

GUERRA COMUNICACIONAL

IÑAKI GIL DE SAN VICENTE

«Fuh-Tsien –720 a. de C.-- *la repetición es la base del conocimiento, incluso si éste es falso.*
 Texto indio *Los Nueve Desconocidos* –273 a. de C.--: *de todas las ciencias la más peligrosa es la del control del pensamiento de las multitudes, pues es la que permite gobernar el mundo entero.*
 Roma: *una escuela en la que se modelan o se ensayan las primeras formas y técnicas de la propaganda*»¹.

Cuando la Agencia Bolivariana de Prensa (ABP) me pidió un artículo sobre la *guerra comunicacional* para publicarlo en el primer día de la nueva página, lo primero que pensé fue la necesidad de explicar por qué debemos hablar de guerra comunicacional. Lo segundo en qué pensé fue sobre la necesidad de ver lo esencial de la larga y cruenta historia del choque frecuentemente sangriento entre el poderoso sistema de comunicación de la minoría dominante y propietaria de las fuerzas productivas, y el débil sistema comunicativo de las mujeres, clases y pueblos explotados, expropiados de sí mismos. Y lo tercero, basado en lo anterior, en atreverme a sugerir algunas ideas sobre cómo debiera ser nuestra guerra comunicacional, la que hace la humanidad explotada.

Ahora que parece que el capital domina de manera absoluta y que sus aparatos militares, la OTAN sobre todo, intervienen activamente en desarrollar nuevas formas de sojuzgamiento psicológico, comunicacional y filosófico-científico como la denominada «guerra cognitiva», cuyo uno de sus objetivos es acabar con Venezuela², ahora y como siempre es necesario disponer de una base histórica elemental que muestre que nunca ningún poder opresor ha podido imponerse de manera definitiva a las resistencias de la gente explotada a pesar de su enorme superioridad material y cultural. Debemos estudiar por qué ha sido y está siendo así para mejorar nuestra *guerra comunicacional*.

1. SOBRE LA GUERRA COMUNICACIONAL

Debemos utilizar el concepto de guerra comunicacional porque surge de la impecable lógica de la argumentación que demuestra que el neolenguaje creado por la industria cultural y político-mediática pertenece a la «estrategia de dominación imperial» inserta en la larga «guerra cultural»³ que se recrudece día a día. Samir Amín definió a la cultura como la forma de producir y distribuir los valores de uso, lo que llevado a la comunicación indica que ésta sólo es libre y creativa cuando sirve para impedir la supremacía de los valores de cambio, del fetichismo de la mercancía. La mercantilización del conocimiento y por tanto de la comunicación existía definitivamente ya en la época de Platón, desde finales del siglo –V, aunque surgió

¹ E. Ferrer Rodríguez: *De la lucha de clases a la lucha de frases*. Taurus. México 1995, pp. 26-48.

² <https://elsudamericano.wordpress.com/2022/03/24/guerra-cognitiva-por-ricardo-chang/>

³ Eliades Acosta Matos: *Imperialismo del siglo XXI: las guerras culturales*. Casa Editora Abril, La Habana 2009, pp. 323-347.

embrionariamente conforme se generalizaba el uso del dinero. Por esto tiene razón P. Burke cuando cita esta frase de Johnson: «El mismo saber es una forma de comercio»⁴.

Dado que, en la sociedad basada en la mercancía, el saber es una forma de comercio, por ello el saber tiene en su interior una contradicción insoluble entre la objetividad crítica y emancipadora inherente al valor de uso y la subjetividad sumisa y reaccionaria inherente al valor de cambio. El poder basado en la propiedad privada necesita que ese saber comercializado se reproduzca mediante un sistema comunicacional privatizado y sujeto a ese poder, de aquí que debemos responder a la pregunta: «¿Qué enseñan los que enseñan comunicación?»⁵. La respuesta es sencilla: enseñan cómo manejar las armas clásicas de la guerra comunicacional opresora y cómo crear otras nuevas para responder a las armas defensivas de la comunicación revolucionaria.

