

FN 30

VIA _____
(Specify Air or
Sea Pouch)

DISPATCH NO. []

[]
CLASSIFICATION

DATE

9 JUN 1954

TO

FROM ACOS, Guatemala
INFO: []
LINCOLN

SUBJECT { GENERAL
SPECIFIC []

Instruction "Nerve War Against Individuals"

1. The attached instruction, in both the English original and in a Spanish translation, is forwarded to you as a supplement to the instructions for Tactical Psychological Warfare which you have received with previous communications. A few additional copies of either text may be obtained from this station, if needed.

2. It is suggested that you use this instruction for the detailed briefing of all personnel involved in such operations, on a strict need-to-know basis. You may show the Spanish text to cleared indigenous personnel, but you must not leave any copies in their hands (they may take notes in their own handwriting, if they consider that safe and might need such notes for the oral briefing of their subordinates).

3. Note for [] The previous instructions mentioned in para 1 above were not sent to you since they do not apply to your operations. You may nevertheless find the attached instruction possibly useful to your work.

RFL/d
5 June 1954

Distributions:

Onat (2) Engl. 2 Span. 5

[]

Files (7) Engl. 1 Span. 1

[]
CONFIDENTIAL

THIS DOCUMENT HAS BEEN APPROVED
FOR RELEASE, AS SANITIZED, BY
CSI/HRG
ON 3 JUL 95

Nerve War against Individuals

DEFINITION

1. The strength of any enemy (foreign or domestic, political or military) consists largely of the individuals who occupy key positions in the enemy organization, as leaders, speakers, writers, organizers, cabinet members, senior government officials, army commanders and staff officers, and so forth. Any effort to defeat the enemy must therefore concentrate to a great extent upon these key enemy individuals.

2. If such an effort is made by means short of physical violence, we call it "psychological warfare". If it is focused less upon convincing those individuals by logical reasoning, but primarily upon moving them in the desired direction by means of harassment, by frightening, confusing and misleading them, we speak of "nerve war". Such a nerve war can be waged against an entire nation or against major groups of the population. In the present paper, however, we discuss only nerve war against individuals, that is, against key personalities in the enemy camp.

SELECTION OF TARGETS

3. In order to make your effort as effective as possible, select only a limited number of enemy personalities as your targets. Effective nerve war involves in most cases a considerable amount of work: concentrate it therefore exclusively on persons who are really important to the enemy or a real danger to you (for instance, as persuasive speakers -- or as successful organizers, penetrating your own ranks, or the like). Select not more persons than you are confident you can handle effectively. If there are definitely more enemy key personalities than you can attack simultaneously, make a priority list, deal with the first group on the list first and add persons farther down the list only, if and when you have disposed of members of the first group (or if your potential increases by recruiting additional active personnel on your side, etc.)

4. Select your targets not necessarily according to their official ranks and titles but according to their real importance as individuals. In a political party, the chairman is not always the most important personality -- nor is the Mayor always the real head of a municipal government, and so forth. Aim primarily at the man who has the greatest influence upon his colleagues and his followers, who has the best brains, who is most fanatically devoted to the enemy cause, who is the most accomplished speaker, organizer or writer.

5. Select your targets also according to your ability of attacking them. Assume, the enemy leader is a very strong personality, unquestioningly beloved by his followers, of absolute integrity, etc.: you will find it extremely difficult to shake him. As a matter of fact, your attacks against him personally may only infuriate his followers and stimulate them into an even greater effort for his cause. However, even the most gifted leader cannot work without associates, assistants of all sorts: if you can manage to deprive him of some of these (who may be weaker personalities, less popular, less integer than he is and therefore easier to attack), you will gradually weaken his position, too.

6. Once you have decided whom you want to make a target in your nerve war campaign, try to obtain all possible information about these persons: their political views (especially possible points of difference between them and the party, the government, etc. to which they belong), changes of opinion in the past, their personal habits and their private lives -- especially vulnerable points and guilty secrets (whether he has made secret trips to Moscow or receives funds from a foreign power, whether he is a drug addict, drinks too much, indulges in other vices, has embezzled money or is guilty of other illegal or immoral acts). It is also important to know who are his friends and who are his (personal) enemies, especially enemies close to him, in his own party, in his own family, men who aspire to the position which he now holds, and so forth. The more you know about the man, the better are your chances of conducting a successful nerve war operation against him.

