



El líder de la Unión Soviética, Vladimir Lenin, en su oficina en el Kremlin, leyendo el periódico *Pravda* (*La verdad*), 16 de octubre de 1918, en Moscú, Rusia. (Foto cortesía de Wikimedia Commons)

La fórmula de Lenin para establecer la agenda

Coronel (retirado) William M. Darley, Ejército de EUA

Sabemos que no es necesario contar con la simpatía de la mayoría del pueblo para gobernarlo. La organización adecuada puede producir los resultados deseados.

—Roger Trinquier

Vladimir Ilich Lenin, el fundador de la Unión Soviética, usó tres conceptos vinculados para establecer una agenda de asuntos públicos que facilitó su toma y consolidación del poder político

en Rusia cerca de 1917. La familiaridad con estos principios y sus conexiones es valioso para los planificadores estratégicos militares por dos razones. En primer lugar, el conocimiento de estos principios puede solidificar la comprensión de una metodología específica que ha sido usada por más de un siglo por muchos grupos insurgentes y terroristas diversos así como regímenes autoritarios tales como China, Rusia, Corea del Norte, Cuba y Venezuela para tomar el poder político y, luego, ejercer el control sociopolítico una vez que tienen el poder. En segundo lugar, los mecanismos articulados entre estos elementos ayudan a revelar la ideología subyacente de organizaciones comunitarias y de cabildeo internas que operan en Estados políticos estables y usan estos principios para moldear el ambiente sociopolítico interno en el cual los planificadores militares de hoy en día deben operar.

La relación entre los conceptos es apoyada en el presente artículo por el desarrollo incremental de un modelo rudimentario para ayudar a demostrar cómo cada concepto se relaciona con los otros en el proceso de establecimiento de agendas (*agenda setting*). El modelo no pretende abarcar todos los factores innumerables relacionados con el fenómeno muy complejo de la obtención del apoyo popular necesario para prevalecer en el conflicto político. Sin embargo, con el modelo, se intenta ayudar a los planificadores operacionales y estratégicos a identificar las amplias relaciones, a veces difíciles de distinguir, entre los conceptos especificados que continúan siendo usados por los adversarios del Occidente y contra Estados Unidos en particular.

El establecimiento de la agenda

Para los fines del presente artículo, el *establecimiento de la agenda* es el proceso complejo por el cual se seleccionan algunas cuestiones de preocupación pública de un amplio universo de asuntos opuestos que luego se convierten en el enfoque principal de la orientación psicológica, discusión, debate o formación de opiniones de una comunidad dada. El desarrollo del modelo propuesto en el presente artículo ayuda a contestar la pregunta esencial: ¿Cómo puede un activista político (tal como un revolucionario insurgente) establecer la agenda pública de manera que fomente el logro de objetivos políticos específicos? La respuesta a esta pregunta requiere, por necesidad, el análisis de dos otras preguntas clave en el curso del presente artículo. ¿Quiénes

son los que establecen la agenda, los que toman como responsabilidad propia seleccionar de todos los posibles asuntos aquellos que luego llegan a ser el enfoque del interés comunitario? Y, ¿cómo enfocan la atención de la población en un limitado conjunto de asuntos escogidos en el cual estas personas desean que la población piense?

Cómo cambia la opinión pública

Dejando de lado, por el momento, las circunstancias donde la comunidad está forzada a aceptar una agenda impuesta, la mayoría de las personas en un sistema de Gobierno es sumamente dependiente de otras personas para la substancia de sus opiniones sobre asuntos fuera de los alcances de su experiencia cercana cotidiana. Existe un amplio cuerpo de estudios que demuestra que las decisiones clave que toma la mayoría de las personas en la formación de sus opiniones sobre los asuntos públicos generalmente no se originan del análisis independiente de detalles matizados de estos asuntos, sino de la selección de los líderes de opinión que escogen para pensar por ellos. Por lo tanto, los cambios de opiniones dentro de grupos con tendencias sociopolíticas similares generalmente son producto de la influencia de los cambios de opiniones de los líderes de opinión respetados y los que establecen la agenda de un grupo en lugar del análisis y la consideración individual¹. Por consiguiente, para las personas que intentan o comprender o influenciar la opinión pública por motivos políticos, el factor más esencial es identificar quiénes son los líderes de opinión que establecen la agenda de una comunidad y cómo estas personas pueden ser influenciadas en sus opiniones para apoyar la agenda del activista.