Dax Toscano⁶ ha desmenuzado brillantemente cómo actúa la guerra comunicacional imperialista activando al máximo la interacción entre guerra psicológica y guerra mediática bajo la dirección de la OTAN. La sinergia de poder socioeconómico y poder político-militar, subsumidos en la reproducción ampliada del capital, que determina entre otras cosas que la comercialización del saber vaya unida a la legitimación del terror imperialista, es la que explica por qué y para qué la OTAN haya subcontratado la guerra comunicacional a empresas oficialmente «privadas»⁷ de «relaciones públicas».

Es decir, que la OTAN sabe perfectamente desde hace tiempo que la lógica mercantil del valor de cambio es la que mejor penetra en la cotidianeidad alienada pública y privada. Las lecciones que ahora mismo se están sacando de la sistemática agresión del fascismo ucraniano sostenido por la OTAN al pueblo de Donbass⁸ que dura ya 8 años con alrededor de 14.000 muertos y decenas de miles de heridos, y que ha provocado la intervención defensiva de Rusia, indican cómo se ha agilizado la interacción entre la guerra propagandística de las grandes agencias de «relaciones públicas» occidentales y los nazis ucranianos⁹, ambos unidos por el mismo objetivo reconocido por el presidente norteamericano Joe Biden: derribar al gobierno ruso de Putin. ¿Para qué? No sólo para poner a un gobierno títere al estilo del venezolano Guaidó o del Quisling noruego, sino sobre todo para destruir las raíces del avance comunista en Rusia.

Ludovico Silva demostró que la alienación surge en el proceso de tránsito universal del valor de uso al valor de cambio. En el capitalismo esta deshumanización se aceleró desde la década de 1880, cuando las empresas van abandonando sus departamentos de publicidad pasando a encargársela a las agencias publicitarias independientes. El primer libro de psicología publicitaria salió al mercado en 1909 y su tesis básica es hoy más cierta que entonces: la venta se casi segura cuando el vendedor ha penetrado en las motivaciones inconscientes del comprador, por tanto, el vendedor debe conocer las fallas de su personalidad para hacer realidad el principio de que el comprador debe proyectarse en e identificarse con el modelo social que ofrece el producto que compra¹⁰.

4 Peter Burke: *Historia social del conocimiento*. Paidós, Barcelona 2002, pp. 193 y ss.

5 F. Buen Abad: *Filosofía de la comunicación*. Editorial Amanecí de Bala. Caracas 2013, pp. 455-524

6 Dax Toscano: <http://lhblog.nuevaradio.org/b2-img/DaxVillanosHeroes.pdf>

7 <https://mpr21.info/la-otan-ha-subcontratado-la-propaganda-de-guerra-a-grandes-empresas-de-relaciones-publicas/>

8 Denis Grigoriuk; <https://www.resumenlatinoamericano.org/2021/04/30/donbass-una-guerra-ignorada/>

9 <https://actualidad.rt.com/actualidad/425098-investigacion-muestra-masivo-sistema-propaganda-ucrania>

10 J. A. C. Brown: *Técnicas de persuasión*. Alianza Editorial. Madrid 1984, pp. 155 y ss.

Ese modelo social es el burgués que ya para 1909 entraba en su fase imperialista, en la que la guerra comunicacional en todos sus sentidos es más importante aún que lo que lo era en la fase colonialista. Simultáneamente, en 1908 la burguesía británica potenció las bibliotecas públicas para la formación intelectual de la clase obrera según las necesidades industriales, de modo que se guiaba a los y las trabajadoras para que leyeran libros que ya estaban previamente cribados por la censura estatal, aunque casi al instante los y las lectoras trabajadoras, la infancia y la juventud obrera, empezaron a escoger «lecturas furtivas»¹¹, de autores críticos con el orden capitalista.