PURPOSE

7. Your most natural objective will be to draw the person whom you attack over to your side. This, however, will not always be possible -- because the man might be such a dyed-in-the-wool militant of the enemy cause or may be so utterly opposed to you that it would be unrealistic to expect that you can win him as a friend or an ally. Moreover, there are undoubtedly certain persons in the enemy camp whom you would not even want to have on your side, even if you could manage to recruit them -- persons who are guilty of crimes or of shameful political or personal acts, persons whose names have become so closely identified with your enemy that it would compromise and embarrass you if they were to join your side.

8. In the latter cases, you shall try to destroy that man's usefulness for the enemy side. By "destroy", we do not mean to kill the man -- since physical violence is not discussed in the present paper, but we mean either to make the man leave the enemy (without joining you), for instance, by withdrawing from all public activity, or by emigrating -- or to make the enemy oust the man, because of suspicions which you might have aroused against him. --As a temporary result, you may at least send the man out of harm's way in the critical moment (for instance, through a phony emergency call from a relative in a far-away town or through a phony order from a superior, sending him in the wrong direction.)

TECHNIQUES

9. The methods which you could or should use to achieve the objectives defined above will naturally vary according to whether you want to recruit the man or to destroy him (or rather his usefulness to the enemy). Furthermore, these methods will differ according to the area in which you operate and the circumstances existing there at the time at which you undertake such a campaign. Finally, much will depend upon the person whom you have made your target. Do not consider, therefore, the following suggestions as a firmly established set of rules, equally applicable to all cases: examine rather every case on its own merits and find out which of the following bits of advice may suit your immediate problem. You will undoubtedly also discover ways and means of your own of which we did not think when preparing this paper.

10. If you want to win a man away from the enemy, over to your own side, you have to convince him that the enemy has evil intentions against him (whether against him as a person or as member of a given social class, or the like). For instance, if your target is a retired army officer and you can manage to convince him that the enemy party to which he belongs plans to oust all retired officers, he may leave the party rather than wait until he is ousted. Or, if you happen to know about a past legal offense of which your target has been guilty, but which went undetected (for instance, embezzlement of public funds) and you can convince him that his competitors have assembled evidence against him, he may resign his public office rather than await indictment.

11. On the other hand, if you intend to destroy a man, aim your efforts not so much at him personally, but at his colleagues or his superiors: furnish them (in a roundabout, devious way, of course) with material which indicates that the man is a traitor, that he is plotting to gain more power for himself, that he collaborates with their enemies, that he accepts money from a foreign power -- or that his private sins will cause a big public scandal soon so that it will be better for them (for their party, government, business corporation) to get rid of him immediately in order not to be affected by that scandal.

12. The most common techniques to be used for either purpose are rumors, anonymous letters, telegrams and telephone calls as well as visible symbols. Telephone calls should be made preferably in the early hours of the morning, say between 1 and 4 o'clock a.m., when a man's psychological resistance is usually at its lowest ebb. "Visible symbols" may include depositing a coffin or a hangman's noose in front of the man's house, painting threatening texts on the wall ("Here lives a spy", "You have only 5 more days...", "Your secret life has been discovered" or whatever may be appropriate), sending a phony bomb

through the mails (include a cheap alarm clock, to suggest a time bomb, with a note "This is only a warning. The next time it will be real"), or the like.

13. You may preferably choose for your operations moments when your target is psychologically especially vulnerable. If, for instance, he is just celebrating his birthday and in the midst of a gay party, a telegram or telephone call with some ominous news (e. g., an impending party purge) reaches him, this is likely to affect him more -- because of the sharp contrast with his elated mood at the moment -- than at ordinary times. On the other hand, if your messages reach him when he is already very much depressed (whether for political, business or family reasons), you may achieve a cumulative effect and thereby hit him harder than you could otherwise. (This again indicated clearly that you must keep a close watch over the persons against whom you wage such a campaign.)

14. "The kiss of death": If a man suddenly begins to be praised by his enemies, this is likely to arouse suspicions among his friends. Assume, a political leader makes a violent speech and the newspapers of the opposition commend him for his moderation, emphasize that he is different from his colleagues, easier to get along with etc., this is bound to embarrass him, especially if he belongs to a party characterized by great inner distrust and permanent fear of "deviationists and oppositionists", like the Communist Party. This effect can also be obtained by writing to such a man a friendly letter from abroad, from a hostile political group or the like, if one can be reasonably sure that the letter will be censored and thus come to the attention of the man's superiors.

