

ONE ES LA PROPAGANDA POLITICA



C
U
A
D
E
R
N
O

11.7.86

11.3.86

(CN)

La palabra "propaganda" entró firmemente en los diccionarios de las más diversas y disímiles lenguas y en el vocabulario usual del ciudadano de cualquier país. Y al mismo tiempo es difícil encontrar en los idiomas del mundo un concepto que posea tan diversas interpretaciones y por su sentido incluso a veces contrapuestas. Y la diferencia esencial entre tales interpretaciones es la que deriva de la connotación de clase. La propaganda en general no es concebible por encima de los intereses de determinadas clases, sectores de clase, partidos políticos. Sólo en el plano teórico es admisible la abstracción de estos conceptos.

"La propaganda es la difusión y explicación en profundidad de ideas, teorías y conocimientos": tal es, aproximadamente, la definición de la esencia del concepto "propaganda" en diccionarios y manuales. ¿Pero acaso es posible encerrar en este marco académico toda la fuerza de la pasión y la profundidad de las intervenciones de Lenin ante las masas revolucionarias? ¿O el sentimiento de alegría engendrado por el contacto con la verdad leninista en los primeros círculos de educación política de la juventud comunista, en cuyo seno los komsomoles de los años veinte estudiaron las obras del jefe de la Revolución de Octubre? ¿O la parquedad del texto de los primeros boletines sobre la situación en el frente durante la Gran Guerra Patria, que colmaban de dolor el corazón de cada soviético? Y, en fin, ¿acaso puede caber en tal definición toda la creativa variedad del trabajo cotidiano de los propagandistas del partido, cuyas palabras son tan necesarias a las masas populares?

Es enorme la importancia de la propaganda en la lucha por las transformaciones revolucionarias en el mundo. El XXIV Congreso del PCUS (1971) subrayó la necesidad de continuar reforzando el trabajo propagandístico y, ante todo y del modo más activo, la propaganda bien orientada de los ideales comunistas, de las tareas concretas de la construcción comunista. El partido señaló que en el marco de una cada vez más dura batalla ideológica, el

11-3-86

supremo deber de los propagandistas es el dar una inmediata, resuelta y efectiva réplica a la propaganda imperialista, ofrecer a cientos de millones de hombres la verdad sobre la sociedad socialista, sobre el modo de vida soviético, sobre la construcción del comunismo en la URSS¹. Esto fue ratificado una vez más en el XXV Congreso del PCUS (1976). "En la lucha de las dos concepciones del mundo no puede haber lugar para el neutralismo y los compromisos. En este dominio son imprescindibles una gran vigilancia política, una labor de propaganda activa, rápida y convincente, y una réplica oportuna a los actos de subversión ideológica del enemigo."² En estos años ochenta, cuando se acrecientan las tentativas del imperialismo mundial por socavar la distensión mediante la creación de un clima de hostilidad respecto a los países socialistas y a la Unión Soviética, la educación comunista ha adquirido una agudeza mucho mayor.

El XXVI Congreso del PCUS señaló la gran importancia del trabajo de la propaganda partidaria. En el Informe del Comité Central del PCUS al XXVI Congreso del Partido Comunista de la Unión Soviética, se dice: "A los activistas ideológicos, a los propagandistas del Partido les corresponde el papel principal en el desarrollo continuo de la instrucción y educación marxista-leninista de las masas y de su actividad creadora en el cumplimiento de las tareas de la edificación comunista".³

La comprensión científica de la propaganda está indisolublemente unida con una de las importantísimas indicaciones metodológicas del marxismo-leninismo, dicho con palabras de Lenin: "Todo el espíritu del marxismo, todo su sistema exige que toda situación sea examinada sólo (α) históricamente; (β) sólo en conexión con otras; (γ) sólo en conexión con la experiencia concreta de la historia"⁴.

El aspecto histórico-teorético, el profundo análisis del concreto material histórico son imprescindibles

¹ Véase L. I. Brézhnev. *Por el camino de Lenin. Discursos y artículos*, t. 3, Moscú, 1972, pág. 296.

² L. I. Brézhnev. "Informe del Comité Central del PCUS y las tareas inmediatas del partido en la política interior y exterior. XXV Congreso del PCUS", Moscú, 1976, ed. de la Agencia de Prensa Nóvosii, págs. 131-132.

³ "XXVI Congreso del Partido Comunista de la Unión Soviética". *Boletín de Información*, 7/1981, ed. Paz y Socialismo. Praha, pág. 98.

⁴ V. I. Lenin. *A Inés Armand*, O

bles para el examen de cualquier fenómeno social, y que el investigador puede en tal caso comprender su esencia sólo tras "...considerar cada cuestión desde el punto de vista de cómo ha surgido el fenómeno histórico dado, cuales son las etapas principales por las que ha pasado en su desarrollo, y, partiendo de este punto de vista de su desarrollo, ver en qué se ha convertido en la actualidad.¹ Si no se comprende la fuente y, ante todo, las condiciones económico-sociales de surgimiento de uno u otro fenómeno, será difícil determinar su lugar en el sistema de los procesos sociales actuales.

En consecuencia, el historicismo es una condición ineludible de la investigación de cualquier fenómeno de la vida social. "La dialéctica incluye la historicidad"²; en esta frase leninista se encuentra claramente expresado el principio del historicismo en la concepción científica.

Y esto es válido para un fenómeno social como la propaganda. El estudio de la historia de la propaganda, de la multiseccular práctica de difusión de las ideas, puntos de vista y teorías, es extraordinariamente interesante, pero lamentablemente, es un problema que no ha sido investigado en absoluto.

Por supuesto que una tarea de escala tan considerable es de imposible resolución en el marco del presente libro, dedicado a ilustrar los problemas actuales de la actividad propagandística. Sólo nos proponemos ofrecer una visión histórica general de la propaganda con el fin de obtener una noción más plena del carácter y esencia de este fenómeno en su conjunto y, principalmente, para comprender con mayor profundidad el papel revolucionario y transformador de la propaganda comunista. Pensamos que el estudio de la historia de la propaganda de ideas, doctrinas y teorías constituye un importante y necesario elemento de un enfoque científico de la propaganda.

Señalemos que la palabra "propaganda" y la propaganda como fenómeno social tienen su propia y singular historia. La palabra "propaganda" deriva del latín *propago*. Como explican los lingüistas, este verbo, entre otros significados describe la acción de reforzamiento mediante un cierto procedimiento de los brotes o raíces de las plantas de modo que puedan multiplicarse y desarrollarse. De tal forma, la palabra "propaganda", en su origen, estaba vinculada al trabajo del hortelano, y a sus esfuerzos

¹ V. I. Lenin. *Sobre el Estado*, O. C., t. 39, pág. 67.

² *Recopilación Leninista*, t. XI, pág. 384.

M. B. B6

(ON)
3

por crear las condiciones favorables de crecimiento de las plantas.

En el ocaso del Imperio romano, la palabra adquirió un sentido completamente distinto: y por tal comenzó a entenderse como la difusión de toda suerte de información: desde los rumores hasta las doctrinas religiosas y políticas.

En el siglo XVII, la Iglesia católica comenzó a utilizar la palabra "propaganda" para denotar la actividad de difusión de las doctrinas religiosas de dicha Iglesia en los países heréticos y paganos.

Durante los siguientes dos siglos o siglo y medio, el término "propaganda" adquirió una significación cada vez más dilatada: comenzó a utilizarse para significar toda acción de organizaciones y personas vinculadas con la difusión de diversas teorías, ideas filosóficas, opiniones, teorías, fines y objetivos de uno u otro movimiento social. En el siglo XIX, esta palabra comenzó a usarse para describir las acciones y métodos que tenían como fin someter a observación a las personas, controlar sus conciencias, e inducirles a ciertos comportamientos. Pero fue precisamente en el siglo XIX y a compás de los combates de clase que esta palabra comenzó a adquirir otro contenido, y cada vez más frecuentemente se la utilizó para significar la actividad de los revolucionarios, que introducían en las masas las ideas de lucha por la libertad y la felicidad. Portadora de una carga semántica multisecular, la palabra "propaganda" recibió, finalmente, su sentido actual, si bien ha conservado la multiplicidad de sentidos, dependientes, como ya se dijera, de la posición de clase de quien la interprete.

Ta: ha sido, en sus rasgos generales, la evolución semántica de la palabra "propaganda". Pero esta evolución no coincide con la evolución de la acción misma, que hoy se denomina propaganda. Se plantea, pues, otra tarea: la de perseguir la evolución de esta acción cualquiera que haya sido la manera de llamarla, siempre y cuando haya poseído elementos de esa actividad que hoy se califica de trabajo propagandístico /o de propaganda/.

Teniendo presente que el desarrollo de cualquier forma de la conciencia social y de cualquier fenómeno social está determinado, en última instancia, por el desarrollo de la formación económico-social y guiados por este principio examinemos los aspectos históricos de la propaganda de acuerdo con los períodos que en lo esencial corresponden a las formaciones económico-sociales.

En la tentativa de encontrar algunas señales

14386
(100)

de dicha actividad volvamos la mirada al período más lejano de la vida de la humanidad. Como se sabe, ya en los albores del régimen de comunidad primitiva surgieron creencias religiosas. Como señalara F. Engels, "la religión surgió en el tiempo más primitivo de las más ignorantes, oscuras y primitivas representaciones de los hombres sobre su propia naturaleza y sobre la naturaleza exterior que los rodeaba".

