

- DRAFTS OF ECONOMIC INTELLIGENCE -

APORTACIONES DE LA PSICOLOGIA A LA INTELIGENCIA DE FUENTES HUMANAS

Sara Dorado Roldán*

Resumen/Summary

Dada la relevancia de HUMINT dentro del ciclo de inteligencia es fundamental que sus resultados cuenten con la mayor calidad posible. HUMINT es un proceso de interacción social en el que una persona pretende obtener una determinada información de otra. Por lo tanto, las limitaciones que presenta se derivan de fallos humanos en dicha interacción que afecten a la calidad de la información obtenida. La personalidad y la persuasión aportan herramientas muy útiles capaces de reducir al máximo estas limitaciones. Para que la recogida de información resulte eficaz es necesario adecuar la forma de interactuar con la fuente a sus características. Es decir, es necesario predecir su conducta y conocer sus motivaciones para saber qué técnica persuasiva sería más eficaz.

Palabras clave/Key words: Inteligencia, fuentes humanas, personalidad, motivación, persuasión.

1. Introducción

1.1. Objetivo

A pesar de la relevancia que tiene la Inteligencia de Fuentes Humanas (HUMINT) en la seguridad nacional y en los procesos de toma de decisiones, no existen protocolos estandarizados de actuación de los agentes HUMINT. Dado que en estas operaciones la interacción “cara a cara” entre personas es fundamental, se mostrará cómo la psicología puede contribuir a optimizar las labores del agente HUMINT y a generar este tipo de protocolos. Para ello se tendrán en cuenta las siguientes disciplinas de esta ciencia: personalidad y persuasión.

1.2. ¿Qué es la inteligencia de fuentes humanas?

El concepto inteligencia es muy amplio puesto que abarca distintos ámbitos, por lo que va a ser imposible aportar una definición única del mismo. Para la comprenderlo se abordará desde tres perspectivas en las que San Felipe (2013) y

Jordán (2015) coinciden: como institución, como producto y como proceso. Aunque se hará un breve repaso de las tres perspectivas, la que más interesa es la última, dado que en ella se encuadra la Inteligencia de Fuentes Humanas (HUMINT).

Considerando la inteligencia como una institución, se alude a los servicios y la comunidad de inteligencia. En España, el Centro Nacional de Inteligencia (CNI) se encarga de “proporcionar al Gobierno la información e inteligencia necesarias para prevenir y evitar cualquier riesgo o amenaza que afecte a la independencia e integridad de España, los intereses nacionales y la estabilidad del estado de derecho y sus instituciones” (Centro Nacional de Inteligencia, 2004, p. 18). Es decir, estas instituciones desarrollan estrategias de seguridad nacional para anteponerse a los movimientos de los oponentes y evitar tanto las ofensivas tácticas como las estratégicas (aquellas que forman parte de una tendencia conocida y aquellas que no, respectivamente). Dichas estrategias tienen que ver con labores de espionaje y contraespionaje, entre las cuales se encuentran el mantener en secreto sus contenidos en inteligencia, los procesos de obtención y

* Escuela de Inteligencia Económica (La_SEI). Universidad Autónoma de Madrid (Spain) Correo de contacto: sara_dora18@hotmail.com

sus necesidades. Por último, el asesoramiento político y experto también está entre las funciones de la comunidad de inteligencia (Jordán, 2015).

La inteligencia como producto hace referencia a la información que interviene en el proceso de toma de decisiones en lo que respecta a la seguridad del país, por lo tanto, contribuye a su buen funcionamiento (Moloeznick, 2013). Cabe señalar la diferencia que existe entre la información y la inteligencia. La primera está al alcance de la mayor parte de las personas; la segunda, la obtención de inteligencia, requiere un proceso mucho más elaborado. La información consiste en la agregación y contextualización de datos que carecen de significado por sí mismos. La recopilación de información da lugar conceptos o teorías que permiten comprender la realidad da lugar al siguiente eslabón de la cadena: el conocimiento. La inteligencia consiste en la aplicación del conocimiento para el análisis de la información relativa a un tema de interés nacional (Esteban y Carvalho, 2012).

La inteligencia como proceso conduce a conocer en qué consiste y cómo se desarrolla el ciclo de inteligencia. Según Moloeznick (2015) el ciclo de inteligencia es un proceso sistematizado de obtención de inteligencia, el cual comienza por el análisis de las necesidades de información, que permite encaminar el curso de obtención de la misma. La información suele ir referida a las amenazas, riesgos y conflictos exteriores que presenta una Nación. Para recopilar la información se consultan tanto las fuentes primarias (poco accesibles y fiables), como las secundarias (accesibles y poco fiables). Una vez recogida, los analistas de inteligencia se encargarán de procesarla. Por último, la información será distribuida y empleada en la toma de decisiones que permitan alcanzar objetivos de seguridad y bienestar nacional. Aunque Moloeznick (2015) menciona la existencia de todo el ciclo, Payá, Delgado y Fernández (2015) y San Felipe (2013) lo explican con más detalles. Este último resalta el carácter vivo y dinámico del proceso al mencionar que “existe una constante reconsideración de las necesidades de inteligencia, de manera que se vayan adaptando a la evolución del escenario de seguridad” (p. 107). Estos estudios coinciden en la estructura general del ciclo de inteligencia, pero no existe consenso en cuanto a la cantidad y el contenido de las fases presentes en el mismo. De esta forma, Moloeznick (2015) propone 6 fases: dirección, recolección, comparación, interpretación, difusión y explotación; Payá et al. (2015) también propone la misma cantidad de fases, pero con diferente contenido: análisis de las necesidades, consulta de fuentes secundarias, consulta de fuentes primarias, análisis, distribución y utilización; por último, San Felipe (2013) únicamente destaca 4 fases: dirección, obtención, elaboración y difusión. Es común confundir el ciclo de inteligencia con el espionaje. Si bien es cierto que el espionaje forma parte este ciclo, solo se encuadra en el proceso de obtención de la información (Jordán, 2015).