15. Legal harassment: if local conditions permit, one can denounce a man to the proper authorities for any violation of the law of which he is either really guilty or for which at least suspicious looking evidence can be prepared. Such denunciations may range from treason to income tax evasion. Some times, an apparently very insignificant law violation may have interesting political consequences: assume you know that a man left secretly town one night to attend a clandestine meeting; you go to the police and accuse him of having seen him committing an immoral act (or, perhaps having parked his car, without lights, endangering public traffic) on that same night. In court, the man will naturally protest that he was not there at all: it will then be logical to ask him to prove to the court where he was at that time -- which will be obviously embarrassing to him.

16. Private harassment: If you want a man to leave the enemy camp, you might achieve this by having rumors about enemy intentions reach his wife, his parents or other close friends and relatives who may have much influence upon him. If you make a wife believe that her husband will be sent by the Communist Party for one year's training to the Soviet Union, implying that the prettiest Russian girls are selected to keep these 'heroes from far-away lands' company, she may well insist that her husband not only does not go away, but quits the party. You may also make her suspect that the secret party meetings which he attends are actually visits to a mistress, or the like. If she is not the jealous type, you may make her fear for his life or indicate that he is going to lose his job because of his political activities or any such suggestion which is likely to make her interfere with his political work in the desired sense.

17. In certain cases, forged papers may greatly assist your campaign. For instance, if you mail to a Communist Party official a letter on party stationery, summoning him to appear before the party control commission to answer questions concerning his private associations with enemy agents, Trotskyites or the like, he may prefer to resign from the party rather than undergo the threatening purge (even if his conscience should happen to be clean -- but you will naturally choose a charge which has at least a small kernel of possible truth in it.) If you don't have the necessary stationery or at least a rubber stamp of the party, you'll have to try it by telephone call or by telegram.

18. Whichever method you choose, you'll have to pursue your campaign relentlessly and methodically, until your target either gives in -- or, on the contrary, until you recognize that this is, for the time being at least, a hopeless case and that you are wasting your effort. Repetition is one of the strongest devices in all propaganda and the cumulative effect of various means (as suggested in the foregoing paragraphs) increases with every additional step you take. Don't give

the man time to recover from the first shock: have him approached from different sides, by different people, but all contributing to the theme which you have chosen.

19. Never expose yourself in such a nerve war campaign: this is imperative not only to protect you from counter-measures and from possible legal persecution, but also because an unknown, invisible enemy has a much greater harassing effect upon most minds than attacks by a known adversary. Therefore tell your rumors just to one or two gossiping persons of whom you can be sure that they will spread the story until it reaches the people for whom you intended it. Have other persons (i.e. people not known to the addressee) write anonymous letters, if the man in question knows you. Never mail them from a place close to where you live, but from another town or from another part of the city. Disguise your handwriting. Do not use your own stationery but buy the necessary sheets and envelopes separately. Make telephone calls only from public telephones and keep them very short so that they cannot be traced back.

GUERRA DE NERVIOS CONTRA INDIVIDUOS

DEFINICION

1. La fuerza de cada enemigo (extranjero o del país, político o militar) consiste grandemente de los individuos que ocupan posiciones claves en la organización enemiga, como líderes, oradores, escritores, organizadores, miembros del gabinete, oficiales más antiguos del gobierno, comandantes del ejército y oficiales del estado mayor, etc. Cualquier intento para derrotar al enemigo debe por lo tanto concentrarse en su mayor parte en estos individuos claves del enemigo.

2. Si este intento es hecho por medios que no sean violencia física, le llamamos "guerra psicológica". Si se centraliza menos en convencer a esos individuos por razonamientos lógicos, pero primeramente llevándolos a la dirección deseada por medio de la persecución, el miedo, la confusión y el engaño, nosotros hablamos de ello como una "guerra de nervios". Esta guerra de nervios puede ser emprendida contra una nación o contra grupos mayores de la población. En este artículo, sin embargo, discutimos solamente la guerra de nervios en contra de individuos, eso es, contra personalidades claves en el campo enemigo.