Pero la burguesía reaccionaba intensificando la interacción entre consumismo, alienación y sistemas de control social. Leamos a D. Rushkoff: «Igual que el interrogador de la CIA evalúa las características *psicológico-emocionales* y *geográfico-culturales* del sujeto, el vendedor de coches reúne información durante la etapa previa a la aproximación mediante un proceso denominado *blueprinting* [...] un buen vendedor evita inicialmente el tema de los coches y, a través de lo que aparenta ser amistad, llega al núcleo del asunto: la vida emocional del cliente potencial»¹². Leámosle esto también:

«En la década de los ochenta, todas estas técnicas de *guerra psicológica* fueron reunidas en un volumen de la CIA bajo el nombre de *Counter Intelligence Study Manual*, utilizado principalmente en los conflictos de América Central ([...] Para reunir información sobre una determinada población, los agentes se mezclan entre la gente y asisten a “actividades pastorales, fiestas, cumpleaños e incluso velatorios y entierros” con el fin de estudiar sus creencias y aspiraciones. También organizan *grupos de discusión* para medir el apoyo local a las acciones planeadas. El proceso de manipulación se pone en marcha y los agentes identifican y reclutan a “ciudadanos bien situados” para que sirvan como modelo de cooperación, ofreciéndoles trabajos inocuos aparentemente importantes. A continuación, transmiten conceptos difíciles o irracionales a través de eslóganes simples [...] En los casos en que los intereses de la CIA se oponen de modo irreconciliable a los de la población, el manual sugiere la creación de una organización que actúe como *tapadera*, con una serie de objetivos muy diferentes a sus verdaderas intenciones. Finalmente, todos los esfuerzos por garantizar la conversión deben adaptarse a las tendencias preexistentes de la población seleccionada: “Debemos inculcar a la gente toda esta información de forma sutil, para que esos sentimientos parezcan haber nacido por sí mismos, espontáneamente”»¹³.

Josep Fontana puso al aire los secretos de la «guerra fría cultural»¹⁴ anticomunista coordinada y planificada por el imperialismo. La guerra comunicacional tiene en su industria cultural un poderoso instrumento de alienación de masas: el Pentágono creó en secreto y sutilmente los guiones de no menos de 800 películas¹⁵ muchas de ellas de amplísimo «éxito de audiencia», es decir de alta rentabilidad económica, política e ideológica. Esta guerra cultural no es exclusiva del Pentágono sino que es común a todo el imperialismo aunque sea de tercera fila: en el Estado español escritores, cineastas, artistas e intelectuales de pesebre son elevados a la fama y mantenidos en ella por sus

11 Martyn Lyons: «Los nuevos lectores del siglo XIX: Mujeres, niños, obreros». *Historia de la lectura*. Taurus, México 2006, pp. 500 y ss.

12 Douglas Rushkoff: *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*. La Liebre de Marzo. Barcelona 2001, p. 61.

13 Douglas Rushkoff: *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*. Opus. Cit. pp. 164-165.

14 Josep Fontana: *Por el bien del imperio*. Pasado & Presente. Barcelona, 2013, pp. 125-133.

15 Walter Goobar: <http://www.cubadebate.cu/especiales/2021/10/03/el-pentagono-fue-el-guionista-secreto-de-800-peliculas-de-hollywood/>

servicios de nula calidad pero que legitiman la opresión de las naciones ocupadas por su Estado.

La renovación y actualización de la guerra cultural anticomunista se constante viendo cómo varían de objetivo formal esas películas según las necesidades imperialistas, pero manteniendo el mismo fondo¹⁶. Los llamados «periodistas» destacan en la poderosa maquinaria que interviene de «forma sutil» tal cual aconsejaba Sun Tzu hace 2400 años, como veremos. Ese sigilo es muy valorado por el capital que los premia nada menos que con el premio Nobel, pero persigue con saña para aniquilarlos psíquicamente como está haciendo con Assange¹⁷ y muchos otros, o asesinarlos.

La guerra comunicacional tiene también como otro objetivo prioritario acabar con las culturas y lenguas de los pueblos, en nuestro caso de los de Nuestramérica¹⁸, que como veremos más adelante ha dado impresionantes muestras de guerra cultural y comunicacional en defensa de sus identidades. Tengamos en cuenta que al ser la lengua el ser comunal que habla por sí mismo, según la feliz definición de Marx, el exterminio de la lengua implica el exterminio del ser comunal que vive, crea y se comunica en y mediante ese complejo lingüístico-cultural. Destruída la comunidad autoconsciente es impuesta la sociedad multidivida funcional al imperialismo.

