



PROGRAMA INTERUNIVERSITARIO de HISTORIA POLÍTICA

Programa Interuniversitario de Historia Política

Foros de Historia Política – Año 2019

www.historiapolitica.com

“Ganar la Guerra y Ganar la Paz”. La acción psicológica como estrategia de regulación de conductas, valores y actitudes durante la última dictadura argentina (1976-1983)

Julia Risler (FFyL-UBA)

La última dictadura argentina (1976-1983) proclamó entre sus objetivos terminar con el desorden, erradicar los vicios y transformar las bases de la sociedad argentina. Para alcanzarlos, desplegó durante todo el período dos estrategias sistemáticas: por un lado, lo que llamaré la administración de la muerte, ejecutada a partir de la denominada “lucha contra la subversión”, que tuvo sus manifestaciones más evidentes en los centros clandestinos de detención, en los enfrentamientos fraguados, en los “vuelos de la muerte” y en los asesinatos diferenciales; y, por el otro, la gestión de la vida, que descansó en la creación de políticas culturales, educativas y comunicacionales orientadas a generar consenso en la ciudadanía. En el presente artículo propongo realizar un recorrido para mostrar que la dictadura no sólo *anuló cuerpos* a través de su dimensión represiva y desaparecedora, sino que también *los produjo* mediante el despliegue de una estrategia de acción psicológica, cuyo origen se remonta a los años cincuenta.

Esta dimensión productiva actuó en forma paralela, permanente y complementaria a la represiva y contó con procedimientos, objetivos e instituciones específicos. La acción psicológica brindó a la dictadura una faceta dotada de positividad, orientada a regular y conducir valores, actitudes y comportamientos en la sociedad a través del control de la información difundida en los medios de comunicación, el

conocimiento e intervención sobre la opinión pública mediante la realización sistemática de sondeos y encuestas, y la elaboración de propaganda.

En otros términos, la acción psicológica fue la otra cara de la política del terror: una estrategia programática orientada a sostener –y, eventualmente, a aumentar– el apoyo de la población a la dictadura, mediante una incitación a participar de un “nuevo proyecto de país” en el que cada argentino tenía asignado un rol ciudadano específico, generalmente confinado a un rol social: las “madres” como figuras guardianas de la institución familiar, los “obreros” incentivados a desarrollar un trabajo responsable, los “jóvenes” interpelados como futuros ciudadanos de bien, entre otros. A través de la propaganda, la acción psicológica implicó un nuevo modo de ejercicio del poder que inculcó comportamientos, actitudes y valores, con el objetivo de transformar subjetividades.

A fin de desarrollar esta idea, propongo un recorrido que comienza en un análisis que se remonta a los años cincuenta, desde donde trazo la genealogía de la acción psicológica y las principales características de la doctrina local reglamentada en los años sesenta por el Ejército argentino. En segundo lugar, y ya en dictadura, me focalizo en el período 1976-1981, durante el cual se mantuvo estable el elenco conformado por Jorge Rafael Videla, Albano Harguindeguy y José Alfredo Martínez de Hoz; puntualizo la evolución (y progresiva homologación) entre la figura del enemigo interno y de la población en los reglamentos reservados o secretos del Ejército; y reconstruyo el organigrama burocrático estatal a través del cual se desplegó la acción psicológica. Finalmente, analizo las estrategias discursivas de la propaganda, principal técnica de la acción psicológica, la cual –a pesar de ser producida desde diversos sectores, tanto oficiales como civiles– coincidió en la difusión de los principales núcleos de sentido de la dictadura.

La acción psicológica como estrategia de “lucha ideológica” en el marco de una guerra total (1955-1968)

El origen de la doctrina local de acción psicológica,¹ de la manera en la cual luego funcionó en dictadura, se ubica a mediados de los años cincuenta. Luego de

¹ Este artículo se basa en la investigación desarrollada en mi tesis de doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, defendida en el año 2015 y titulada *Acción psicológica, comunicación y propaganda durante la última dictadura argentina (1976-1983)*. Una versión revisada fue publicada por

finalizada la Segunda Guerra Mundial, las fuerzas armadas de los países centrales reorientaron sus hipótesis de conflicto hacia las fronteras internas de sus países. En el marco de la Guerra Fría, y bajo una hipótesis de “conflicto permanente” que enmarcó su accionar en el resguardo del orden y la seguridad interna, las fuerzas armadas desarrollaron mecanismos de “contrainsurgencia” entre los cuales se encontraban las operaciones de acción psicológica, constituidas por un conjunto de técnicas, procedimientos y saberes orientados a conducir emociones, imponer comportamientos y modelar actitudes y valores de la población. Dichas operaciones formaron parte, a su vez, de una estrategia política general de poder en el marco de lo que los militares vislumbraban como una “guerra total” presente en todos los aspectos de la vida, y que incluía una intervención no sólo militar, sino también política y psicológica (Ohgushi, 2007; Pontoriero, 2012). Así, a la tradicional “lucha armada”, se sumó la “lucha ideológica”, en la cual la población civil –considerada una potencial amenaza al orden– constituía un objetivo del accionar militar.

Los militares argentinos contaban con bibliografía extranjera sobre “lucha contrainsurgente” y acción psicológica, y esos postulados se instalaron en las escuelas locales de formación militar a través de los cursos que realizaron en la Escuela de Guerra Francesa y en la Escuela de las Américas de origen norteamericano (Robin, 2005). Desde fines de los años cincuenta, la defensa nacional quedó subordinada al mantenimiento de la seguridad interna, y fue una tarea atribuida a las Fuerzas Armadas. Las modificaciones en las leyes sobre defensa y seguridad nacional, que sirvieron como base para el despliegue del accionar de las Fuerzas Armadas durante la última dictadura, se profundizaron durante el gobierno de facto del general Juan Carlos Onganía y continuaron durante el tercer gobierno peronista (1973-1976) (Franco, 2009).

En 1957, Argentina adoptó la Doctrina de Guerra Revolucionaria francesa, cuya principal hipótesis de conflicto estaba centrada en la presunción de existencia de un enemigo mezclado entre la población² (Mattelart, 1978). Al año siguiente, el presidente Arturo Frondizi aprobó el Plan Conintes o “de conmoción interior”, que reforzaba dicha figura del “enemigo interno” (Summo y Pontoriero, 2012). A comienzos de los sesenta Estados Unidos facilitó adiestramiento militar, entregó armas mediante acuerdos y organizó misiones de asesoramiento a los militares: la Doctrina de Seguridad Nacional

la editorial Tinta Limón en diciembre de 2018, bajo el título *La acción psicológica. Dictadura, inteligencia y gobierno de las emociones (1955-1981)* (Risler, 2018a).