Retomando la fase de recogida de información del ciclo de inteligencia, destacamos que existen distintas formas de recopilarla. En función de los métodos empleados para su extracción se encuentran los distintos tipos de inteligencia. Tanto Payá et al. (2015) como Moloeznick (2013) señalan los siguientes ejemplos de otras fuentes de inteligencia:

- OSINT: inteligencia obtenida de fuentes abiertas como internet.
- IMINT: inteligencia extraída mediante imágenes fotográficas, de radares o de receptores infrarrojos.
- SIGINT: inteligencia obtenida mediante señales. Aquí se engloban COMINT (escuchas de comunicaciones telefónicas o de radio), ELINT (detección de información mediante campos eléctricos y/o magnéticas), TELINT (mediante la telemetría) y MASINT (que reúne cualquier información obtenida por otros medios, como la inteligencia de infrarrojos o IRINT).
- HUMINT: inteligencia obtenida de fuentes humanas (HUMINT).

En HUMINT, foco de nuestro estudio, la inteligencia se deriva de la información recolectada de otras personas, pero a este proceso de recolección se debe añadir el análisis de dicha información (Jones, 2002). Es decir, se destacan dos fases en el proceso general de HUMINT: en primer lugar, se debe llevar a cabo un proceso de búsqueda y recolección de información y, en segundo lugar, se debe dar sentido a la información obtenida mediante su análisis y conceptualización (Naghshineh, 2008).

HUMINT también puede ser entendido como el proceso de “recolección de información por personal especialmente entrenado, usando una variedad de tácticas y métodos tanto activos como pasivos, cuyo objeto son otras personas de las cuales se pueden extraer información o colaboración para obtenerla” (Moloeznick, 2013, p. 73). El objetivo de dicho proceso es conocer los planes, intenciones, decisiones e información del contrario a través del acceso a su sistema (Jones, 2002).

Los agentes encargados de recolectar dicha información son denominados “oficiales de inteligencia” según Berridge y Lloyd (2012) (p. 200). Destacan por ser “ágiles, flexibles y capaces de soportar cualquier tipo de operación militar” (Wright, Assur y McKerman, 2017, p. 2), además de haber sido entrenados especialmente en tareas de espionaje y contra-espionaje (Berridge y Lloyd, 2012). Estos agentes pueden ser funcionarios de inteligencia (diplomáticos o militares), infiltrados, informantes (para los cuales no es necesario el proceso de infiltración en las redes adversarias, pues ya formaban parte del objetivo), agentes dobles (o comúnmente conocidos como contrainfiltrados o topos, ya que son agentes que aparentan trabajar para una agencia cuando

en verdad están colaborando con la contraria)... Hay que tener en cuenta que estos últimos pueden ser forzados al traspaso de información (como en el caso de los prisioneros de guerra) o ceder al mismo de forma voluntaria (se denominan *walk-ins* y las razones que les llevan a tomar estas decisiones son múltiples: ideológicas, económicas...) (Jordán, 2016).

1.3. La importancia de la inteligencia de fuentes humanas.

La relevancia de HUMINT es destacada en la medida que forma parte del ciclo de inteligencia, más concretamente en el proceso de obtención de información (Payá, 2015). No obstante, no podemos olvidar que existen otras fuentes de información también relevantes. Con el actual desarrollo de las tecnologías, la inteligencia de fuentes abiertas (OSINT) está cobrando gran importancia. Sin embargo, Naghshineg (2008) afirma que el uso inadecuado de la tecnología puede resultar bastante problemático. Entre los principales problemas de OSINT destaca el gran volumen de información que aporta, puesto que el proceso de análisis de toda esta información es muy largo y no siempre se dispone del tiempo necesario. Por otra parte, muchos temas de interés suelen ser opacos, por lo que para considerar fiable la información recabada será necesario cotejarla (Jordán, 2016). Por todo esto, el que fue presidente de la CIA en 2006, Porter Goss, declaró no ser partidario de centrarse en la tecnología a la hora de obtener inteligencia y preferir poner su atención sobre la inteligencia de fuentes humanas (Naghshineg, 2008).

También se destaca su importancia en base a los usos que el Estado hace de ellas. La inteligencia extraída de estas operaciones es empleada por los Estados para uno de los procesos más frecuentes, la toma de decisiones. Tal y como dice San Felipe (2013) para llevar a cabo este proceso con eficacia es necesario partir de información de calidad previa. Llevar a cabo una correcta toma de decisiones es muy importante porque favorece el buen funcionamiento del país (Moloeznick, 2013) en la medida que permite eludir riesgos y amenazas para el propio Estado (San Felipe, 2013). No obstante, las operaciones de inteligencia no solo son útiles en la medida que nos aportan información relevante para el propio Estado (tareas de espionaje), sino que también lo son para la defensa de la propia información mediante el descubrimiento y la anulación de los ataques de espionaje extranjeros (tareas de contraespionaje) (Berridge y Lloyd, 2012).

Actualmente, los sistemas de defensa son cada vez más dependientes de los beneficios de las operaciones HUMINT. La penetración en las redes comunicacionales de los adversarios permite obtener inteligencia para predecir los planes, intenciones y las posibles armas, lo que favorece la

capacidad de la Armada para situarse por delante de los mismos (Wright et al., 2007). Además, el FBI considera el terrorismo y la contrainteligencia como sus principales prioridades. Para combatirlas, las operaciones HUMINT son imprescindibles (Redlich, Kelly y Miller, 2014). También se ve reflejada su importancia en los últimos grandes conflictos internacionales. Durante la Primera Guerra Mundial, para EEUU fue imprescindible la información recopilada sobre los planes y decisiones alemanas. Dicha información debía ser recogida con la mayor discreción y confianza. Esto solo sería posible con los oficiales de inteligencia entrenados en operaciones HUMINT (Wright et al., 2017). De la misma manera, durante la Guerra fría, las operaciones HUMINT demostraron ser altamente valiosas para la obtención de información sobre los avances tecnológicos y militares del bando contrario (Payá et al., 2015).