Por esto tiene razón Fulgencio López y Rivas cuando dice que: «Considero importante conocer a fondo el sistema de explotación-dominación que enfrentamos, pero es también fundamental confiar en la capacidad y voluntad de los pueblos para desarrollar estrategias de lucha que combinen creatividad con eficiencia, centralidad con autonomía, principios éticos con construcción de alternativas, [...] Nuestros enemigos son poderosos, pero no invencibles»¹⁹.

2. SOBRE LAS DERROTAS DE LA GUERRA COMUNICACIONAL

En efecto, el enemigo de la humanidad no es invencible pese a su poderío. Hagámonos la pregunta: ¿por qué está fracasando desde hace +/- 4500 años el mensaje represor contenido en el poema de Gilgamesh²⁰ que muestra entre otras ferocidades el deseo de los «dioses», la clase dominante, de crear una especie humana sumisa, obediente, que se dejase explotar por y para ellos de por vida y que ni siquiera pudiera disfrutar del placer sexual? Pese a las ambigüedades de ser un poema, puede que Gilgamesh sea la primea muestra de guerra comunicacional entre opresores y oprimidos, y pese a ser un poema tiene una actualidad estremecedora: los «dioses» querían construir una especie humana incapaz de reproducirse a sí misma para que no tuviera ni siquiera sentimientos para asumir la resistencia: ¿bio-autómatas para la guerra cognitiva?

16 Eduardo García Granado: <https://www.elsaltodiario.com/comunismo/nuevos-lugares-de-la-propaganda-anticomunista-de-siempre>

17 Oscar Grenfell: <https://www.wsws.org/es/articles/2021/10/19/assa-o19.html>

18 Luis Enrique López: <https://estrategia.la/2022/02/09/emergencia-linguistica-en-america-latina-y-el-caribe/>

19 Gilberto López y Rivas: *Estudiando la contrainsurgencia de Estados Unidos*. PyV Editores. México 2020, pp. 161-162 <https://vocesenlucha.com/wp-content/uploads/2020/12/GILBERTO-LOPEZ-Y-RIVAS.-ESTUDIANDO-LA-CONTRAINSURGENCIA-DE-EEUU.pdf>

20 Abel Rebollo: «Una historia de rebelión y diluvio». *Días rebeldes*. Octaedro. Barcelona, 2009, pp. 10-12.

Fu-Tsien escribió durante la dinastía Zhou (-1046/-256), conocía las tácticas de manipulación en la China del -720 porque alrededor del -1500, durante la dinastía Shang (-1600/-1046), ya existían críticas al «cielo», al poder, porque causaba «dolor», oprimía; la dinastía fue derrocada por una rebelión social y una revolución política que dio paso a la dinastía Zhou, inicialmente tenida como justa por el pueblo. Pero el mayor uso del hierro enriqueció a la clase dominante lo que agudizó la lucha de clases por las protestas y resistencias a la opresión: «Los plebeyos eran considerados “criminales” si osaban levantarse contra los nobles esclavistas, y siempre condenados a ser esclavos para todo tipo de servicios. Pero eso no quiere decir que fueran esclavos de por vida. En general lograban liberarse cuando cumplían la condena»²¹

Para el -720 la dictadura de la propiedad privada avanzaba en China, y con ella la economía mercantil que a pesar de no ser capitalista ya tenía en su seno el cáncer de la ley del valor, de la escisión mano/mente, entre el trabajo físico y el intelectual, y la explotación patriarcal, tres de las claves de toda comunicación opresora hasta el presente, tal cual la determina la propiedad privada. Esta forma de propiedad se enfrentaba a otras comunales y públicas en una guerra social larvada pero permanente que estallaba en rebeliones campesinas y de otras capas trabajadoras. Tan larga evolución confirma el papel medular de la crítica marxista del valor y la de su actualización²² permanente.

En ese mismo siglo. -VIII se empezó a escribir la *Biblia*, un conjunto de libros manipulados al extremo que, por eso mismo, constituye una de las bases históricas de la *guerra comunicacional* en su sentido más brutal: el de la «comunicación» con dios y entre los humanos mediante la «ofrenda», el sacrificio sagrado y el canibalismo ritual²³, de modo que quien se niegue a esa forma de inter-comunicación es condenado al infierno eterno. Los poderes que se sostienen entre otros medios también en la Biblia o en otros ritos sacrificiales como la forma excelsa de comunicación, se esfuerzan en ocultar el contenido sociopolítico material o simbólico²⁴ también actual del sacrificio sagrado.

