



Grupo de Investigación  
**Historia Militar**



## TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA: EL INICIO DE LA GUERRA POR LA MENTE.

*“...La pequeña figura, retorcida de odio, se agarraba al micrófono con una mano mientras que, con la otra, enorme, al final de un brazo huesudo, daba zarpazos amenazadores por encima de su cabeza. Su voz, que los altavoces hacían metálica, soltaba una interminable sarta de atrocidades, matanzas en masa, deportaciones, saqueos, violaciones, torturas de prisioneros, bombardeos de poblaciones civiles, agresiones injustas, propaganda mentirosa y tratados incumplidos. Era casi imposible escucharle sin convencerse primero y luego volverse loco...” (Orwell, 1949 - 2013).*

### 1. INTRODUCCIÓN

La comunicación es parte de la guerra...y cuando hablamos de comunicación, es importante no circunscribirse a “las comunicaciones”, como la acción de transmitir un mensaje escrito o verbal, desde un interlocutor a otro, empleando los medios a disposición (radioeléctricos, alámbricas, etc). Hay mensajes que se envían a través de otros canales, hacia un público blanco<sup>1</sup> particular, y que tiene un objetivo preciso, que normalmente será el de lograr o evitar un comportamiento determinado.

En el siglo XV, el príncipe de Valaquia, Vlad Tepes, conocido también como Vlad Draculea o Vlad “el empalador”, envió un sangriento mensaje a sus enemigos, mediante el empleo de un símbolo, sin emitir palabra alguna, escrita o verbal. El símbolo fue el empalamiento de 20.000 enemigos, en los bosques adyacentes a su castillo. Este mensaje fue captado por Mehmet II, quien retrocedió horrorizado... (Valdaliso, 2017).

Durante el Conflicto del Atlántico Sur, Guerra por las Malvinas, un rumor corrió entre las tropas argentinas: *Los Gurkhas asesinan a los prisioneros, los degüellan y les cortan las orejas...* En 2019, el periódico Infobae, publicó una nota titulada “*¿Degollaron soldados y cortaron orejas?: el único Gurka que entró en acción en Malvinas revela mitos y verdades del ejército nepalés*”. El soldado argentino Marcelo Vallejo, confirmó, en el mismo artículo, este rumor que escuchó antes del combate. Sin embargo, 37 años después, el ex - soldado gurkha **Sukrim Kulapacha Rai** desmintió este mito, diciendo que, durante la guerra, fue su decisión matar o perdonar a los prisioneros; y que predominó la conciencia moldeada por su religión, *Kirat*, por la cual, todo lo bueno que hiciera en esa situación, sería recompensado por Dios. También expresó: “*...Eso no ocurrió en Malvinas, tampoco en otras batallas. No sé cómo nace ese mito, pero es algo que solo se ha dicho en la Argentina. Quizá haya sido una estrategia para amedrentar al enemigo, pero no sé de dónde salió...*” (Zocchi, 2019).

Podríamos mencionar infinitos mensajes destinados a “jugar” con la mente humana durante los conflictos. Mensajes emitidos por todos los medios: panfletos, mensajes de radio, empleando música, piezas de video, símbolos, etc. De hecho, en algunos casos la comunicación resulta más importante aún que la acción militar misma.

---

<sup>1</sup> **Público Blanco:** Grupo social/organización de tipo homogénea, que posee personalidad psicosociológica diferenciada de otros, que es susceptible a estímulos específicos, y de los que se espera una respuesta particular. Sujeto pasivo de la acción (Poll, 1979).

En la actualidad, en los conflictos de diferentes tipos que se desarrollan en el mundo; ya sean convencionales, híbridos, de IVta Generación, etc., se observa el fenómeno del empleo masivo de los mensajes, con el nuevo condimento de su forma de dispersión: Internet y las redes sociales.

