/78)**” con fecha abril de 1977. Allí se especifica que el Ejército ejecutará “una oportuna, continuada, coordinada, coherente e intensa comunicación social (AS) en apoyo de la Lucha Contra la Subversión, incidiendo sobre la población, el oponente y las propias fuerzas.” Como se evidencia, hay una homologación entre comunicación social y *acción psicológica* cuando en anteriores disposiciones se tendía a separarlas. El peso estratégico de este procedimiento sobre la población se evidencia en la misión que se impone al Ejército de realizar comunicación social de forma “preventiva y de coyuntura” pero “con centro de gravedad en la primera”. Así define que la CS preventiva tendrá como principal objetivo “esclarecer a la población sobre la agresión que sufre la Nación para restar la adhesión a la subversión y cortar el reclutamiento”, concitando el apoyo para el propio accionar; además deberá contemplar la “desmoralización del oponente y la consolidación del frente interno”. La CS de coyuntura procurará “explotar los hechos para destruir la moral del oponente, quitarle la voluntad de lucha y provocar su desertión, o bien cuando ello sea necesario, prevenir o neutralizar situaciones conflictivas que se presenten a lo largo de la lucha”.

Se aclara que el “objetivo” y “medio” de la “lucha contra la subversión” (LCS) es la población, por lo que si el PRN tiene como objetivo básico “lograr la adhesión, apoyo y participación de dicha población”, el accionar militar “deberá contemplar esta exigencia”. Asimismo el Ejército “desarrollará una política de acercamiento, asesoramiento y apoyo a las autoridades culturales, educativas y de ciencia y tecnología en su jurisdicción, con la finalidad de lograr la adopción de medidas político-administrativas, tendientes a erradicar la subversión en sus distintas manifestaciones y promover el desarrollo, divulgación y consolidación de los valores éticos, morales, espirituales e históricos como modo de reafirmar la esencia del ser nacional” (en anexo 4: Ámbito Educativo).

En las directivas públicas del Ejército sobre la “**Conducción para las fuerzas terrestres**” (RC -2 -2) fechado en 1983, se describe a las operaciones psicológicas de la siguiente manera: son el “1) elemento de apoyo de combate equipado, educado e instruido para actuar sobre los grupos humanos considerados como blancos. 2) buscan mantener, modificar o cambiar actitudes. Cuando se trate de blancos enemigos, su objetivo será quebrar la voluntad de lucha o de participación. Por el contrario, respecto de los propios medios, creará un ambiente efectivo, necesario y favorable, como también propiciará la aceptación

voluntaria de riesgos y sacrificios (...) Su accionar se desarrollará en el plano subjetivo: explotará los fundamentos emocionales de las valoraciones (deseos, sentimientos, creencias, aspiraciones, necesidades, intereses, etc) y alterará con procedimientos de persuasión, compulsión y sugestión, según los casos y las posibilidades. En muchos casos sus acciones permitirán imponerse al enemigo sin violencia física.” Es importante subrayar que esta directiva corresponde a un momento donde la dictadura se encontraba en un momento crítico, y a la profunda crisis económica se le agregaba el rechazo popular producto de la derrota militar y política que supuso la guerra de las Malvinas. A pesar de esta situación, los procedimientos de *acción psicológica* nunca fueron desplazados, demostrando el lugar estratégico que las fuerzas militares le asignaban.

## LA PROPAGANDA OFICIAL

La propaganda se materializó a través de diversas agencias e instituciones. A la labor de la Secretaría de Información Pública (SIP) donde funcionaba un “Departamento de acción psicológica”, se sumó la de las “agencias informativas y noticiosas” (como TELAM), y la colaboración de las principales agencias publicitarias que, como puntualiza Poli, “por la naturaleza de sus servicios pueden constituirse en importantes elementos de apoyo de la estrategia psicosocial”.<sup>9</sup>