El proceso de obtención de información es el más costoso de todo el ciclo de inteligencia (Jordán, 2016). Teniendo en cuenta la situación económica actual, es importante que en la inteligencia de fuentes humanas el balance costos/beneficios sea adecuado. Como se ha visto HUMINT aporta importantes beneficios para los estados, ya que proporciona información de gran interés consumiendo los mínimos costes humanos y materiales (Gil, 2014; Wright et al., 2017). No obstante, para que mantenga su rentabilidad es necesario que la información obtenida sea de calidad y no esté contaminada. Para ello es importante que la información se pueda contrastar o provenga de una fuente fiable. En segundo lugar, también será necesario que la información sea tratada con la mayor objetividad posible, tanto por parte los oficiales de inteligencia (encargados de recoger la información y enviarla a los agentes encargados de analizarla), como por parte de los agentes encargados de su análisis (Gil, 2014).

No obstante, no se puede olvidar que las operaciones HUMINT también tienen sus limitaciones. Tal y como dice Jordán (2016), este tipo de operaciones requieren una preparación duradera debido a que se deben analizar qué fuentes van a ser las más adecuadas para obtener la información en cuestión. Además, dado que las fuentes son humanas, existe cierto riesgo tanto para el agente como para la fuente, pues será necesaria la interacción cercana entre ambos. Este riesgo se debe a que el agente puede llegar a ser descubierto y se ve enormemente incrementado en los casos de agentes infiltrados. No hay que olvidar que las personas podemos cometer fallos a la hora de almacenar la información recabada, lo que puede afectar a la calidad de la misma. No obstante, estas alteraciones también pueden darse de forma voluntaria en el caso de que los agentes sean descubiertos y usados como contrainfiltrados (Jordán, 2016).

Estas limitaciones están enfocadas a fallos humanos, por lo que podrían reducirse al máximo empleando programas de entrenamiento especial para los agentes. Será de especial interés que los oficiales de inteligencia sean capaces de predecir la conducta de las personas y de conocer sus principales motivaciones. Si también son entrenados en habilidades persuasivas podrán aplicarlas de forma adaptada en función de las necesidades motivacionales de cada fuente particular. La psicología tiene mucho que aportar al contenido de los programas de entrenamiento dado que es la ciencia que estudia el comportamiento humano. El objetivo de este ensayo será explorar las áreas de esta ciencia que pueden resultar útiles para el entrenamiento de los agentes HUMINT.

2. Metodología

2.1 Materiales

El número total de materiales empleados es 29. De los cuales, 14 son artículos de revista, 6 libros, 6 capítulos de libros y 3 páginas web.

2.1. Procedimiento

Se han realizado tres búsquedas en Google Académico, Bun y PsycINFO, los tesauros han sido: "HUMINT", "Personalidad y HUMINT", y "Modelos de persuasión". Para seleccionar las referencias se ha tenido en cuenta la fecha de publicación, dando prioridad a las más recientes (a partir del año 2000) para contar con el conocimiento más actualizado. No obstante, también se han seleccionado 6 artículos anteriores cuando sus contenidos son relevantes. Se han obtenido 13 referencias de Google Académico, 5 de Bun y 1 PsycINFO. Las restantes (10) se han extraído de las referencias de los materiales de las búsquedas mencionadas.

3. Resultados

La aplicación de la psicología a las operaciones de inteligencia puede ser de gran utilidad, sobre todo si se trata de operaciones HUMINT (dado que conlleva la interacción directa con otras personas). Llegar a comprender el comportamiento humano mediante el estudio de los procesos mentales contribuye a aumentar la eficacia de las operaciones de inteligencia. Dicho aumento se produce en dos direcciones: para optimizar los resultados de las propias operaciones y reducir el riesgo que conllevan las mismas. Para ello, las aportaciones de dos áreas de la psicología son especialmente relevantes para el campo de la inteligencia: Personalidad y persuasión.

3.1. Personalidad.

Se define el término personalidad como "(1) Diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra. (2) Conjunto de características o cualidades originales que destacan en algunas personas" (Real Academia Española [RAE], 2018). Desde el punto de vista científico existen varias corrientes, y diversos autores han tratado, sin éxito, de dar una definición definitiva (González y Besteiro, 2015; Moreno, 2007). Existen cinco paradigmas: el psicoanálisis, la psicología del aprendizaje, el modelo humanista, el socio-cognitivo y el dimensional (para ver más detalladamente cada uno ir a Moreno, 2007). Este ensayo se centrará en este último ya que destaca la estabilidad y consistencia de la personalidad, motivo principal por el que HUMINT puede aprovecharse de la psicología, ya que es lo que hace predecible el comportamiento humano.

Tal y como dice Moreno (2007) las unidades estructurales de la personalidad, según el modelo dimensional, son los rasgos, factores y tipos. Los rasgos son universales y cuantitativos, es decir, todas las personas tienen en mayor o menor medida cada rasgo (Moreno, 2007). Además, hacen posible la predicción de la conducta mediante el análisis de la personalidad, dado que son consistentes y estables. Moreno (2007) y De Juan y García (2004) coinciden en que son consistentes en la medida que se manifiestan en la mayor parte de las situaciones, en función de si se tiene una puntuación más o menos extrema en el rasgo (fuerza del rasgo). Por otra parte, la estabilidad consiste en la expresión de los rasgos lo largo del tiempo (De Juan y García, 2004).

Los factores presentan características similares a los rasgos, no obstante, basan su existencia en análisis factoriales y su interpretación en el significado de los ítems con los test de los que provienen dichos análisis. El no contar con una explicación basada en la estructura y el funcionamiento de sistemas biológicos lleva a explicaciones circulares, lo que supone una fuerte limitación. Por último, los tipos de personalidad consisten en la agrupación de las puntuaciones en los distintos rasgos, por lo que cada persona va a tener un perfil diferente. Esto implica que, si se tiene un perfil, no se puede tener el resto, puesto que son cualitativos (Moreno, 2007). Emplear los tipos para la descripción de la personalidad puede resultar reduccionista ya que es bastante complejo que las personas reúnan completamente los rasgos típicos de ese perfil.