## 2. **DESARROLLO**

Durante la primera, y en particular, durante la Iida Guerra Mundial, ambos bandos trabajaron intensamente en lo que denominaron “Acción Psicológica” (AS), entendiéndose por este concepto al conjunto de recursos, técnicas y procedimientos destinados a influir sobre la psiquis de las personas involucradas. Los objetivos generales de ésta eran:

Público Blanco	Objetivo
Soldados propios o aliados	Aumentar la moral y eficiencia
Civiles propios o aliados	Aumentar el nivel y tipo de apoyo
Soldados enemigos	Reducir su moral y eficiencia
Civiles del bando enemigo	Reducir el apoyo a las fuerzas enemigas
Neutrales o indiferentes / Opinión internacional	Lograr o motivar la colaboración con las propias fuerzas

Obviamente, en la actualidad, los objetivos de la AS (o de las operaciones o campañas), no se limitan a los objetivos mencionados, y para cada fase del desarrollo de un conflicto, los objetivos se modificarán. Por ejemplo, en la Fase preliminar del conflicto, las Operaciones Psicológicas estarán destinadas a que éste no suceda; en la fase posterior (Estabilización), a lograr la cooperación para la reconstrucción del estado, etc.

A lo largo del siglo XX, la AS, las Operaciones y las Campañas de AS, fueron modificando su basamento teórico, que sustentaba el desarrollo del planeamiento, la elaboración de las piezas, la diseminación y demás fases de este tipo de acciones.

### a. Características del ambiente operacional durante el nacimiento de la teoría.

Luego de la Ira Guerra Mundial, las diferentes sociedades habían quedado seriamente afectadas por los niveles de violencia nunca vistos, lo que causó un alto registro de estrés psicológico a nivel social, desconfianza en las autoridades y en las organizaciones, y la mente abierta al fenómeno de los medios de comunicación masiva que, si bien habían tenido su origen más atrás en el tiempo, la concentración informativa se observó recién sobre fines del Sg XIX. En términos históricos, la concentración informativa estaba “recién nacida” (Comunicare, s.f.), y se encontraba representada por la “concentración económica” en manos de las empresas, y la “concentración política”, o sea, la subordinación de los medios de comunicación, a determinados sectores de poder (aún si estos resultaban independientes).

Durante el período “entre guerras”, muchas técnicas de combate, armamentos, procedimientos, etc., fueron probados en la guerra civil española. La Teoría de la aguja hipodérmica no fue la excepción...

El perfeccionamiento del sistema de propaganda hizo que el IIIer Reich lograra un nivel nunca observado, relacionado con los efectos de la propaganda del partido nazi. Recordemos que, luego del Tratado de Versalles, y hasta el año 1933, la situación en Alemania había sido, cuanto menos, difícil. La aparición de Adolf Hitler, y su manejo del discurso, logró la

alienación requerida para que su aparato de propaganda multiplicara los efectos deseados. En síntesis, una sociedad “necesitada” de soluciones, un maestro del discurso, y un poderoso aparato de propaganda, transformaron a Alemania en un aceitado, convencido y eficiente sistema, listo para ir a la guerra (simplificación extrema de la situación).

b. Teoría de la aguja hipodérmica.

Pronunciada por Harold Laswell, fue utilizada como basamento para sustentar el sistema de “manipulación de masas” del régimen nazi<sup>2</sup>, durante la IIda Guerra Mundial, habiendo sido empleada por el responsable de la propaganda del régimen – Joseph Goebbels.

Esta teoría establece que existe un efecto directo entre la propaganda y el impacto sobre el individuo. Para que esta teoría pueda ser considerada (a pesar de que ya se probó científicamente sus fallas), los individuos deberían encontrarse en una situación de aislamiento, alienación, y poseer un nivel casi inexistente de cultura, capacidad de comprensión y de procesamiento de la información.

Básicamente, la premisa es: “Lo que dicen los medios, es verdad”. En este caso, la comunicación se considera unidireccional, y no considera en ningún caso, la posibilidad del individuo de interactuar con el medio (Laneve, 2014).

Un ejemplo claro del empleo de esta teoría es la propaganda que el terrorismo yihadista (Estado Islámico) utiliza, apuntando al público blanco, que son sus propios adeptos. Otro ejemplo, aunque devenido de la literatura, es el pasaje del libro de George Orwell, 1984, donde pone en escena “...*los dos minutos de odio...*” (Orwell, 1949 - 2013, pág. 10).



(Radford, 1984) Los dos minutos de Odio.