SELECCION DE OBJETIVOS

3. Para que sus esfuerzos sean lo más efectivos posible, seleccione como objetivo solamente un número limitado de personalidades del enemigo. Una guerra de nervios efectiva comprende en la mayoría de los casos considerable cantidad de trabajo: controlarlo, por lo tanto, en personas que sean realmente importantes para el enemigo o de gran peligro para usted (por ejemplo, como oradores persuasivos -- o como organizadores brillantes, penetrando sus propios rangos, etc.). Seleccione el número de personas que usted esté seguro de poder controlar efectivamente. Si hay en definitiva más personalidades claves de las que usted pueda atacar simultáneamente, haga una lista de prioridad, encárguese primeramente del primer grupo en la lista y añada personas más abajo en la lista, solamente siempre y cuando usted ya haya dispuesto de los miembros del primer grupo (o sus aumentos potenciales reclutando personal activo adicional a su lado, etc.).

4. Seleccione sus objetivos no necesariamente de acuerdo con sus rangos y títulos oficiales sino de acuerdo con su verdadera importancia como individuos. En un partido político, el presidente no es siempre la personalidad más importante -- ni es el alcalde siempre la verdadera cabeza de un gobierno municipal, etc. Diríjase primeramente al hombre que tenga la mayor influencia entre sus colegas y seguidores, que tenga el mejor cerebro, que esté más fanáticamente dedicado a la causa enemiga, que sea el mejor orador, organizador o escritor.

5. Seleccione también sus objetivos de acuerdo con su habilidad para atacarlos. Asuma, que el líder del enemigo es una personalidad muy fuerte, inquestionablemente admirado por sus seguidores, de absoluta integridad, etc.: usted encontrará extremadamente difícil el sacudirlo. En realidad, los ataques en su contra puede que solamente logren enfurecer a sus seguidores y estimularlos a un esfuerzo más intenso aún hacia su causa. Sin embargo, ni el más privilegiado de los líderes puede trabajar sin sus asociados, asistentes de todas clases: si usted logra despojarlo de algunos de éstos (quienes ruden ser personalidades más débiles, menos populares, menos íntegras que él y por lo tanto más fáciles de atacar), usted podrá gradualmente debilitar su posición también.

6. Cuando usted ya haya decidido a quien desea usted hacer el objetivo en su campaña para una "guerra de nervios", trate de obtener toda la información posible sobre estas personas: sus puntos de vista políticos (especialmente las posibles diferencias entre ellos y el partido, el gobierno, etc. al cual ellos pertenecen), diferencias en el pasado, sus hábitos personales y sus vidas privadas -- especialmente puntos vulnerables y secretos vergonzosos (si él ha hecho viajes en secreto a Moscú o recibido dinero de un poder extranjero, si es un adicto a drogas, si bebe en demasía, o se deja dominar por otros vicios, ha desfalcado dinero o es culpable de otros actos ilegales o inmorales). Es también importante el saber quienes son sus enemigos (personales), especialmente enemigos cerca de él, en su propio partido, en su familia, algún hombre que aspire a la posición que él desempeña, etc. Mientras más usted sepa de ese hombre, mayores son sus oportunidades de dirigir en su contra una efectiva guerra de nervios.

7. Su objetivo más natural sería el atraer la persona que usted ataca a su lado. Esto, sin embargo, no será siempre posible -- ya que el hombre puede ser un militante acérrimo de la causa enemiga o puede estar absolutamente opuesto a usted y sería fantástico el esperar que usted lo pueda ganar como amigo o aliado. Por otra parte, hay sin duda alguna ciertas personas en el campo enemigo que usted no desearía tener de su parte, aún cuando usted pudiera atraerlos -- personas que son culpables de crímenes

o de actos vergonzosos políticos o personales, personas cuyos nombres se identifican tan estrechamente con el enemigo que lo comprometerían y avergonzarían si se unieran a su causa.

8. En último caso, usted debe de tratar de destruir la utilidad de ese hombre para el enemigo. Por "destruir", nosotros no queremos decir que se mate al hombre -- ya que la violencia física no se discute en este artículo, queremos decir, hacer que el hombre abandone al enemigo (sin unirse a usted), por ejemplo, retirándose de toda actividad pública, o emigrando -- o hacer que el enemigo lo despidiera, por las sospechas que usted haya logrado hacer recaer sobre él. -- Como un resultado temporero, usted puede por lo menos mandar al hombre fuera en el momento crítico (por ejemplo, por medio de una falsa llamada telefónica de emergencia de un pariente en un pueblo lejano o por medio de una falsa orden de un superior, mandándolo a una dirección errónea.)