En el **Boletín Oficial** figuran los nombres de quienes se desempeñaron bajo la presidencia de Videla en puestos clave relacionados al manejo de la Comunicación Social y las estrategias de *acción psicológica*. Dependiente de la Presidencia, funcionaba la “**Secretaría de Prensa y Difusión**” a cargo del Capitán de Navío Carlos Pablo Carpintero por decreto n° 9 (29/3/76). En esta secretaría funcionaban la Subsecretaría de Planeamiento, a cargo del Coronel Jorge M. Villafañe, la Subsecretaría de Enlace en manos del Comodoro RE Ramón Kelly, y la Subsecretaría Operativa dirigida por el Capitán de Navío Carlos Busser. El diario Clarín publica estos nombramientos con fecha 31/3/76 titulado: “Asumieron secretarios de la presidencia” y detallando que Videla “puso en posición de sus cargos a los nuevos secretarios del área presidencial, general de brigada Alberto Villareal (secretario general de Gobierno); capitán de navío Carlos Pablo Carpintero (secretario de Prensa y Difusión) y comodoro José Miret (secretario Técnico)”. Asimismo, bajo la dependencia del **Ministerio del Interior** (cuya cabecera estuvo al mando del General Albano Harguindeguy

---

<sup>9</sup> Jorge Heriberto Poli, op. cit., p.260

por decreto n° 1 del 29/3/76) estaba la “**Secretaría de Información Pública**” (SIP) también a cargo de Carpintero por decreto n° 225 del 27/4/76. Y la agencia de noticias **TELAM**, que contaba con un departamento de publicidad que diseñaba parte de la propaganda oficial (sobre todo la referida a las empresas públicas) a cargo del interventor Coronel (R) Pedro Osvaldo Quiroga (31/3/76) y del Capitán de Navío Pedro Dimena nombrado por resolución ME n° 2 del 24/3/76.

Durante los primeros años del gobierno de facto la **SIP** respondió a la Armada<sup>10</sup>, y a la gestión de Carpintero le siguió la del Contralmirante Rubén Oscar Franco, quien estuvo en ese cargo hasta fines del año 78 (Franco fue integrante de la cuarta Junta Militar de Gobierno entre julio del 82 y diciembre del 83, bajo la presidencia de facto de Bignone). Durante esos años la SIP fue una fuente de propaganda de la Marina y de su Comandante en Jefe, el almirante Emilio Massera. El 26/9/77 Carpintero elaboró un “Plan Nacional de Comunicación Social” orientado a generar “la adhesión y progresiva participación en el Proceso de Reorganización Nacional (PRN) iniciado el 24 de marzo de 1976”<sup>11</sup>, a través del cual se buscó “contribuir al desarrollo de la acción psicológica oportuna y enérgica que se oponga a toda manifestación, interna o externa, que bajo pretexto de los derechos humanos pretenda enjuiciar o agredir nuestro accionar antisubversivo”<sup>12</sup>.

A fines de 1978<sup>13</sup> la SIP pasó a ser controlada por el Ejército, y a partir de ese momento la secretaría se alternó entre militares y civiles. A fines de 1979 asumió el General Antonio Llamas, quien también presidía el organismo creado por el gobierno militar en los ochenta llamado PELCOS (Principal Elemento de Comunicación Social), orientado a difundir información afín al régimen a través de “comunicadores clave”, y en el marco del Conflicto con Chile por el Canal de Beagle<sup>14</sup>.

---

<sup>10</sup> En el reparto original la Armada se quedó con la SIP y el canal 13. El Ejército con la Secretaría de Prensa y Difusión, la Secretaría de comunicaciones (SECOM), el COMFER, y los canales 9 y 7 (este último bajo la dependencia del Poder Ejecutivo). Por su parte la Fuerza Aérea se quedó con el canal 11.

<sup>11</sup> Citado en Gociol, Judith e Invernizzi, Hernán, *Un golpe a los libros. Represión a la cultura durante la última dictadura militar*. Buenos Aires: EUDEBA, 2002, p.45

<sup>12</sup> *Ibidem*, p.46

<sup>13</sup> En setiembre de 1978 Massera pasó a retiro con el objetivo de “dedicarse a la política”. Ese mismo año fundó el periódico *Convicción*.