² La armada francesa había sistematizado y organizado las técnicas y procedimientos de acción psicológica en una doctrina de *guerra revolucionaria* o doctrina de *contrainsurgencia*, elaborada a partir de su experiencia en los procesos de descolonización en Indochina (1946-1954) y Argelia (1954-1962).

pasó a ser dominante (Buitrago 2003; Ranalleti y Pontoriero, 2010; Ugarte 2004). Al rol creciente de las Fuerzas Armadas en el mantenimiento de la seguridad interna, se sumó el progresivo protagonismo de los organismos de inteligencia, con la creación de la Dirección de Inteligencia de la Policía de la Provincia de Buenos Aires (DIPBA) en 1956, y el fortalecimiento de la Secretaría de Inteligencia de Estado (SIDE) durante el mismo período (Funes, 2007).

El uso del término acción psicológica estaba difundido en Argentina ya desde los años cincuenta, y había sido introducido a través de un autor norteamericano, Paul Linebarger, quien escribió *Guerra Psicológica*, libro traducido y publicado en Argentina en 1951, donde caracterizaba a la guerra psicológica como un “instrumento puramente ofensivo” y que utilizaba la propaganda junto a otras “medidas operativas”. El libro *Doctrina de acción contrarrevolucionaria*, escrito por el coronel francés Pierre Chateau-Jobert, también formó parte de la bibliografía que circuló sobre el tema. En esa obra, afirmaba que la acción contrarrevolucionaria consistía en “la aplicación de la ciencia psicológica para convencer los espíritus y conquistar los corazones”; y que una acción psicológica “sana” podía contribuir a “esclarecer, informar e instruir” produciendo “una adhesión razonada, apuntalada por argumentos y basada sobre auténticos valores”.

Pese a las fracasadas experiencias bélicas de Estados Unidos y Francia frente a los movimientos insurreccionales de Vietnam y Argelia, las experiencias y métodos desarrollados por sus fuerzas armadas fueron exportados a otros países, entre ellos al continente latinoamericano (Izaguirre, 2010). En Argentina, el coronel Jorge Heriberto Poli publicó en 1958 *Acción psicológica. Arma de paz y de guerra*. El autor expresaba la necesidad de crear una doctrina propia que incorporase elementos provenientes tanto del sistema francés como del norteamericano, adaptados a los requerimientos y a la experiencia argentina. De esta forma, la doctrina local recibió la influencia de la francesa en lo concerniente a la concepción de la población como sujeto de control, mientras que la norteamericana aportó las teorías conductistas y de masas y los presupuestos de la psicología social.³

³ Luther L. Bernard, sociólogo norteamericano que escribió en 1926 una obra canónica sobre la psicología social, fue profusamente citado por Poli. Bernard definía a la psicología social como el estudio científico que “se interesa directa y primeramente en la conducta humana dentro de una situación social”, y afirmaba que, dado que las relaciones psicosociales “dominan el mundo humano”, era de vital importancia el análisis del medio para relevar su impacto o condicionamiento en la formación de la conducta. Además de estas referencias contemporáneas, los trabajos de Le Bon y Freud sobre el comportamiento de las masas no se les escapaban ni a los autores franceses y norteamericanos, ni al propio Poli.

Poli presentó a la acción psicológica como una herramienta clave para influir sobre los “factores intelectuales y morales que caracterizan a las mentes sociales”, y la definió 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”. Identificaba a la propaganda como uno de sus principales “elementos técnicos” y establecía su rol a partir del impacto causado a través de los medios de comunicación, los cuales, desde su perspectiva, funcionaban como “el combustible o elemento catalizador que aumenta la velocidad de propalación de un determinado medio” (Poli, 1958).

La reglamentación de esta doctrina adquirió carácter oficial en 1968, durante el gobierno de facto del General Juan Carlos Onganía, con la elaboración por parte del Ejército del reglamento *RC 5-2 “Operaciones psicológicas”*, de carácter reservado.

Un enemigo amplio cada vez más amplio y la población como problema (1968-1976)

A medida que las fuerzas armadas comenzaron a observar a la población como un problema que requería urgente atención, no sólo por la forma en la cual definían al enemigo (mimetizado o mezclado entre los habitantes), sino también porque consideraban que la insurrección sólo triunfaría si contaba con un apoyo generalizado, la población pasó a ser vista como una amenaza al orden interno y como un medio de potencial expansión de la insurrección.

Esta mirada se acentuó a partir de las experiencias guerrilleras de los años sesenta y del influjo de la Doctrina de Seguridad Nacional impulsada por los Estados Unidos. En este marco, la acción psicológica se constituyó para las Fuerzas Armadas como uno de los mecanismos clave para contrarrestar los elementos ideológicos y la propaganda de los grupos considerados enemigos. Esta estrategia representó uno de los principales procedimientos orientados a desarticular el temido apoyo de la población a las fuerzas revolucionarias, y estuvo dirigida a lograr la adhesión a la lucha “contrainsurgente” o “contrasubversiva”.

La progresiva ampliación de la figura del enemigo como una amenaza a la seguridad nacional y al orden interno puede verse claramente en los reglamentos del Ejército argentino publicados en 1968 -*Operaciones no convencionales (fuerzas*

especiales) y *Operaciones contra fuerzas irregulares Tomos I, II, III-* y en 1969 - *Operaciones contra la subversión urbana e Instrucción de lucha contra las guerrillas RV-150-10*. Allí se observa que, de una concepción de la “población en peligro” ante una posible acción guerrillera, y donde la función de las Fuerzas Armadas consistía en brindarle información y seguridad frente al despliegue de las operaciones militares,⁴ se pasó a la identificación de la “población como una amenaza”, dada la posibilidad de que apoyase el accionar “subversivo”. Asimismo, el desplazamiento a los centros urbanos de las calificadas por el Ejército como “fuerzas no convencionales” (acciones de guerra de guerrilla), implicó no sólo una ampliación territorial de la llamada lucha antsubversiva, sino también el desarrollo de una concepción sobre el enemigo caracterizado como “irregular” y, por tanto, difícil de identificar entre los habitantes de la ciudad. Un enemigo que tenía como objetivo la “mente social” de la Nación, y que buscaba alterar la “cultura nacional” para subvertir “cómo somos y qué debemos y queremos ser” en términos de Nación (Poli, 1979). Su definición fue adquiriendo una serie de rasgos tan amplios e imprecisos que, al momento del golpe de Estado de 1976, la sociedad entera representaba una potencial amenaza de alteración del orden interno (Risler, 2018a).