Es un supuesto válido de afirmar que a medida que fueron surgiendo las creencias religiosas dio comienzo la tarea de su difusión entre todos los miembros de la comunidad, así como entre los prisioneros de guerra que obligatoriamente debían abrazar la nueva fe.

Engels se sintió atraído por las investigaciones de Lewis Morgan, que pasó gran parte de su vida entre los iroqueses que habitaban en el estado de New York, y por quienes fue adoptado como miembro de la tribu. En esta tribu existía una variedad de sistema mágico-religioso, que los científicos llaman totemismo. Cada gens poseía su totem, generalmente una planta o un animal, al cual, sus miembros consideraban un símbolo de su gens, que los agrupaba en contradicción a otros grupos, en el rechazo al ataque de las fieras y en la lucha contra las calamidades. Los siete linajes de la tribu de los senecas, donde viviera Morgan, se llamaban: lobo, oso, tortuga, ciervo, becarda, garza, halcón. Los sahemas (los ancianos, jefes durante los períodos de paz) y los caudillos (jefes militares) en razón de sus responsabilidades eran considerados como los "guardianes de la fe" y cumplían funciones sacerdotales. Entre sus funciones se hallaban las medidas definibles como un género de manipulación psicológica de los miembros de la gens tendientes a persuadirlos del carácter divino de los totems y de la imprescindible cohesión de la gens en torno a esos símbolos.

Los sahemas y los caudillos procuraban lograr este fin, como lo diríamos ahora, mediante pláticas individuales y también a través de intervenciones públicas ante los miembros del linaje. Sin embargo, el principal medio de reforzamiento de los principios de la moral gentilicia y del comportamiento de los hombres era su transmisión de generación en generación. Estos principios y opiniones se absorbían desde la más temprana edad como verdad absoluta

M.3 B6

(cop)

La transferencia de representaciones, de formas de pensamiento, de comunicación espiritual, en la comunidad primitiva se difundía casi por sí misma, de un modo semejante a la transmisión de la pericia para la obtención de alimentos, del agua y del fuego. Y así, en la sociedad gentilicia todavía no había surgido la propaganda como un género especial de actividad. Sólo se trata de algunos elementos de la acción, similares a la propaganda. La formación de la sociedad esclavista iba acompañada por la concentración de los instrumentos de producción, riqueza y poder en manos de la clase dominante, por un lado, y por el otro, en la transformación de los antiguos miembros de la sociedad gentilicia, iguales en derechos, en esclavos absolutamente privados de derechos. El desarrollo de la sociedad esclavista condujo inevitablemente al reforzamiento del papel del Estado como instrumento de subyugamiento y coerción. Y el Estado no podía pasar sin apelar a las ideas y opiniones que junto a las armas servían a la defensa de los intereses de la clase dominante. Por ello surge la necesidad de un mecanismo apto para su difusión. Es posible que precisamente tal es el esquema de surgimiento de la propaganda como fenómeno que se haya vuelto inevitable pareja de cualquier formación estatal.

Al estudiar la propaganda en la sociedad de clases, debemos partir de la indicación de Marx y Engels, según la cual "el pensamiento de la clase dominante se vuelve el pensamiento dominante de la época. Vale decir, que aquella clase que aparece como la *fuerza material* dominante, es al mismo tiempo su *fuerza espiritual* dominante".

Al hablar de la división del trabajo en el seno de la clase dominante, Marx y Engels afirmaban que una parte de esta clase aparecía como su capa pensante (sus ideólogos, que se ocupan de elaborar las ilusiones de esta clase sobre sí misma), mientras que la otra parte de la clase, con respecto a ese pensamiento e ilusiones, adoptaba una actitud más pasiva y mostraba disposición a absorberlos, ya que, en realidad, tales representantes de la clase son sus miembros activos y por ello disponen de menos tiempo para construirse ilusiones y pensamientos sobre sí mismos".

C. Marx y F. Engels. *La ideología alemana*, Obras, t. I
págs. 45-46
Ibidem. pág. 46

Entre los documentos de las culturas antiguas no encontraremos ninguno donde esté rigurosamente expresada una opinión sobre la propaganda y su importancia en la sociedad. Pero al mismo tiempo muchos pensadores del mundo antiguo, especialmente de Grecia y Roma, nos dejaron interesantes testimonios sobre el papel de la propaganda en la sociedad y el Estado esclavistas, sobre los métodos de persuasión y particularmente acerca del arte de crear determinadas ilusiones entre los adversarios militares, y también en torno al lugar de las ideas y opiniones en las interrelaciones de las clases.

Testimonios de este tipo los encontramos en las poesías de Homero, que, en particular, mostró interesantes ejemplos de astucia simultáneamente militar y propagandística en la lucha de los griegos y los troyanos: una especie de prototipo de lo que hoy llamamos guerra psicológica. Como se sabe, los griegos no pudieron apoderarse de Troya por asalto. Construyeron entonces un enorme caballo de madera en cuyo interior se ocultaron sus guerreros. Los troyanos, engañados por un prisionero griego que les aseguraba que la posesión de este caballo les daría la victoria, lo introdujeron en la ciudad. De noche, los guerreros griegos salieron del vientre del caballo e hicieron entrar sus tropas en la ciudad. Así los griegos se apoderaron de Troya.

Este ejemplo nos demuestra que la maniobra propagandística por su esencia representaba en aquel tiempo un arma no menos importante que la lanza o la espada.

El historiador griego de la antigüedad, Heródoto, nos dejó la descripción de algunos métodos propagandísticos muy interesantes, y algunos de ellos unidos al nombre del estadista y jefe militar Temístocles. Para arrojar la confusión en el espíritu de los persas y de los griegos de Jonia a ellos sumados en la lucha contra Atenas, Temístocles esculpió sobre una piedra yacente cerca de una fuente de agua potable una inscripción supuestamente hecha por los mismos jonios. La inscripción rezaba que los combatientes jonios no debían alistarse de parte de los "bárbaros" y exhortaba a negarse a luchar contra Atenas. La piedra de Temístocles era una especie de "volante" del mundo antiguo "impresa" por uno de los primeros maestros de la propaganda "negra", es decir, la propaganda conducida en nombre de otras personas.

Opiniones más o menos sistemáticas sobre la propaganda, podemos encontrarlas en Platón, particu-

AT 3 86
10W 1

dominante. Como se sabe, la tentativa de Platón por crear un Estado semejante no tuvo éxito.

Para el estudio de los embriones de propaganda en el mundo antiguo, se debe atender al hecho de que las bases metodológicas de la acción propagandística, en general, se encuentran elaboradas en el marco de la filosofía. En los trabajos de los filósofos hay numerosos argumentos, que, por un lado, son un interesante testimonio de la importancia de la propaganda en una u otra época, y, por otro lado, proporcionan una imagen sobre los métodos y formas de difusión de ideas en diversas etapas del desarrollo social.

En la época del feudalismo en Europa Occidental, la religión se convirtió en indiscutida ideología dominante. Como regla, las ideas filosóficas se revistieron de forma religiosa. La difusión de ideas y opiniones también se volvió un monopolio de la Iglesia. Esta no se interesa en la búsqueda de la verdad, sino en la búsqueda de las concepciones que de modo más eficiente contribuyan a fundar los dogmas de la fe. De aquí que toda doctrina de este tiempo porta claramente la expresión de su matiz religioso-propagandístico. Valgan como ejemplo las obras de los mayores escolásticos del siglo XIII, particularmente de Tomás de Aquino. Como fundamento de su doctrina se encontraba la reaccionaria idea de la superioridad de la Iglesia sobre la sociedad civil, del poder eclesiástico sobre el laico, de la vida en el más allá sobre la vida terrenal. Estos postulados se convirtieron en cimiento ideológico e instrumento teórico del catolicismo en su gigantesco trabajo propagandístico entre la población, trabajo llevado a cabo por el bien organizado e instruido ejército de servidores de la Iglesia católica.

La importancia propagandística de la religión se conservó en alto grado también más tarde, durante el tránsito del feudalismo al capitalismo. El filósofo idealista irlandés Berkeley vio directamente en la religión un medio para controlar a los "plebeyos". Es también conocido el pronunciamiento de Voltaire, para quien "si Dios no existiera, habría que inventarlo" como forma de mantener las masas populares en el temor y en la sumisión.

El contenido, la orientación y las formas de la propaganda indican nitidamente el carácter de uno u otro sistema o régimen social. A lo largo de la historia siempre ocurrió que cuanto más reaccionario fuera un régimen tanto más repugnantes recursos y métodos inventara para su defensa. Se emplean to-

11-386

(ON)

dos los medios: desde el discurso meloso hasta la intimidación y la retorsión y cualesquiera métodos de grosera influencia propagandística, con tal de impedir o, por lo menos, retrasar el hundimiento del régimen o sistema.

En el transcurso de toda formación explotadora se encuentran muchos e impresionantes ejemplos al respecto. Recordemos la Edad Media. La palabra misma "jesuita" impone representarse un escenario de mentira y perfidia e impúdica hipocresía, de sutiles intrigas y descarado pisoteo de todas las normas morales, y acciones según la regla "el fin justifica los medios". El fundador de la orden jesuita, Ignacio de Loyola, predicaba a sus discípulos: "Entrad al mundo como dulces ovejas y allí moveos como lobos feroces; y cuando os acosen como a los perros, aprended a reptar como serpientes".