<sup>14</sup> Esta acción fue acompañada por otras de diversa índole. En ese sentido, la historiadora Laura Luciani comenta en una entrevista que “en 1979 y en el marco del conflicto del Beagle, [se realiza] el proyecto Marchemos a la Frontera, que inicialmente hace Bussi con niños de Tucumán y luego se traslada a los jóvenes. Ahí hay un claro intento de unir el ejército con la escuela. El programa consistía en mandar chicos de escuelas a lugares de la frontera donde estaba el ejército. Las mismas escuelas pedían incorporarse a ese proyecto, lo que marca que no solamente se trata del control desde arriba sino también de los intereses de los mismos directivos. Las chicas juntaban plata y los varones elegidos por los directivos iban a la frontera”. Véase *En busca de los jóvenes de ayer*: [http://www.lacapital.com.ar/ed\\_senales/2009/6/edicion\\_35/contenidos/noticia\\_5001.html](http://www.lacapital.com.ar/ed_senales/2009/6/edicion_35/contenidos/noticia_5001.html) [Acceso: 2/03/2011]

Al final del período dictatorial -entre setiembre del 82 y marzo del 83- estuvo a cargo de la SIP el empresario Pastor Oscar Magdalena<sup>15</sup>, presidente de la Cámara de Anunciantes al momento de producirse el golpe y uno de los impulsores de la “Comisión Intersocietaria de Autorregulación Publicitaria” (CIAP)<sup>16</sup> conformada por medios, agencias de publicidad y anunciantes y en la cual, sugestivamente, las agencias con más peso fueron “las mismas que *ad honorem* ayudaron al gobierno de Videla”<sup>17</sup>, según lo afirma el publicitario Gabriel Dreyfus. Esta comisión fue creada luego de la realización del “XXV Congreso Mundial de Publicidad” (de la IAA *International Advertising Association*) en Buenos Aires en mayo de 1976, uno de los más importantes del mundo. Videla asistió a la inauguración del Congreso donde dio un discurso, y unos días antes se reunió con los delegados donde, según una nota del diario *La Nación*, les remarcó “la importancia de la publicidad en cuanto al papel social que le cabe ‘por la capacidad que tiene de llegar al público, de penetración en los espíritus, que hace de ella un verdadero medio de comunicación’”.<sup>18</sup>

## **Campañas de propaganda**

A lo largo del gobierno de la dictadura, la SIP impulsó una serie de **campañas nacionales** que fueron ampliamente difundidas por los medios masivos de comunicación: “Campaña Nacional Derechos y Obligaciones”, “Campaña por la familia”, entre otras. También fueron incorporados los festejos por el “Día de la tradición” y el “Día de la Soberanía Nacional” (este último muy fogoneado en momentos del conflicto con Chile por el canal de Beagle). Y se crearon las celebraciones de los centenarios: “Homenaje al Centenario de la Conquista del Desierto” el 11 de junio de 1979 y el “Homenaje a la Generación del 80”<sup>19</sup>.

---

<sup>15</sup> Durante la dictadura Magdalena fue presidente de la Asociación de Fabricantes Argentinos de Coca Cola (años 80 a 89). Fue el presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes entre 1973 y 1981. Ese año presidió el Fondo Nacional de las Artes, y en los años 80 fue directivo de Boca Juniors.

<sup>16</sup> El primer presidente de la CIAP fue Arturo Carou, dueño de los licores Seagram’s, presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes y amigo personal del gobierno militar. La CIAP fue disuelta en el año 1991 y recién se reconstituyó en el 2001 bajo la denominación “Consejo de Autorregulación Publicitaria”. Esta comisión orienta su acción “en defensa de la ética y el ejercicio responsable de la libertad de expresión comercial” y está integrada por cinco representantes de la “Asociación Argentina de Agencias y Publicidad” y de la “Cámara de Anunciantes”. Véase Alberto Borrini. Para crear una ética publicitaria.

[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=387189](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=387189) [acceso 2/06/2010]

<sup>17</sup> Gabriel Dreyfus. *La Publicidad que me parió*. Buenos Aires: Planeta, 2001, p.85. La cursiva de la cita es del propio Dreyfus, lo cual estaría acentuando la ironía con la cual afirma sus dichos.