Existen numerosos modelos que han tratado de dar una explicación dimensional de la personalidad, no obstante, no existe acuerdo en cuanto a en qué consisten y cuántos rasgos o factores conforman la personalidad. Destacamos algunos de ellos: el modelo de 16 Factores de Cattell (Moreno, 2007; Cloninger, 2003), el modelo de los Cinco Grandes Factores (Moreno, 2007), el modelo de Gray (1981) y el modelo PEN de Eysenck (1970). Este ensayo se centrará

en este último, pues es especialmente relevante para las operaciones HUMINT al tener una potente base científica que lo sustenta y al ser el más simple de todos, pues emplea solo tres rasgos. Además, la capacidad predictiva que aporta es esencial para las labores de inteligencia. No obstante, también se empleará el modelo de Gray dado que propone tres sistemas motivacionales que complementan al modelo de Eysenck, y permiten compatibilizar la motivación con la personalidad.

Desde el modelo de Eysenck cabe destacar dos características más del concepto de rasgo, además de las ya vistas anteriormente: la bipolaridad y la ortogonalidad. Que un rasgo sea bipolar quiere decir, que a cada extremo (alto o bajo) encontremos dos dimensiones con características opuestas (Moreno, 2007). La ortogonalidad se refiere a que cada rasgo es independiente de los otros, puesto que cada uno se ve sustentado por una base biológica específica, puntuaciones altas en un rasgo no correlacionan con puntuaciones altas o bajas en los demás (De Juan y García, 2004).

Eysenck (1970) propone tres rasgos a partir de los que se conforma la personalidad: Extraversión (E), Neuroticismo (N) y Psicoticismo (P), con sus correspondientes polos opuestos. A continuación, se pasará a explicar cada uno de ellos.

El rasgo Extraversión/Introversión se sustenta en el nivel de arousal cortical, el cual depende del Sistema Activador Reticular Ascendente (SARA). Existe un nivel óptimo de arousal que favorece el estado de activación necesario para que tengan lugar los principales procesos corticales, como los de percepción o memoria. No obstante, no todos los cerebros presentan un nivel base óptimo de activación, es decir, muestran sobre-activación (introvertidos) o infra-activación (extravertidos) de forma natural. Estos desajustes generan tendencias de comportamiento que conducen a un reajuste del arousal hacia el nivel óptimo. De esta forma, los sobre-activados tenderán a evitar más estimulación que los active y los infra-activados a buscarla. Es por ello que los extravertidos tendrán tendencia hacia actividades estimulantes (como comer, hablar más y más alto, el contacto con otras personas...) y los introvertidos hacia lo contrario (espacios menos ruidosos, la lectura, hablar menos...).

El rasgo Neuroticismo/Estabilidad Emocional se sustenta en el Sistema Límbico, donde se destacan el hipocampo (memoria emocional) y el hipotálamo (activación de los Sistemas Simpático y Parasimpático). Las personas con neuroticismo alto presentarán una sobre-activación de este sistema, por lo que tenderán a la emocionalidad y a niveles más altos de activación psicofisiológica. Esta activación se dará tanto en las situaciones particulares, como en anticipación a posibles refuerzos o castigos, en este punto es donde encaja el modelo de Gray (1981). Este autor propone que

la conducta está controlada por el Behavioral Activation System (BAS), que se activa ante la expectativa de refuerzo, y el Behavioral Inhibition System (BIS), ante la expectativa de castigo. Las personas con neuroticismo alto tenderán a una mayor intensidad en la activación estos sistemas, lo cual se manifestará por una sobre-activación del Sistema Simpático, bien en forma de impulsividad o impaciencia (en anticipación de refuerzos) o bien en forma de ansiedad (en anticipación de castigos). La manifestación de la impulsividad del BAS será en forma de conductas de aproximación hacia el refuerzo esperado. En el caso de la ansiedad se observarán conductas de evitación de todo lo que tenga que ver con el castigo esperado. En ambos casos se dará un aumento en la activación psicofisiológica a medida que se reduce el tiempo de obtención del refuerzo o el castigo. En este punto se destaca que, a pesar de que los rasgos son independientes, existe una interacción entre ellos. Los extravertidos presentarán un predominio del sistema BAS frente al BIS, debido a su tendencia a la aproximación estimular; en cambio, en los Introvertidos, se verá un predominio del sistema BIS frente al BAS, por su tendencia a la evitación estimular.

Por último, el rasgo Psicoticismo o dureza afectiva se sustenta en la amígdala y zonas corticales como el cingulado anterior, el orbitofrontal, el prefrontal y el dorsolateral. La infra-activación amigdalar característica de las personas con psicoticismo alto se relaciona con bajos niveles de miedo y una baja consideración de las situaciones de peligro (tanto propio como ajeno), lo que conducirá a bajos niveles de empatía. Todo esto provoca a una dificultad de adhesión a las normas sociales en beneficio de seguir el propio criterio. Aquí cabe volver a mencionar el modelo de Gray (1981), pues propone la existencia de un tercer sistema conductual: el Fight-Fly System o sistema de ataque-huida (FFS). Se establece un FFS infra-activado (alto psicoticismo). Por otra parte, la baja activación de las zonas corticales mencionadas tiene que ver con un aumento de las conductas impulsivas. Se destaca que esta impulsividad no tiene que ver con la impaciencia y la aproximación al refuerzo como ocurría con el BAS, sino con la ejecución de ciertas conductas sin tener en cuenta las consecuencias que estas puedan tener. Esta impulsividad es el resultado de la infravaloración del riesgo.

3.2. Persuasión

La persuasión forma parte de nuestro día a día, por lo que dar una definición de la misma puede no parecer complicado (Petty y Briñol 2007 y 2008). El diccionario de la RAE (2018) define el término persuadir como: “inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo”. Aunque la persuasión ha sido muy estudiada a lo largo de los años existe bastante consenso en cuanto a la forma de definirla. Académicamente la persuasión es el proceso que tiene la

posibilidad de promover o modificar la mente de las personas hacia una determinada dirección (Petty y Briñol 2007 y 2010). Según Petty y Briñol (2010 y 2008) se distinguen cuatro elementos básicos en este proceso: la fuente (quien voluntaria o involuntariamente persuade), el destinatario (quien es persuadido), el mensaje y el contexto.