Este modelo de comunicación es considerado de tipo lineal, y se basa en el concepto más crudo del término “Masas”; o sea, un conjunto de individuos atomizados, aislados, pasivos, anónimos, incapaces de interactuar entre sí y de comprender la situación; totalmente abiertos al ingreso del estímulo, y que, a modo de rebaño, se mueven hacia donde el mensaje les indica, sin ningún tipo de reflexión o resistencia. El mensaje se observa como “verdad absoluta”. Esta teoría, se basa a su vez, en la Teoría de la Sociedad de Masas<sup>3</sup>, la Corriente Conductista, y en los experimentos de Pavlov, que no serán expuestos en este trabajo (Todo sobre comunicación, 2020).

Otra característica de esta teoría era que los seres humanos no tenían la capacidad de resistirse a los estímulos generados por los Medios de Comunicación Masiva (MCM), en particular durante el desarrollo de una crisis, en la cual, estas personas se encontraban

---

<sup>2</sup> Aunque fue empleada por el régimen nazi, el modelo fue concebido durante la década de 1920.

<sup>3</sup> “...Según la teoría de la sociedad de masas, los individuos se encuentran aislados psicológicamente unos de otros y sus interacciones son impersonales, poco significativas y escasas. Al relacionarse con otros, no generan ni reciben influencia sobre temas políticos o sociales. Su reacción tiende a ser homogénea y uniforme...” (Todo sobre comunicación, 2020).

“sedientas” de información, ya que su bienestar y supervivencia dependían de ésta, volviendo vulnerable a la “masa”.

También resultaba necesario para la puesta en práctica de esta teoría, un “comunicador” con el prestigio, la habilidad y el manejo del discurso, que generara la confianza del público blanco.

Estas características o premisas fueron publicadas en 1927 en el trabajo “Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial” (“*Propaganda Techniques in the World War*”) y en “Propaganda Revolucionaria Mundial” (“*World Revolutionary Propaganda*” – 1939), ambas publicaciones del Dr Harold Dwight Laswell.

Sin duda, Joseph Goebbels entendió el potencial del aparato propagandístico, y lo utilizó de manera intensiva durante la IIda Guerra Mundial.

La Teoría de la aguja hipodérmica perdió vigencia luego de la Segunda Guerra Mundial, naciendo otras teorías de la comunicación, como por ejemplo la **Teoría de los Efectos Limitados** de Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton, que sirvió como corrección de la anterior; luego del surgimiento de la televisión como MCM, Elisabeth Noelle-Neumann volvió sobre la idea del poder de los medios con su teoría de “**La espiral del silencio**”, posteriormente se publicaron la Teoría relacionada a la “**agenda setting**”, y en los ’70s, la llamada “**teoría crítica**”. También se consideraron modelos de comunicación de masas como el de **Shannon, Schramm, Jakobson**, etc.

c. Principios de la teoría (Todo sobre comunicación, 2020).

- 1) Las personas reaccionan de manera predecible a los estímulos, en un ambiente y situación determinada.
- 2) Los mensajes son creados para lograr una respuesta establecida de antemano.
- 3) Los MCM inyectan el mensaje en el público blanco.
- 4) Los efectos del punto 3) se observan de inmediato, de manera contundente. Estos efectos resultan en el cambio de comportamiento.
- 5) La masa “alienada” y “sedienta” es incapaz de escapar a la influencia de los MCM. Los MCM producen manipulación.
- 6) El mensaje se refuerza con otras piezas, para evitar que la masa genere juicios u opiniones independientes.
- 7) Cuanto menor sea el nivel intelectual de la masa, más efecto tendrá la pieza de propaganda.
- 8) Una pieza tiene un efecto limitado; sin embargo, una campaña (o sea un conjunto de piezas, articulados de manera sinérgica) obtendrá efectos más duraderos y contundentes.
- 9) Es necesario contar con un comunicador adecuado.
- 10) El discurso debe adecuarse sólo al público blanco (la masa). Es imposible crear un discurso que afecte por igual a todos (interpretación propia).
- 11) El aparato de propaganda deberá ser más fuerte que el aparato educativo, hasta que ambos se encuentren alineados sobre los mismos objetivos (interpretación propia).

d. Los principios de la propaganda de Goebbels (Mateu Mollá).

Es importante entender que estos principios funcionan o se conciben como una máquina, en la que cada uno (de los principios) es un engranaje. O sea, existe una estrecha relación entre cada uno de ellos.

