

Artículos

Propaganda, democracia y revolución

Eduardo Sancho*

Resumen

Es necesario reconocer que Estados Unidos cuenta con un poderoso aparato propagandístico y que sus productos son los más consumidos por los latinoamericanos. El gobierno norteamericano está utilizando tal aparato para reforzar sus políticas y diplomacias en orden a seguir manteniendo la hegemonía imperial norteamericana. Asimismo es necesario reconocer con sinceridad el inmenso poder de la derecha salvadoreña para vender su imagen política e influenciar de forma determinante a la opinión pública.

Esta situación plantea un reto propagandístico para el FMLN, el cual debe atender sobre todo a los indecisos informándoles de las acciones y pretensiones del movimiento popular. Después de una serie de reflexiones sobre el papel de la propaganda desde la perspectiva del FMLN, el autor anuncia cuál será la política del próximo gobierno revolucionario sobre los medios de comunicación social.

*Hacer política es hacer opinión,
hacer opinión es hacer política.*

A nosotros los salvadoreños y los latinoamericanos nos ha tocado vivir en una parte del planeta donde las imágenes fabricadas por los aparatos propagandísticos de Estados Unidos son las que más se venden y las que más compran las mayorías de nuestros pueblos.

Los norteamericanos tienen la hegemonía y son los maestros en la producción de propaganda y de

imágenes. Este es un hecho que tenemos que reconocer. El primer paso para superarlo es conocer mejor la desventaja que tenemos frente a ellos y reconocerla sinceramente.

1. La propaganda norteamericana en la era de Bush

La propaganda de la era de Bush parece estar centrada en un objetivo, recobrar para Estados Unidos la imagen de "gendarme de la democracia

* Comandante del FMLN.

en el mundo." Cualquier situación mundial da pie para que el presidente Bush opine y dictamine como árbitro universal. A él antes que a nadie le corresponde señalar y condenar cualquier atentado contra la democracia. Y si puede, no sólo opinará, sino que actuará también como gendarme imponiendo represalias económicas y políticas para rectificar cualquier tendencia antidemocrática.

La propaganda norteamericana pretende vender como único modelo válido de democracia el modelo occidental de corte norteamericano. Por lo tanto, todos los procesos políticos sin excepción deben medirse en relación a este *patrón oro* universal.

Los objetivos hegemónicos de dominio imperial, heredados de la era de *los paladines de la libertad* de Ronald Reagan, una era militarista, han permanecido inalterables. Sin embargo, se ha cambiado el procedimiento para llevarlos adelante. En la actualidad usarán medios políticos y diplomáticos, reforzados por un fuerte aparato propagandístico. Este aparato propagandístico norteamericano tiene como centro de su máximo interés los procesos electorales de los diferentes países, pues afirma que tales procesos son los que pueden parir *una verdadera democracia*. Con un gran despliegue propagandístico, con mucho dinero y desplazando al país en elecciones agentes de esa misma propaganda se confecciona una eficaz receta para desestabilizar los procesos políticos internos. El caso de Panamá es paradigmático. La injerencia del gobierno de Estados Unidos en el proceso electoral nicaragüense lo está siendo también.

La *guerra de baja intensidad* ha empezado a ser sustituida por la fórmula *democracia de baja intensidad*, la cual significa una permanente intervención política de Estados Unidos para estimular, en los países no sometidos a su imperio, la disidencia y la contrarrevolución o para *ganar para la democracia* los procesos electorales en curso.

Pero esto no es todo. El capitalismo norteamericano está cobrándole la factura política al proceso de cambios que se está dando en los países

socialistas, queriendo demostrar con una hábil propaganda que el socialismo ha fracasado. El fracaso del socialismo se debería al fracaso de su economía y por la ausencia de democracia. Este argumento propagandístico pretende hacer creer que el socialismo esta regresando al capitalismo y al modelo de democracia occidental. Asimismo trata de vender otra idea: la urgencia de democratizar a los países socialistas. Naturalmente, esta tarea corresponde a occidente, pues sólo él posee la única fórmula válida. Finalmente, también tratan de convencer a los países subdesarrollados de no experimentar con el socialismo porque es un sistema superado y desprestigiado. Esta propaganda está causando una confusión que es necesario tener en cuenta.

De ese caldo propagandístico ha surgido la mejor etiqueta para satanizar aún más a nuestros movimientos de liberación nacional a los cuales llama grupos obsoletos, enemigos de la democracia y de la libertad, terroristas —ahora aliados de los narcotraficantes—, empecinados defensores de un sistema que está siendo barrido por los vientos de la democracia. Por aquí van los tiros de la actual guerra propagandística.

Durante años, el movimiento revolucionario ha subestimado la técnica y el arte de la propaganda y no ha sabido estimar en lo que vale el poder de la propaganda norteamericana. Semejante subestimación ha aumentado nuestra desventaja. No podemos, sin embargo, subestimar a los artífices de la propaganda norteamericana porque son maestros en esta ciencia y en este arte, y porque estamos en franca desventaja dados nuestros reducidos recursos, tanto ahora que estamos luchando por la liberación nacional como mañana, cuando ya estemos en el poder.

Es fácil engañarse porque la maestría, el poder y la resonancia de la maquinaria propagandística son considerables. Esta campaña contra el socialismo y los movimientos revolucionarios es una ofensiva propagandística destinada a hacernos creer que Estados Unidos se encuentra también a la ofensiva en el terreno político internacional. Pero es todo lo contrario, está a la defensiva.

Nuestra tarea es conocer su técnica y robárselas sin pagarles impuesto para así darles una mejor batalla ideológica.

Políticamente se encuentra a la defensiva porque está perdiendo terreno en el campo de las ideas y de las realidades. La ofensiva propagandística intenta cubrir esta pérdida de terreno político y permite ganar terreno a nivel de las imágenes y de las apariencias. Son maestros en el terreno técnico, pero huérfanos en el ideológico. Nuestra tarea es conocer su técnica y robárselas sin pagarles impuesto para así darles una mejor batalla ideológica. También podemos ganarles esta batalla tan crucial que se libra diariamente en el mundo invisible de las conciencias.