<sup>18</sup> “Videla recibió a los publicitarios”, *La Nación*, 20/5/76.

<sup>19</sup> Véase Rodríguez, Laura Graciela. *El calendario escolar y las celebraciones en la provincia de Buenos Aires durante la última dictadura militar*. Clío y Asociados (13). Disponible en: [www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4624/pr.4624.pdf](http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4624/pr.4624.pdf)

En lo que respecta a las **propagandas**, el año 78 es particularmente ejemplificador, pues a la campaña impulsada para contrarrestar la “campaña antiargentina” se sumó la del Mundial de Fútbol. El gobierno militar llamó “campaña antiargentina” al intento de “boicotear” desde el extranjero la realización del Mundial de Fútbol a través de las denuncias que exiliados impulsaron para visibilizar la violación de derechos humanos por parte de los militares en el poder. Esto dio inicio a una campaña oficial pro argentina con mensajes de exaltación patriótica y nacionalista. También amplios sectores civiles, como medios de comunicación masiva, participaron: la revista *Gente* diseñó una carta de corte denunciante para que los lectores enviaran a argentinos en el exterior (“Carta a un argentino que vive afuera”); la revista *Para Ti* diseñó postales con frases como “Defienda su Argentina” que se publicaron durante agosto y setiembre y alentaba a los lectores a enviarlas a un listado de personas e instituciones que se consideraban “agentes” de la campaña contra Argentina. Más conocida fue la difusión de una obleta sticker con la frase “Los argentinos somos derechos y humanos” (1978).

Por otra parte, la campaña de propaganda del Mundial de Fútbol (1978) se materializó a través de la difusión de slogans como “El mundial también es confraternidad... y usted juega de argentino”. Y luego de que Argentina ganara la copa, se multiplicaron las solicitadas en apoyo: “Hemos recuperado la paz” y “Un país de paz” (postales de *Para Ti*); “Felicitaciones, país!” La serenísima; “Hoy nuestro orgullo de argentinos tiene forma de copa. Brindemos!”, Sidra Real; “La verdadera Argentina también es noticia”, Bolsa de Comercio de Buenos Aires. También se realizó una película dirigida por el cineasta Sergio Renán que se llamó “La fiesta de todos”. Otras propagandas oficiales de ese primer período: “Unámonos y no seremos bocado de la subversión” (14/10/1977), “Achicar el Estado es agrandar la Nación” (1977) o la campaña de la DGI con los dibujos de Carlos Constantini (1977). También la película llamada “Ganamos la paz” (1977).

En el año 79, con la profundización de la crisis económica y ante el intenso malestar social derivado de la misma, hubo una profusión de propagandas oficiales que exaltaban los “logros” de la gestión militar llamando a la ciudadanía a “un cambio de mentalidad”: “Recuerde y compare” (1979); “Un cambio de mentalidad” (1980); “Si la Argentina es hoy uno de los mejores países del mundo... ¿Por qué tenemos problemas? Tenemos problemas pero tienen solución” (1979); “El mundo tiene 5 grandes problemas. La Argentina no tiene

---

ninguno ¿Entonces? Un cambio de mentalidad” (1980); “Los argentinos vivimos en uno de los mejores países del mundo pero tenemos problemas” (1980); “Argentina camina” (1981).

Otra de las campañas importantes de ese período fueron las organizadas en torno a la visita de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), que arribó para investigar las denuncias de violación de los derechos humanos, a la que siguió una reacción de amplios sectores civiles orientada a difundir “la verdad” sobre lo que ocurría en Argentina: la “Liga argentina de las víctimas del terrorismo” creó una contracampaña con datos y números que revelaban el “accionar subversivo”; la revista *Para Ti* difundió unas postales con la leyenda “Argentina toda la verdad” en agosto 1979; y continuaron las notas periodísticas, los artículos de opinión desafiando y criticando los objetivos de la visita de la CIDH, como en la “Carta abierta a los miembros de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos”, revista *Gente*, 6/9/79.

