

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/La-batalla-cultural-vs-el-pais-Usaid>

La batalla cultural vs el país Usaid

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : jeudi 27 octobre 2016

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por más que se nos diga que la guerra es un asunto de generales, ejércitos uniformados y balas, estamos obligados a entender que no es así. A lo largo del desarrollo de la era capitalista, la propaganda nos formó como ignorantes consumidores de historias de fantasía y películas épicas, donde unos cuentan las historias y otros nos comemos las cotufas.

Todo es propaganda, propaganda es todo



Tampoco es cierto que la guerra o las guerras son nuevas en sus intereses y que se hacen por motivos diversos, complejos y confusos. La realidad real es que nos la imponen exclusivamente por intereses tan elementales como territorios, recursos naturales y capacidad de dominio. Se actualiza en sus procedimientos, sí, se renueva en su modo de aplicación, sí, se reinventa en su mecánica, tecnología y forma, sí, pero el fondo es el mismo de las primeras conocidas, nada ha cambiado.

Dice Sun Tzu que las guerras siempre son nuevas precisamente por viejas. La guerra es ya un torrente sanguíneo cultural, donde todos estamos incluidos, lo sepamos o no. Porque somos ella diariamente, aún cuando juguemos a ser los buenos y decidamos ignorar las realidades de otros territorios, donde la guerra deja de ser un estado mental para ser bombas de fósforo, motosierras, misiles crucero y gas sarín.

Convencional o no, la batalla final y la más importante siempre será por la opinión colectiva, por la psiquis, por el relato, por tu cerebro y el mío. No importa lo que pase, importa lo que creemos que pasó. Ellos piensan, nosotros consumimos. Por más que hayamos visto en palco VIP lo que pasó en Puente Llaguno, fueron ellos los que narraron la historia. Al menos la de ese día.

En cualquier planificación bélica la propaganda es, de hecho, el elemento de vanguardia antes, durante y después de las acciones físicas en el terreno. Los equipos de propaganda que instalan la narrativa para las grandes guerras son de por sí los más capacitados intelectualmente, los especialistas en herramientas de la comunicación, de la manipulación y del control social.

Nos dicen por ejemplo que Joseph Goebbels fue el genio creador de los once principios de la guerra moderna y de la propaganda nazi, pero para cuando el niño Joseph salía del vientre ario de su madre, ya Hollywood tenía 20 años de existencia. Y entre otras cosas, Goebbels, Adolf y demás actores de reparto son apenas instrumentos de los creadores de la guerra y de su hija puta y putativa, la propaganda.

La guerra fría cultural

En el libro El arte de la inteligencia de [Allen W. Dulles](#), oficial de alto rango de la Oficina de Servicios Estratégicos (OSS), se dejan ver párrafos de eso que los alemanes llamaron la realpolitik, es decir, lo jodidamente crudo y real, para comprender cómo la propaganda ocupó todos los lugares del planeta luego de la segunda guerra mundial, cuando el dominio soviético amenazaba el imaginario occidental.

Vomita Dulles en su declaración de principios, escrita, editada y publicada refiriéndose a la Unión Soviética y a los sistemas antigringos en general :

« De una manera imperceptible, pero activa y constante, propiciaremos el despotismo de los funcionarios, el soborno, la corrupción, la falta de principios. La honradez y la honestidad serán ridiculizadas, innecesarias y convertidas en un vestigio del pasado. (...) Solo unos pocos acertarán a sospechar e incluso comprender lo que realmente sucede. Pero a esa gente la situaremos en una posición de indefensión, ridiculizándolos, encontrando la manera de calumniarlos, desacreditarlos y señalarlos como desechos de la sociedad. Haremos parecer chabacanos los fundamentos de la moralidad, destruyéndolos. Nuestra principal apuesta será la juventud. La corromperemos, desmoralizaremos y pervertiremos ».

Dulles fue fundador y director de la Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos (CIA) entre 1953 y 1963.

Con el pensamiento y la teoría de Dulles junto a muchos otros, se fundaron los años de la guerra fría, donde miles de millones de dólares se inyectaron en la creación intelectual más bestial que se conoce hasta la fecha. Miles de programas culturales, publicaciones, películas, conciertos, programas, noticieros, eventos, escuelas de formación, programas de educación, todo al servicio de la propaganda.

Bajo la subordinación de lo que se llamó el *Congreso por la Libertad Cultural* se instaló una operación de compra y venta de intelectuales a todo nivel, dirigidos por una extensa e influyente red de personal de inteligencia y estrategias de la CIA. Muchos de los cuales murieron sin saber para qué y para quién trabajaron durante toda su miserable vida.

« *La forma de propaganda más efectiva es aquella en que el individuo actúa en la dirección en que se espera, por razones que cree son las suyas propias* » y « *La manera de lograr una eficiente labor de propaganda, es que parezca que no hay labor de propaganda alguna* ». Dos principios fundacionales de la operación. El arte de mentir.

El *Congreso por la Libertad Cultural* operó en 1950 desde París. Llegó a tener oficinas en 35 países, publicaba más de 20 revistas influyentes y organizaba seminarios, conciertos, premios literarios y exposiciones [1]. Todo bajo estricta subordinación de los agentes de inteligencia. A través de los « clubes de prensa », la CIA mantuvo bajo su influencia a la mayoría de los medios en toda América, Asia, África y Europa, otorgando « ayudas » económicas a través de fundaciones sin fines de lucro, pero con objetivos estrictamente políticos. A finales de los 70 un investigador que le seguía la pista al Congreso declaró a la revista Rolling Stones : « *No es necesario manipular a la revista Times, porque hay miembros de la Agencia Central de Inteligencia dentro de ella* ».