2. El contenido de la propaganda de la derecha salvadoreña

La ideología oligárquica es la dominante en El Salvador. Pese a ser la expresión de una minoría, es la mejor organizada y la que cuenta con los medios de comunicación más desarrollados y profesionales. Por eso, son más capaces de entrar con éxito en el mundo invisible de la imaginación, donde se ganan las conciencias.

Los viejos dogmas del capitalismo han sido renovados y maquillados por la ideología oligárquica. El liberalismo económico, tan obsoleto históricamente, ha sido presentado con el nuevo vestido de *la reactivación económica*. El gobierno de Reagan primero y ahora el de Bush han estado presentando en el mundo capitalista al gastado capitalismo empresarial como el nuevo modelo de desarrollo. Lo mismo ha hecho ARENA.

Originalmente, Cristiani propuso una mayor *privatización de la economía*, pero como ese concepto no *se vendía*... lo cambió por el de *la progresiva liberalización de la economía*. Durante su campaña, ARENA vendió el fracaso de las empresas estatales, las cuales, además, generaban corrupción y pobreza, en cambio, presentó a las empresas privadas como sinónimos del progreso, del empleo y del bienestar y, por lo tanto, de la paz y la estabilidad para el país. Para esta ideología, *los buenos* son los empresarios privados, *los malos*

son las empresas estatales y *los re-malos* somos nosotros, "terroristas que enemigos de toda propiedad privada destruimos las fuentes de trabajo y sólo generamos miseria." En el juego de imágenes, al cual es tan adicta la derecha, hay siempre *un bueno* y *un malo*. Es un maniqueísmo occidental que lo atraviesa todo.

Esta propaganda maneja mucho la constitución. Se presentan como los más constitucionalistas y apegados a las leyes. También defienden que el ejército salvadoreño es y debe ser apolítico. El ejército les hace eco y afirma no defender ni a la derecha ni a la izquierda. En este juego de imágenes, el gobierno ha empezado a presentarse como de centro-derecha, es decir, como una derecha que va hacia el centro y así se perfila como el ideal político que necesita un país como el nuestro "convulsionado por la violencia."

El Diario de Hoy es el medio de comunicación masiva más retrasado del pensamiento oligárquico. No queremos decir que es *cavernario* porque sería un término mal empleado. En esa lejana época de la evolución humana, el cavernícola estaba en la misma punta del desarrollo. *El Diario de Hoy* es exactamente lo contrario a lo cavernario, a esa punta de avance hacia adelante. Sin embargo, la revolución democrática de El Salvador deberá conservar durante muchos lustros una pieza de museo como *El Diario de Hoy*. Es una pieza que tendremos que estudiar y citar y tomar como referencia durante mucho tiempo. Conservaremos a este periódico oligárquico no sólo porque la revolución respetará la libertad de expresión, sino porque con esta pieza de museo se podrá educar a las nuevas generaciones diciéndoles, "miren, lo que dice *El Diario de Hoy*, es la prehistoria... y esto otro —lo que construyamos—, éste es el futuro de la historia."

La nueva derecha, ARENA, ha aprendido a decir las cosas de una manera más elegante. En su intervención en la UCA, Cristiani dijo que en El Salvador "hay extrema pobreza y que hay que

reducirla." Leyendo entre líneas aquí encontramos un velado culto a la miseria porque lo que plantea es reducir la miseria impresentable a los niveles de una miseria *normal*. En nuestra propaganda, nosotros tendríamos que desenmascarar con habilidad cuáles deben ser los sentimientos de un hombre que piensa y se expresa de esta forma.

Esta nueva derecha ha avanzado ideológicamente. Hasta hace muy poco, la oligarquía salvadoreña, ARENA, decía que no había miseria ni pobreza y que la insurgencia no era más que el fruto de una conspiración mundial de los comunistas contra los países libres. Ahora reconoce no sólo la existencia de la miseria, sino la necesidad de reducirla.

También ha avanzado publicitariamente. Y debemos reconocer que son artistas de la publicidad y que en este terreno nos ganan el mandado. En la última campaña electoral, ARENA reveló su maestría. Fue más una campaña publicitaria que una campaña política, pues se hizo publicidad con contenidos políticos para crear efecto de imágenes sin decir la verdad política para crear ideas, convicciones o decisiones reflexivas. Esta técnica publicitaria no se preocupa por elevar el nivel político de un pueblo, el cual en su mayoría es analfabeto, sino de vender un producto político con una imagen atractiva. Se trata de una publicidad que instrumentaliza conceptos políticos, pero que no dice la verdad política ni mucho menos profundiza en ella. Pero vende. Es indiscutible que la derecha, bien asesorada por los norteamericanos, tiene gran poder para modificar la correlación de fuerzas en el complejo terreno de la opinión pública. Seríamos unos ilusos si no lo reconociéramos.

La nueva derecha ha avanzado mucho en la televisión, la cual se ha convertido en un nuevo y poderoso poder en estos últimos años. En nuestra televisión ha habido avances técnicos gracias a la influencia y asesoría de los norteamericanos, quienes han puesto al país, mejor dicho, a la ciudad, puesto que éste es un fenómeno urbano, en un permanente "juego de imágenes y de apariencias," como dice Guillermo Ungo. Un juego

artificial, pero influyente de modo decisivo en el debate político real.

En esta aproximación a la ideología de la derecha salvadoreña tenemos que dar máxima importancia a la herencia ideológica de estos diez años, es decir, desde la junta de 1979 hasta el fin del gobierno de la democracia cristiana. En esta década, los norteamericanos y Duarte consiguieron cooptar de modo apreciable las banderas que los militares patrióticos y el mismo FMLN alzaron en 1979. Cooptaron la democracia, las reformas y hasta *la revolución*.