En 1982 la Guerra de Malvinas desencadenó una campaña propagandística oficial y civil, con consignas nacionalistas, patrióticas y de responsabilidad social: “Argentinos a Vencer. Cada uno en lo suyo defendiendo lo nuestro!” 4/5/1982; “La gran tienda adhiere al Gran Momento Nacional”, Harrods, *La Nación*, 4/4/82; “Las Malvinas liberadas”, Banco de la provincia de Buenos Aires, *La Nación*, 4/4/82; “¿Ya le escribió a Margaret Thatcher y al mundo?, firmas varias, *Clarín*, 17/4/82. También se organizó una emisión televisiva -“Las 24 horas de las Malvinas”- transmitida por ATC y cientos de canales del interior del país, con la conducción de Cacho Fontana y Pinky. El programa especial congregó a las figuras más importantes del espectáculo, el deporte y la política, con el objetivo de reunir donaciones para el Fondo Patriótico Malvinas Argentinas.

Asimismo, durante todo el período dictatorial, fueron constantes las propagandas difundidas por organizaciones e instituciones civiles (muchas de ellas de raigambre católica y fuertemente anti comunistas) como la Liga pro comportamiento humano, la Liga de madres de familia, el Movimiento nacional de las juventudes, la Legión Anticomunista Republicana, la Liga de la Decencia, la Federación Argentina de Entidades Democráticas Anticomunistas FAEDA, la Corporación de abogados católicos, la Agrupación de estudiantes por la Conservación de la Libertad. Muchas de ellas comenzaron a operar en el período previo al golpe con propagandas del tipo “Blanca y celeste aunque nos cueste”, “No está solo” (23/3/76), “Las papas queman” (24/3/76), “Cuando el barco se hunde las ratas huyen” de la Liga pro comportamiento humano, una institución sin fines de lucro fundada en 1960 por el

periodista y escritor Francisco Antonio Rizzuto<sup>20</sup> que planteaba el objetivo de "difundir los valores morales y éticos" al conjunto de la sociedad. La Fundación Rizzuto era frecuentada por militares entre los cuales se encontraba el titular de la SIP Rubén Franco.<sup>21</sup>

Finalmente mencionaremos las campañas impulsadas por instituciones civiles asociadas al mercado, el marketing y la publicidad, amparadas bajo el perfil de "entidades de bien público" también fueron muy prolíficas. Sobre todo las creadas por el Consejo Publicitario Argentino (CPA) "Usted que es..." (mayo 76), "Vivamos la Argentina en positivo" (76 y 77) y "Su casa. Escuela nro 1" (1978). O las de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP) "Ahora el mundo sabe que la Argentina cuando quiere, puede" (1978), entre otras.

## ALGUNAS APRECIACIONES FINALES

Como sostuvimos al principio del trabajo la propaganda durante la dictadura, tanto la oficial como aquella generada por agencias de publicidad o instituciones económicas, empresariales y sociales, formó parte de una estrategia de *acción psicológica*. De esta manera se habría ocupado de difundir las acciones y valores morales impulsados por la Junta publicitando no sólo las políticas y los logros desarrollados sino también "qué era lo que se esperaba de los (buenos) argentinos" en el combate en contra de las "ideologías extremistas apátridas", las "ideas subversivas" y todo aquello que vulnera el "ser nacional" o que ofenda la "civilización occidental y cristiana". En ese sentido, como sostienen Novaro y Palermo, si las Fuerzas Armadas gobernaron ordenando el resto de la sociedad debió aprender a cumplir su rol: "las mujeres a ser buenas amas de casa, esposas y madres; los maestros, a su función apostólica de formar argentinos de bien y respetuosos del orden; los estudiantes, a estudiar; los jóvenes, a aprender a obedecer y respetar a sus padres; los obreros, a trabajar con regularidad; los empresarios, a producir. Todo ello magníficamente sintetizado en los enormes carteles instalados algún tiempo antes en Buenos Aires y otras ciudades a la vista de los automovilistas: 'el silencio es salud'".<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> El día del fallecimiento de Francisco Rizzuto (31 de marzo de 1965) ha sido instituido como el "Día del Comportamiento Humano" fecha en la cual se rememora "la jerarquización de los valores espirituales y éticos y el fomento de la armonía en la convivencia entre las personas". Véase "Efemérides Culturales Argentinas" en <http://www.me.gov.ar/efeme/index.html?mes=3&dia=31>