Una persuasión exitosa se relaciona con cualquier cambio en la mente del destinatario (creencias, emociones, pensamientos, opiniones...), pero el principal objetivo suele ser el cambio actitudinal (Petty y Briñol, 2007, 2008 y 2010). Las actitudes son juicios valorativos que tenemos hacia objetos, personas o situaciones y tienen tres componentes: cognitivo, afectivo y de comportamiento. En este último reside la importancia de las actitudes, pues son relevantes en la medida que afectan al comportamiento (Petty y Briñol, 2007 y 2010). Si la persuasión se aplica a gran escala puede constituir el principal medio de control social empleado en la actualidad por parte de grandes empresas o gobiernos (Petty y Briñol, 2008). Esto hace pensar en la importancia que podría tener para el agente HUMINT el manejo de las técnicas persuasivas.

Los primeros estudios sobre persuasión se centraron en un único proceso, mediante el que una variable de la misma forma daba lugar al mismo resultado en todas las situaciones (Petty y Briñol, 2007). A medida que se fue acumulando evidencia empírica, empezaron a surgir ciertas contradicciones entre las múltiples teorías que apostaban por una única vía para la persuasión. Esto hizo que los investigadores asumieran que estas teorías de enfoque único no eran viables, de esta forma comenzaron a reformularse y generarse nuevas teorías para explicar este tipo de procesos (Petty y Briñol, 2007). De esta forma comenzó una nueva tradición que veía la persuasión como un proceso de naturaleza dual. Dentro de este enfoque se destacan los modelos de Holvand y Kelman. Holvand (Petty y Briñol, 2007) consideraba que existían dos mecanismos que influían simultáneamente y de forma independiente: el aprendizaje de los argumentos persuasivos y las claves periféricas (como la autoridad de la fuente). El modelo de Kelman (Petty y Briñol, 2007) era muy parecido: internalización de argumentos e identificación con la fuente. A medida que pasó el tiempo, estos modelos duales fueron evolucionando para adaptarse a la evidencia acumulada y dieron lugar a los modelos multi-proceso, entre los que destacamos tres: el modelo de probabilidad de elaboración (ELM), el modelo sistémico-heurístico y el modelo de respuesta cognitiva (Petty y Briñol, 2007).

El modelo de la respuesta cognitiva de Greenwald (1968) propone que el éxito de los procesos persuasivos se debe al aprendizaje cognitivo, es decir, al análisis del contenido de los mensajes. Plantea que es más relevante la respuesta cognitiva que se da en el receptor que el propio mensaje persuasivo. Dentro de esta respuesta, se destacan dos factores: el grado de conformidad con el mensaje y la intensidad de la misma. En el resultado de esta respuesta influyen

certas propiedades del receptor, como el conocimiento previo sobre el objeto de actitud y su personalidad.

A diferencia de lo que se acaba de ver, el modelo sistémico-heurístico de Chen y Chaiken (1999) propone que existen dos rutas de procesamiento de la información mediante las cuales puede tener lugar el proceso de persuasión. Por una parte, el procesamiento sistemático (ruta central) requiere altos niveles de capacidad cognitiva y de conocimiento sobre el tema en cuestión. El procesamiento heurístico (ruta periférica) se emplea cuando hay menos capacidad cognitiva o niveles más bajos de conocimientos, por lo tanto, los tiempos de reacción serán menores que en el caso anterior.

El modelo de probabilidad de elaboración (ELM) de Petty y Cacioppo (1986) propone una dimensión en la que se pueden encontrar las distintas rutas para la persuasión, esta dimensión es la probabilidad de elaboración. Cuando hay una alta probabilidad de elaboración, el receptor analizará el mensaje persuasivo en base a su conocimiento previo y experiencias con el objeto de actitud. El éxito del proceso persuasivo se debe a que se haya dado un cambio actitudinal, por lo que será muy duradero y afectará a futuras conductas. Cuando la probabilidad de elaboración es baja, el receptor evitará un análisis profundo del mensaje persuasivo y el éxito del proceso no será consecuencia de una reestructuración de las actitudes previas, sino de las señales periféricas asociadas al emisor o al contexto (número de argumentos, credibilidad, atractivo o autoridad de la fuente...). Hay dos condiciones que modulan la probabilidad de elaboración del mensaje por parte del receptor: motivación y capacidad cognitiva. Este modelo es compatible con el de Chaiken visto anteriormente, dentro del continuo, una alta probabilidad de elaboración se correspondería con la ruta central y una baja con la periférica.

Cialdini (1990) propuso una serie de reglas de persuasión que se adaptan a distintos tipos de situaciones. A continuación, se describirán los siete tipos generales de reglas, de las cuales se derivan ciertas técnicas concretas. Estas son:

La reciprocidad. Según esta regla cuando alguien hace un favor a otra persona de forma espontánea se genera en esta un sentimiento de deuda y obligación a corresponder, por lo que tenderá a aceptar a peticiones futuras de esta persona. En esta tendencia también influyen el sentimiento de simpatía que se genera hacia la persona que hizo el favor en primer lugar y el rechazo social que existe hacia las personas que no corresponden. Por último, dada la incomodidad del sentimiento de deuda se genera cierta impaciencia a corresponder para liberar cuanto antes esa carga psicológica. Esto explica que las personas lleguen a corresponder con favores incluso de mayor magnitud de lo que habían recibido inicialmente. Para la aplicación de esta regla se destacan tres técnicas:

- La muestra gratuita. Consiste en regalar al cliente una cierta cantidad del producto en venta para favorecer que se compre el producto tras haberlo probado.
- Concesiones mutuas. Consiste en aplicar la regla de la reciprocidad de forma indirecta. Es decir, en vez de hacer favores tangibles, se genera el sentimiento de deuda mediante una concesión.
- Rechazo y retirada. Consiste en aplicar la técnica anterior de forma estratégica para conseguir lo que realmente se quiere de la otra persona. Es decir, se hace una petición superior y, cuando sea rechazada, se pide lo que realmente se desea. El empleo de esta estrategia genera un sentimiento de responsabilidad con la buena consecución de la petición, así como mayor satisfacción cuando esto sucede. Esta satisfacción supone un refuerzo que aumenta las posibilidades de que volver a acceder a peticiones futuras.