Hablaron de estas realidades, secuestraron las banderas, cooptaron los conceptos. La estrategia fue bien ejecutada, pero sus resultados fueron limitados. Es evidente que ni el gobierno duartista ni el sistema pudieron llevar a cabo las reformas ni la democracia ni mucho menos la revolución. Esta impotencia para generar alguna mejoría económica y social y para crear espacios de participación popular desgastó los conceptos y destiñó las banderas. Propagandísticamente, vendieron bien. Pero el producto se les arruinó. ARENA ha sacado partido de ese desgaste. Sobre el árbol caído, ARENA ha tratado de vender este nuevo producto, "las reformas no producen cambios reales, esto no ha sido democracia, el país necesita otra cosa."

En estos años, la derecha ha manejado hábilmente el concepto de democracia. Ha comenzado a decir que en El Salvador había "un proceso democrático imperfecto y en construcción." Al hablar de imperfección salva lo central, la democracia. Y después, identifica democracia con elecciones...

En esta década también trabajó con la idea de *las causas estructurales del conflicto* y vendió la desaparición a punta de reformas y de democracia, imperfecta, pero siempre avanzando... Esto servía para vender otra idea más importante, la coexistencia de la guerra con la reactivación económica. Este intento requería que desapareciera todo análisis que demostrara la falacia; asimismo como parte de este plan, las estadísticas tenían que demostrar que había reactivación económica en medio de la guerra. Se fabricaron las estadísticas y



se habló de la necesidad de “hacer reformas a las reformas” para avanzar aún más.

Todo esto coincidía con un flanco decisivo de la propaganda: la guerra psicológica, decretada contra nuestro pueblo como elemento esencial del plan contrainsurgente, el cual ya tiene categoría de ciencia. En El Salvador, la guerra psicológica ha encontrado un campo privilegiado de experimentación y ha llegado a un elevado grado de sofisticación representado por la S-5, Sección de Guerra Psicológica y Operaciones Especiales del Estado Mayor. La propaganda de esta guerra psicológica nos ha presentado como los malvados terroristas, quienes lanzamos bombas contra las mujeres y matan niños. Para mostrarlo han metido en nuestra patria todo el zoológico de imágenes de prepotencia de los rambos, rambitos y ramboides...

La toma de la Escuela San Jacinto por dos agentes del ejército duartista, endrogados y ves-

tidos de rambo, quienes usaron el nombre del FMLN y amedrentaron y aterrorizaron a los niños, fue una operación magistral de guerra psicológica. Esta fue la primera operación, diseñada por dos coroneles especialistas, Gólcher y Helena Fuentes. La televisión transmitió las imágenes prepotentes y odiosas de los dos rambos guerrilleros. Después ya nadie averiguó más sobre ellos. Habían cumplido su tarea. Más tarde, pusieron dos bombas en una parada de buses y resultó que el FMLN era el responsable... Se trata de cosas así, de poco a poco, las cuales van teniendo efectos acumulativos.

La herencia ideológica de estos diez años ha dejado una cuota de confusión de tal manera que ahora hay que trabajar sobre esta tierra desgastada. ARENA ha recibido esta herencia y tratará de explotarla con habilidad. Sin embargo, nosotros también podemos ararla y abonarla para que rinda en beneficio del proyecto popular.

3. El uso y abuso de la propaganda por parte de los revolucionarios

En una situación como ésta, conviene preguntarnos cuál debe ser la primera tarea de nuestra labor informativa y propagandística. El gran reto es explicar a todo el pueblo nuestro proyecto político en todas sus facetas.

Tenemos que explicar qué revolución queremos, qué sociedad vamos a construir, qué significa una sociedad pluralista y de economía mixta, cómo se concreta un gobierno democrático de amplia participación, cuál va a ser el papel del FMLN en esa nueva sociedad... Debemos responder a todas las dudas y a todos los interrogantes que haya sobre esto. Debemos atender a los indecisos. Los indecisos son muchos porque desconocen y temen a los comunistas y se imaginan que no podemos convivir con quienes no piensan como nosotros. Estos indecisos nos deben interesar más que los convencidos. Debemos tender puentes continuamente entre el pueblo y lo que estamos construyendo. Eso es la propaganda.

Para poder explicar es necesario que manejen perfectamente la plataforma, el proyecto político y el programa, lo cual es fundamental en esta coyuntura. Tenemos que reconocer que padecemos de una gran debilidad al no haber sabido explicar nuestro proyecto. Aunque nuestro programa se encuentre en un papelito y en la cabeza de algunos dirigentes, aún las masas no tienen claridad sobre él. Existe una especie de vacío de programa, lo cual genera vacío político. El pueblo no conoce nuestro programa y aquello que no se conoce no existe en la realidad.

Pero no basta con explicar. Es necesario convencer y para ello hay que entrar en el debate de las ideas. Tenemos que reconocer que los revolucionarios no estamos educados en el debate. Los propagandistas populares debemos educarnos en y para el debate sin ninguna dilación.

No hemos participado en el debate en los medios masivos de comunicación quizás porque nunca nos han dado acceso a ellos. Cuando usamos otros medios, los cuales hemos ido creando y

conquistando en la lucha, lo hacemos muy a la defensiva y sectariamente. Esto no puede continuar. Estamos en un momento de ajuste porque estamos en la coyuntura de toma del poder y vamos hacia una república democrática con pluralismo político, en la cual el debate de las ideas ocupará un lugar central. No debemos olvidar que esa república democrática nacerá en un mundo en el cual la dispersión y el divisionismo ideológico son tendencias que avanzan a una velocidad vertiginosa por efecto del aparato propagandístico del capitalismo internacional, el cual en tres días asienta como verdadera una falsedad, mientras tanto nosotros tardamos un año en aclarar la falsedad que había en tal verdad.