TECNICAS

9. Los métodos que usted pueda usar o deba de usar para conseguir los objetivos mencionados arriba naturalmente variarán de acuerdo con que usted desee reclutar al hombre o destruirlo (mejor dicho su utilidad para el enemigo). Mas aún, estos métodos diferirán de acuerdo con el área en que usted opere y las circunstancias existentes en ese lugar en el momento en que usted emprenda tal campaña. Finalmente, dependerá mucho de la persona que usted haya convertido en su objetivo. No considere, por lo tanto, las siguientes sugerencias como reglas firmemente establecidas, igualmente aplicables en todos los casos: mejor aún examine cada paso por sus propios méritos y decida cual de los siguientes consejos es el indicado para su problema inmediato. Usted podrá sin duda alguna descubrir modos y maneras apropiadas en las cuales nosotros no pensamos al preparar este artículo.

10. Si usted desea ganar a un hombre del enemigo a su causa, usted tiene que convencerlo de que el enemigo tiene malas intenciones hacia él (ya sea en su contra como persona, o como miembro de cierta clase social, etc.). Por ejemplo, si su objetivo es un oficial retirado del ejército, puede que él abandone el partido antes de que éste lo eche o despidiera. O si usted conoce alguna pasada ofensa legal de la cual el objetivo haya sido culpable, pero la cual nunca se descubrió (por ejemplo, desfalcamiento de fondos públicos) y usted logra convencerlo de que sus competidores han reunido evidencias en su contra, puede que él se decida a renunciar su cargo público antes de que se le acuse.

11. Por otra parte, si usted intenta destruir al hombre, concentre sus esfuerzos no tanto hacia él personalmente, sino a sus colegas y superiores: suminístreles (por supuesto de una manera indirecta, tortuosa) con material que indique que el hombre es un traidor, que él está conspirando para ganar más poder personal, que él colabora con el enemigo, que él acepta dinero de un poder extranjero -- o que sus pecados privados podrán causar un serio escándalo pronto por lo tanto sería mejor para ellos (para el partido, gobierno, corporación comercial) el deshacerse de él inmediatamente para así no ser afectados por el escándalo.

12. La técnica más corriente a usarse para cualquier propósito es por medio de los rumores, cartas anónimas, telegramas y llamadas telefónicas lo mismo que símbolos visibles. Las llamadas telefónicas deben de ser hechas preferiblemente muy temprano en la mañana, entre 1 y 4 a.m., cuando la resistencia psicológica del hombre está usualmente en el punto más bajo. "Símbolos visibles" pueden incluir el colocar un ataúd o el lazo de un verdugo frente a la casa del hombre, pintando textos amenazadores en la pared ("Aquí vive un espía", "Solamente te quedan 5 días más", "Tu vida secreta ha sido descubierta" o cualesquier otro que sea apropiado), enviando bombas falsas por medio del correo (incluya un despertador barato, para sugerir una bomba de tiempo, con una nota "Esto es sólo un aviso. La próxima vez será real"), etc.

13. Usted puede preferiblemente escoger para sus operaciones el momento en que su objetivo esté más vulnerable psicológicamente. Si, por ejemplo, él está celebrando su cumpleaños y en medio de una alegre fiesta, un telegrama o una llamada telefónica con nefastas noticias (por ejemplo, una inminente purgación del partido) lo llega, es muy probable que le afecte mas -- debido al violento contraste con su exaltado humor del momento -- que en cualquier otro tiempo. Por otra parte, si su mensaje le llega cuando él se encuentra muy deprimido (debido a razones políticas, familiares o de negocios), usted puede conseguir un efecto acumulativo y golpearlo más fuerte que de cualquier otra manera. (Esto indica claramente de nuevo que usted debe de mantener una ostricta vigilancia sobre las personas contra las cuales usted dirija esta clase de campaña).

14. "El beso de la muerte": Si de momento un hombre empieza a ser alabado por sus enemigos, esto levantará sospechas entre sus propios amigos. Asuma, que un líder político pronuncia un violento discurso y los periódicos de la oposición lo alaban por

su moderación, enfatizando que él es diferente a sus compañeros, más tratable, etc., esto lo desconcertará, especialmente si él pertenece a un partido caracterizado por una gran desconfianza interna y un perenne temor a "divergentes y opositores", como el Partido Comunista. Este efecto también puede lograrse escribiéndole desde el extranjero, de un grupo político hostil, etc, una carta amistosa al hombre, si uno puede estar razonablemente seguro que dicha carta ha de ser censurada y por lo tanto llegar hasta los superiores del hombre.