El compromiso y coherencia. Según esta regla las personas tienden a ser coherentes consigo mismos, de lo contrario se genera un sentimiento (hacia uno mismo y hacia lo demás) de superficialidad, irracionalidad e influenciabilidad. Cuando ya se ha forjado un punto de vista sobre un asunto en particular, el intento por mantener la coherencia lleva a actuar de forma precipitada en determinadas ocasiones. Es decir, se usa el esquema de opiniones generado para responder de forma automática a las pequeñas cuestiones que se planteen sobre el mismo. Cabe destacar que no solo se trata de mantener la coherencia hacia los demás (con acciones), sino que también frente a uno mismo, por lo que se acaba produciendo una creencia estable sobre el tema en cuestión o incluso un cambio en la propia imagen del sujeto. La efectividad de esta regla reside en que la persona mantenga una sensación de control sobre sus propias creencias, es decir, no debe sentir una presión externa a la hora de formarse su perspectiva inicial. Para la aplicación de esta regla se destacan tres técnicas:

- El compromiso. Esta técnica consiste en hacer que una persona acepte una postura hacia un determinado tema para que más adelante se comporte de acuerdo a la misma. Cuando la persona expone el compromiso por escrito es más eficaz pues ha invertido más esfuerzos.
- El pie en la puerta. Consiste en conseguir que una persona cumpla con una petición mínima para que posteriormente llegue a aceptar otras mayores sobre el mismo tema. La petición inicial supondrá la explicitación y la puesta en práctica del compromiso inicial, por lo que favorece al fortalecimiento del punto de vista que se pretende que adopte la persona.
- Lanzamiento contra la base: después de conseguir que una persona acepte un acuerdo con unas determinadas

condiciones, tiene lugar algún cambio en las mismas de forma que ya no resulta tan conveniente para la persona. Su tendencia a la coherencia consigo mismo le llevará a mantener dicho acuerdo.

La sanción social. Esta regla consiste en adoptar una opinión, conducta o sentimiento hacia un determinado objeto en función de las opiniones, conductas o sentimientos del resto de personas hacia dicho objeto. Existe una situación particular en la que esta regla es especialmente efectiva: la incertidumbre. Cuando la persona se encuentra en una situación nueva o en la que no sabe cómo actuar se genera una sensación de inseguridad que aumenta la tendencia a dejarse guiar por el criterio de los demás es elevada, sobre todo si se trata de personas con las que guarda semejanza. Y es que, la semejanza es otro factor que incrementa la eficacia de esta regla incluso cuando no se trata de un contexto dudoso.

La simpatía. Esta regla se basa en la tendencia a aceptar las demandas de aquellas personas con las que existe algún tipo de simpatía. Cabe destacar que la eficacia de esta regla no depende de la presencia de la persona con la que existe simpatía, sino que funciona también con personas que vienen de su parte. Existen diversos mecanismos que explican la efectividad de esta regla:

- El atractivo físico. De forma instantánea e inconsciente, cuando una persona atractiva es percibida esta característica predomina en la percepción de los demás. Al ser una característica positiva, será valorada en este sentido por el resto de personas.
- La semejanza. También de forma automática, existe la tendencia a generar un sentimiento de simpatía con las personas que se comparten determinados atributos.
- Los elogios. Los halagos son un potente refuerzo que da lugar a un aumento de la autoestima y que genera un sentimiento de simpatía hacia la persona que los ha realizado. Esto tiene lugar incluso cuando está claro que se están realizando con la intención de persuadir.
- Contacto y cooperación. De forma inconsciente se genera un fuerte sentimiento de simpatía hacia aquellas personas con las que se trabaja en equipo. Por una parte, la cercanía con las mismas dará lugar a un sentimiento de familiaridad que llevaría al desarrollo de dicho sentimiento de apego. No obstante, será necesario que el contexto no sea negativo, si no se produciría el efecto contrario. En segundo lugar, si el contexto requiere de la cooperación de ambos la simpatía se verá reforzada.
- Condicionamiento y asociación. El condicionamiento clásico también influye a la hora de generar simpatía.

Se tiende a generar sentimientos positivos hacia aquellas personas que dan noticias positivas, aunque de ellas no dependa la valencia de dicha noticia. Este ocurre, sobre todo, de forma inconsciente.

La autoridad. El mundo actual dominado por reglas y jerarquías a las que obedecer justifica la tendencia que presentan las personas a la obediencia a la autoridad. Es algo tan integrado en la educación que las personas ni si quiera se llegan a plantear si obedecer o no, simplemente lo hacen. Cabe destacar que simplemente aparentar autoridad es suficiente para que las personas obedezcan. Indicadores de autoridad pueden ser los títulos académicos que posea la persona, la estatura, la vestimenta y los símbolos de poder (como joyas o coches caros).

La escasez. Esta regla dice que se da más valor a las cosas que escasean o que están censuradas que a las que abundan. Se da más importancia a las cosas cuando hay menos probabilidades de conseguirlas porque se ve coartada la libertad de elección. No obstante, esta regla puede perder su efectividad con objetos que siempre han sido escasos, pues las personas estarán habituadas a ello. A continuación, veremos algunas técnicas para la aplicación de esta regla:

- Series limitadas. Esta técnica consiste en hacer creer a una persona que está ante unidades limitadas de un objeto en particular, de esta forma lo verá como algo escaso e incrementará su valor.

Plazos improrrogables. Esta técnica es muy parecida a la anterior, pero con la distinción de que en vez de limitar el número de unidades se limita el plazo temporal por el que estarán disponibles.

4. Conclusiones

El manejo de un modelo de personalidad que permita al agente HUMINT conocer las tendencias de comportamiento de sus fuentes de información es muy importante, pues facilitará: la selección de la fuente, el método de abordaje, la forma de interacción... Tal y como dicen González, Sotoca y Garrido (2015), existen dos métodos para conocer el perfil de una persona, el directo y el indirecto. El perfilado directo se realiza mediante cuestionarios estandarizados previamente cumplimentados por la persona a la que se quiere perfilar. La principal limitación de este método es que la persona no responda de forma sincera por intentar adecuarse a lo socialmente aceptado González et al. (2015). Además de este problema de deseabilidad social, en el caso de las operaciones HUMINT, el método directo no es posible pues se trata de operaciones encubiertas. El método indirecto cubre estas limitaciones, pues no precisa de la intervención activa de la persona a la que se pretende perfilar

González et al. (2015). El agente HUMINT deberá observar el comportamiento de la fuente a la que pretende perfilar para obtener los indicadores correspondientes para cada rasgo y así poder estimar una puntuación en cada uno de ellos. Es importante que el agente siga el principio de agregación para que el perfilado quede sustentado por la mayor evidencia posible, es decir, deberá recabar el mayor número de indicadores conductuales para la determinación de dichas puntuaciones. Cabe destacar que este método no está exento de errores, es posible que el agente no cuente con la preparación necesaria y cometa errores a la hora de recoger los indicadores o se precipite en la elaboración del perfil. No obstante, con la elección de un modelo de personalidad adecuado y un buen entrenamiento tanto teórico como práctico del agente, es posible reducir al máximo estas limitaciones.