Hasta hoy día, sobre la Tierra pasaron muchas tempestades, corrían los siglos, cayeron en el olvido tantas profecías, pero se mantienen asombrosamente vivas las lecciones de Loyola entre quienes, defendiendo un régimen moribundo, se valen de los más viles actitudes y crímenes y entre quienes, en interés de las más desenfrenadas fuerzas de la reacción política y social, se revelan capaces de traición y carentes de todo principio ideal.

En ciertos aspectos, el jesuitismo está emparentado al maquiavelismo, conocido como política que no desdeña recurso alguno con tal de alcanzar los fines propuestos, fines, que, además, como regla están lejos de ser benéficos. La más siniestra manifestación de maquiavelismo en la época del imperialismo ha sido la propaganda hitleriana. En la persona de Goebbels, del mismo Hitler y de toda su camarilla, surgió en la historia el bandidaje propagandístico, la variante cínica de la moral sin principios.

Un tempestuoso desarrollo de las actividades propagandísticas tuvo lugar en el período de las revoluciones burguesas, desde fines del siglo XVI hasta fines del siglo XVIII. En los países más avanzados de Europa Occidental transcurrió un rápido proceso del nuevo modo de producción capitalista, engendrado en las entrañas de la precedente sociedad feudal. El joven y despabilado burgués salido del "despreciado" tercer estamento, hizo todo cuanto pudo para reforzar su situación en la sociedad y en el Estado y para debilitar simultáneamente la fuerza del viejo estamento feudal. Era la época en que, como dijera Marx, "ninguna de las partes contendientes lograba superar a la otra".

¹ C. Marx y F. Engels, *Obras*, t. 4, pág. 106.

8506336

Originarios del estamento medio urbano del cual se formara la clase de la burguesía, buscaron y encontraron en su seno no sólo a quienes tenían talento para la invención y el empleo de las máquinas, sino, además, a quienes pudiesen inventar y utilizar las ideas en defensa de los intereses de la ya lograda y en vigor independencia de clase de la burguesía.

Francis Bacon (1561 -1626), hijo de un alto funcionario británico, que llegó a ser canceller del reino, pudo captar plenamente el pulso de su época, y su simpatía se dirigió hacia la "nueva nobleza" (la burguesía) y no hacia la vieja aristocracia. En una serie de sus trabajos, F. Bacon roza problemas directamente vinculados con la actividad propagandística del Estado y de la Iglesia de su tiempo. Bacon se pronunció por una radical reforma de la ciencia y por liberarla de todas las nociones escolásticas y falsas nacidas no sólo como resultado de los errores de algunos científicos, sino también de los errores formados entre hombres que sufrían el influjo de las ideas, opiniones y teorías de los defensores de la sociedad feudal.

Bacon distinguía cuatro tipos de errores en el proceso de conocimiento de la verdad: cuatro tipos de "ídolos" nacidos de las condiciones específicas de educación de cada persona ("falsas representaciones") o fantasmas: "los ídolos de la tribu humana", "los ídolos de la caverna", "los ídolos de la plaza", "los ídolos del teatro". Y si los dos primeros tipos, según Bacon, están condicionados por la naturaleza común a todos los hombres, como las preferencias subjetivas, simpatías y antipatías, en cambio, por ejemplo, "los ídolos de la plaza", son errores surgidos como resultado de la comunicación que los hombres establecen mediante la palabra. En mayor grado aún están vinculados con la propaganda los errores de los hombres que Bacon clasifica en la categoría de "ídolos del teatro". Estos errores, decía, derivan de la asimilación acrítica de opiniones recibidas y surgen como consecuencia de la subordinación del espíritu a criterios equivocados.

Si bien Bacon hacía tales reflexiones remitiéndose a los problemas de la ciencia, aquellas contribuyen igualmente a arrojar luz sobre el papel de la propaganda en la naciente sociedad burguesa. Bacon opera con términos ("falsas representaciones", "errores", "falsa opinión", "falsa noción", etc.) que más tarde se implantarán sólidamente en el vocabulario teórico de la propaganda burguesa.

Bacon dedicó una serie de ensayos expresamente al arte de la propaganda y dejó una detallada

11-3-86
10N1

descripción de los procedimientos y métodos de manipulación psicológica de la conciencia humana. He aquí uno de ellos: quien quiera conseguir algo debe distraer a su interlocutor y desviar la conversación hacia otro tema, de modo tal que no pueda replicar. En el ensayo "Sobre la astucia", Bacon recuerda haber conocido a un secretario y consejero, que jamás dio a la reina Isabel documento alguno a firmar sin que recurriera a alguna artimaña tendiente a que la reina no prestara demasiada atención al contenido de los documentos. En aquellos asuntos en los cuales no se quiera rozar sus actores, la astucia indica expresarse francamente, hablando en términos tales como "se dice..." o "se oye decir...".

He conocido a un hombre, escribe Bacon después, que en sus discursos omitía precisamente lo que más le importaba decir, y continuaba hablando hasta que en cierto momento volvía atrás y hablaba de lo principal como si por poco se hubiera olvidado de hacerlo... Y Bacon finalizaba afirmando que existían innumerables ardidés y pequeñas astucias.

El régimen social que sobrevino luego de la época en que viviera Bacon, fue utilizando estos consejos al compás de su desenvolvimiento y hoy dispone de agudas y complejas astucias, como aconsejaba Bacon, y de sistemas de engaño de las masas trabajadoras, meditados, bastante ágiles y coordinados en un plano internacional.

Con la aparición de la prensa, la propaganda adquirió una nueva vida.

Como se sabe, en la Europa medieval los puntos de intercambio de información estaban localizados en las ciudades portuarias y comerciales y en los centros culturales. En el siglo XVI, en Venecia surgió una oficina para la reunión de información sobre los acontecimientos políticos, precios de mercancías, sobre el arribo y partida de las naves, etc. En Venecia y en Roma fueron organizados gremios de "escritores de noticias". Poco después las gacetas (palabra tomada de la denominación de la pequeña moneda veneciana, por cuyo precio se vendían las listas de informaciones) comenzaron a editarse en ciudades de Alemania, Inglaterra, Francia y Holanda. Las gacetas conocieron una vasta difusión en el período de las revoluciones burguesas: la inglesa del siglo XVII, la francesa de fines del siglo XVIII y en la guerra civil de Estados Unidos (1861-1864). Durante el reinado de Pedro I, y precisamente en 1703, se comenzó a publicar gacetas en Rusia de manera regular.

El nacimiento y la difusión de las gacetas fueron

provocados no sólo y no tanto por los factores del desarrollo técnico, como por factores de orden económico-social, y ante todo, porque el capitalismo permitió la creación de nuevas posibilidades para la comunicación entre los hombres.

Sin gacetas era ya imposible imaginarse siquiera la difusión de ideas, opiniones, teorías y doctrinas. Hasta la invención de la radio, las gacetas y revistas fueron la fuente principal de información corriente y el medio más importante de actividad de la propaganda.

En 1710, en la revista inglesa "Examiner" apareció el célebre panfleto "El arte de la mentira política", que, como se supiera más tarde, pertenecía a la pluma de Jonathan Swift, autor de los *Viajes de Gulliver*, y, posiblemente, de su amigo, el escritor John Arbuthknot, bajo cuya firma fuera publicada la obra.

Transitando a través de las páginas de esta obra, el lector puede aprender mucho sobre la acción propagandística del Estado burgués en formación, sobre sus métodos de elaboración de la conciencia de masas en nombre de la afirmación de los intereses de la clase dominante.

"El arte de la mentira política" es un panfleto hinchado de sarcasmo increíblemente fuerte, pero al mismo tiempo nos da la pauta de cuál es la actitud del autor respecto a la propaganda, en tanto complejo e importante fenómeno social. A través del velo del sarcasmo se lee con avidez las agudas y serias opiniones sobre el "arte de la mentira política", la furia apenas escondida, la rabia de los hombres hartos de la melosa abundancia de la "mentira política".

Swift y Arbuthknot, al igual que Bacon, reflexionan filosóficamente, ante todo, sobre el porqué el espíritu humano es tan receptivo a la mentira, o si lo decimos en el lenguaje moderno, dichos autores estaban muy interesados en los aspectos psicológicos del problema. En su respuesta, y mediante la sátira, se expresa el hombre típico de su tiempo, un tiempo en el cual la prensa impone a los hombres la impotencia intelectual y el vacío espiritual.

El alma es proclive a la mentira, se dice en el panfleto, porque es por naturaleza semejante a un reflector o a un espejo cilíndrico plano; cuyo lado plano fuese creado por un dios omnipotente pero sobre el cual, más tarde, el diablo agregó el lado cilíndrico. El lado plano representa los objetos tal como son, y el lado cilíndrico, de acuerdo a la ley de reflexión de las superficies curvas, inevita-

11386

(CW)

blemente representa los objetos verdaderos como falsos y los falsos como verdaderos. Todo el arte y el éxito de la mentira política están fundados sobre este aspecto cilíndrico del alma humana. La inclinación por la mentira deriva del egoísmo o del placer de considerar a los demás como seres más tontos, inferiores a nosotros, o perezosos espiritualmente.