Lógica “refundacional” y *Documentos Básicos de la última dictadura (1976-1983)*

La última dictadura cívico militar se autodenominó “Proceso de Reorganización Nacional”, un nombre que remite a otro momento histórico que también se pretendió fundacional: el “Proceso de Organización Nacional”, que entre 1852 y 1880 sentó las bases del Estado moderno en Argentina. Uno de los textos fundantes del período 1852-1880, y que fue central en la redacción de la Constitución Nacional de 1853, fue *Bases y puntos de partida para la organización política de la República Argentina* de Juan Bautista Alberdi, publicado en 1852.⁵ Las Fuerzas Armadas, cuando ocuparon el

⁴ Esta aspiración de las Fuerzas Armadas de generar un vínculo con la comunidad de la localidad en la cual desarrollaban sus operaciones militares, tenía un antecedente en la planificación y ejecución de las denominadas “operaciones de asuntos civiles”. En 1966 la Secretaría de Guerra había publicado el reglamento público *Operaciones de asuntos civiles* que reguló la relación entre las fuerzas militares, las autoridades y la población civil. Estas actividades, según el reglamento, debían *apoyar* el cumplimiento de la misión político-militar y, en lo referente a los habitantes, debía mantener el orden público, proteger los recursos locales, prevenir las interferencias civiles en las operaciones y lograr su control sanitario.

⁵ Coincidentemente, la dictadura dio a conocer en 1979 las *Bases políticas de las Fuerzas Armadas para el Proceso de Reorganización Nacional*, aunque la construcción del armazón legal que durante la última dictadura legitimó el accionar represivo de las Fuerzas Armadas comenzó a estructurarse durante los años sesenta, y se consolidó y extendió en la década del setenta.

aparato de Estado entre 1976 y 1983, se propusieron “refundar la Nación” en base a la “recuperación del ser nacional” y a la “defensa de la civilización occidental y cristiana”, en línea con aquel ideario fundacional decimonónico.

El 24 de marzo de 1976 la dictadura publicó sus *Documentos Básicos*, los cuales funcionaron como una estructura organizativa y de valores consensuados por las Fuerzas Armadas. Estaban compuestos por el *Acta para la Reorganización Nacional*, el *Acta fijando el propósito y los objetivos básicos del Proceso de Reorganización Nacional*, el *Estatuto para la Reorganización Nacional*, y el *Reglamento para el funcionamiento de la Junta Militar, Poder Ejecutivo y Comisión de Asesoramiento Legislativo*, y muestran el diagnóstico que justificó el golpe de Estado, los objetivos que se plantearon, el rol adjudicado a las FFAA y los modos de interpelación a la ciudadanía. El análisis de este corpus documental revela, entre otras cuestiones, que la dictadura buscaba la adhesión y participación de la población siempre que fuera con el objetivo de contribuir a los “logros” del modelo nacional propuesto. Y es ahí donde la acción psicológica asumió un rol clave.

Los procedimientos de acción psicológica estuvieron regulados por una serie de decretos y disposiciones militares elaborados entre 1975 y 1981, y emitidos para coordinar responsables, plazos y medios de ejecución, con el fin de “proteger los valores de la cultura occidental y cristiana”, “consolidar el Ser Nacional” y “luchar contra las ideologías foráneas” impulsadas por el “enemigo subversivo”, que afectaban “la moral y las buenas costumbres argentinas”. Este diagnóstico se expresó en diversas órdenes, reglamentos y directivas, entre los cuales destaco la *Orden parcial 405/76 (Reestructuración de jurisdicciones y adecuación orgánica para intensificar las operaciones contra la subversión)* de mayo de 1976; la *Instrucción de lucha contra elementos subversivos RC-9-1* de agosto de 1976; las *Operaciones contra elementos subversivos RC-9-1* de diciembre de 1976; las *Instrucciones para operaciones de Seguridad RE-10-51* de la misma fecha; la *Directiva del Comandante en Jefe del Ejército N° 504/77 (Continuación de la ofensiva contra la subversión durante el período 1977/78)* de abril de 1977, entre muchos otros, de carácter público, reservado o secreto.

Durante el período 1976-1981, el elenco conformado por el presidente de facto Jorge Rafael Videla, el ministro de Economía José Alfredo Martínez de Hoz y el

ministro del Interior Albano Harguindeguy se mantuvo estable.⁶ Estos personajes fueron clave en lo referido al despliegue de la estrategia de acción psicológica. La Junta Militar, encabezada por Videla, fue el órgano central que reguló la estructura y funcionamiento de la acción psicológica, y tuvo bajo su órbita a la Secretaría de Información Pública (SIP), responsable, entre otras cuestiones, de comunicar los actos de gobierno y del cuidado de la imagen pública de sus referentes. Harguindeguy, por su parte, lideró el Ministerio del Interior hasta el final del mandato de Videla, institución desde la cual se elaboró inteligencia estratégica en materia de seguridad nacional y orden público, insumo esencial al momento de diseñar campañas de propaganda y comunicación. Finalmente, si bien el Ministerio de Economía comandado por Martínez de Hoz no formó parte del organigrama que reguló la implementación de la acción psicológica, él, como figura individual, tuvo un rol clave en la digitación de una política comunicacional orientada a limpiar la imagen de la Argentina en el exterior para favorecer la llegada de inversiones (Risler, 2018a).

Circuito y organigrama de la estrategia de acción psicológica

A partir del golpe de Estado de 1976, la acción psicológica fue considerada con el rango de Estrategia Psicosocial,⁷ de aplicación sistemática y a nivel nacional, y formó parte, junto a las acciones militares, políticas y económicas, de una “estrategia nacional contrasubversiva” orientada a combatir al “enemigo subversivo”. Implicó la producción y revisión de información, el control sobre los medios de comunicación y la regulación del comportamiento de la ciudadanía a través de una estructura institucional que articulaba a la Secretaría de Información Pública (SIP), a la Subsecretaría del Interior (del Ministerio del Interior) y a la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Inteligencia del Estado (SIDE).