El modelo propuesto resulta especialmente interesante pues, gracias a la propuesta de Gray (1981), también permite conocer las principales motivaciones de las personas en función del perfil que presenten. Esto permite saber sus fortalezas y debilidades para adaptar el método de abordaje a la fuente. Es decir, la forma de habitar en el mundo varía en función de la personalidad y la estructura de la misma nos permite conocer el sistema motivacional que guía la conducta. Por lo que la efectividad de las reglas de persuasión variará de unas personas a otras (Cialdini, 1990) y será necesario adaptarlas en función de la tendencia motivacional que presenta la fuente.

La regla de la reciprocidad será especialmente efectiva en aquellos sujetos que tiendan a la emocionalidad (neuroticismo alto), pues su éxito se debe al sentimiento de deuda y a la impaciencia que tiene lugar hasta la devolución del favor. Todo esto genera una ansiedad que hace aquellas personas en las que predomina el sistema motivacional BIS tengan más probabilidades de devolver favores, es decir, personas altas en neuroticismo o introversos neuróticos. Por otra parte, también será crucial un psicoticismo bajo, dado que todos estos sentimientos se generan tras un buen proceso de socialización. La tendencia de las personas con psicoticismo alto a no seguir las reglas sociales les llevará a no corresponder por los favores recibidos. Además, dada su baja afectividad tampoco se generará simpatía con la persona que inicialmente les ha hecho un favor.

La regla de la coherencia será útil con las personas que tienen psicoticismo alto dada la tendencia a seguir su propio criterio. No obstante, será imprescindible que se mantenga la sensación de control sobre sus propias opiniones y decisiones. Si la persona se da cuenta de que pretenden persuadirle se puede provocar que adopte la postura completamente distinta o contraria solo para realzar su sensación de control. Cabe destacar la efectividad de la técnica del lanzamiento contra base en especial con las personas que posean un sistema BAS alto (altos neuroticismo o extrovertidos neuróticos). Esto se debe a que con el primer acuerdo se les

genera una expectativa de refuerzo que les llevará a querer conseguirlo por todos los medios, aunque las condiciones del acuerdo empeoren.

La regla de la sanción social es especialmente eficaz con personas que tienden a la ansiedad, especialmente si se genera una situación de incertidumbre. Por lo tanto, será muy recomendable ante personas que presentan un BIS elevado, es decir, con un neuroticismo elevado o introvertidos neuróticos. Por otra parte, no es nada recomendable ante personas con psicotísmo alto, pues la tendencia a seguir su propio criterio hará que no atiendan a lo que hace el resto. Además, es posible que tiendan a comportamientos completamente distintos solo por no hacer lo que hacen todos pues esto generaría en ellos un sentimiento de sumisión.

La efectividad de regla de la simpatía será especialmente complicada con las personas que tengan psicotísmo alto, dado que se por su dureza afectiva no presentan tendencia a sentir simpatía fácilmente. No obstante, si se emplea la estrategia de los halagos es posible que funcione con este tipo de perfiles dado que supondría un aumento de su ego. Por lo tanto, sería una regla recomendable en el caso de los perfiles de psicotísmo bajo.

La regla de la autoridad será especialmente eficaz con las personas que presenten un psicotísmo bajo. Dado que tienden a una buena socialización y aprendizaje de las normas sociales. Por otra parte, la tendencia al egocentrismo de las personas con psicotísmo alto les llevará a competir con aquellas personas que manifiesten cierta autoridad ante ellas, por lo que su aplicación será contraproducente con estos perfiles. Si al psicotísmo bajo se suma una tendencia a la ansiedad, es decir un sistema BIS elevado (altos en neuroticismo o introvertidos neuróticos), esta regla será más efectiva. Esto se debe a que se magnifican los sentimientos de ansiedad anticipatoria y culpa y remordimientos que se dan antes y después de quebrantar una norma, sobre todo si ha sido impuesta por una autoridad.

La regla de la escasez será más efectiva con las personas que tiendan a la impaciencia, es decir, las que tengan un sistema BAS elevado (personas muy neuróticas o extravertidos neuróticos). Estas personas tienden a esperar con inquietud los refuerzos y a desear conseguirlos lo antes posible, si a esto se le agrega la posibilidad de no conseguirlos porque escasean, tenderán a desecharlos todavía más. Por otra parte, dado que la escasez aporta valor a estos productos, las personas con psicotísmo alto se verán atraídas por ellos, dado que el mantenimiento de su ego les impulsará a tener las cosas que más prestigio posean.

Una vez que el agente HUMINT sea capaz de realizar un perfilado indirecto de calidad siguiendo el modelo propuesto podrá anticipar la conducta de la fuente y conocer

sus principales motivaciones. Esto último, le permitirá aplicar estratégicamente cada una de las técnicas de persuasión propuestas para que la interacción con la misma resulte lo más más eficaz posible. Es muy importante que la información recogida sea de calidad pues de ella se extraerá la inteligencia para llevar a cabo la toma de decisiones en materia de seguridad del Estado. De esta forma, la psicología hace una importante aportación a HUMINT, que es una de las formas más potentes y con más valor para los estados de extracción de inteligencia.