El emperador chino hacía un sacrificio anual hasta el último año del imperio, 1911. Millones de campesinos dependían psicológica y emocionalmente del resultado de esa liturgia sacrificial porque creían que aseguraba o arruinaba las cosechas de todo el año, por ello estaban interesados en mantener el orden establecido. Tal creencia reaccionaria se basaba en parte en la guerra comunicacional practicada por la dinastía Qin en -221, tras llegar al poder con traiciones, guerras, ejecuciones de muchos miembros de las castas intelectuales, y de quemar de documentos y libros peligrosos para la dinastía.

El terror, la fe y la dependencia hacia el poder sacrificial del emperador chino no debe extrañarnos, en Europa el absolutismo en su sostenida guerra múltiple contra el feudalismo, recurrió a lo mismo «mediante una interminable literatura apologética, ceremonias, escenificaciones, trajes, analogías populares (como la de la colmena humana que, como las abejas, necesita un rey), mediante los atributos mágicos del rey sanador [...] No se puede ignorar este poderoso retorno del carácter sacerdotal de la

21 Bai Shouyi et alii: *Breve historia de China*. Lenguas Extranjeras. Beijing, 1984, p. 79.

22 F. Sierra Caballero: *Marxismo y comunicación*. Siglo XXI. Madrid 2020, pp. 248-256.

23 Boris Morris: *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Paidós, Barcelona, 1995, p. 258.

24 Patrick Tierney: *Un altar en las cumbres*. Muchnik Editores. Barcelona 1991, pp. 433-434.

monarquía que, desde los “milagros” reales hasta los “misterios del Estado”, hacen del absolutismo “una especie de religión”²⁵. Hasta 1945, el emperador japonés fue adorado como dios por millones de súbditos que asesinaron en masa a otros pueblos obedeciendo sus órdenes y se dejaron matar por él.

Más adelante analizaremos cómo la actual guerra comunicacional opresora subsume los «atributos mágicos» del poder capitalista en el altar del sacrificio mercantil. Ahora hemos de concluir este sucinto basamento histórico. En efecto, y pese a la efectividad del sistema de alienación y manipulación del poder, las resistencias no desaparecieron de modo que hasta el *Tao Te King*, que la tradición data en el s. –VI, y que aparentemente predicaba la meditación apolítica, contiene críticas al poder: «los taoístas aplicaron su doctrina del *tao* a los fenómenos sociales. Según ellos las desgracias del pueblo provienen de que los gobernantes violan la ley natural del *tao*. “El pueblo pasa hambre porque sus gobernantes lo agobian con demasiados impuestos (ss. XXII.). El pueblo necesita libertad. “No estreches su morada, ni desprecies su vida”, se dice en el *Tao te King* (ss. LXXV.)»²⁶.

Fue en este contexto que en el siglo –V Sun Tzu escribió en el *Arte de la guerra*: « Todo el arte de la guerra está basado en el engaño [...] Ofrece un señuelo a tu enemigo para hacerle caer en una trampa [...] Ponle en aprietos y acósale [...] Si está unido, divídele [...] Atácale donde no esté preparado. [...] Impalpable e inmaterial, el experto no deja huellas; misterioso como una divinidad, es inaudible. Así pone al enemigo a su merced»²⁷. Si observamos el funcionamiento de la fábrica de producción de ideología burguesa, de la industria político-mediática, etc., veremos la vigencia de Sun Tzu: sus relaciones con el poder y el secreto con el que funcionan internamente hasta que sacan al mercado sociopolítico sus nuevas armas físicas y culturales. Su sigilo, denunciado desde los primeros escritos de Marx y que la OTAN practica con extremo cuidado²⁸, busca también reducir al máximo o impedir que las clases explotadas tengan tiempo para reflexionar críticamente sobre su «extrema e inaceptable»²⁹ situación.