Tenemos que hacer un viraje radical para recuperar el tiempo perdido. En primer lugar, debemos tener en cuenta el derecho de todo individuo, grupo o colectividad a expresar sus ideas y el deber que tenemos de debatir nuestras ideas con las de todos. No debemos discutir sólo con los partidos políticos, puesto que existen grupos que no son partidos y también con ellos debemos discutir. Además, existen personalidades que no pertenecen a ningún partido ni representan al pueblo, pero tienen ideas importantes que deben ser escuchadas y discutidas. El pluralismo no es una bandera de la burguesía. Esta la ha enarbolado, pero, en realidad, la bandera del pluralismo pertenece a los revolucionarios.

En el contexto del debate de las ideas debemos saber distinguir toda la gama de contrincantes, es decir, al enemigo principal, al histórico, al coyuntural, al de la etapa actual, al de una fase determinada, etc. Debemos saber diferenciar al enemigo del contendiente, del adversario, del competidor, del disidente, del crítico, del amigo que nos cuestiona. El espectro es muy amplio y tiene todos los colores. Con las consignas y las ideas de manuales no podemos hacer luz ni sacarla de todas estas fuerzas cuestionadoras.

La educación en el debate de las ideas nos exige comenzar a desechar la tendencia a escuchar sólo aquello que nos gusta oír, a prestar atención sólo a quien está de acuerdo con lo que nosotros

decimos. El arte del debate, y especialmente el del debate de un proyecto político presentado como popular y alternativo, exige no sólo escuchar y aceptar lo que los demás dicen, sino también tener la capacidad para analizarlo y descubrir todos los aspectos de verdad que hay en ello para incorporarlo a nuestro proyecto. Porque si nuestro proyecto es justo, nacional, popular y democrático debe ser capaz de recoger las opiniones de todos los sectores y de representar los intereses de todos. Esta actitud no se improvisa. Tampoco tenemos entrenamiento. Debemos prepararnos.

En esta preparación debemos aprender a apreciar los matices del rojo y los matices del azul... porque el universo de las ideas es tan amplio como el universo de los seres humanos. Nadie fue hecho con la misma tela ni cosido con el mismo hilo, nadie fue cortado con la misma tijera. Esto sucede dentro de los partidos mismos que conforman el FMLN. Aunque hay una línea política común y una misma estrategia, también hay muchos matices, pero su diversidad no afecta la unidad, por más que el enemigo lo afirme, sino que la hacen avanzar.

Especialmente en el campo de la propaganda no hay que temer ni rechazar los diversos matices. Al contrario, deben estimularse. En todo partido, revolucionario o no, existe la lucha ideológica y miles de matices. Esto no es negativo, sino que es una riqueza y el motor de la vida. No hay cinco periodistas que escriban igual sobre una misma idea. Si todos estamos diciendo siempre exactamente lo mismo y de la misma forma nos empobrecemos. Y sobre todo nos aburrimos. Y aburrir es grave porque cuando nuestro mensaje político produce aburrimiento genera inmovilismo y pasividad, falta de participación y de compromiso.

Cuando todos los discursos y los mensajes vienen hechos de la misma tela y se transmiten de la misma forma y con las mismas palabras, pronunciadas en el mismo tono y por el mismo megáfono, cuando pasan los años y la pinta y la consigna no cambian, la palabra se devalúa. Es moneda que ya no compra la imaginación de

nadie.

Esto ha pasado en buena medida con la propaganda revolucionaria. La gente se aburre de leer textos de manual, en los cuales los conceptos se aplican mecánicamente y la realidad parece no cambiar. Nada es más idealista que esto, nada tan falto de materialismo como este inmovilismo teórico, abstracto, un hueso sin carne. ¿Cómo es posible leer un libro de hace 20 años y encontrar que dice lo mismo que nuestro mensaje de hoy? ¿Cómo es posible que nuestro discurso no cambie? ¿Cómo es posible que la música y la letra de esa misma música sigan siendo iguales? ¿Es que no existen problemas nuevos en la revolución? ¿Cómo es posible que no seamos capaces de crear nuevas consignas? A veces tenemos síntomas de arterioesclerosis ideológica.

La revolución no es el paraíso. Eso es irreal. Nuestra propaganda no puede ser un concierto de violines a los que a todos les suena la misma cuerda. Cada día debemos tener en cuenta que le estamos hablando a un pueblo asediado y presionado por la propaganda; por una propaganda sumamente atractiva a veces. Le hablamos a un pueblo saturado de mensajes políticos contradictorios. Si nuestra propaganda no sabe responder al reto complejo de llamar su atención, motivar, conmover, tocar su mente y su corazón, si nuestra propaganda no sólo es aburrida sino que además peca por estar fuera de la realidad, nos convertimos en adormecedores del pueblo puesto que no le estamos proporcionando elementos que lo ayuden a conocer mejor su realidad y, por lo tanto, a transformarla.

En el debate con cualesquiera de nuestros contrincantes debemos desarrollar la ética revolucionaria, es decir, debemos decir siempre la verdad. Recientemente, la comandancia general del FMLN sentó un precedente importante al publicar un comunicado en el cual reconoce graves errores tácticos y técnicos, los cuales en algunas ocasiones han dañado a la población civil. Este es un hecho nuevo y necesario porque la revolución es justa y hace imperar la verdad, empezando por la verdad sobre ella misma. Esto la hará más

transparentemente justa aún. La transparencia hará que la justicia de la causa popular exista y viva en la realidad al penetrar la conciencia de todo nuestro pueblo. En último término, este es el papel de la propaganda: transformar la conciencia de los individuos, penetrándola con la verdad.

Siempre hemos de aceptar públicamente nuestros errores, los errores del partido. Esta es una de las cosas que más nos cuesta porque tememos que el enemigo manipule nuestros errores. Pero aunque fuera así, debemos seguir reconociéndolos porque es lo correcto y porque la verdad siempre gana.