5. Referencias

- Berridge, G. R., y Lloyd, L. (2012). *The Palgrave Macmillan Dictionary of Diplomacy* (3.^a Ed.). Londres: Palgrave Macmillan. Doi: 10.1057/9781137017611
- Centro Nacional de Inteligencia de España (2016). Normativa reguladora del Centro Nacional de inteligencia. Descargado de https://www.cni.es/comun/recursos/descargas/Normativa_reguladora_2016.pdf [Fecha de acceso: 3 marzo, 2018].
- Chen, S., y Chaiken, S. (1999). The Heuristic-Systematic Model in Its Broader Context. En Chaiken, S., y Trope, Y. *Dual-process Theories in Social Psychology* (pp. 73-96). NY: The Guilford Press
- Cialdini, R. B. (1990). *Infuencia: ciencia y práctica* (2.^a Ed.). Barcelona: J. M. Sastre vidal (Servicio Universidad).
- Cloninger, S. C. (2003). *Teorías de la personalidad* (3.^a Ed.). México: Pearson Education.
- De Juan, M., García, L. F. (2004). *Nuestra personalidad. En qué y por qué somos diferentes*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Esteban, M. A. y Carvalho, A. V. (2012). La inteligencia y los activos informacionales. En M. A. Esteban, A. V. Carvalho, D. Navarro, B. Larriba, A. Fernández, J. A. Mellón ... F. Velasco. *Inteligencia*. (pp. 19-26). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Eysenck, H. J. (1970). *The structure of human personality* (3.^a Ed.). Londres: Mathuen.
- Gil, M. (2014). La importancia de la Inteligencia de Fuentes Humanas (HUMINT). *Análisis GESI*, 1-13. Descargado de <http://www.seguridadinternacional.es/?q=es/content/la-importancia-de-la-comunicacion-no-verbal-en-la-inteligencia-de-fuentes-humanas-humint> [Fecha de acceso: 1 abril, 2018].

- González, J. L., y Besteiro, I. (2015). Personalidad, mentira y Engaño. *Behavior & Law Journal*, 1(1), 17-26.
- González, J. L., Sotoca, A., y Garrido, M. J. (2015). El perfilamiento en la investigación criminal. En A. Giménez-Salinas y J. L. González, *Investigación criminal: principios, técnicas y aplicaciones* (pp. 211-224). Madrid: LID Editorial Empresarial.
- Gray, J.A. (1981): A critique of Eysenck's theory of personality. En H.J. Eysenck, *A model for personality* (pp. 246-276). Berlin: Springer.
- Greenwald, A. G. (1968). Cognitive learning, cognitive response to persuasion, and attitude change. En A. G. Greenwald, T. C. Brock y T. M. Ostrom, *Psychological foundations of attitudes* (pp. 147-170). VT: Elsevier Science.
- Jones, J. W. (2002). CI and HUMINT or HUMINT and CI or CI/HUMINT or TAC HUMINT (confusing, isn't it?). *Military Intelligence Professional Bulletin*, 28(2), 28-33.
- Jordán, J. (2015). Introducción a la Inteligencia en el ámbito de la Seguridad y Defensa. *Análisis GESI*, 1-17. Descargado de <http://www.seguridadinternacional.es/?q=es/content/introducción-la-inteligencia-en-el-ámbito-de-seguridad-y-defensa> [Fecha de acceso: 15 abril, 2018].
- Jordán, J. (2016). Una revisión del ciclo de Inteligencia. *Análisis GESI*, 1-24. Descargado de <http://www.seguridadinternacional.es/?q=es/content/una-revisión-del-ciclo-de-inteligencia> [Fecha de acceso: 15 abril, 2018].
- Moloeznick, M. P. (2013). Reflexiones sobre operaciones especiales de inteligencia en el siglo XXI. *Revista de ciencias sociales*, 7(34), 60-78.
- Moreno, B. (2007). *Psicología de la personalidad*. Procesos. Madrid: Ediciones Parainfo.
- Naghshineg, N. (2008). HUMINT or WEBINT? Concept study on possible routes for improving knowledge discovery within organizations. *New Review of Information Networking*, 14(1), 37-50. Doi: 10.1080/13614570902953564
- Payá, C., Delgado, J. J. y Fernández, J. C. (2015). Los medios de producción de inteligencia, en el análisis actual de los conflictos. *Estudios en Seguridad y Defensa*, 10(20), 5-17. Doi: [10.25062/1900-8325.31](https://doi.org/10.25062/1900-8325.31)
- Petty, R. E. y Briñol, P. (2007). Persuasion: From Single to Multiple to Meta-Cognitive Processes. *Perspectives on Psychological Science*, 3(2), 137-147. Doi: [10.1111/j.1745-6916.2008.00071.x](https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2008.00071.x)
- Petty, R. E., y Briñol, P. (2008). Psychological Processes Underlying Persuasion: A Social Psychological Approach. *Díogenes*, 55(1), 52-67. Doi: [10.1177/0392192107087917](https://doi.org/10.1177/0392192107087917)
- Petty, R. E., Briñol, P. (2010). Attitude Change. En Baumeister, R. F. y Finkel, E. J. *Advanced Social Psychology: The State of the Science* (pp. 217-259). NY: Oxford University Press.
- Petty, R. E., y Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205. Doi: [10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Real Academia Española. (2018). Definición de Personalidad. Descargado de <http://dle.rae.es/?id=SjbIp9U> [Fecha de acceso: 20 abril, 2018].
- Real Academia Española. (2018). Definición de Persuadir. Descargado de <http://dle.rae.es/?id=SkN2E1W> [Fecha de acceso: 27 abril, 2018].
- Redlich, A. D., Kelly, C. E., y Miller, J. C. (2014). The Who, What, and Why of Human Intelligence Gathering: Self-Reported Measures of Interrogation Methods. *Applied Cognitive Psychology*, 28(6), 817-828. Doi: [10.1002/acp.3040](https://doi.org/10.1002/acp.3040)
- San Felipe, C. M. (2013). La lucha de los servicios de inteligencia israelíes contra el terrorismo suicida palestino durante la Intifada de Al AQSA (años 2001-2006). *Revista enfoques*, 11(13), 103-127.
- Wright, L., Assur, M. A., & McKernan, B. (2017). THE NAVY NEEDS HUMINT. *United States Naval Institute Proceedings*, 143(8), 80-81. Recuperado de [https://search.proquest.com/docview/1933847687?accountid=14478](https://search.proquest.com/docview/1933847687/accountid=14478) [Fecha de acceso: 13 marzo, 2018].