La Secretaría de Información Pública de la Presidencia de la Nación fue la entidad encargada de difundir la información oficial de la dictadura, y actuó en estrecha coordinación con las restantes secretarías de la Presidencia. La SIP cumplió con una

⁶ Este es un recorte realizado con fines analíticos y metodológicos, lo cual no implica que a partir de ese año la acción psicológica haya dejado de funcionar.

⁷ En 1979 Poli publicó *Estrategia psicosocial*, libro que sigue la evolución de la doctrina de acción psicológica local que él mismo había sistematizado y publicado veinte años antes. La hipótesis de la nueva publicación giró en torno de la posibilidad de utilizar política y estratégicamente la acción psicológica para lograr una “conducción integral del Estado” sustentada en la “detección, planteo y solución de los conflictos críticos”. Definió a la estrategia psicosocial como “parte de la estrategia que se ocupa de la problemática psicosocial en los más altos niveles de decisión del Estado”.

doble función: ejerció como órgano de contralor de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y cine) a través de la aplicación de instrumentos legales mediante organismos oficiales como el COMFER, y se encargó de producir y difundir información y propaganda no sólo a través de sus propios medios (la agencia de noticias Télam y los canales de televisión, expropiados durante el gobierno anterior y repartidos después del golpe Estado entre las tres fuerzas militares), sino también de medios de comunicación privados.

Este organismo también se ocupaba de definir anualmente cronogramas de investigaciones, las cuales podían ser rápidas (sondeos) o profundas (encuestas) y hacerse semanal, mensual o anualmente, sobre públicos concretos. Su realización era derivada a otras agencias (SIDE y Télam), y la información obtenida era analizada por la Subsecretaría de Planeamiento de la SIP, que centralizó la investigación psicosocial a través del Centro de Investigación Psicosocial Aplicativa que funcionó en la Dirección General de Inteligencia. Desde allí se elaboraron los “Informes de la situación psicosocial”, que describían el ánimo de la población y sistematizaban sus opiniones y actitudes acerca de temas específicos. La información obtenida en las encuestas y sondeos sirvió para conocer la opinión pública sobre la actuación de la dictadura y para luego proyectar acciones comunicacionales, culturales y de propaganda con el objetivo de ampliar los apoyos sociales.⁸

Por otra parte, la Dirección de Comunicación Social de la SIDE, que durante la dictadura estuvo a cargo de oficiales del Ejército, analizaba y elaboraba extensos informes atendiendo a su principal responsabilidad: la producción de inteligencia sobre la ciudadanía. Esta dirección también realizaba el control sobre los medios de comunicación y confeccionaba informes de inteligencia sobre publicaciones, informando al Ministerio del Interior y a la SIP sobre las “anormalidades” detectadas. Asimismo, controlaba las publicaciones que provenían del exterior mediante la Aduana, y las que circulaban en el país mediante ENCOTEL.

Finalmente la Subsecretaría del Interior, dependiente del Ministerio, concentró la capacidad de sanción acerca de todo lo que fuera caracterizado como una amenaza a la seguridad nacional. Recibía información proveniente de la SIP (informes de “situación psicosocial” y “comportamiento de medios”), de la SIDE (sondeos, encuestas y partes informativos sobre noticias relativas al gobierno), de dependencias de inteligencia de las Fuerzas Armadas, del Ministerio de Relaciones Exteriores, de la

⁸ Para más información, véase Risler y Schenquer (2018).

Aduana, de Correos, de la Policía Federal y de cualquier otra dependencia considerada relevante en términos de seguridad nacional. Dicha información se complementaba con la producida por la Dirección de Publicaciones sobre medios de comunicación, la cual incluía la recomendación de “acciones” que podían implicar sanciones, multas o censuras, para preservar “la seguridad y el orden público”.

Los informes sobre medios de comunicación, sumados a la información producida a través de la realización de sondeos y encuestas (tanto de la SIDE como de la SIP), constituyeron el insumo para la elaboración de los “Planes Nacionales de Comunicación Social”, que también estuvo a cargo de la SIP. Estos planes tenían entre sus objetivos “regular y armonizar el factor psicosocial” -referido a comportamientos sociales y conductas colectivas- y lograr una “acción comunicacional cultural-educativa” que generase la adhesión y la progresiva participación de la ciudadanía en la “refundación” de la Nación. La dimensión psicosocial nutrió el diseño y la producción de campañas de información y de propaganda que fueron difundidas a todo el país a través de un Sistema Nacional de Comunicación Social.⁹

El circuito de la acción psicológica, que podemos resumir en una cadena que articuló información-inteligencia-comunicación, tuvo tres objetivos. En primer lugar, regular el llamado “comportamiento de los medios de comunicación”, es decir, la información por ellos difundida, frente al temor por el “impacto” que la misma podía tener en la formación de la opinión pública. El organigrama de control (diario, semanal, mensual) y de regulación (adopción de medidas y sanciones) fue impulsado desde diversos organismos y se cristalizó en informes de inteligencia que se elaboraron cotidianamente.

En segundo lugar, regular el “comportamiento de la población” para conseguir su adhesión y convocar a su participación. Para ello, realizaron sistemáticamente sondeos y encuestas de opinión pública para conocer las actitudes y opiniones de la ciudadanía respecto a las acciones políticas, militares y económicas emprendidas por la dictadura. Estas técnicas, aplicadas de manera regular, constituyeron un aporte en la adopción de decisiones estratégicas a nivel nacional, enfocadas en lo comunicacional. Y como tercer objetivo, los ya mencionados Planes Nacionales de Comunicación Social,

⁹ La dictadura tuvo un vínculo cercano con las agencias de publicidad más importantes de la época, contrató a agencias de investigación de mercado para que realizaran encuestas sobre temas específicos, apeló a las herramientas de lo que hoy llamaríamos *marketing* político (el cuidado de la imagen pública y de la imagen internacional de sus principales referentes) y a políticas comunicacionales específicas referidas a la difusión de las políticas de gobierno y del accionar militar en la denominada “lucha contra la subversión”, para construir un relato oficial que reforzara ciertas ideas fuerza.

elaborados a partir de la inteligencia producida sobre el “comportamiento” de los medios y de la ciudadanía.

