



LA PROPAGANDA NEGRA EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

Stanley Newcourt-Nowodworski
Barcelona, Algaba Ediciones, 2006
336 páginas

Reseña por
Alejandro Jiménez García

Si bien hablar de propaganda a día de hoy sugiere, en no pocas ocasiones, entrar dentro de un discurso teóricamente complejo y socialmente estigmatizado, centrarse en la propaganda negra supone un mayor grado de estereotipación hacia este discurso persuasivo. Para el gran público la palabra propaganda per se significa maligno, por lo que al añadirle el calificativo negra la carga simbólica es doblemente negativa. Sin embargo, calificar a una propaganda como negra no es más que realizar una clasificación en base al origen de la misma.

Tal y como el autor la define “la propaganda negra esconde su origen detrás de nombres falsos y habitualmente, da a entender que su origen se encuentra en organizaciones clandestinas dentro del país enemigo que no están necesariamente en contra de su Gobierno. Algunas veces finge nacer del público objetivo de las propias autoridades. Se concentra en el Gobierno enemigo e, incluso más, en los de los miembros de las élites gobernantes” (p. 21).

Si bien el objetivo de la propaganda es lograr, mediante la persuasión, que otros piensen y actúen en función de unos intereses determinados, la propaganda negra representa una de las maneras no coercitivas más efectivas para lograr tal fin. Stanley realiza una revisión de la que se desprende esa premisa básica de la propaganda en la que el éxito de la misma depende en gran medida de la ocultación del origen. La propaganda negra, que busca ser confundida de manera completa con la información periodística, independiente, refuta la idea de que el periodismo no es más que una manifestación propagandística más.

Vista desde el exterior, pero sobre todo vista desde la inmediatez, la propaganda negra, esta arma psicológica, puede ser catalogada como un elemento de propaganda de masas. Sin lugar a dudas es al conjunto de la población sobre el que intenta influir, sin embargo, el objetivo de este tipo de comunicación persuasiva es principalmente la desestabilización de las élites gobernantes.

La obra analiza de manera directa la propaganda de polacos, alemanes y británicos principalmente, haciendo ligeras menciones a la propaganda negra llevada a cabo por el gobierno de Estados Unidos. Stanley pone de manifiesto que crear divisiones en el seno del enemigo supone un factor decisivo para la victoria en la guerra. La propaganda negra buscó en la Segunda Guerra Mundial minar las convicciones y creencias del enemigo.

Tal y como analiza el autor, si al principio del conflicto era la Alemania de Hitler la que dominaba la guerra propagandística, tras la caída de Francia, es Inglaterra la potencia que empieza a imponerse en el plano comunicativo a las fuerzas nazis. Stanley muestra como Churchill logró pasar de una posición de inferioridad comunicativa a una situación de superioridad persuasiva, factor que influyó de manera notoria en la victoria de las potencias aliadas contra las potencias del eje durante la Segunda Guerra Mundial. Según el autor, fue la capacidad inglesa de comprender la mentalidad alemana la que ayudó a ganar la guerra psicológica durante el largo conflicto europeo.

En suma, La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial, de alto interés académico, pero redactado de tal manera que su comprensión está garantizada para cualquier interesado en la materia, aporta ciertas lecciones históricas que bien pueden ser aplicadas a día de hoy. La estructura de la obra es sencilla, amena, al mismo tiempo que da cabida a un análisis constante a lo largo de todo el libro. La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial realiza de manera subyacente críticas al orden mundial de la información actual, la concentración mediática y la interpretación de la realidad que de todo esto se desprende.