No podemos extendernos más en los métodos de persuasión, manipulación, teledirección y control social, etc., en India y Roma, ni en la Mesoamérica preclásica como la Olmeca, ni tampoco en la guerra comunicacional opresora del recién fundado imperio azteca que en 1427 borró la historia anterior y creó una nueva³⁰ dejando marcadas las diferencias entre minoría dominante y mayoría dominada. Para terminar este recordatorio histórico, veamos dos casos directamente relacionados con las contradicciones insertas en la guerra comunicacional y en sus tecnologías a las que luego volveremos.

Primera: caciques quichés en Guatemala escribieron en su lengua pero con caracteres latinos el *Popol Wuj* en 1556 quizás para usarlo en reuniones clandestinas, texto oculto a los invasores hasta 1702. También se escribieron el *Memorial de Sololá*, y a finales

25 P. Dardot y Ch. Laval: *Dominar*. Gedisa, Barcelosn 2021, pp. 326.

26 AA.VV.: «Nace y se desarrolla el pensamiento filosófico en la Antigua China». *Historia de la filosofía*. Grijalbo. México. 1960, tomo 1. P. 61-62.

27 Sun Tzu: *El arte de la guerra*, Fundamentos, Madrid 1974, pp. 49-53-90

28 Daniele Ganser: *Los ejércitos secretos de la OTAN*. El Viejo Topo, Barcelona, 2010, p. 335 y ss.

29 Jule Goikoetxea: *Estallidos*. Bellaterra Edicions. Barcelona 2021, p. 199.

30 Álvaro Cruz García: *Los Aztecas*. Edimat. Madrid 2006, pp. 23-24-39-40. .

del siglo XVIII yucatecos lo hicieron con sus tradiciones, denominándolas *Chilam Balam*³¹. Y segunda, las naciones originarias aprendieron muy pronto a montar a caballo y a usar las armas de fuego contra el invasor. El caballo era un animal desconocido y fue vital durante siglos en las comunicaciones y la guerra. También desconocían el hierro y más aún el acero y la pólvora pero se apropiaron de esas tecnologías para defenderse.

3. SOBRE LAS LECCIONES DE LA GUERRA COMUNICACIONAL

El exterminio de periodistas en México; el terror como método de silenciamiento de la verdad y de imposición de la mentira en Colombia, que al entrar en la OTAN pasa a ser un peligro mortal³² para Nuestramérica; la sumisión de mucha prensa en Brasil a las barbaridades negacionistas y filofascistas de Bolsonaro; la censura que avanza por la «democrática»³³ Europa aplastándolo todo bajo la apología encubierta del nazismo ucraniano³⁴ y de la corrupción de su gobierno³⁵; el férreo monopolio de la industria político-mediática yanqui e imperialista; el reforzamiento de la educación autoritaria y tecnicista...; esta realidad es la otra cara de la contradicción inherente a lo que podemos llamar «dialéctica del telégrafo» planteada por Marx, que es una expresión de la dialéctica de la lucha de clases.

¿Qué sería la «dialéctica del telégrafo»? Según Marx el telégrafo permitía una instantánea comunicación con los efectos positivos que ello tenía, pero a la vez y en sentido contrario, permitía una instantánea difusión de las mentiras y manipulaciones. Es muy probable que Marx pensase en el terremoto intelectual que supuso la imprenta desarrollada en Europa después que en China y en la misma época de la guerra comunicacional opresora de los aztecas que hemos citado. La imprenta facilitó la guerra comunicacional diseñada en el Concilio de Trento que más que una Contrarreforma fue una contrarrevolución³⁶.

Pero la imprenta a la vez propagó el protestantismo, el comunismo utópico anabaptista, la filosofía materialista, el librepensamiento ateo, la ciencia, etc., contra la censura y la Inquisición, un aparato represivo global «en el que los intereses religiosos estuvieron fuertemente mezclados con los políticos y económicos»³⁷. No hizo falta que la Inquisición torturada a Galileo porque renegó de sí al ver³⁸ los aparatos del suplicio, del tormento, pero Giordano Bruno no renegó y fue quemado vivo, al igual que muchas personas que llevaron su defensa de la verdad y de la libre comunicación hasta inmolarse.