Mientras se afirma que la mentira política es el arte de obligar al pueblo a creer en la mentira salvadora dirigida a lograr algún fin benéfico, los autores, sin embargo, señalan que la abundancia de la mentira política en Inglaterra es una señal fiel de la verdadera libertad inglesa. Palabras semejantes pueden directamente reflejarse en la sociedad inglesa y en cualquier otra sociedad burguesa contemporánea y todo en el panfleto "El arte de la mentira política" es de tal actualidad que parecería escrito ya no hace más de dos siglos y medio, sino en nuestros días.

J. Swift y J. Arbuthnot se muestran no sólo acusadores, sino también proféticos cuando escriben que se encuentra en el orden del día la asociación de "algunas pequeñas corporaciones de mentirosos en una única sociedad" (incluso exponen su plan) y cuando describen una tipología de la mentira (tendiente a intimidar, a confortar, a inspirar, etc.). Todo esto, con toda seriedad y fundamento sociológico se aplica hoy mediante acciones planificadas y efectivas en la propaganda burguesa moderna.

Los panfletos de Swift y Arbuthnot son extraordinariamente interesantes también porque contribuyen a explicar la acción propagandística de los diversos partidos de los Estados europeos burgueses de su tiempo. Los autores señalan que ambos partidos principales de Inglaterra habían logrado un gran perfeccionamiento en la mentira política, pero este su arte revelaba una serie de debilidades. Con ironía proponen a uno de los partidos un experimento muy prometedor: ponerse de acuerdo en promulgar durante tres meses sin interrupción sólo la pura verdad, lo que le garantizaría el crédito a lo largo de seis meses para ulteriores mentiras. La conclusión del panfleto está dedicada "a uno de los problemas más sencillos" ¿Qué es mejor: contrarrestar la mentira con la verdad o con otra mentira? Y responden que dada la fabulosa propensión de la mayoría de los hombres a creer en la mentira, era mejor contrarrestar la mentira con otra.

Los autores escribían y sacaron conclusiones "dibujando al aire libre" la mentira en tales años era ya una práctica habitual hacia la cual recurrían

todos los propagandistas de los grandes Estados europeos.

Los panfletos de Swift y Arbuthnot, como toda sátira, no se proponían una finalidad investigativa, pero para nosotros son un convincente testimonio del importante papel de la propaganda en aquellos años de cruenta lucha por el poder político y el trono, tan característica para la Inglaterra de los siglos XVII y XVIII. Seguramente Swift y Arbuthnot comprendieron bien el papel de la actividad propagandística en la vida de la sociedad y vieron en el desarrollo del "arte de la mentira política" un gran mal, pero comprendieron claramente que este "arte" no sólo no se eclipsaría sino que adquiriría cada vez mayor peso en la medida del desarrollo de la sociedad.

Es imposible concebir la esencia de las relaciones económicas, políticas y culturales entre los Estados en la segunda mitad del siglo XVIII sin la aguda lucha propagandística.

Por ejemplo, ya a comienzos de la formación de la nación norteamericana, un grupo de talentosos e incansables propagandistas encabezados por el penetrante Benjamin Franklin difundió en diversos países las noticias sobre los servicios y proezas de los colonos. Durante los combates por la independencia de los Estados norteamericanos contra Inglaterra, antes de un combate contra el ejército colonialista aparecieron volantes que prometían amnistía y tierras a los soldados que se negasen a enrolarse con el enemigo. Como resultado, cinco mil soldados mercenarios — alrededor de la sexta parte de las fuerzas armadas adversarias — pasaron al lado de los norteamericanos.

Una gran tensión adquirió la actividad propagandística en el período de la Gran Revolución Francesa y en las guerras napoleónicas. En un marco desconocido antes, en el siglo XIX se desarrollaron los medios de información de masas. La burguesía, plenamente consciente de las posibilidades inagotables que este fenómeno le ofrecía para manipular las conciencias y el comportamiento de colosales masas, con la celeridad del rayo creó y perfeccionó la industria de la información de masas.

Al mismo tiempo, ya en el primer tercio del siglo XIX surgen tendencias cualitativamente nuevas, no sólo en el desarrollo de los medios de propaganda, sino en el carácter mismo de la lucha propagandística. Dentro de tales tendencias la más importante consiste en que la propaganda deja de ser un monopolio de los partidos de la burguesía, del Estado

14-3 BB
CON

y de los grupos privilegiados de la sociedad. La irrupción del proletariado en la escena social, el crecimiento de su conciencia y organización, provocan la necesidad histórica del surgimiento de la ideología de la clase obrera, y a un tiempo el mecanismo de su difusión entre vastas masas populares.

La principal particularidad del desarrollo de la propaganda como fenómeno en la vida social y política estuvo constituida por la actividad propagandística (cualitativamente nueva por su contenido, argumentación y por su significado y tareas) fundada sobre las enseñanzas de Marx y Engels que expresaban los objetivos y aspiraciones de la clase más joven y de vanguardia de la sociedad: el proletariado.

Como forma de propaganda de tipo cualitativamente nuevo, sirve de ilustración el periódico "Neue Rheinische Zeitung", el primero editado por Marx y Engels y que comenzara a aparecer el 1° de junio de 1848. Esta publicación se distinguía por su rigurosa orientación de clase, por su relación con la vida y la lucha del proletariado, por su claridad, análisis preciso y veracidad. Se puede afirmar que alrededor de este periódico y de sus creadores — los jóvenes Carlos Marx y Federico Engels que contaban entonces 30 y 28 años respectivamente —, por primera vez en la historia se fundió un grupo de apasionados propagandistas comunistas. Tal fue Wilhelm Wolff, secretario de la redacción, autor de numerosos artículos, particularmente en torno a los problemas agrarios; o Ernst Dronke, que dedicara su pluma a desenmascarar el parlamentarismo burgués; Heinrich Bürgers y Ferdinand Wolff que se ocupaban de los problemas de política exterior. No es menos interesante el hecho de que en el periódico trabajasen también dos de los más conocidos y grandes poetas revolucionarios: Georg Weerth y Ferdinand Freiligrath, que precisamente en esos años lograron alcanzar la cima de su creación poética en el proceso de su actividad de agitación y propaganda.

En lo esencial, la publicación del periódico estuvo dedicada directamente a las masas populares y convocaba a la lucha por la conquista de sus propios objetivos, por la transformación revolucionaria del mundo. Y precisamente por esto, "Neue Rheinische Zeitung" se distinguía de todos los periódicos editados antes y contemporáneamente.

Por primera vez se dejó sentir en la prensa la voz de la nueva clase en ascenso: el proletariado. A su educación revolucionaria, a su organización

y a la elaboración de consignas y objetivos de lucha auténticos fueron dedicados la totalidad de los números del periódico "Neue Rheinische Zeitung". En 1848, por toda Europa corría una ola de manifestaciones revolucionarias de la joven clase obrera. Los artículos de Marx y Engels se inspiraban en el fuego de los combates en curso. Muchos de los títulos de los artículos llamaban a rebato: "Cuestiones de la vida y la muerte", "Colonia en peligro", "Arrestos", "Manifiesto", "Novedades de París", "La Revolución de junio".

Los artículos publicados en el periódico contenían toda una serie de tesis teóricas del marxismo. En el artículo "La crisis y la contrarrevolución" aparecía formulado el concepto de dictadura democrática revolucionaria, en el artículo "La sesión de conciliación del 4 de julio", Marx y Engels concluyen sobre la necesidad de una radical reestructuración del aparato de Estado como condición de la victoria de toda revolución popular. Y ven en el pueblo armado una importantísima garantía de la soberanía popular (véase los artículos "Asamblea de conciliación del 15 de junio", "Proyecto de ley sobre la milicia civil"). Todos los materiales del "Neue Rheinische Zeitung" están penetrados de entusiasmo por las ideas del internacionalismo proletario. Marx y Engels educaron al proletariado, le demostraron la causa de su calamitosa situación, y le enseñaron a distinguir a sus amigos y enemigos. En el periódico, Marx publicó su "Trabajo asalariado y capital", en el cual descubre la esencia de la explotación capitalista y expone el carácter irreconciliable de los intereses del proletariado y de la burguesía.

El periódico estuvo constantemente sometido a los ataques de las autoridades y a la represión. El último número del periódico (el 301) fue impreso en tinta roja. En su artículo de despedida, dirigiéndose a los trabajadores, Marx y Engels manifestaron que "sus últimas palabras serán siempre y en todas las partes: ¡Emancipación de la clase obrera!".

"Neue Rheinische Zeitung" dio forma al nuevo estilo y al nuevo carácter de la propaganda por medio de la palabra escrita.

Los artículos del periódico, particularmente los de temas políticos, estaban escritos clara y sencillamente, sin prolongados y abstractos razonamientos, tan característicos entonces en la mayoría de la prensa, incluida la de orientación democrática.

C. Marx y F. Engels. A los obreros de Colonia, Obras, t. II, pág. 564.

16386
(27)

Uno de los más vigorosos aspectos de los escritos del periódico consistía en su brillante y apasionada convicción y veracidad. Por ejemplo la profunda convicción en la justicia de la gran causa del proletariado, la clara confianza en el futuro eran un rasgo distintivo de los artículos de Marx dedicados a la Revolución de junio de 1848 en París. "Nos preguntarán —escribió Marx— si es posible que entre nosotros no exista ni una lágrima, ni un suspiro, ni una palabra para las víctimas de la ira popular."