- 1) **Principio de simplificación:** Este principio establece la necesidad de reducir toda complejidad relativa a los distintos enemigos, hacia una figura fácilmente identificable.
  - 2) **Principio del método de contagio:** Además de simplificar, este principio requiere de la dispersión de atributos de todos los enemigos u opositores, para fabricar un estereotipo de lo que el aparato de propaganda considera “no deseable”.
  - 3) **Principio de transposición:** Este principio trata sobre los errores cometidos por el mismo sujeto al que sirve el aparato de propaganda, y la neutralización de éstos, mediante el aumento de la importancia sobre los errores de los enemigos u opositores. No se niega, sólo se aumenta el ataque o acusación, desviando el foco de atención sobre los “otros”. Por ejemplo: “...*pues tú también lo hiciste, e incluso peor que yo...*”.
  - 4) **Principio de la desfiguración y la exageración:** Todo error de los opositores debe ser aprovechado, y exagerado, aun cuando estos fueran circunstanciales. No se debe dejar pasar nada, y todo lo que haga el enemigo debe ser cargado de negatividad.
  - 5) **Principio de vulgarización:** Dado que los mensajes van dirigidos a la masa, éstos deben ser adaptados al “menos inteligente”, o sea, cualquier individuo debe poder entender el mensaje. Se deben eliminar los matices complejos. Todo debe ser simple.
  - 6) **Principio de orquestación:** Todos los mensajes dirigidos a la masa, deben ser repetidos constantemente, por diferentes medios, y con diferentes ángulos de visión, para lograr el total convencimiento.
  - 7) **Principio de renovación:** Este principio trata del ritmo de los ataques contra el enemigo. Se deben generar tantos ataques y acusaciones, que el opositor no encuentre tiempo para demostrar su falsedad. Una vez que los mensajes se inyectaron, la idea quedará grabada, y no podrá ser deshecha por el enemigo.
  - 8) **Principio de verosimilitud:** Este principio es quizás, el que más se acerca a la manipulación. Los mensajes deben estar sustentados por el mayor número de fuentes, y deben estar basados en alguna información cierta y comprobable. El resto de la información debe ser de difícil comprobación, inclusive puede tergiversar la verdad.
  - 9) **Principio de silenciación:** Todas las voces opositoras deben ser acalladas mediante el control del mayor número de MCM. Esto busca ocultar aquellas cuestiones que ensucian al propio aparato, y aumentar la importancia de las que lo hacen con el enemigo.
  - 10) **Principio de transfusión:** Este principio trata sobre la explotación de odios preexistentes, arraigados en el acervo cultural, sobre los que hay que trabajar para asociarlos con el enemigo, mediante analogías y equiparaciones. El objetivo es que todo lo terriblemente malo y rechazable del inconsciente colectivo sea asociado con el enemigo.
  - 11) **Principio de unanimidad:** Este principio trata sobre inculcar la creencia que lo que se difunde, es una idea compartida por todos. La frase “porque el pueblo quiere...” o “el pueblo piensa que...”. Asumir que el aparato de propaganda representa a toda la sociedad, como si no hubiera oposición.
- e. La teoría de la aguja hipodérmica y su relación con Antonio Gramsci.

Para completar el contexto histórico y teórico del desarrollo y aplicación de la Teoría de la aguja hipodérmica, no puede dejar de considerarse la relación con uno de los personajes más influyentes en términos políticos, filosóficos, culturales, sociológicos y antropológicos – Antonio Gramsci -, ya que Laswell centra los trabajos citados precedentemente en el análisis de la propaganda socialista, y su relación con el individualismo característico del capitalismo, frente a colectivismo comunista – marxista (De Hoyos, 2017).

El texto (*World Revolutionary Propaganda*) se encuentra encuadrado en la Gran Depresión de 1929, particularmente en los slogans, el manejo de símbolos y mensajes, y las técnicas de propaganda de guerra, adaptadas a la necesidad de la ideología propia de Gramsci. Éste utiliza las técnicas de propaganda de guerra, para cambiar el sistema de valores de la sociedad sostenida por las élites políticas y militares, en busca de una sociedad abierta.

Esta contraposición de intereses (élite – sociedad) es tomada por Gramsci como la base de la lucha de clases, empleando la propaganda como vehículo para lograr un cambio profundo en el sistema de valores, origen de la revolución cultural. En este sentido, adquiere particular importancia el control del pasado (historia), como parte inseparable del presente; y el control de la educación, actividad motorizadora de lo propuesto en la propaganda de guerra (De Hoyos, 2017). Recordemos que los niveles de educación, de comprensión, y de interpretación de las personas en Europa, a principios del Sg XX, cuyo acceso al sistema educativo se encontraba limitado; permitía considerar a los individuos como parte de la masa.