Ganar la Guerra y Ganar la Paz: la población como objetivo

Como ya fue dicho, la propaganda fue la principal técnica de la acción psicológica y buscó profundizar el consenso sobre los actos, discursos y procedimientos de la dictadura. Además de la elaborada oficialmente por diversos organismos estatales, una serie de materiales de fuentes muy diversas funcionaron como una caja de resonancia del discurso de la dictadura: las portadas, titulares de notas y fotos publicadas por la prensa gráfica y por las revistas semanales de mayor circulación nacional; la propaganda procedente de entidades de bien público, religiosas, empresariales y no gubernamentales; aquellas campañas impulsadas por las agencias publicitarias sobre temas específicos e –incluso- algunas publicidades comerciales. El objetivo analítico de reunir material tan variado, el cual englobé bajo el término propaganda, radica en evidenciar de qué manera, elementos que a primera vista podrían parecer dispersos y que fueron elaborados desde diferentes lugares de enunciación, coincidieron en la difusión de núcleos de sentido que contribuyeron a legitimar y construir consenso en torno al “nuevo orden” impuesto por la fuerza a partir del golpe de Estado de 1976 confluendo, así, en la construcción de un sentido común público, que no constituyó un bloque homogéneo sino que estuvo atravesado por mediaciones e intereses diversos. Asimismo este material muestra que, a la política comunicacional de la dictadura, enmarcada en la acción psicológica y orientada a regular la información difundida en los medios de prensa para gobernar en un clima de consenso, se sumó el entusiasmo con el cual diversos sectores civiles (empresas, organizaciones de bien común, agencias publicitarias, entre otros) se plegaron con vehemencia a apoyar el objetivo de la lucha antsubversiva, cuestión evidenciada en las consignas repetitivas presentes en la propaganda y afines al discurso oficial.

Organicé este vasto corpus en dos estrategias comunicacionales que denominé Ganar la guerra y Ganar la paz. Las propagandas no se presentarán en orden cronológico de aparición, y en muchos períodos actuaron de forma complementaria, apoyándose mutuamente, organizando tanto la coerción para reproducir el poder como el consenso y el apoyo social para legitimarlo. Si bien hay marcadas diferencias entre un titular de tapa de un medio de prensa, un aviso publicitario comercial o un aviso de

propaganda oficial, de manera casual o deliberada, eso es algo que habría que dilucidar caso por caso, todos contribuyeron a reforzar o amplificar el discurso oficial. Así, la propaganda no sólo se ocupó de difundir las políticas públicas y los “logros” del gobierno militar, sino también los valores morales y aquello que se esperaba de la población en el combate contra las “ideologías extremistas apátridas”, las “ideas subversivas” y todo aquello que vulnerara el “ser nacional” u ofendiera la “civilización occidental y cristiana” (Risler, 2018b).

En la estrategia comunicacional Ganar la Guerra, podemos observar una serie de elementos que aportaron en la construcción de legitimidad acerca del accionar represivo y la lucha antsubversiva emprendidas por las Fuerzas Armadas. Los diversos materiales que funcionaron como propaganda, y que fueron elaborados desde diversos sectores, ubicaron a la dictadura como la garantía de la vuelta al “orden” y del retorno de la “seguridad” suspendidos, según el diagnóstico militar, en el período precedente. Paralelamente, buscaron de forma insistente el apoyo de la población, presentando el golpe como un proceso que inauguraba una nueva etapa de “reorganización nacional” - en contraste con las características atribuidas a la etapa previa (“caos”, “violencia”, “desorden”) y cuya “refundación” estaba en manos de las Fuerzas Armadas.

En marzo de 1976 los militares gozaban del apoyo de los medios de comunicación y de buena parte de la población, encolumnada bajo la demanda de “restitución del orden” y de “vuelta a la normalidad”. Los medios de prensa reforzaron el discurso oficial y la presentación de la dictadura asociada a la novedad. A los pocos días del golpe la revista *Gente* tituló en su tapa: “Nuevo gobierno” (portada de *Gente*, 3/1976) y a los pocos días reforzó con un nuevo titular de presentación que afirmaba: “El país, nueva etapa” (portada de *Gente*, 1/4/1976). Asimismo, obviaron la excepcionalidad de la interrupción institucional: “Las Fuerzas Armadas ejercen el gobierno” (portada de *Clarín*, 25/3/76); “Las FFAA han asumido el ejercicio del poder” (portada de *La Razón*, 24/3/1976).

La demostración pública de apoyo al régimen constituyó un aspecto importante en la construcción de legitimidad, y esto se evidenció en el aval brindado por sectores financieros y empresariales. Una vez producido el golpe diversas empresas difundieron avisos con rebajas de precios, en apoyo a las medidas económicas lanzadas por Martínez de Hoz: “Adhesión al nuevo plan económico, con rebajas de un 15%” (aviso de Jorge Luis Minuto SACIF, *La Razón*, 2/5/1976); “Conciente de la situación actual, Muñoz reduce todos sus precios drásticamente” (aviso de Tiendas Muñoz, *La Razón*,

5/5/1976 y *La Nación*, 5/5/1976). La Bolsa de Comercio de Buenos Aires convocó a las empresas a respaldar las políticas económicas: “Todas las empresas están convocadas para fundar un nuevo futuro” (*Clarín*, 4/8/1977; *La Razón*, 14/10/1977; *La Nación*, 2/8/1977), y esto también se manifestó a través de solicitadas, como la titulada: “Responsabilidad, sacrificio, grandeza” (*La Razón*, 7/5/1976), que fue firmada por diversas empresas.