El Estado se preocupará de sus viudas y huérfanos, los decretos van a glorificarlos, solemnes procesiones fúnebres inhumarán sus restos, la prensa oficial los declarará inmortales, la reacción europea ha de ensalzarlos de Oriente a Occidente. Pero los plebeyos que han sido atormentados por el hambre, vejados por la prensa, abandonados por los médicos, por gracia de los "honestos" se los mancilló como a ladrones, incendiarios y forzados, sus mujeres e hijos fueron sumidos en una miseria aún más infinita; sus mejores representantes — de los que quedaron con vida — han sido deportados allende el mar. Ceñir con una corona de laureles su frente sombría y amenazante es el privilegio y el derecho de la prensa democrática."

La impresión causada por estas ardientes palabras sobre los obreros, nos ha sido transmitida medio siglo después por el comunista Friedrich Lessner: "Todavía recuerdo perfectamente, como lei veinte veces el artículo de Marx — ya que nada podía expresar mejor nuestros sentimientos que ese artículo."

Cuando Lessner escribía estas palabras, en la escena de la lucha revolucionaria había ya surgido el proletariado ruso y su jefe, Vladimir Ilich Lenin.

En diciembre de 1900, en la ciudad alemana de Leipzig, salió por primera vez el número del periódico marxista ruso ilegal "Iskra" — que continuó y desarrolló la magnífica tradición del "Neue Rheinische Zeitung". A lo largo de tres años, en "Iskra" fueron publicados más de 50 artículos y notas de Lenin. En estos y otros materiales fueron valorados y explicados los más importantes acontecimientos del movimiento revolucionario ruso: huelgas, paros, demostraciones políticas, enfrentamientos armados con la policía, las manifestaciones. En las páginas del periódico se ofrecía una elaboración de la estrategia y la táctica de la lucha revolucionaria del pro-

C. Marx y F. Engels. La Revolución de junio. Obras, 6 págs. 141-142.

Recuerdos sobre Marx y Engels, Moscú, 1956, pag. 157.

retardado, se desmascaraban las corrientes de ideas oportunistas. Gracias a la actividad ideológica y organizadora de "Iskra" se apropiaron y reforzaron las filas de los combatientes proletarios y el periódico jugó un relevante papel en la creación del partido leninista de los bolcheviques.

La tradición de "Iskra" fue asimilada y enriquecida por el periódico "Pravda" cuyo primer número fue publicado el 5 de mayo de 1912. "Pravda" se convirtió en un propagandista, agitador y organizador colectivo de las masas proletarias y con su ayuda el partido de Lenin preparó a la clase obrera rusa para la revolución que alcanzara la gran victoria en octubre de 1917.

De este modo, desde los primeros pasos de su nacimiento, la propaganda comunista estuvo dedicada a la lucha por el triunfo de los intereses de la clase obrera, la más revolucionaria y avanzada. Ante la propaganda comunista se elevó la más constructiva de todas las tareas, transformar a la clase obrera en una fuerza consciente y activa a un grado tal que la convirtiese en la clase más avanzada y revolucionaria de la sociedad encabezando a las masas trabajadoras en la lucha por la construcción de la sociedad más justa: el comunismo.

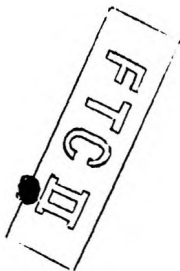
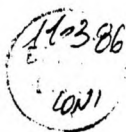
FÓRMULA DE LA ACTIVIDAD REVOLUCIONARIA

El 10 de marzo del año 1902, en la tipografía de Stuttgart (von L. H. W. Dietz Nachf. G.m.b.H.) se publicó un libro que jugaría un enorme papel en la historia, en la transformación revolucionaria del mundo y en los acontecimientos fundamentales del siglo XX. Este libro se llamó *¿Qué hacer? Problemas candentes de nuestro movimiento*. Su autor, como se señalaba en la cubierta, era N. Lenin (seudónimo de V. I. Ulánov Lenin).

Nada llamativo exteriormente totalmente alcanzable por su precio, el libro contenía una poderosa carga revolucionaria.

La lucha interna da al partido fuerzas y vitalidad; la prueba más grande de la debilidad de un partido es la amorfa y la ausencia de fronteras bien delimitadas; el partido se fortalece depurándose.

V. I. Lenin. *De una carta de L. S. a M. S.* 24 de mayo de 1905.



¹ Estas palabras de Lassalle escritas en una carta a Marx sirvieron de epigrafe del libro.

Es interesante remarcar el hecho de que habiendo transcurrido muchos años, actualmente, en los mostradores de las librerías en la misma Stuttgart y otras ciudades de la Alemania capitalista, apareció una selección de artículos de autores que se proponían como objetivo examinar la suerte de un conjunto de formulaciones teóricas planteadas en este libro leninista o en otras obras de los clásicos del marxismo-leninismo. Dicha recopilación tuvo un nombre demasiado pretencioso "La revolución permanente de Marx a Marcuse"¹ y sus autores afirmaban en particular que el marxismo siempre se planteó en calidad de dilema irresoluble la pregunta: ¿La revolución se desarrollaría espontáneamente como sucede con los fenómenos de la naturaleza, o los mismos grupos de organizaciones revolucionarias deben utilizar sus esfuerzos para su realización?

Las ideas planteadas en el libro *¿Qué hacer?* aún hoy día no dejan de preocupar a nuestros enemigos ideológicos, anticomunistas.

El marxismo-leninismo contrariamente a las afirmaciones de sus detractores contemporáneos, jamás planteó la alternativa: o el paciente e incesante trabajo propagandístico, o la lucha armada.

En el libro *¿Qué hacer?* V. I. Lenin no sólo no contrapuso estas ideas entre sí, sino que demostró convincentemente, en los ejemplos de la realidad, analizando las exigencias del desarrollo social, la relación indisoluble, la unidad dialéctica y su interdependencia viva e interacción.

La revolución socialista madura sobre la base del desarrollo objetivo de determinadas condiciones socioeconómicas y políticas, pero su éxito, el reforzamiento de sus logros es imposible sin el papel organizador y dirigente del partido comunista, sin la educación revolucionaria de las masas. Lenin consideró la propaganda como una condición indispensable del triunfo de la revolución proletaria. El partido, se subraya en el *¿Qué hacer?*, es la encarnación viva de la unidad de la teoría del comunismo científico y el movimiento obrero de masas. El significado del libro *¿Qué hacer?* tomado como brújula por todas las generaciones de propagandistas revolucionarios, consiste en que Lenin, con auténtica profundidad científica, partiendo del análisis de la nueva situación histórica, fundamentó la im-

¹ *Permanent Revolution von Marx bis Marcuse*, München, Herausgegeben von Leonhard Reinisch, 1969.

FTC III

17.3.66

(ov)

portancia del factor subjetivo, incluyendo como parte componente del mismo el trabajo propagandístico del partido para el desarrollo del movimiento revolucionario, para el triunfo de la revolución socialista, la construcción del socialismo y el comunismo.

Si se presta atención, veremos que en este libro que constituye un documento básico del marxismo-leninismo, se analizan de una manera amplia las cuestiones relacionadas con la formación ideológica de los jóvenes combatientes por la causa de la clase obrera. Lenin planteó como problema candente del movimiento socialdemócrata, los esfuerzos indispensables y decididos para la preparación ideológica de los obreros de vanguardia, los jóvenes colegiales y estudiantes, introduciendo en su conciencia una teoría revolucionaria global, en la lucha por la maduración de los mismos dirigentes socialdemócratas, cuya mayoría está compuesta de gente completamente joven.

Es muy notorio que el significado de la actividad propagandística del partido Lenin lo ha explicado reiteradamente en los ejemplos relacionados con la lucha de la juventud revolucionaria, al mismo tiempo subrayando particularmente el papel del factor subjetivo en la formación de las ideas de las jóvenes generaciones de obreros.

En el libro *¿Qué hacer?*, Lenin planteó y fundamentó profundamente todo un conjunto de principios básicos del enfoque del Partido del proletariado hacia el rol y lugar de la juventud en la transformación revolucionaria del mundo. Centremos la atención, antes que nada, en el hecho de que V. I. Lenin analiza la juventud proletaria no como si fuera un grupo especial, sino como la parte joven de aquella clase que debe dirigir la lucha revolucionaria de los trabajadores. Ya en este trabajo se demuestra la intransigencia de Lenin con cualquier tipo de embaucamiento de la juventud bajo los intentos de remarcar su rol particular, "su misión histórica", etc.

A diferencia de una gran cantidad de falsos amigos y consejeros, Lenin señaló a los obreros y a la juventud estudiantil el camino concreto y preciso de la vida y la lucha: estar junto con aquella clase a la que le pertenece el futuro, con el proletariado.

Lenin desarrolló ante las jóvenes generaciones el programa de la construcción y la lucha revolucionaria y en él se contenían las diferentes respu-

Véase V. I. Lenin, *¿Qué hacer?*, O. C., t. 6, págs. 52-53.

85-86.

ibidem, págs. 100-102, 180-183.

153

8506336

FTC II

14-3-86
(10N)

tas a la pregunta de ¿qué significa estar junto al proletariado?