15. Persecución legal: si las condiciones locales lo permiten, uno puede denunciar al hombre a las autoridades pertinentes por cualquier violación de la ley de la cual él sea verdaderamente culpable o se hayan logrado acumular evidencias sospechosas en su contra. Estas denuncias pueden variar de traición a rehuir pagar las contribuciones. A veces, una aparentemente insignificante violación de la ley puede tener interesantes consecuencias políticas: pretenda saber que el hombre salió secretamente del pueblo cierta noche para asistir a una reunión clandestina; usted va a la policía y le acusa de haberle visto cometer un acto inmoral (o, quizá de estacionar el auto, sin luces, poniendo en peligro el tráfico público) esa misma noche. En la corte, el hombre naturalmente negará que él estuvo en el lugar indicado: será entonces lógico el hacerle probar ante la corte dónde él estuvo en ese momento -- lo cual será obviamente embarazoso para él.

16. Persecución privada: si usted desea que el hombre abandone el campo enemigo, puede conseguirlo haciendo que ciertos rumores sobre las intenciones del enemigo lleguen a su esposa, padres, parientes o amigos íntimos que tengan influencia sobre él. Si usted hace creer a una esposa que su marido va a ser enviado por el Partido Comunista a un año de entrenamiento a la Unión Soviética, implicando que las más bellas jóvenes rusas serán elegidas para hacer compañía a los héroes de las naciones lejanas, ella no sólo insistirá en que su marido no vaya sino también a que abandone el partido. Usted puede también hacerle sospechar que las reuniones secretas del partido son realmente visitas a una amiga, etc. Si ella no es del tipo celoso, usted puede hacer que ella tema por la vida de su marido, o indicar que él va a perder su empleo debido a sus actividades políticas o cualquier otra sugerencia que la haga intervenir en sus asuntos políticos en la forma deseada.

17. En algunos casos, papeles falsificados pueden ayudarlo grandemente en su campaña. Por ejemplo, si usted envía una carta a un oficial del Partido Comunista, en el papel de cartas del partido, citándole a comparecer ante la comisión de control del partido para contestar a algunas preguntas concernientes a su asociación privada con agentes del enemigo, Trotskistas, etc., él puede que prefiera renunciar al partido antes de someterse a la amenazadora purgación (aunque su conciencia esté limpia -- pero usted naturalmente seleccionará un cargo que contenga algo de verdad). Si usted no dispone del papel de carta necesario o de por lo menos un sello del partido, tendrá que intentarlo por medio de una llamada telefónica o de un telegrama.

18. Cualquiera que sea el método que usted seleccione, tendrá que proseguir su campaña implacable y metódicamente, hasta que su objetivo se rinda -- o, por el contrario, hasta que usted se dé cuenta de que es un caso perdido y usted está malgastando sus esfuerzos. La repetición es uno de los recursos más fuertes de toda propaganda y el efecto acumulativo de varios medios (como se sugiere en los párrafos anteriores) aumenta con cada paso adicional que usted tome. No le dé tiempo al hombre para reponerse del primer golpe: atáquelo por diferentes lados y diferentes gentes, pero todas contribuyendo al fin que usted ha escogido.

19. Nunca se esponga en esta campaña de guerra de nervios: esto es imperativo no solamente para protegerlo de las contra-medidas y de posibles persecuciones legales, sino también porque un enemigo desconocido invisible tiene mayor efecto hostigante sobre muchas mentes que ataques por adversarios conocidos. Por lo tanto diga el rumor solamente a una o dos personas murmuradoras, de las cuales usted pueda estar seguro que propagarán la historia hasta que ésta llegue a las personas indicadas. Haga que otras gentes (por ejemplo, personas desconocidas por el destinatario) escriban anónimos si el hombre en cuestión los conoce. Nunca los envíe de un sitio cercano a su domicilio, sino de otro pueblo o de otra parte de la ciudad. Desfigure su escritura. No use su propio papel de cartas, compre papel y sobre separadamente. Haga las llamadas telefónicas de teléfonos públicos y que sean cortas para evitar ser descubierto.