<sup>21</sup> Rodríguez, Laura Graciela, op. cit, p.40

<sup>22</sup> Marcos Novaro y Vicente Palermo. *La dictadura militar 1976/1983. Del Golpe de Estado a la restauración democrática*. Buenos Aires: Paidós, 2003, p.33

De entrada le habría resultado evidente a la dictadura que para lograr la implementación de un nuevo modelo económico se hacía necesaria la aniquilación de una generación entera de luchadores sociales, la disciplina de los obreros y un adiestramiento de la sociedad en su conjunto para lograr el consenso necesario que apuntara al fortalecimiento de sus objetivos. A la “administración de la muerte” ejecutada en los centros clandestinos de detención, en los enfrentamientos fraguados, los vuelos de la muerte, los asesinatos diferenciales; se le sumó la “gestión de la vida” y ninguna área fue dejada de lado, cultura, educación, prensa habrían marchado al ritmo de la dictadura.

La *acción psicológica* profundizó la atomización social y las Fuerzas Armadas se ubicaron como reservorio moral de la Nación, guardianas y preservadoras de la integridad social, digitando mecanismos de control de la población para eludir los posibles desafíos al *statu quo*. Como una manera de adoctrinar a la sociedad adquiriría un rol relevante la propaganda mediante la cual se imponía una realidad fabricada a medida de los intereses y las necesidades no sólo de la dictadura sino también de un amplio sector civil compuesto por grupos empresarios y financieros y la Iglesia católica. Todos ellos se servirían de los mecanismos de represión y orientación del comportamiento para lograr la adhesión y colaboración en el proyecto de “refundar la Nación”.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín. *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*, Buenos Aires, Colihue, 1998.

Borrini, Alberto. *Para crear una ética publicitaria*. Buenos Aires: La Nación, 9/4/2002.  
[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=387189](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=387189) [acceso 2/06/2010]

Dreyfus, Gabriel. *La Publicidad que me parió*. Buenos Aires: Planeta, 2001.

Gociol, Judith e Invernizzi, Hernán. *Un golpe a los libros. Represión a la cultura durante la última dictadura militar*. Buenos Aires: EUDEBA, 2002.

Novaro, Marcos y Palermo, Vicente. *La dictadura militar 1976/1983. Del Golpe de Estado a la restauración democrática*. Buenos Aires: Paidós, 2003.

Poli, Jorge Heriberto. *Acción Psicológica*. Buenos Aires: Círculo Militar Argentino, agosto de 1958.

Poli, Jorge Heriberto. *Estrategia psicosocial*. Buenos Aires: Círculo Militar, 1979.

Rodríguez, Laura Graciela. *El calendario escolar y las celebraciones en la provincia de Buenos Aires durante la última dictadura militar*. Clío y Asociados (13), 34-60. En Memoria Académica. Disponible en:

[www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4624/pr.4624.pdf](http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4624/pr.4624.pdf)

### **Documentos:**

“Directiva del Consejo de Defensa nro 1/75 (Lucha contra la subversión)” (octubre 1975)

“Directiva del Comandante General del Ejército nro 404/75 (Lucha contra la subversión)” (noviembre 1975)

“Plan del Ejército (contribuyente al Plan de seguridad nacional)” (febrero 1976)

“Acta fijando el propósito y los objetivos básicos del Proceso de Reorganización Nacional”  
(24/3/1976)

“Orden parcial 405/76 (Reestructuración de jurisdicciones y adecuación orgánica para intensificar las operaciones contra la subversión)” (mayo 1976)

“Instrucción de lucha contra elementos subversivos RC-9-1” (agosto 1976)

“Operaciones contra elementos subversivos RC-9-1” (diciembre 1976)

“Instrucciones para operaciones de Seguridad” RE-10-51 (diciembre 1976)

“Directiva del Comandante en Jefe del Ejército N° 504/77 (Continuación de la ofensiva contra la subversión durante el período 1977/78)” (abril 1977)

“Conducción para las fuerzas terrestres” (RC -2 -2) (1983)