Comprender la teoría revolucionaria del marxismo, saber aplicar sus postulados en las situaciones concretas y reales, asimilar correctamente las leyes del desarrollo social, comprender profundamente la necesidad de radicales transformaciones revolucionarias, estudiar, estudiar — estas son las definiciones formuladas por Lenin ya a principios del siglo ante los jóvenes y estudiantes.

Planteando la cuestión de este modo, Lenin al mismo tiempo se basó completamente en el hecho de que la juventud siendo parte de su clase tiene, por supuesto, sus intereses y experiencias sociales fundamentales relacionados con su edad. Mas lo esencial consiste en que estos intereses y exigencias pueden realizarse sólo en la medida que plasmen en la vida los objetivos y tareas de la clase obrera.

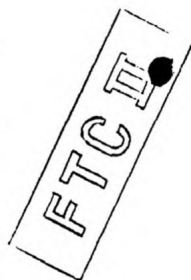
En el transcurso de la lucha por la realización de estos intereses, la juventud actúa como un grupo social, diferenciado no solo por las particularidades de la edad, fisiológicas y psicológicas, sino por su papel específico en la transformación revolucionaria del mundo, en la construcción de la nueva sociedad, lo que determinan su gran número y el hecho de que el futuro le pertenece.

Al marxismo-leninismo siempre le fue característico el enfoque dialéctico de los problemas de la juventud, el análisis de los mismos teniendo en cuenta el fondo general de la lucha de clases y el desarrollo sujeto a leyes de la sociedad. Dicho enfoque hacia la joven generación demostró su vigencia, sólo el mismo otorga la posibilidad de orientarse en los problemas de la juventud de hoy.

Precisamente este enfoque está dictado no por la necesidad de no contemplar pasivamente la juventud, el encantamiento de la primavera juvenil, sino por la necesidad de un trabajo activo para su preparación, temple, educación.

¿Cuál es la suma de factores que debe estar presente para que la juventud se transforme de hecho en una fuerza concreta y organizada en la lucha revolucionaria, en la construcción del socialismo y el comunismo. La respuesta a esta pregunta nosotros la podemos encontrar en el libro *¿Qué hacer?* donde es elaborada la concepción global de preparación de la clase obrera y su partido para la lucha revolucionaria consciente.

Constatando la elevación espontánea del movimiento de la clase obrera y, en particular, de la juventud obrera al final del siglo pasado y comien-



11-3-86

LOW

zos del presente (la cual no estaba planteada como alternativa a la actividad consciente de los revolucionarios, como afirman los autores del anteriormente citado "Revolución permanente...") V. I. Lenin sometió a aguda y demoledora crítica a los teóricos del "economismo", y antes que nada, su admiración del carácter espontáneo del movimiento obrero. El desacuerdo principal de los verdaderos socialdemócratas con los "economistas", se subraya en el libro *¿Qué hacer?*, se redujo a las diversas valoraciones del significado relativo de los "elementos" espontáneo y el consciente "planificado".

Remitiéndose a una gran cantidad de ejemplos de la vida y la lucha de los trabajadores, Lenin demostró que toda admiración ante la espontaneidad del movimiento obrero y disminución del papel del "elemento consciente", del papel del partido como vanguardia, fuerza dirigente y orientadora que introduce en el movimiento obrero la conciencia revolucionaria, basada en la teoría científica, significan asimismo independientemente de si se desea esta disminución o no el aumento de la influencia de la ideología burguesa en los obreros.

Lenin reveló en profundidad la inconsistencia de las afirmaciones de los "economistas", para quienes la actividad de la clase obrera y de su joven generación podía manifestarse ante todo en la lucha económica. Lenin demostró que la teoría de los dirigentes "economistas" contra "Iskra", sobre el "aumento de actividad de las masas trabajadoras", en esencia estaba dirigida a disminuir dicha actividad, la que era enfocada únicamente como nacida de la lucha económica. Y fue aquí donde Lenin propuso su concepción de actividad de la clase obrera, basada en la incorporación de los obreros a la lucha política consciente a través del ascenso universal de educación ideológica y política de los obreros. Y Lenin afirmaba, que la conciencia de la clase obrera no puede ser verdaderamente una conciencia política, si los obreros no adoptan una actitud activa acerca "...de todos los casos de arbitrariedad y de opresión, de todos los abusos y violencias, cuales quiera que sean las clases afectadas; a hacerse eco, además, desde el punto de vista socialdemócrata, y

"Economismo" — corriente oportunista del movimiento obrero que de finales del siglo XIX y comienzos del XX, que reducía la lucha del proletariado solo a la preocupación por la elevación de su situación económica.

V. I. Lenin, *¿Qué hacer?*, 1902, p. 10

organizaciones juveniles en el extranjero, indican que este punto de vista de Lenin es una orientación fundamental para todos los periodos del desarrollo social. Y precisamente para todos los periodos, ya que la propaganda y la agitación políticas, llamadas a conformar la actividad de las masas populares y de la juventud, son "imposibles de sustituir con nada ni ahora ni en ningún otro momento".¹

Lenin reiteró este pensamiento también en las nuevas condiciones históricas, cuando fue formulada la tarea de propaganda y agitación para todo el periodo de edificación del socialismo y el comunismo.²

La teoría de Lenin sobre la ideología, sobre su papel en las transformaciones revolucionarias del mundo ha estado siempre bajo el intenso ataque de los enemigos del leninismo. Buscando socavar la influencia de la propaganda comunista, los ideólogos de la burguesía han creado la teoría de la "desideologización", que durante varios decenios ha funcionado como base metodológica de muchas doctrinas anticomunistas. La fuente de esta teoría surgió a comienzos de los años 50 y está vinculada con la actividad del "Congreso por la libertad de la cultura" que es una organización internacional antisoviética y anticomunista, financiada por la CIA de E.E.U.U. El conocido sociólogo norteamericano D. Bell manifestó que a lo largo del siglo XX ha tenido lugar el "agotamiento" de los sistemas ideológicos y que los grandes complejos de cosmovisión (se refería ante todo al marxismo-leninismo) habrán perdido su significación dado que la revolución científico-técnica, por sí misma y automáticamente, resuelve todos los problemas que van surgiendo. Este concepto fue apoyado y luego desarrollado por sociólogos norteamericanos y franceses. Pero la vida disgregó dicha doctrina anticomunista y ya en el decenio de los 70, en el campo de la ideología burguesa se inició una demostrativa renuncia a la "desideologización" y surgió una nueva concepción, la "reideolo-

¹ V. I. Lenin, "¿Qué hacer?" O. C., t. 6, pág. 78.

² Citemos el discurso pronunciado por Lenin el 1 de noviembre de 1920 en la Conferencia de toda Rusia de los organismos de educación política de las secciones provinciales y distritales de instrucción pública. Se trata de un discurso brillante y a la par operativo e instructivo.

Todo el discurso está penetrado del pensamiento sobre el papel transformador de la propaganda comunista. "En cuanto la guerra nos permita desplazar el centro de gravedad de la lucha contra la burguesía de la lucha contra Wrangel, contra los guardias blancos, abordaremos la política económica. Y en ello desempeñarán un papel inmenso... cada día mayor, la agitación y la propaganda" (explico Lenin, V. I. Lenin, O. C. (t. 40) pág. 407).

14-3-86
(OK)
8506336

vización", es decir, el "reordenamiento de la ideología" (sobre lo cual nos detenemos más adelante). Pero las nuevas construcciones teóricas se apoyaban como antes sobre un viejo fundamento: no sobrepasaban el marco de la concepción del mundo burguesa, no renegaban de la propiedad privada, por lo tanto, los diversos intentos de los actuales "reideologizadores" tendientes a crear una nueva ideología, no es otra cosa que una ilusión, "humo ideológico",¹ según la expresión de Lenin. En el seno del campo de vanguardia de la humanidad contemporánea no hay una ideología ilusoria sino verdadera: el marxismo-leninismo, probada por la práctica de la construcción de un mundo nuevo en el País soviético y en otros países de la comunidad socialista y comprobada por la lucha tenaz del proletariado mundial. A diferencia de las actuales ilusiones burguesas, la ideología marxista-leninista actúa como una potente fuerza real, capaz de influir sobre las acciones de las masas y en fin de cuentas sobre el desarrollo del progreso histórico. Se trata de un proceso sometido a leyes, ya que la raíz de sus principios es su cientificidad, su adecuada expresión de las leyes objetivas de la realidad. Y en correspondencia con ello, la propaganda comunista se edifica sobre la base de un análisis multilateral de los procesos sociales y políticos que transcurren en la sociedad, de las modificaciones de su estructura de clases y ofrece una correcta y profundamente argumentada respuesta a los hombres preocupados por los problemas de la vida social. "Necesitamos una información completa y veraz"² afirmaba constantemente Lenin.

¿Qué es necesario para que la acción propagandística se convierta en una peculiar fuerza material, encontrando su expresión real en la actividad de las masas? El análisis de la lógica interna de las obras de Lenin y, en especial de su libro *¿Qué hacer?*, indica las siguientes condiciones necesarias: la existencia de una teoría revolucionaria, la capacidad de los cuadros del partido para dominar la teoría de vanguardia y transmitirla a las masas (nivel teórico de los propagandistas, formas y métodos de la propaganda y la agitación), la disposición de las masas para asimilar el conocimiento de vanguardia. En otras palabras, para que el trabajo propagandístico se convierta realmente en un estímulo de la elevación

¹ Véase V. I. Lenin. *El programa agrario de la socialdemocracia en la primera revolución rusa de 1905 - 1907*, O. C., t. 16, pág. 214.