También hemos de tener en cuenta que nosotros no poseemos la verdad. La verdad está en el pueblo y nosotros debemos ser también penetrados por esa verdad y sabiduría populares a las cuales nos cerramos cuando somos sectarios, impositivos o prepotentes. La comunicación verdadera es siempre un fenómeno dialéctico donde quien comunica la verdad y crea conciencia no se encuentra siempre en la misma orilla, del lado del emisor, sino que el receptor es también un comunicador. Se trata de una relación horizontal y nunca vertical.

Desde el punto de vista burgués, se trata de ganar la conciencia a cualquier precio. Desde nuestro punto de vista, se trata de construir una convicción sólida. Para ello y para elaborar una mejor propaganda existe toda una serie de grandes criterios y principios. Así, por ejemplo, tenemos que educarnos y educar al pueblo en nuestra verdadera tradición histórica y tener en cuenta los símbolos patrios a los próceres y a los líderes naturales que tuvo el pueblo a lo largo de su historia. Esto es importante porque en El Salvador todos sabemos algo, por muy analfabetos que seamos, sobre el 15 de septiembre o José Matías Delgado. Son puntos de referencia colectivos, nacionales y pueden ser también puntos de partida para llevar el mensaje de un nuevo poder popular

para la patria que apenas conocemos, pero de la que algo nos suena a todos. La cultura oligárquica quiso dejarnos sin ninguna referencia histórica. Por eso mismo es necesario rescatar lo que ha quedado y encauzarlo hacia una nueva visión de nuestra historia.

El rescate debemos hacerlo sin olvidar que hoy por hoy estos símbolos patrios están aún cargados de la connotación que les ha dado la ideología dominante. Las derecha los ha usado y los manipula al vender que las raíces patrióticas son su patrimonio. Como esto no es así, tenemos que recuperar ese patrimonio. Ultimamente, en el membrete del FMLN ha aparecido el escudo nacional de El Salvador, el símbolo del poder supremo. Este paso es importante porque así se va identificando el poder popular con la identidad nacional.

El rescate de los símbolos patrios por parte de los revolucionarios tiene mayor significado si tenemos en cuenta que en ellos existen gérmenes de nacionalidad válidos y que en la actualidad vivimos en una nación que necesita volver a sus orígenes porque está intervenida y ha sido prostituida. Los artistas y los investigadores populares están llamados a jugar un papel importante en el rescate revolucionario de estos símbolos.

Hasta hace muy poco, los revolucionarios hemos tenido miedo de dar la batalla en este terreno de la simbología patria. No es un terreno minado, más bien es un terreno casi virgen, porque quienes menos conocemos la historia salvadoreña somos los propios salvadoreños. En la actualidad, la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos y el mismo Pentágono tienen más información sobre nuestra historia que cualesquiera de nuestras bibliotecas las cuales, además, están siendo asaltadas y quemadas por los escuadrones fascistas.

No es fácil hacer una adecuada propaganda nacionalista, pero hay que hacerla, partiendo de la convicción de que si la derecha alza estas banderas

El gran reto es explicar a todo el pueblo nuestro proyecto político en todas sus facetas.

y estos escudos para defender el nacionalismo de las minorías, nosotros tenemos también todo el derecho de levantarlas porque defendemos el nacionalismo de las mayorías. Asimismo estamos convencidos de que la verdad no se impone, aunque sea la verdad. Debemos evitar toda forma de adoctrinamiento que simplifique la verdad convirtiéndola en simples consignas o escondiéndola o manipulándola. A veces hemos caído en esta engañosa trocha del adoctrinamiento por comodidad, por ganar tiempo, por impaciencia. Es un camino más largo y difícil, pero es el camino. Quien impone y adoctrina no vence. Se vence sólo cuando se convence.

Hemos de reconocer que nuestra propaganda ha sido muy unilateral, como si nosotros fuéramos los exclusivos poseedores de la verdad única y absoluta. El esfuerzo de presentar ideas para un debate sobre la verdad más que el empuñar verdades acabadas para el adoctrinamiento es esencial en esta nueva coyuntura en la cual estamos.

Asimismo, debemos estar bien atentos, con la oreja bien abierta, a los sentimientos populares que son los mayoritarios. ¿Qué es lo más sentido y deseado por nuestro pueblo? Ganar pronto la paz, la tranquilidad, la reunificación de las familias, mejorar la vida, vivir mejor y más felices.

La vida política de una nación es siempre debate. Pero no sólo el debate público y oficial. Aún es más importante el debate permanente protagonizado por el pueblo cada día en las calles, en los mercados, en los buses y en las tiendas. Este es el debate que más tenemos que tomar en cuenta al elaborar nuestra propaganda y nuestro discurso, porque en él afloran los sentimientos populares más profundos. Este debate popular se basa en la realidad cotidiana y, por eso mismo, la propaganda revolucionaria le debe dar permanente respuesta. De hecho, la realidad es la mejor *propagandista* del pueblo y su principal motivadora. Si partimos de la realidad tal como la vive el pueblo, el salvadoreño común y corriente, nos enseñará un mundo.

El lenguaje popular tiene sus formas propias, es

un lenguaje caliche. Pues bien, con ese lenguaje debe construirse nuestra propaganda. Hemos de reflexionar seriamente sobre los contenidos de nuestra propaganda, pero más aún debemos hacerlo sobre sus formas, sobre el lenguaje con el cual la elaboramos. En síntesis, el lenguaje es la materia prima de la propaganda. Una buena consigna, formulada correctamente con el lenguaje de la calle y expresión cabal del sentimiento popular en un determinado momento vale más que un gran discurso por bien articulado que se haga o que un panfleto cargado de conceptos por muy verdaderos que éstos sean.