31 Jesús Mosterín: *El pensamiento arcaico*. Alianza Editorial. Madrid 2006, pp. 264-265.

32 Julián Rivas entrevista a Raimundo Kabchi:

<https://www.pakitoarriaran.org/index.php/entrevistas/raimundo-kabchi-la-otan-en-colombia-es-un-peligro-para-america>

33 Elías Lavín: <https://www.laizquierdadiario.com/Europa-propone-censurar-a-los-medios-de-comunicacion-que-contradigan-a-la-UE-frente-al-conflicto-de>

34 Juanlu González: <https://insurgente.org/juanlu-gonzalez-desnazificar-ucrania/>

35 Elena Loginova: <https://www.boltxe.eus/2022/03/19/los-papeles-de-pandora-revelan-las-posesiones-en-paraisos-fiscales-del-presidente-ucraniano-y-su-circulo-intimo/>

36 Neil Faulkner: *De los neandertales a los neoliberales*. Pasado & Presente, Barcelona 2013, p. 153.

37 J. Caro Baroja: *El señor inquisidor*. Altaya, Madrid 1996, p. 147.

38 Hubert Krivine: *La Tierra. De los mitos al saber*. Biblioteca Buridán. Barcelona 2012, p. 234.

Creo que fue Lenin quien dijo que sin el teléfono la revolución bolchevique hubiera tenido que superar muchas más dificultades para vencer, aunque también lo usara el Zar. Martí, Mariategi, Ho Chi Min y tantas otras personas libertadoras estudiaron el marxismo en las entrañas de los imperialismos que aplastaban a sus pueblos, EEUU, Europa, Francia. Recordemos cómo los pueblos originarios transformaron las técnicas y saberes de los invasores en armas de su guerra material y comunicacional de liberación. Si Mussolini utilizó masivamente la radio en su propaganda, también lo hizo la Radio Rebelde en Cuba. El programa diario '*Aló, presidente*' de Hugo Chávez ayudó sobremanera al avance de la Venezuela bolivariana.

La red de Internet fue creada en gran medida por exigencias militares del imperialismo, pero al poco tiempo ya empezaba a ser usada limitadamente contra el capital, aunque por ello mismo, cada vez está más controlada y censurada. La guerra comunicacional no tolera la libertad de pensamiento crítico, por eso para mediados de 2018 se acumulaban los indicios de que se empezaría a reprimir el empleo revolucionario de la red³⁹ porque el imperialismo preparaba una nueva guerra fría. Pese a la represión incrementada, por ahora va tomando fuerza la pregunta sobre qué utilidad liberadora puede darse a las nuevas tecnologías que permiten formas de socialización crítica no controladas por el poder, como es el caso de algunos videojuegos⁴⁰.

Para ir concluyendo, si ojeamos la mitología reaccionaria de Gilgamesh, la propaganda gráfica egipcia sobre la batalla de Qadch de hace +/- 3300 años, la manipulación de textos notoria y escandalosa en la Biblia por poner un ejemplo, el papel del cine y de los videos trucados en el presente..., además de descubrir la sombra de la OTAN⁴¹ en la actualización de esos métodos históricos, también vemos varias las constantes que recorren las guerras comunicacionales durante estos milenios:

Una, que las muchas formas de manipulación por sí solas no anulan total ni definitivamente las resistencias de las clases y naciones explotadas, porque éstas resurgen tarde o temprano. Una tarea decisiva en esta recuperación es la de las organizaciones que intervienen en la guerra comunicacional oprimida, que actúan frecuentemente de manera invisible, como hormiguitas o como topes que minan las bases subterráneas del poder comunicacional opresor.

Dos, aspectos decisivos de esta militancia subterránea son la denuncia de la dictadura del dinero y de la explotación con ejemplos cotidianos directos y visibles de inmediato por la gente; la explicación pedagógica basada en ejemplos de que es posible y sobre todo deseable construir pequeñas pero referenciales prefiguraciones prácticas de que ese futuro deseado es factible en cierta medida; que en esa dinámica la creación de contrapoderes sociales, populares, obreros, etc., es imprescindible; y que de nada sirve avanzar de la autoorganización, a la autogestión y después a la autodeterminación sino no se asume organizativamente la necesidad de la autodefensa.