En relación con lo expresado, se transcriben algunas frases célebres de Antonio Gramsci (Eulixe, 2020):

- 1) “...*Los diarios son dispositivos ideológicos cuya función es transformar una verdad de clase en un sentido común, asimilada por las otras clases como verdad colectiva, es decir, tiene un papel cultural de propagar la ideología. Implica ética, pero la ética tampoco es inocente: es ética de clase...*”.
- 2) “...*En la devaluación del pasado, hay implícita una justificación de la nulidad del presente...*”.
- 3) “...*La conquista del poder cultural es previa a la del poder político y esto se logra mediante la acción concertada de los intelectuales llamados orgánicos infiltrados en todos los medios de comunicación, expresión y universitarios...*”.
- 4) “...*El contenido de la prensa está influenciado por una idea: el servicio de la clase dominante, lo que inevitablemente se traduce en una cosa: luchar contra la clase trabajadora. De hecho, del primer al último renglón, el periódico burgués adopta y revela esta preocupación...*”.
- 5) “...*Lo que se llama opinión pública está estrechamente vinculado con la hegemonía política, o sea que es el punto de contacto entre la sociedad civil y la sociedad política, entre el consenso y la fuerza. El Estado, cuando quiere iniciar una acción poco popular, crea preventivamente la opinión pública adecuada, esto es, organiza y centraliza ciertos elementos de la sociedad civil...*”.

f. La teoría de la aguja hipodérmica en la actualidad.

A pesar de lo dicho respecto de la superación de la Teoría de la Aguja Hipodérmica, tanto por algunas consideraciones propias de la falla del modelo, también hay que considerar que las sociedades han cambiado; los niveles educativos son superiores a los de la época de la Revolución Industrial, y a los de la Ira y Iida Guerra Mundial, sumado esto a que se registró una velocidad de evolución de los MCM nunca observado.



(Rumiyah, 2017) - (Editoria La Guía GO, 2017)

(Marques Simoes, 2016)

Sin embargo, existen casos en los que el público blanco se comporta como una masa alienada, sin educación ni capacidad de comprensión e interpretación, a los que les sobra pasión y ciego convencimiento. En estos casos, la Teoría de la Aguja Hipodérmica podría explicar su comportamiento mesiánico, y su adhesión total a lo que propone el aparato de Acción Psicológica. Particularmente, la frase se refiere al Terrorismo Yihadista. Este comportamiento se basa en el origen divino de sus mandatos. Frente a esto no se discute...sólo se combate y se da la vida.

Asimismo, las condiciones socioculturales y económicas actuales, la influencia de las redes sociales, la evolución de la dimensión virtual, la aparición de nuevos actores que influyen a las masas, y la sobresaturación de información, rara vez verificable en cuanto a su veracidad, alimentan a una nueva masa sedienta de información. Las drogas, la dependencia de los medios electrónicos, la amenaza sobre el medio ambiente, y otros componentes del ambiente operacional, funcionan como nuevos generadores de crisis, y factores de alienación de la masa. Ya existen actores que hacen uso intensivo de la manipulación y de la desinformación. Quizás, por el carácter cíclico de la historia, las condiciones vuelvan a ser favorables para la lucha por la mente, como principal campo de combate, aún más importante que el militar.

### 3. CONCLUSIONES.

La teoría de la aguja hipodérmica, a la luz de los resultados históricos, constituyó una herramienta eficiente y útil durante el período comprendido entre la primera y la segunda Guerra Mundial, en función de las características socioculturales y económicas de la “masa”. Para ello, sin dudas combinó genialidad en la elaboración y emisión de los mensajes, y perversión, demostrada en los niveles de manipulación buscados y logrados sobre el público blanco.

Esta herramienta pudo ser aplicada dadas las características del Ambiente Operacional. Posteriormente, con la evolución y cambio de las características de las sociedades, esta herramienta o modelo, dejó de ser eficiente, obligando a un cambio; de ahí el progreso de los modelos de comunicación de masas.