El tema del lenguaje no es un tema marginal ni de segundo orden. Es algo que debemos cuestionarnos a fondo. La gente está aburrída de escuchar que “la lucha de clases y los niveles de polarización a los que ha llegado...” o que “el imperialismo es el enemigo de los pueblos...” y si empiezo un escrito o charla usando este lenguaje estereotipado que los revolucionarios hemos acumulado durante décadas y que, además, es un lenguaje chamuscado y hueco, ¿quién me leerá? ¿Quién me escuchará? Aburro. Esto no quiere decir que neguemos que el motor de la historia sea la lucha de clases, sino que con esas palabras ya no explicamos nada y ya no convencemos a nadie.

La realidad es de lucha de clases, pero a la realidad podemos darle distintos nombres. Ese es el desafío de la propaganda. Tampoco quiere decir que renunciemos a los principios del marxismo-leninismo. Sin embargo, un principio básico del marxismo es conocer la realidad para poder transformarla. Y la realidad salvadoreña es muy concreta y cambiante. Requiere también de un lenguaje muy concreto y flexible.

La derecha ha desprestigiado nuestro lenguaje estereotipado satanizándolo y superideologizándolo, con lo cual nos puso aún más contra la pared a nosotros, los fieles servidores de un lenguaje ideologizado. No nos dimos cuenta que al abusar del lenguaje contribuíamos al plan de la derecha.

A lo largo de la historia, la propaganda capitalista ha ido creando categorías políticas universales a fuerza de repetir palabras, connotando-

las y cargándolas de un determinado sentido. Independientemente de quién lo diga o a quién se lo digan, quien oye o lee *comunismo* no lee un término abierto y discutible, sino una categoría política con una connotación negativa fija y cerrada. La propaganda de la derecha ha ido creando un vocabulario de palabras cargadas y connotadas contra las cuales no pueden cien discursos, ni cien libros ni cien explicaciones. A nivel universal, latinoamericano, centroamericano y nacional, el movimiento revolucionario se ha ido quedando a la defensiva estratégica en el terreno de la propaganda.

La defensa a ultranza de la teoría marxista leninista nos hizo olvidar que era prioritario explicar al pueblo la realidad concreta, los nuevos fenómenos políticos y sociales nacionales e internacionales. Por resguardar los principios teóricos nos quedamos sin dar contenido revolucionario a los nuevos conceptos paridos por la realidad cambiante: la solución política, el diálogo, la paz negociada, el pluralismo político, la economía mixta, los derechos humanos. La derecha ha usado mucho estos conceptos, pero sin ponerlos en práctica. En la actualidad nadie afirma que hay que violar los derechos humanos. Pero la derecha vende la patria y mata. Es un reto para la propaganda revolucionaria quitarle el monopolio de los conceptos a la derecha y llenarlos de contenido revolucionario.

Estamos ante un fenómeno político importante, la cooptación del lenguaje y el trabajo de simetría lingüística. La nueva táctica imperialista es cooptar no sólo lo que se hace, sino también lo que se dice. Coopta el lenguaje político y hace simetrías permanentemente con el objeto de desgastarlo, de tal manera que, al final, lo dice todo y, en realidad, termina diciendo nada.

Cuando participemos en el debate de las ideas debemos tener en cuenta todo esto. Cuando hablemos de paz, de soberanía, de independencia, de negociación debemos saber que estamos hablando de los anhelos más profundos de la mayoría política, los cuales han sido secuestrados propagandísticamente por la minoría electoral.

Finalmente, en el lenguaje tampoco es marginal ni secundario el humor. Nuestro lenguaje no sólo ha pecado de aburrimiento, sino también de adustez, seriedad pesada, de caras largas, de falta de risa y de sonrisa. La verdad es más verdadera cuando se ríe. El más revolucionario es quien sabe reírse de sí mismo. Lo más sabio es reírse de sí mismo. Hay una gran verdad en liberarnos del enfermizo apego a *la verdad*. El pueblo más pobre que lleva siglos riéndose del opresor y encontrando en esa risa un potencial infinito de resistencia es quien mejor nos puede enseñar a reírnos de nosotros mismos.

4. En las vísperas de la toma del poder

Prepararnos para el debate significa saber establecer el momento preciso de la coyuntura para definir qué es lo que hay que debatir y hacia dónde concentrar los esfuerzos. En la actualidad estamos en la coyuntura de la cercana toma del poder y ello debe determinar el enfoque de toda nuestra propaganda. Esto nos plantea tremendos interrogantes.

Quienes nos hacen la guerra se han dedicado a analizarlos especialmente para conseguir cada vez mayores éxitos con su propaganda. Analizan todo, lo militar, lo cultural, la coyuntura política, etc. La guerra contrainsurgente que se ha desarrollado en El Salvador es todo un mundo muy especializado. En estos años han analizado incluso hasta lo que más nos gusta comer...

Nosotros también debemos ser buenos analistas y debemos saber distinguir el momento preciso para saber también cuándo debe predominar el análisis o la consigna o el símbolo expresivo de la realidad. Y la realidad es cada vez más compleja y variable. Nunca será, por ejemplo, buena consigna decir que "vamos a ganar la guerra," porque cuando se crean muchas expectativas sobre una victoria a corto plazo y no se cumplen ni sus espacios ni sus tiempos, el pueblo dice, "vaya, no ganaron. Entonces, eso quiere decir lo contrario, que están perdiendo."

En la propaganda es necesario andar con cuidado porque todo concepto lanzado al aire se

puede convertir en un *boomerang*. Por eso es necesario estar ligado al momento coyuntural y hay que renovar permanentemente desde la consigna más pequeña hasta el discurso más elaborado. Las consignas y los discursos deben tener vida y cambiar con la vida misma. Para estar preparado para el debate es necesario analizar cómo va cambiando la realidad.