Tres, en este ascenso la pedagogía del ejemplo, al decir del Che, es la base sobre la que la guerra comunicacional liberadora avanza mediante la reunificación del trabajo

39 Andre Damon: <https://www.wsws.org/es/articles/2018/10/18/pers-o18.html>

40 <https://shangri-laediciones.com/producto/protestas-interactivas-el-videojuego-como-medio-de-reivindicacion-politica-y-social/>

41 Jorge Elbaum: <https://rebelion.org/informacion-falsa-imagenes-adulteradas-videos-trucados-y-censura-al-servicio-de-la-otan/>

manual con el intelectual, de la mano con la mente. Nunca nos cansaremos de insistir en este punto crucial porque tanto el patriarcado como el racismo, además de la explotación de clase, se sostienen en el poder de la minoría propietaria para monopolizar el saber y la comunicación. La lucha contra el fetichismo de la mercancía es el otro componente de la lucha contra la supremacía del trabajo intelectual sobre el manual, y muy especialmente cuando se trata de la producción de vida y de la reproducción de las condiciones sociales de producción.

Cuatro, los «atributos mágicos» del poder a los que nos hemos referido arriba cambian de forma con el capitalismo, y en la «sociedad digital» se materializan en la culto sacrificial al irascible poder mágico del capital ficticio. En este culto, el monaguillo es la casta política, el sacerdote es la burguesía y Moloch es la ley general de acumulación y la ley tendencial de la caída de la tasa de ganancia. Así, la libertad es asesinada como práctica material y su espectro aparece como ficción mercantil en el altar del sacrificio de la fuerza de trabajo. Por tanto, sólo existe comunicación revolucionaria si ataca la magia del dinero, el fetichismo de la mercancía y la perversidad divina que se sostiene en el valor y en el trabajo abstracto. Naturalmente, esto supone la muerte de la civilización del capital, y de ahí la desesperada brutalidad de la guerra comunicacional imperialista.

Cinco, que las gentes comprometidas en este proceso complejo, reversible y sinuoso, siempre terminan sufriendo dosis de preocupación, temor y miedo provocado por las represiones que crecen en la medida en que, a la vez, van debilitando su efectividad las tácticas de manipulación y de la guerra comunicacional opresora. Para superar estos momentos y presiones es imprescindible pertenecer a movimientos sociales y populares que aportan alegría, confianza, apoyo, solidaridad y en especial aportan una perspectiva de clase y de nación trabajadora insustituible, pero también es necesario conocer la historia de la lucha de clases y pertenecer a una organización o partido revolucionario que eduque a su militancia en cómo superar esos peligros.

Seis, mientras que esto sucede, el poder va abandonando o reduciendo los sobornos y cooptaciones para aplicar una violencia creciente destinada a masificar el temor y el miedo popular, sobre todo el de las personas resistentes y críticas con responsabilidades importantes en la guerra comunicacional liberadora. Abundan las deserciones, cambios de chaqueta, etc., de intelectuales, periodistas, profesionales de la política y del sindicato, etc., que terminan claudicando a esas presiones, vendiéndose por dinero o por tranquilidad sumisa. Los grupos, colectivos, movimientos, organizaciones, sindicatos, partidos...han de prevenir estas deserciones con medidas que impidan la burocratización.

Siete, que por fin y si la lucha de clases sigue ascendiendo, el poder termina aplicando el terror contra los medios populares de comunicación gracias a su monopolio de la violencia porque sabe que si no lo hace el creciente contrapoder de la resistencia pasará a ser un doble poder que busca destruir el poder opresor y desarrollar el poder liberador. Una vez más, las organizaciones que militan en esa y otras luchas han de prepararse para resistir física y mentalmente esas agresiones.

Y ocho, que con diversas intensidades según los casos y niveles, en cada una de esas constantes las personas críticas que asumen tareas concretas en la guerra

comunicacional oprimida, han sido objeto de especial vigilancia, control, chantaje, soborno, cooptación y represiones varias hasta terminar en exiliadas, encarceladas, asesinadas o desaparecidas. Dicen los reaccionarios que la cultura no ocupa lugar, lo que es mentira porque también y además de exigir mucho dinero y tiempo sólo disponible por la clase dominante, también las cárceles y las fosas están llenas de personas cultas, es decir, revolucionarias.

EUSKAL HERRIA 27 de marzo de 2022