La razón por la cual las personas confían en otras para que piensen por ellas

Si bien hay muchos asuntos importantes por los cuales una persona podría preocuparse y reflexionar, muchas personas solo pueden preocuparse y reflexionar en profundidad sobre una pequeña fracción de estos. No es que las personas son necesariamente indiferentes a los grandes asuntos comunitarios o nacionales. Más bien, es que muchas personas normalmente tienen otras prioridades más apremiantes que requieren mucho tiempo, atención y esfuerzos diarios, como ganarse la vida o gestionar los desafíos de criar a una familia. Para estas personas, los asuntos personales de gran



Lo que la mayoría de las personas piensa

(Gráfica: Arin Burgess, *Military Review*)

Figura 1. Asuntos de interés individual

preocupación son tan dominantes y requieren tanto tiempo que existe poco espacio cognitivo para pensar en otros asuntos que no afectan directamente sus vidas personales de manera inmediata o amenazante (véase la figura 1). De este modo, el segmento de la población que se siente social o moralmente obligado a tener una opinión sobre asuntos sociales o nacionales constantemente busca a otros para pensar por ellos y posteriormente formulan los detalles de las opiniones que adoptarán basado en su fe y la confianza que tienen con los que han escogido para pensar por ellos.

Los líderes de opinión que establecen la agenda

Los que piensan por otros y establecen la agenda comunitaria para muchas personas generalmente son de tres clases. En primer lugar, tenemos el tipo tradicional que establece la agenda comunitaria. En casi toda la historia humana, las personas que establecen la agenda han sido líderes comunitarios con los cuales los otros miembros de la comunidad han tenido contacto personal. Tales líderes incluyen miembros destacados de familias prominentes, maestros carismáticos, funcionarios gubernamentales, militares o policías, cleros

y líderes de grupos homólogos tanto informales como formales. Ganan su influencia mediante un estatus heredado o logros personales según lo observado por la comunidad.

Sin embargo, comenzando con la imprenta de Gutenberg en 1439, surgió el segundo tipo de persona que establece la agenda—personajes involucrados en la producción y redacción de comunicación pública distribuida desde lejos. Estas personas determinan las agendas comunitarias a través de la influencia impersonal a gran distancia de palabras, ideas e imágenes atractivas de amplia distribución. Tales líderes poderosos que establecen agendas impersonales han evolucionado en nuestra época y tienen gran influencia indirecta en las agendas comunitarias debido a las opiniones reportadas a través de los medio de comunicación que no implican la transferencia [de información] por medio de contacto cara a cara. Desde la época de Gutenberg, los medios de comunicación ampliaron el círculo de las personas que establecen las agendas para abarcar teóricos políticos carismáticos, filósofos y pensadores religiosos, educadores, activistas nacionales o internacionales, artistas y atletas, diseñadores de moda, periodistas populares y otras personas con popularidad similar. Aunque todavía se debata que influye más, si las figuras mediáticas o el contacto cara a cara tradicional, queda poca duda de que las figuras mediáticas han llegado a ser potentes actores que establecen la agenda por medio de amplio contacto, aunque impersonal, con el público a través de los medios de comunicación².

En la evaluación de cuán influyentes estos actores mediáticos han llegado a ser, es útil destacar el trabajo de los expertos en medios de comunicación, Donald Shaw y Maxwell McCombs, cuya investigación minuciosa ha demostrado persuasivamente la poderosa influencia que los medios de comunicación ejercen en el establecimiento de la agenda pública en el mundo moderno. Sus conclusiones, demostradas primero mientras investigaban el impacto de los medios de comunicación en las elecciones en Estados Unidos, definitivamente establecieron la correlación inmensamente fuerte entre los asuntos que los medios de comunicación escogen cubrir y los asuntos que tienen una influencia fundamental durante los ciclos de elección. Subsecuentemente, los estudios de Shaw y McCombs han sido ampliamente repetidos por centenares de expertos en medios de

comunicación y sociólogos, y la mayoría ha llegado a conclusiones similares³. Estas investigaciones subsecuentes parecen confirmar que los medios de comunicación tienen una influencia excepcionalmente fuerte, si no decisiva, a la hora de determinar el encuadramiento (*framing*) del proceso de establecimiento de agendas que selecciona los asuntos no solo sobre qué elecciones se deciden, sino también sobre

en los medios periodísticos que seguían (p. ej., los medios conectan al pueblo y establecen una agenda noticiosa)...

La investigación de Cohen lo llevó a proponer que la prensa no era especialmente eficaz en decirle a la gente qué debía pensar pero era excepcionalmente poderosa en decirle al pueblo sobre *qué* debía pensar y hablar. Esto,

en una frase, es el *establecimiento de la agenda*: los medios de comunicación encuadran y enfocan el interés de la comunidad en un limitado conjunto de asuntos a través de la cobertura informativa normal.

Desde entonces, centenares de estudios sobre los medios de comunicación han confirmado la observación de que los medios de comunicación influyen en cuáles asuntos y temas el pueblo considera más importantes y son dignos de reflexión y conversación mientras se excluyen otros asuntos y temas importantes de posible interés que están disponibles⁴.