El rol de los medios de comunicación para instalar una percepción de retorno a la normalidad, perdida durante el período anterior, fue clave en la construcción de consenso ante el golpe militar. Sin embargo, este apoyo se sustentó y desplegó a partir de una demanda anterior de la ciudadanía en torno a la restitución del orden y la seguridad (Franco, 2012; Quiroga, 2004). La dictadura se erigió en garante de la “nueva etapa”, e incluyó la promesa de seguridad solicitando el apoyo de la población a las operaciones represivas. La propaganda difundió la eficiencia de los procedimientos en la “lucha contra la subversión”, enalteció la actuación de las fuerzas represivas y buscó naturalizar sus acciones. Los medios de prensa colaboraron en la construcción de un escenario de confrontación, reproduciendo el discurso antisubversivo: “Videla: es prioridad la lucha antisubversiva” (portada de *Clarín*, 23/4/1976), “Videla: combatir el extremismo en todos los frentes” (portada de *Clarín*, 8/9/1976). En las revistas el punto fuerte estuvo orientado a naturalizar la presencia de fuerzas militares y policiales, como actores necesarios para la protección de la población: “Volvieron los vigilantes. Desde ahora en la esquina de su casa” (titular de *Gente*, 3/5/1979); “La policía que nadie conoce” (titular de *Gente*, 3/11/1977), “Nuestro hijo es soldado” (titular de *Gente*, 21/9/1978). Estas correspondencias entre el discurso oficial y el de los medios nos lleva a preguntarnos: ¿los medios de comunicación actuaron a partir de intereses propios coincidentes con la dictadura, o sus estrategias discursivas constituyeron una respuesta obligada a los lineamientos impuestos en los planes de acción psicológica?

Una campaña muy paradigmática respecto al rol y a la presencia de las Fuerzas Armadas fue la que realizó el Ejército durante 1977. A lo largo de diversos avisos mostró situaciones cotidianas, en las que la presencia de soldados aseguraba la protección de la población a través de su control. La campaña contenía tres avisos, el primero incluía la imagen de un soldado joven en la ventana de un auto, solicitando de manera muy amable: “Documentos por favor” (aviso del Ejército, *La Nación*, 29/7/1977). El segundo mostraba a dos soldados: mientras uno levantaba en alto su mano bajo el imperativo “¡Alto!”, el otro, armado con un fusil, intimidaba al conductor

del auto a que acate la orden (aviso del Ejército, *La Razón*, 30/7/1977). La campaña se cerró a fin de año con un mensaje con motivo de las fiestas navideñas. “Proteger es querer” afirmaba el aviso, y remataba con un deseo de “Felices fiestas. Para que usted y su familia puedan celebrar en paz, en el Ejército hay argentinos que están haciendo guardia” (aviso del Ejército, *Clarín*, 24/12/1977; *La Nación*, 24/12/1977; *La Razón*, 24/12/1977). A la distancia, son muchas las inquietudes que aparecen: ¿quiénes elaboraron estos avisos firmados por el Ejército? ¿Partieron de dependencias de la fuerza o debieron ser realizados por agencias publicitarias contratadas a tal fin? Por otra parte, sabemos que la dictadura sondeaba la opinión pública a través de la SIP y la SIDE, ¿también midió la eficacia de la propaganda en la construcción de consenso y adhesión de la población? ¿Cómo estableció qué estrategia comunicacional era la más pertinente para cada momento y situación?

En la estrategia comunicacional Ganar la Paz, las propagandas incluidas respondían a una faceta más política de la dictadura, en la cual se buscó interpelar a la ciudadanía a participar en la “refundación de la Nación Argentina”, invitando al “buen ciudadano” a asumir su responsabilidad individual, e interpellando a un “nosotros” argentino a movilizarse frente a ataques externos, en defensa de la soberanía.

Unos meses después del golpe el Consejo Publicitario Argentino¹⁰ elaboró una campaña denominada “Llamado a la responsabilidad individual”, que consistió en una serie de siete avisos de propaganda publicados en los principales periódicos durante un período de 40 días. Estuvo dirigida al profesional, a la mujer, al empleado público, al empresario, al estudiante, al padre de familia y al educador. A todos se los convocaba a ser “responsables” y a que cada uno, desde su rol o lugar, contribuyeran a forjar la Nación del futuro. Todas las propagandas finalizaban con el mismo remate: “Este país será como USTED lo haga. Tome conciencia de esa responsabilidad. INDIVIDUOS RESPONSABLES FORJAN NACIONES DE FUTURO” (*Clarín*, 8, 12, 13 y 29/5/1976, 1, 5 y 19/6/1976). Fueron muchas las campañas elaboradas por diversos sectores del quehacer publicitario, lo cual lleva a preguntarnos acerca del tipo de vínculo generado entre sus principales instituciones y el gobierno dictatorial.¹¹

¹⁰ El CPA, asociación civil privada sin fines de lucro fundada en 1960, estuvo conformado desde su fundación por empresas anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación.

¹¹ En un organigrama hallado en el archivo Banade pudimos comprobar que la institución publicitaria que mantuvo un contacto más frecuente con la Secretaría de Información Pública (SIP) fue la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP), institución que nucleaba al 95% de las agencias. Asimismo, como la dictadura no tenía legislación alguna sobre el sector publicitario, estableció que debía controlarse mediante “acuerdos y conversaciones” entre la secretaría y la asociación. La asociación sancionó un Código de Autorregulación en mayo de 1976, durante el Congreso Mundial de Publicidad, en

Asimismo nos lleva a pensar en la recepción de estas campañas tan sistemáticas y amplias. ¿Cómo esta búsqueda de regulación de conductas y valores operó en la subjetividad ciudadana?

Entre diciembre de 1977 y marzo de 1978 la dictadura difundió la campaña oficial “La libertad genera derechos y crea obligaciones”. La misma consistió en una serie de avisos con escenas familiares que mostraban actitudes complacidas ante el cumplimiento de diversos deberes y compromisos: en la foto de una familia, reunida en torno a un bebé recién nacido, se apelaba a “Preservar la vida, una obligación de todos” (aviso oficial, *La Nación*, 26/12/1977); en otra escena familiar, un feliz esposo besaba a su mujer y le entregaba un chupetín a su hija. La imagen se remataba con la frase “La satisfacción del trabajo realizado” (aviso oficial, *La Razón*, 13/1/1978); una madre dejando a su hijo en la escuela constituía “Una obligación que es derecho de todos” (aviso oficial, *La Nación*, 26/2/1978); y una familia disfrutando de la naturaleza, mostraba “La responsabilidad de ser libre” (aviso oficial, *La Razón*, 3/1978). Un último aviso incluyó pequeñas fotos que reproducían las distintas escenas familiares publicitadas y cerraba la serie con esta frase: “Usted es libre porque disfruta del derecho a vivir, a constituir una familia, a estudiar, a transitar, a recrear su imaginación. Estos y otros derechos le imponen obligaciones que, asumidas con responsabilidad, nos permitirán seguir viviendo en libertad” (aviso oficial, *La Nación*, 19/3/1978).