Asimismo, esta teoría, aunque posee un autor (H. D. Laswell), surge del estudio de varios intelectuales, de diferente afiliación y signo político. Lo mismo cabe para quienes aplicaron esta teoría.

En la actualidad, la educación se encuentra en crisis, y existen nuevos componentes que posibilitan la alienación: Las drogas y las redes sociales, ambos condicionantes del nivel intelectual.

La masa de hoy se encuentra sedienta de información, y el espectro se encuentra saturado de ésta. Muy pocos comprueban la veracidad, y muchos actúan como desea el aparato propagandístico subordinado a diversos actores. Los mensajes “divinos” hacen lo suyo. La información verdadera, la información falsa, la información manipulada, la falta de



información, la manipulación, los nuevos y viejos MCM, conviven en un complejo entramado que paraliza aún a los especialistas. La propaganda de hoy aparece como una reversión de los postulados de Laswell, pero también de los de Goebbels y de los de Gramsci.

Un adolescente “influencer”, un blog de panelistas anónimos, o una granja de trolls, tienen llegada directa hacia las neuronas desatentas de la población mundial. La pregunta que queda en el aire es: ¿Nos dirigimos a una sociedad hipercontrolada, de mentes sumisas, tal como propuso Orwell en su obra “1984”?

#### 4. **BIBLIOGRAFÍA.**

- Comunicare. (s.f.). *Comunicare*. Obtenido de Origen de los medios de comunicación: [https://www.comunicare.es/origen-de-los-medios-de-comunicacion/#Los\\_medios\\_de\\_comunicacion\\_la\\_radio](https://www.comunicare.es/origen-de-los-medios-de-comunicacion/#Los_medios_de_comunicacion_la_radio)
- De Hoyos, G. (2017 de Noviembre de 2017). *ISSUU*. Obtenido de Propaganda y opinión pública mediática - Transdisciplinariedad en Harold Dwight Laswell: [https://issuu.com/gusten\\_gutzdehoyos/docs/propaganda\\_y\\_opini\\_\\_n\\_p\\_\\_blica\\_medi](https://issuu.com/gusten_gutzdehoyos/docs/propaganda_y_opini__n_p__blica_medi)
- Editoria La Guía GO. (11 de Enero de 2017). ‘Terror Studios’, el documental que analiza la propaganda del DAESH, en #0. *La Guía GO*.
- Eulixe. (2020). *Eulixe*. Obtenido de 83 años de la muerte física de Gramsci (sus ideas siguen vivas): <https://www.eulixe.com/articulo/foto-del-dia/83-anos-muerte-fisica-gramsci-ideas-siguen-vivas/20200427194734019199.html>
- Laneve, N. (18 de agosto de 2014). *Teoría de la manipulación de masas*. Obtenido de SSociólogos - Blog de actualidad y sociología: <https://sociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-de-masas/>
- Marques Simoes, R. (26 de Marzo de 2016). Daesh moderniza a propaganda do terror: é a Jihad 2.0. *Diario de Noticias*.
- Mateu Mollá, J. (s.f.). *Psicología y mente*. Obtenido de Los 11 principios de la propaganda de Goebbels: <https://psicologiymente.com/social/principios-propaganda-goebbels>
- Orwell, G. (1949 - 2013). *1984*. Buenos Aires: Debolsillo.
- Poll, J. (1979). *Comunicación Social*. Buenos Aires: Pleamar.
- Radford, M. (Dirección). (1984). *1984* [Película]. Obtenido de Dos minutos de odio.
- Rumiyah. (06 de Agosto de 2017). IS Promises Grueling War for Enemy in Raqqa in Rumiyah 12, Gives Fighter’s First-Hand Perspective on Mosul Battle. *Rumiyah*.
- Todo sobre comunicación. (30 de agosto de 2020). *Todo sobre comunicación*. Obtenido de Teoría de la aguja hipodérmica: <https://todosobrecomunicacion.com/teoria-de-la-aguja-hipodermica/>
- Valdaliso, C. (2017). La inspiración de Bram Stoker - Vlad Tepes el empalador, el Drácula histórico. *Nationa Geographic*.
- Zocchi, J. (04 de Diciembre de 2019). ¿Degollaron soldados y cortaron orejas?: el único Gurka que entró en acción en Malvinas revela mitos y verdades del ejército nepalés. *Infobae*.