² V. I. Lenin. *Carta a E. S. Varga*, O. C., t. 54, pág. 446.

FTCE

de la actividad revolucionaria de las masas y de la juventud en particular, el partido debe disponer de tesis teóricas profundamente elaboradas y precisas, de un ejército de propagandistas y agitadores de multifacética preparación y de medios de propaganda bien ajustados, de un pensado sistema de transmisión de conocimientos a las masas.

Lenin subrayaba el papel decisivo de la teoría revolucionaria en el desarrollo de la actividad de las masas populares, en la formación de nuevas generaciones de constructores del socialismo y el comunismo. La teoría revolucionaria significa el conjunto de ideas, ideales y concepción del mundo de la clase obrera, que mueven a los hombres hacia la transformación revolucionaria del mundo. Al reflejar fielmente la marcha progresiva de la historia, las ideas del comunismo inspiraron e inspiran a millones de hombres porque son la expresión científica de las leyes de desarrollo de la sociedad y de los intereses de la clase obrera. La situación social y económica de esta clase, sus intereses, presuponen objetivamente su acepción de las ideas del comunismo. La fuerza de las ideas de vanguardia, moviendo a los individuos y a las masas hacia la actividad, consiste en que expresan no sólo la realidad presente sino también la del futuro, ya que poseen en sí mismas la posibilidad de previsión del desarrollo futuro. "Y es tal la fuerza de las ideas —decía F. Engels— que quien es poseído por ellas, no puede dejar de glorificarlas y proclamarlas omnipotentes, ... está dispuesto a sacrificar su cuerpo y vida, sus bienes y su sangre, sólo para plasmarlas."¹

Declarando la guerra a toda corriente teórica cuasirrevolucionaria que desdeñe la importancia de las ideas en la vida de la sociedad, Lenin señalaba que antes de desenvolver la propaganda y la agitación entre la clase obrera y entre las demás capas de la población, era necesario definirse en los problemas de la teoría, ya que el papel de combatiente de vanguardia sólo puede cumplirlo el partido que se oriente por una teoría de vanguardia. Sin teoría revolucionaria no puede haber movimiento revolucionario. Lenin siempre y con insistencia exigió un profundo dominio del marxismo, exhortando a recordar siempre que el socialismo, desde su conversión en socialismo científico, exige que se le trate como una ciencia, es decir, que como tal hay que estudiarlo y que esto se logra con un cuidadoso sistema de asimilación de la teoría revolucionaria.

¹ C. Marx y F. Engels. *De las obras tempranas*, Moscú, 1956, pág. 444

Antes que la teoría revolucionaria se convierta en guía de la acción de las masas revolucionarias, dicha teoría debe hacerse llegar a las masas mediante el trabajo ideológico. La teoría es el primer y fundamental nivel del sistema "propaganda comunista" actividad social del individuo y de las masas", y es ella precisamente la que desde el comienzo mismo determina la tendencia principal del trabajo propagandístico y, posteriormente, de la actividad social.

Lenin enseñó que los éxitos de la propaganda, la eficacia de su influencia en la elevación de la actividad de las masas dependen en grado decisivo del nivel de preparación práctica y teórica de los cuadros propagandísticos, ya que la teoría revolucionaria no puede propagarse espontáneamente entre las masas; la única manera de difundirla en las masas es la actividad de los propagandistas, agitadores y organizadores. Lenin colocaba muy alto la figura del propagandista del partido y presentaba las más altas exigencias a los hombres ocupados en la propaganda comunista. Postuló toda una serie de tesis de principios sobre el papel del propagandista y el agitador como guías políticos de las masas. Y estas tesis son hoy fundamentales en la actividad ideológica del PCUS. Lenin afirmó que sólo pueden ser propagandistas y agitadores comunistas aquellas personas profundamente convencidas de las ideas del comunismo que en su actividad práctica hacen todo para afirmarlas. "Se puede llamar a una acción --en el sentido concreto de la palabra, y no en el sentido general-- sólo en el lugar mismo donde la acción se lleve a cabo; y puede hacerlo únicamente quien va a obrar él mismo y en el acto!" -- escribió Lenin.

Lenin consideraba que no quienquiera puede ser propagandista y agitador. Indicaba que una obligación constante del partido es la de ayudar a los obreros destacados por sus aptitudes a transformarse en agitadores, organizadores y propagandistas profesionales, exhortando a incrementar cuidadosamente los cuadros dedicados a la propaganda. Al señalar que los propagandistas y agitadores realmente capaces no surgen frecuentemente, Lenin hablaba de la necesidad de ofrecer a los propagandistas y agitadores talentosos condiciones tales que permitiesen a cada uno de ellos adquirir "experiencia y flexibilidad en su profesión", ampliar "su horizonte y su conocimiento", observar "de cerca

V. I. Lenin. ¿Qué hacer? O. C., t. 6, pág. 71

los demagogos como los peores enemigos de la clase obrera, ... "porque excitan los malos instintos de la multitud y porque a los obreros atrasados les es imposible reconocer a estos enemigos".¹

Lenin consideraba que la "educación de los educadores", la preparación de los propagandistas y agitadores era una importantísima tarea partidaria, y para formarse, debían hacerlo exclusivamente mediante una valoración sistemática y actual de todos los aspectos de la vida política, de "todas las tentativas de protesta y de lucha de las distintas clases y por diversos motivos".²

En consecuencia, un trabajo ideológico eficaz, que forme y desarrolle la actividad revolucionaria de las masas, en primer lugar no puede realizarse sin una teoría revolucionaria, y en segundo lugar no puede hacerse sin cuadros de propaganda y agitación bien preparados e ideológicamente forjados.

Pero a un tiempo, estos dos componentes todavía no resuelven la tarea de una eficaz influencia del trabajo propagandístico en la formación de las masas y del individuo activos. La existencia de una teoría revolucionaria, la preparación y educación de cuadros de educadores son sólo el primer escalón de la encarnación del trabajo propagandístico en acciones activas de los trabajadores. Incluso las más avanzadas ideas, si no son asimiladas por las masas y si las masas no adquieren conciencia de la necesidad de su realización, no pueden por sí mismas modificar la realidad objetiva. "Las ideas --decía Marx-- no pueden nunca ejecutar nada. Para la ejecución de las ideas hacen falta hombres que pongan en acción una fuerza práctica".³ Las ideas "no pueden conducir nunca más allá de un viejo estado de cosas universal, sino siempre únicamente más allá de las ideas del viejo estado universal de cosas".²

Para que las ideas del partido se expresen en el comportamiento social de las masas, los propagandistas y agitadores, armados de la teoría revolucionaria, deben llevar estas ideas a la vida, a las masas y lograr que se arraiguen en las masas. El sistema de la actividad propagandística consiste en difundir la propaganda comunista apoyándose en principios determinados y junto con el contenido

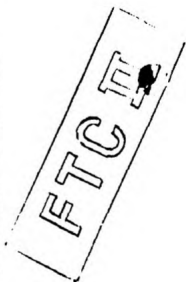
¹ V. I. Lenin. *¿Qué hacer?*, O. C., t. 6, pág. 123.

² *Ibidem*, pág. 162.

³ C. Marx y P. Engels. *La sagrada familia*. Obras, t. 2.

pág. 132.

² *Ibidem*



14.386

WNI

concreto, en las formas, métodos y medios de influencia sobre los individuos y las masas.

Los principios de la propaganda comunista comprenden las tesis fundamentales de los clásicos del marxismo leninismo, que se refieren a las características cualitativas más importantes de la propaganda, las cuales ofrecen una precisa y clara orientación respecto a cómo difundir entre las vastas masas la esencia de la teoría revolucionaria y de la política del Partido Comunista. Mientras las formas y métodos de influencia ideológica son dinámicos y variables componentes del trabajo propagandístico, en cambio los principios del trabajo ideológico son componentes permanentes y no se modifican a través de todas las etapas de la edificación del socialismo y el comunismo. Sin embargo, precisamente estos principios exigen versatilidad y la flexibilidad de formas y métodos del trabajo propagandístico, por lo tanto, son, en última instancia, un importantísimo factor de su eficacia.

Permaneciendo inmutables en sus fundamentos, los principios de la propaganda comunista al mismo tiempo se desarrollan por la actividad creadora y la experiencia del Partido Comunista y se enriquecen con nuevos contenidos. Los principios de la propaganda partidaria fueron elaborados y aplicados por primera vez en la práctica social por V. I. Lenin. Estos principios se han manifestado en sustanciales aspectos y particularidades de la actividad propagandística del partido. Tales son los principios de científicidad, de espíritu de clase y de partido, de la vinculación con la vida, del enfoque histórico concreto en la educación de las masas, los principios de veracidad, claridad, de comprensibilidad y persuasividad de la propaganda. Todos los principios de la propaganda comunista se corporizan en estrecha y orgánica interacción.

La aplicación hábil, creadora e integral de los principios leninistas de propaganda en la práctica, es una importantísima experiencia del PCUS manifestada en las resoluciones de sus congresos.

Examinando los aspectos históricos de la propaganda y el papel transformador de la propaganda de nuevo tipo, comunista, podemos ahora pasar a una más plena y vasta formulación de la esencia de este concepto.