Quedaron pocos escritores, científicos, periodistas, poetas, artistas, críticos o historiadores, cuyos nombres no

estuvieran vinculados a empresas encubiertas o a « promotores » del arte y la cultura. Todo en nombre de los enunciados bandera de la izquierda mundial : libertad de expresión, derechos humanos, democracia, libertad y paz. Controlando la opinión controlaron todo. La operación completa está descrita en el libro « [La CIA y la Guerra Fría Cultural](#) », de Frances Stonor Saunders.

Hoy no es distinto, por más que sus desprevenidos operadores se retuerzan negándolo, toda la maraña de relaciones tejidas alrededor de las ONG, fundaciones, programas de ayuda y culturales, de intercambio o cursos académicos son, de hecho, partes y retazos de esa construcción calculadora construida en los años 60. **Amnistía Internacional, Greenpeace, Open Society Foundation, Usaid, NED** y muchas otras, son las instituciones herederas de aquella construcción.

La nuestra íntima

La guerra fría cultural la perdieron los soviéticos, aún con su impresionante capacidad identitaria y su condición de pueblo enraizado. La construcción simbólica de la era URSS fue insuficiente para competir con el despliegue de estimulaciones a través de las operaciones encubiertas de carácter cultural de la CIA y demás organismos gringos. Esa y toda la historia sirve para estudiarla y entenderla en su raíz.

Lo que nos toca de este lado, luego de la partida del único referente cultural de este tiempo es tarea jodida. Con Hugo Chávez se fue también el mejor estratega conocido desde Bolívar. Ese vacío existencial, donde el símbolo moralizante ya no está, pero donde se ha detenido también la producción simbólica propia, nos ubica en un espacio oscuro, donde la creación ha vuelto a ser desplazada por la inercia cultural del enemigo y el aval de una izquierda regional descontinuada que insiste en aferrarse a conceptos muertos, manipulados, procesados y digeridos por la CIA como desarrollo, crecimiento, democracia, derechos humanos, etc. No se puede fundar un mundo nuevo con el lenguaje del muerto, taparse los ojos es comer mierda.

Mirando hacia acá, la comunicación chavista está arropada por una risible ingenuidad en un momento clave. El fetichismo sociológico interpreta una guerra del siglo XXI con los manuales de lectura del siglo XX. Se pretende combatir los complejos y sofisticados procedimientos de la guerra híbrida citando a Allende y pintando camisetas del Che. Allende y el Che hoy son también productos de la industria. La batalla hoy es fundamentalmente por la iniciativa, por el relato, por la invisibilidad, el sigilo y el arte de la persuasión, por la audacia de la estrategia y la radicalidad de la táctica, no por tres gritos en un pase en vivo jurando lealtad al aire.

Las corporaciones están tragándose países enteros ; hablemos de eso, no de cuánto pollo llegó al puerto. Las consignas voluntaristas no resuelven los problemas de la guerra no convencional.

El pensamiento obsoleto de la izquierda regional insiste en la teoría de la seducción que entiende a la juventud bajo la lógica profesionalizada y sociológica como un target consumidor al que hay que ideologizar entregándole privilegios, cargos, aparatos y campamentos sin discusión del país por fundar. Es decir, hay una inyección sistemática de estimulaciones idénticas a las propuestas de Dulles en los años 50 y 60. Lo dicho : pretender combatir a Chino y Nacho creando miles de Chinos y Nachos.

La decisión y discusión del dilema cultural y de la comunicación no es un asunto exclusivo de la dirigencia o profesionales seducidos por el espectáculo de la ostentación. De ahí que *Maluma*, el *British Council* y *Red Bull* sean referentes en los espacios de lo que se supone es la vanguardia. Sustituir la discusión de la creación cultural genuina por el espectáculo es entregarle el país y las armas con cero resistencia a la Usaid.

Los ejemplos de la guerra fría explican con suficiente detalle la vulnerabilidad y la debilidad de los sectores académicos por las artes y los espacios de la cultura capitalista. La tarea y el tiempo le corresponde al chavismo original, a la juventud que hierve en los barrios y en los campos. Romper el chantaje y asumir la tarea cruda, la que aún no se hace : pensar y crear lo distinto, en un país que hoy está deshabitado esperando su fundación.

Las más hermosas victorias chavistas las ganamos buscando a Florentino en la sabana. La creación simbólica para cada una de las batallas Hugo Chávez la buscó monte adentro, invocando a Maisanta y depositando la confianza en la palabra de Mama Rosa. No se trata de dar respuestas sabias y apresuradas, se trata de hacer el esfuerzo por desbaratar la estructura cultural que nos impide saltar a otro plano de la revolución y buscar esas respuestas en el país profundo, no en los bares de Caracas.

A la política chavista hay que devolverle el respeto que merece. Entregarle, no pedirle. La revolución no puede ser un show.

Gustavo Borges Revilla para [Misión Verdad](#)

[Misión Verdad](#), 5 de octubre de 2016.

[1] « [Cuadernos del Congreso por la Libertad de la Cultura](#) »