A nivel mundial, el tema más intensamente debatido en *el momento*, tanto en los países socialistas como en los capitalistas, es el de la democracia. En ambos sistemas, la democracia es el tema del *momento*. Los socialistas están luchando por mejorar su democracia, mientras que los capitalistas están queriendo recetárselas. A nivel nacional, *el momento* es la cercana toma del poder. Por lo tanto, ambos *momentos*, el mundial y el nacional, se encuentran bien relacionados, pues con la toma del poder queremos construir una república democrática, es decir, queremos empezar a construir la democracia. En El Salvador nunca ha habido democracia. En el debate, debemos partir de esta evidencia, discutimos sobre la democracia como si ésta existiera realmente. La democracia está por hacerse. La democracia es una farsa para ARENA, una aspiración para todo el pueblo y un desafío para las fuerzas revolucionarias.

Una de las tácticas del sistema salvadoreño actual consiste, precisamente, en permitir una cierta apertura en los medios de comunicación para poder decir algo y hacer algunas críticas. De esta forma hace aparecer como si las cosas hubieran cambiado. Existe democracia, aunque imperfecta aún. Considera a "la libertad de expresión" como un avance significativo. Es como en Estados Unidos, la libertad que aparentan los medios de comunicación permite el espejismo de la democracia. La misma ilusión fantástica se ha creado en El Salvador.

Naturalmente, no sirve de mucho ser un gran analista y no contar con un medio de comunicación a través del cual dar a conocer el análisis hecho sobre el momento coyuntural o sobre el sentido que debe tener una auténtica democracia. ¡Un analista sin medio es un pobre desempleado...!

Desde hace muchos años se nos cerró todo acceso a los medios masivos. Por eso nos inventamos las pintas, las pegas, las bombas de propaganda, los mini-mitines, las tomas de las emisoras... Durante 20 años, éstos han sido nuestros medios alternativos, al margen de la legalidad oligárquica que no permitía otros... Después logramos abrir el espacio de los campos pagados. Por supuesto, esta no fue una concesión que nos hicieran, sino que fue un negocio que nosotros les facilitamos a ellos.

La realidad de la guerra ha sido tan evidente que hubo que ir abriendo los medios de comunicación a las dos versiones de la guerra, la del COPREFA y la nuestra. La realidad y el negocio se impusieron porque a lo largo de todos esos años los campos pagados publicados y después las entrevistas hechas a los revolucionarios dejaron buenas ganancias a los dueños de los medios oligárquicos. La necesidad política y la económica nos abrieron las puertas y los espacios. Entonces,



¿dónde está la tal *apertura democrática*? La guerra también ha sido un buen negocio para muchos.

En la actualidad, nuestra propaganda ya cuenta con sus propios medios y puede hacer uso de los medios escritos tradicionales, la prensa, la radio, las revistas, los folletos, las entrevistas habladas, escritas, los discursos las imágenes de los *videos*, los documentales, las películas, las cartas abiertas y privadas... Hacemos propaganda pública o privada, según los casos. La propaganda se ha convertido en una batalla de muchos frentes. En el de las imágenes hemos de reconocer nuestra debilidad. Creo que siempre nos deben interesar de modo particular todos los foros de debate para presentar nuestro proyecto frente a la derecha. No debemos olvidar que el debate puede ser escrito, hablado o visual. Se debate con todas las herramientas de la comunicación. El elevado grado de analfabetismo de nuestro pueblo nos exige a todos —tal como lo han descubierto los compañeros que trabajaban en las zonas de guerra— usar de modo especial la palabra hablada y la imagen. Un buen afiche puede decir más que un volante bien escrito porque el afiche es *leído* por todos, incluso por quienes no saben leer. Nuestra imaginación debe elaborar una estrategia de comunicación adecuada para cada sector, pues con un sólo medio jamás se llega a todos los públicos.

Estamos en las vísperas de la toma del poder. Será un poder fundado en el principio del pluralismo político y de la economía mixta. Nuestro programa plantea libertad de expresión a través de los medios de comunicación, los cuales podrán estar en manos privadas. No vamos a estatizar los medios existentes, pero crearemos otros para tener medios de comunicación propios. De esta manera estaremos en capacidad de debatir con los otros medios e ir ganando la hegemonía ideológica para los valores populares.

El primer problema que esto plantea a una revolución democrática es cómo organizar al pueblo para que tenga sus propios medios de expresión capaces de competir con los privados, y como un Estado pluralista debe manejar los suyos.

En la nueva república democrática de El

Salvador habrá tres tipos de medios de comunicación social, los estatales, los privados y los populares. De esta manera estará garantizado el pluralismo político e ideológico. Desde ahora debemos adecuar, enrumbar y afinar nuestros medios hacia esa realidad que se dará en el futuro próximo y que exige de nosotros una alta cuota de imaginación revolucionaria desde ahora.

El pueblo deberá tener sus propios medios autogestionarios. Serán unos medios de comunicación muy horizontales, tal como los que ya se están empleando en algunas repoblaciones. Asimismo contará con otros medios masivos. Si el pueblo no accede a la propiedad y administración de los medios no estará garantizada la libertad de expresión, pues no es libertad de expresión que el pueblo tenga que pagar campos y espacios para decir, reclamar, anunciar, denunciar, solicitar, expresar... Este derecho popular no puede estar sometido al juego de la compra y venta ni tampoco puede depender del permiso pedido al Estado, al gobierno o a la empresa privada. Mientras el pueblo no cuente con sus propios medios de comunicación no puede hablarse de verdadera libertad de expresión.

Otro aspecto que debemos pensar es el de los límites de la libertad de expresión, porque a toda realidad y a todo derecho deben ponerse límites. Por ejemplo, podríamos preguntarnos hasta dónde llegará la libertad de *El Diario de Hoy*.

Estamos ante un tremendo desafío que nos exige constituimos en una verdadera potencia comunicadora y manejar un arsenal de lo más variado: cine, *videos*, televisión, prensa escrita, radios, etc. Necesitamos llegar a los niños, a los jóvenes, a los campesinos, a la población urbana con una variada serie de propuestas de comunicación.