El concepto de propaganda en la ciencia marxista-leninista es empleado en tres sentidos diversos. En el sentido más vasto significa un tipo particular de actividad social dirigida a la difusión de conocimientos, ideas, valores espirituales, etc.

FTC II

M.3.86

(102)

el fin de formar determinadas opiniones, representaciones, situaciones emocionales, y sobre esta base ejercer influencia sobre el comportamiento y actos de los hombres. Si formulásemos brevemente el concepto de propaganda en el sentido citado, diríamos que la propaganda es la difusión e introducción de valores espirituales.

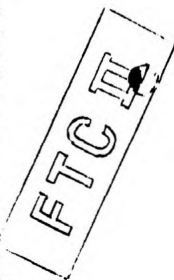
En un sentido más estrecho, la propaganda es la actividad de difusión en las masas de las ideologías y políticas de determinadas clases, partidos y Estados. En este sentido se emplea el concepto de propaganda ideológica o política. Hoy en el mundo se confrontan dos tipos contrapuestos de propaganda: comunista y burguesa.

Un sentido todavía más estricto. La propaganda se determina en el marco de la actividad propagandística comunista cuando se la examina según los problemas de su estructura interna, de la correlación entre propaganda política y agitación política.

Un rasgo distintivo de la propaganda comunista es que sus funciones no se limitan sólo a su carácter ilustrativo-explotivo (aunque esta función es extraordinariamente importante y necesaria), sino que incluyen, además, la tarea de transformación de las ideas, teorías, opiniones en las convicciones de los hombres, en precisas y claras orientaciones ideológicas y vitales apuntadas a una enérgica y consciente actividad en la edificación del comunismo.

Como es sabido, en la URSS, la ideología comunista se introduce en la conciencia de cada individuo por medios de propaganda masiva (prensa, radio, televisión), en el proceso de estudio de las asignaturas sociales y económicas en escuelas de todos tipos, centros de enseñanza superior, así como por la propaganda verbal o escrita (actividades de los propagandistas, conferencias y folletos), la agitación, el sistema de información política, la instrucción política.

Estrechamente unida a la propaganda se encuentra la agitación. Lenin decía que la tarea del propagandista es dar muchas ideas, a un grado tal, que estas ideas serán asimiladas de una vez, sólo por un auditorio relativamente pequeño y más o menos preparado, mientras que la tarea del agitador es la de prenderse del más conocido y comprensible suceso de la vida y por su intermedio dar a las masas una idea. Al mismo tiempo Lenin consideraba que las actividades del propagandista y del agitador eran muy parecidas y que, entre la propaganda y la



11-386

(OW)

agitación no había muro divisor alguno.

Estos conceptos no están separados de la información, cuyo objetivo es ofrecer noticias a la población sobre los problemas de la política, ideología, economía, cultura, etc.

Conviene señalar que las funciones de la información no son algo inmutable, sino que cambian constantemente tanto cualitativa como cuantitativamente. En el socialismo la información juega un papel enorme en la formación de la opinión pública, en la orientación científica de la sociedad y en la difusión de conocimientos. Está en el orden del día el sucesivo aumento de las funciones de la información, el reforzamiento de su papel como importantísima condición para la elaboración de correctas soluciones, como medio de control de las actividades de las diversas administraciones y organizaciones, como medio de reforzamiento de la legalidad y del orden público y como fuente de ampliación de la erudición de los hombres, etc.

No obstante, cada uno de estos conceptos (propaganda, agitación, información, etc.) poseen una significación independiente.

Es imposible alcanzar una dialéctica penetración en la esencia del concepto de "propaganda" sin analizar el carácter de las ideas, opiniones, puntos de vista difundidos, es decir, de la ideología. En la literatura marxista-leninista se entiende por "ideología" el conjunto de ciertas ideas y opiniones, de concepciones y criterios políticos, jurídicos, religiosos, éticos, estéticos y filosóficos que reflejan la vida material de la sociedad. En otras palabras, se denomina "ideología" al conjunto sistematizado de ideas y de valores morales, en los cuales se expresan los intereses económicos y de clase de los hombres y se expresa toda la realidad a través del prisma de estos intereses.

La ideología puede manifestarse bajo la forma de estereotipos de la conciencia masificada nociones sobre el bien y el mal, prohibiciones morales, modelos culturales, prejuicios religiosos, y en diverso tipo de orientaciones de valor. Existieron antes y existen ahora muchas ideologías que se manifiestan precisamente en forma de conjunto de semejantes estereotipos y no bajo la forma de concepciones del mundo integral y teóricamente fundamentadas y tanto menos en forma de programas de reestructuración social. Por ejemplo, la ideología llamada "modo de vida norteamericano" constituye un conjunto de tal tipo de estereoti-

FTC III

4
14.3.86

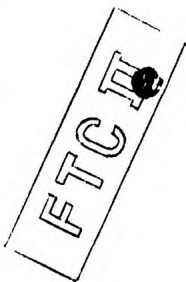
(OW)
-3-

pos. En consecuencia, "ideología" como concepto filosófico puede significar no sólo un conjunto sistemático de ideas, sino también un conjunto de diversos estereotipos de conciencia masificada.

El objeto de nuestro análisis es la propaganda, la difusión de ideas, opiniones y criterios, que expresan los intereses de la clase obrera, la clase más avanzada y más revolucionaria de la época contemporánea. La ideología de la clase obrera —el marxismo-leninismo— es un sistema integral y sólido de concepciones filosóficas, económicas y político-sociales. Se apoya enteramente en las leyes objetivas de la realidad y las expresa adecuadamente. Y en esto se manifiesta su auténtico carácter científico y su diferencia de otras ideologías. Una importantísima particularidad de la ideología marxista-leninista es su capacidad de constante desarrollo, su incompatibilidad con todo enfoque dogmático y no creativo respecto a la realidad, su activo carácter creador y transformador, su hostilidad combatiente a las ideologías burguesa y reformista.

Del mismo modo que la ideología marxista-leninista, la propaganda comunista, por su mismo carácter está regida por un principio propio y auténticamente creador. Una importantísima particularidad reside en que la propaganda comunista está fundada en la *creatividad conjunta, inter-complementaria y reciprocamente enriquecedora* del sujeto y del objeto de la propaganda. La propaganda burguesa otorga función de pensar, el derecho a crear —y sólo en un cierto sentido— exclusivamente a su sujeto. El oyente, lector, espectador, recibe la sola función de ciego y pasivo receptor de la producción propagandística y como resultado, de someterse a sus recomendaciones.

La propaganda comunista está profundamente interesada en el establecimiento de una relación creadora entre el objeto de su influencia y cualquier material propagandístico. Y en ello ve el único y justo camino en la formación de las convicciones del constructor, racional y creador, de la nueva sociedad.



11-3-86

LOWI

65

EXPANSION DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACION

AUDIENCIA

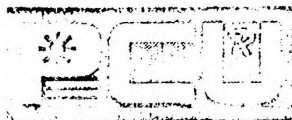
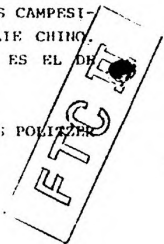
MICROCOMUNICACION	Fotografía	10-500
	Super 8	
	Fotocopiadora	
	Magnetofono	
	Videotape	
MESOCOMUNICACION	Libro	500-30.000
	Revista Especializada	
	Disco	
	Cassette	
	Cablevisión	
MACROCOMUNICACION	Semanario	30.000 a 1 millón
	Diario	
	Cine 35 mm	
	Frecuencia Modulada	
	TV local	
	Radio	
MEGACOMUNICACION	Cadena Radio	1 millón
	Cadena TV	
	Satélite de Telecomunicación	

EL MARXISMO ES UNA CIENCIA, Y LA PROPAGANDA MARXISTA TIENE POR OBJETIVO DEFENDER ESTA CIENCIA EN LAS MASAS. LOS PARTIDOS COMUNISTAS SON EN EL MUNDO ENTERO LOS EDUCADORES DEL PUEBLO. ELLOS LE DAN AL PROLETARIADO ESTA EDUCACION ECONOMICA Y POLITICA QUE EL CAPITALISMO LES NIEGA.

EL MARXISMO QUE EN EL PLAN CIENTIFICO TIENE VALOR PROPIO, AUTONOMO, COMO LA FISICA O LA QUIMICA, DEVIENE ASI CIENCIA DEL PROLETARIADO DEL PUEBLO.

"EL MANIFIESTO DEL PARTIDO COMUNISTA" DE MARX Y ENGELS FUE EL PRIMER GRAN ESCRITO DE PROPAGANDA DEL MARXISMO. LA PROPAGANDA MARXISTA NUNCA HA RETROCEDIDO ANTE LA INMENSIIDAD DE LA TAREA, QUE CONSISTE EN LLEVAR NO SOLOAMENTE LA ECONOMIA POLITICA MARXISTA, SINO TAMBIEN EL MATERIALISMO DIALECTICO A LOS OBREROS Y A LOS CAMPESINOS, AL METALURGICO PARISIEN, COMO AL COOLIE CHINO. PUES EL OBJETIVO DE LA PROPAGANDA MARXISTA ES EL DE ELEVAR A LAS MASAS EN VISTA A SU LIBERACION."

GEORGES POLITZER



11-5-86

167/64

(ON)

8586336