Por otra parte, una serie de avisos de propaganda funcionó orquestando a un “nosotros”, portavoz del “buen argentino”, enfrentado a un “otro”, identificado como el “enemigo” a combatir. El Mundial de Fútbol en 1978 fue uno de los momentos de máxima cohesión en torno a un “nosotros” construido desde la argentinidad futbolera, callejera y festiva: “En el Mundial, usted juega de argentino” (aviso del Ente Autárquico Mundial '78 y Coca Cola, revista *Mercado*, 6/78). Y los medios de comunicación amplificaron este sentimiento: “El grito de la Junta” (*Gente*, 22/6/1978) y “Argentina campeón del mundo” (*Gente*, 29/6/1978), incluyendo a los miembros de la Junta Militar como fanáticos mezclados con la tribuna.

Durante el conflicto del Beagle (escalada belicista que la Argentina mantuvo con Chile durante los años 1978 y 1979) y la guerra con Inglaterra por las islas Malvinas en 1982, se ve claramente cómo la propaganda construyó un “nosotros” como elemento de cohesión para la defensa de la soberanía argentina, frente a la presencia amenazante de un “enemigo externo”. En 1978, la propaganda reforzó continuamente la demanda al

el cual Videla brindó el discurso inaugural.

ciudadano en la defensa de la soberanía: “¿Cómo puede usted defender la soberanía nacional si no es un soldado?” (aviso sin firma, *La Razón*, 23/9/1978). Y lo convocó a actuar (y pensar) como un “buen argentino”: “Hágalo bien y hará mucho bien” (aviso de Telam, *La Razón*, 7/9/1978).

A principios de mayo de 1982, durante la guerra de Malvinas, la propaganda oficial difundió la campaña “Argentinos, ¡a vencer!”, que incluyó diferentes avisos que finalizaban con el remate: “¡Cada uno en lo suyo defendiendo lo nuestro!”. Uno de los avisos exhibía la foto de dos pulgares en alto ilustrados con la frase “¡Ya estamos ganando! ¡Argentinos, a vencer!” (aviso oficial, *Clarín*, 4/5/1982). La propaganda mostraba que el éxito estaba en luchar por una “idea grande”, “apretar los dientes” y “volver a mirarnos como hermanos”.

Resonancias actuales

La dictadura tuvo un plan militar, económico, político y también psicológico. En este artículo busqué clarificar este último a través del análisis de una estrategia castrense escasa o nulamente trabajada, la acción psicológica, que muestra el interés de la dictadura argentina por sondear y conocer la opinión pública a fin de tejer estrategias comunicacionales orientadas a conducir conductas, regular valores y actitudes, y generar mecanismos de adhesión y participación de la sociedad. A través de esta operación, la dictadura se puso por afuera y por encima de la sociedad, demarcando lo que estaba bien y lo que no. Y la acción psicológica fue la herramienta que, ante el diagnóstico de una “anomalía” o “desvío” social, brindó insumos y técnicas para intervenir sobre el cuerpo social a través de la propaganda.

Como justificación de la hipótesis enunciada, desarrollé los principales puntos que sustentan esta investigación: el trazado de la genealogía de la estrategia de acción psicológica a partir del análisis de una serie histórica que se remonta a los años cincuenta; la focalización en el período 1976-1981; el recorrido por la evolución de la figura del enemigo interno en los reglamentos del Ejército; la reconstrucción del organigrama burocrático a través del cual se desplegó la acción psicológica que adquirió el rango de Estrategia Psicosocial en el período; y, finalmente, el análisis las estrategias discursivas de una propaganda que, pese a ser producida desde diversos sectores, coincidió en la difusión de los principales núcleos de sentido de la dictadura. De esta manera quise visibilizar la importancia que tuvo para la dictadura la producción y

análisis de información (inteligencia), tanto la difundida a través de los medios de comunicación como la obtenida a partir del sondeo de la opinión pública. La misma fue utilizada como insumo para la elaboración de informes sobre el “ánimo” de la población y la recomendación de acciones comunicacionales a fin sostenerlo, cambiarlo o mejorarlo. ¿Cuál fue la relación entre estas “acciones recomendadas” por la dictadura y el variado material de propaganda producido por diversos sectores? ¿Hubo una relación programática o el vínculo fue más bien inorgánico? Son todas cuestiones que hay que continuar analizando.

Para complejizar nuestro conocimiento de esta estrategia, resta identificar a los responsables de cada una de estas áreas y avanzar en el estudio de la colaboración civil prestada por agencias de publicidad y agencias de investigación de mercado. Asimismo, es necesario analizar las otras formas de su despliegue: tanto la que se ejerció dentro de las propias Fuerzas Armadas como la que se hizo fuera del país a partir del Ministerio de Relaciones Exteriores, como también la realizada de forma clandestina por las propias fuerzas.

Por otra parte, si bien mi análisis se focaliza en la instancia de producción (quiénes idearon estas estrategias, qué saberes y técnicas se pusieron en juego, qué escenario se construyó, qué roles tuvieron las dependencias gubernamentales y castrenses responsables de su aplicación, etc.), sería de vital importancia analizar la instancia de reconocimiento a fin de problematizar su efectividad. En ese sentido considero que, pese a la dominancia en dicha estrategia de teorías funcionalistas y conductistas que conciben a la población como una masa inerte sobre la cual es posible fraguar sentidos, valores y conductas, esto no funcionó necesariamente así. No sólo porque la comunicación no es algo que se ejerza desde arriba hacia abajo, sino porque la recepción nunca es pasiva ni lineal, y porque hubo muchas maneras de resistir frente a esa atmósfera opresiva, creando puntos de fuga a través de formas capilares de resistencia, muy bien documentadas por otras investigaciones académicas.¹²

En la actualidad este debate adquiere fundamental relevancia. Hoy, las técnicas de acción psicológica se profesionalizan en las oficinas de los publicistas o los consultores privados que trabajan para políticos profesionales, partidos políticos o áreas

¹² Los trabajos desarrollados por las/os investigadoras que participaron de los diversos grupos de investigación dirigidos por Ana Longoni, radicados en el Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires: “¿La cultura como resistencia?: Lecturas desde la transición de producciones culturales y artísticas durante la dictadura” (2008-2010); “Entre el terror y la fiesta: producciones artísticas y medios masivos en dictadura y posdictadura” (2011-2014) y “Políticas de consenso y tácticas de resistencia. Producciones culturales en dictaduras y posdictaduras en América Latina” (2014-2017).

de gobierno. Como novedad, en estos tiempos la imposición de un tema en la agenda pública se puede realizar mediante un conjunto de *trolls* (usuarios falsos) dotados de una consigna para difundir en distintas redes sociales en Internet. El bombardeo de *fake news* (noticias falsas), el *datamining* (minería de datos), la elaboración de perfiles psicográficos o el uso de la psicometría son dispositivos cuyo origen, en muchos casos, se remonta al ámbito militar y que luego se expandieron como herramientas del *marketing* político o social.