Nos desafía el mismo desarrollo tecnológico y profesional alcanzado por los medios de comunicación de la derecha durante la guerra contrainsurgente y por los estereotipos y por los juegos de imágenes que estos medios, en especial la televisión, han creado en la opinión pública. Estos medios han fabricado unos estereotipos muy

Tenemos que reconocer que los revolucionarios no estamos educados en el debate.

poco populares y no mayoritarios, los cuales van desde el saco y la corbata exigidos para la entrevista política en televisión hasta el lenguaje de la misma. Son juegos de imágenes que marginan implícitamente al campesino que no tiene ni saco ni corbata y habla de otra manera.

La auténtica democracia no se fundamenta en el juego de imágenes, sino en la batalla de realidades. Sin embargo, tendremos que entrar en el juego de imágenes para ir pasando luego a la contienda de realidades. Esta es la herencia que recibiremos cuando llegemos al poder y tendremos que asumirla.

Una revolución no es un simple cambio de imágenes ni se fundamenta en *new looks*; sin embargo, debemos aprender a pelear en este terreno y debemos convertirnos en vendedores de ideas justas, necesarias y posibles a la vez que desenmascaramos los maquillajes de la derecha. En este trabajo debemos tomar la imagen popular y debemos aprender a expresar en imágenes el poder del pueblo, independientemente de si usa camisa o saco y corbata. La nueva estrategia de los norteamericanos y de ARENA nos exige una nueva imagen de la revolución. Los planteamientos políticos avanzados del FMLN han ido dejando atrás la imagen que daba de sí mismo antes.

En el futuro, debemos tomar en cuenta también que la mayor parte de los trabajadores de los medios de comunicación social salvadoreños se han curtido en estos años de guerra en una tensa lucha política. Todos ellos se encuentran muy politizados. Sin embargo, uno de los objetivos de la derecha es la despolitización del pueblo. La derecha ha satanizado la palabra *politizar*, por eso repite constantemente "no politizar la propuesta," "la opción de fulano no es válida porque está politizada..." Pero todo es política y ellos lo saben. Su afán de despolitizar no es más que mera política.

Los trabajadores de los medios de comunica-

ción social tendrán que ser muy profesionales y los más revolucionarios porque ya tienen y tendrán una enorme responsabilidad social, ética, psicológica y política. Si aceptan la censura impuesta afectan al pueblo; asimismo lo afectan cuando ellos mismos se autocensuran. Por cualquier lado que se mire tendrán que jugar un papel transcendental en la educación del pueblo y no pueden escapar nunca de esa responsabilidad. Ningún medio de comunicación social ni ningún comunicador puede eludir esta responsabilidad política que, además, los politiza.

Desde ahora tenemos que comenzar a cuestionarnos sobre nuestros medios de comunicación y más aún cuando estemos en el poder. ¿Son realmente masivos o elitistas? ¿La forma y el contenido de sus mensajes responden a los intereses, a las expectativas y a los sentimientos de las mayorías o sólo nos dirigimos a la clase política para que ésta sea puente hacia las masas? ¿Podemos combinar grandes medios masivos con otros medios más especializados que respondan a las expectativas de algunas élites? ¿A qué estamos dando prioridad? ¿A qué vamos a dar prioridad cuando estemos en el poder? ¿Creamos consenso o polarizamos? ¿De hecho, de derecho y de cohecho imponemos nuestros mensajes? ¿Cómo vamos a proyectarnos en nuestra sociedad pluralista?

La pregunta por el pluralismo es transcendental porque los revolucionarios estamos convencidos de nuestra verdad, pero tenemos que ir creando consenso en torno a ella, incorporando a quienes no están convencidos y dando nuevos elementos a los convencidos. Debemos reforzar constantemente a quienes ya hemos ganado, proporcionándoles nuevas herramientas para desentrañar el sentido de la realidad. Hacer política es hacer opinión y hacer opinión es hacer política. En la nueva realidad hacia la cual estamos avanzando no podremos dejar de hacer opinión y política todos los días y debemos hacerlas con imaginación.

Asimismo, debemos preguntarnos constantemente por la competitividad de nuestros medios. La competencia es importante para ganar la hegemonía ideológica para el proyecto popular. En la actualidad, nuestros medios revolucionarios no pueden dar la batalla internacional en condiciones de igualdad y mucho menos en Estados Unidos! Debemos ir cerrando esa enorme brecha existente en esta desigualdad con más calidad, creatividad e imaginación. En esto contamos con una ventaja suprema, nuestro proyecto es el del pueblo. La sintonía está dada, lo único que falta es darle el máximo volumen. La demanda está de nuestra parte, sólo debemos afinar nuestra oferta. El pueblo nos hará superar las desigualdades en la correlación de fuerzas. Una revolución popular tiene demanda en el mercado internacional de las ideas. Un proyecto revolucionario es un producto de mucha competitividad y posee mucho prestigio ideológico en el mundo de hoy. La derecha no puede ofrecer este producto por más maquillaje que se ponga. Aquí los revolucionarios tenemos el producto en exclusiva.

En esta guerra hemos acumulado una deuda

infinita con todos los informadores y comunicadores internacionales quienes con solidaridad han arriesgado y entregado su vida por difundir competitiva y creativamente las imágenes de la realidad salvadoreña. Tenemos mucho que agradecerles porque nos han enseñado mucho.

Todas estas cuestiones no son para el futuro. Debemos afrontarlas ahora mismo. Desde ahora debemos prepararnos para responder a ellas. Sólo así podremos abordar con éxito el reto de la comunicación en una correlación de fuerzas que en la actualidad nos es desfavorable, pero que mañana podremos ir variando.

De momento, y en el desorden y en la espontaneidad impuestas por la urgencia de este reto, cercana a la toma del poder, ofrecemos estas ideas. Estas ideas no son para ser aceptadas sin más, sino para debatirlas. Son una contribución más a esa educación para el debate pluralista que todos necesitamos.

Julio de 1989.