Finalmente, de forma análoga a lo observado durante la dictadura, el actual avance en el borramiento de las fronteras entre defensa nacional y seguridad interna merece nuestra máxima alerta. En 2017, una resolución del Ministerio de Defensa autorizó a las Fuerzas Armadas a desarrollar tareas de inteligencia interna. Al año siguiente, se las facultó también para realizar tareas de seguridad interna, eliminando sin debate legislativo la separación anteriormente mencionada, establecida desde el retorno democrático en 1983. Si esto es especialmente preocupante, es porque ocurre en un contexto represivo y persecutorio donde se identifican “nuevas amenazas” en los migrantes pobres o en los pueblos originarios que resisten la avanzada del capitalismo neoextractivista. El análisis de las viejas y nuevas formas de control y amedrentamiento de las organizaciones y movimientos sociales, cobra una nueva urgencia.

Bibliografía

- Buitrago, F. (2003). La doctrina de seguridad nacional: materialización de la guerra fría en América del sur. *Revista de Estudios Sociales*, n^o 15, pp. 74-87. Recuperado de <http://res.uniandes.edu.co/view.php/476/view.php>
- Franco, M. (2009). La “seguridad nacional” como política estatal en la Argentina de los años setenta. *Antíteses*, vol. 2, n^o 4, julio-diciembre, pp. 857-885. Universidade Estadual de Londrina Brasil. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=193314422013>
- Franco, M. (2012) *Un enemigo para la Nación: orden interno, violencia y “subversión” (1973-1976)*. Buenos Aires: FCE.
- Funes, P. (2007). Ingenieros del alma. Los informes sobre canción popular, ensayo y Ciencias Sociales de los Servicios de Inteligencia de la dictadura militar argentina sobre América Latina. *Varia Historia*, Belo Horizonte, Brasil, vol. 23, n^o 38, p. 418-437.

- Izaguirre, I. (2010). Mujer y dictadura. Un ejercicio de inhumanidad. *Conflicto Social*, año 3, n° 4, diciembre.
- Mattelart, A. (1978). "Ideología, información y Estado militar". *L'Homme et le Societé*, n° 46-47. París. Recuperado de <http://www.blest.eu/cs/mattelart78.html>
- Ohgushi, K. (2007). Doctrina de Seguridad Nacional y el 'Nuevo Profesionalismo' de los militares sudamericanos. Comunicación presentada en Seminario internacional *Estudios sobre Militarismo: Doctrina, Seguridad y Desarrollo, un Acercamiento Histórico*, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de http://www.fes-seguridadregional.org/images/stories/docs/4343-001_g.pdf
- Poli, J. H. (1958). *Acción psicológica. Arma de paz y de guerra*. Buenos Aires: Círculo Militar Argentino, Biblioteca del Oficial.
- ___ (1979). *Estrategia psicosocial*. Buenos Aires: Círculo Militar.
- Pontoriero, E. (2012). *De la conmoción interior a la guerra revolucionaria: legislación de defensa, pensamiento militar y caracterización de la amenaza a la seguridad interna en la Argentina (1958-1970)* (Tesis de licenciatura). Facultad de Historia, Universidad Nacional Tres de Febrero. Recuperada de https://www.academia.edu/2645052/Esteban_Pontoriero._De_la_conmoci%C3%B3n_interior_a_la_guerra_revolucionaria_legislaci%C3%B3n_de_defensa_pensamiento_militar_y_caracterizaci%C3%B3n_de_la_amenaza_a_la_seguridad_interna_en_la_Argentina_1958-1970_
- Quiroga, Hugo (2004). *El tiempo del "Proceso". Conflictos y coincidencias entre políticos y militares, 1976-1983*. Rosario: Editorial Fundación Ross.
- Ranalletti, M., y Pontoriero, E. (2010). La normativa en materia de defensa y seguridad y la criminalización de las disidencias (1955-1976). En *V jornadas de trabajo sobre historia reciente*, UNGS, Buenos Aires, Argentina. Recuperada de https://www.academia.edu/1495849/Mario_Ranalletti_y_Esteban_Pontoriero._La_normativa_en_materia_de_defensa_y_seguridad_y_la_criminalizaci%C3%B3n_de_las_disidencias_1955-1976_
- Risler, J. (2018a). *La acción psicológica. Dictadura, inteligencia y gobierno de las emociones 1955-1981*. Buenos Aires: editorial Tinta Limón.

- Risler, J. (2018b) “Ganar la paz” (1977-1978). Propaganda y retórica oficial de la dictadura. En L. Verzero, M. Fabrizio y L. Patiño Mayer (comps), *Producciones culturales en dictadura en Latinoamérica: dilemas y debates*. Universidad Nacional de Lanús, Edunla, 2019, en prensa.
- Risler, J. y Schenquer, L. (2018). La realización de sondeos y encuestas de opinión pública durante la gestión del General Viola en la última dictadura militar (1981). *Revista Sociohistórica*, (42), e061.
- Robin, M. M. (2005). *Escuadrones de la muerte. La escuela francesa*. Buenos Aires: editorial Sudamericana.
- Summo, M. y Pontoriero, E. (2012). Pensar la “guerra revolucionaria”: doctrina antissubversiva francesa y legislación de defensa en Argentina (1958-1962). *Cuadernos de Marte*. Buenos Aires: Instituto Gino Germani.
- Ugarte, J. M. (2004). *Los conceptos de defensa y seguridad en América Latina: sus peculiaridades respecto de los vigentes en otras regiones, y las consecuencias políticas de tales peculiaridades*. Buenos Aires. Recuperada de <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/UgarteJoseManuel.pdf>