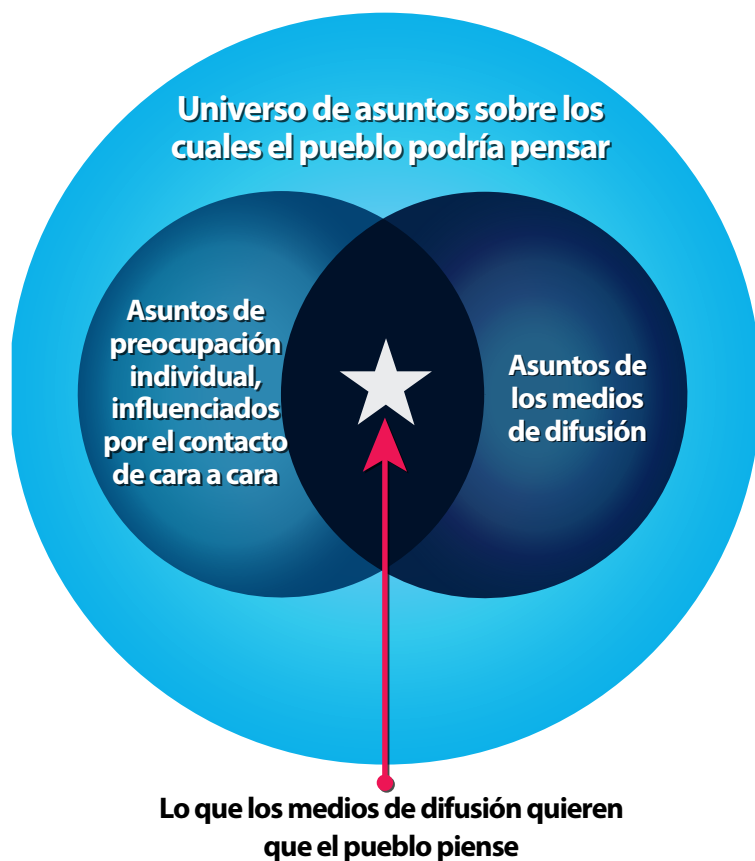
De este modo, hay dos tipos principales de actores que establecen la agenda en la sociedad moderna que coinciden y se apoyan mutuamente para definir las agendas comunitarias: aquellos que establecen las agendas a través del contacto personal con miembros de la comunidad y aquellos que establecen las agendas comunitarias a través de los medios de comunicación (véase la figura 2).

Sin embargo, hay una tercera categoría potente de agentes que establecen la agenda que debe ser incorporada en el proceso de establecimiento de agendas. La teoría de Lenin

incluye a estos agentes que se organizan para *coaccionar* el enfoque público en los asuntos. La relación de estos tres actores que fijan las agendas será discutida en combinación como elementos clave de la teoría de Lenin a continuación.

Lenin como teórico de los medios de comunicación

La gran influencia que tienen los medios de comunicación para fijar los asuntos comunitarios que se consideran en las elecciones públicas es destacada por



(Gráfica: Arin Burgess, *Military Review*)

Figura 2. Asuntos enfocados por los medios de difusión

los asuntos sociales en general que se convierten en enfoque popular de preocupación, debate y controversia de la comunidad. Cómo observaron Shaw y sus colegas Thomas C. Terry and Milad Minoie en un artículo reciente:

¿Qué es el establecimiento de la agenda?

A principios de los años 60, el politólogo Bernard Cohen descubrió que lo que el pueblo sabía de los asuntos exteriores estaba estrechamente relacionado con la selección editorial de los ítems presentados

la relación entre los conceptos clave en un proceso de influencia política formulado por Lenin. Él creó sus conceptos mientras servía como el líder de la rama bolchevique del Partido Comunista Ruso antes de la Revolución rusa de 1917. Con el fin de comprender porque Lenin los desarrolló, se necesitan antecedentes.

Comenzando a fines del siglo XVIII, había mucha controversia en relación a la teoría marxista entre los líderes comunistas y socialistas de Europa. Las discusiones escalaron y frecuentemente fueron caracterizadas por ataques personales, insinuaciones, amenazas y, frecuentemente, violencia. El problema que produjo tanta contienda tuvo que ver con los desacuerdos sobre las interpretaciones de la teoría marxista; si Karl Marx, en realidad, había pronosticado la caída del capitalismo a través del proceso que algunos se refirieron como el determinismo económico⁵. Los líderes comunistas y socialistas frustrados de Europa cuestionaron cada vez más y críticamente analizaron por qué no había ocurrido el fin de la historia que ellos habían creído que Marx predijo hace unas décadas. Sin embargo, algunas personas resistieron los llamados de revisar las interpretaciones de la doctrina marxista para que se conformara con la experiencia histórica. Los ideólogos más destacados insistieron dogmáticamente que la naturaleza del capitalismo y las fuerzas que lo impulsan a su inevitable destrucción solo se habían detenido temporalmente pero recobrarían el ímpetu debido a las fuerzas naturales inevitables del determinismo económico⁶.

Por su parte, Lenin duramente denunció el concepto de determinismo económico, llamándolo «economismo» y denunciándolo como una fe ingenua en fuerzas misteriosas que producirían la inevitabilidad de un auge espontáneo del proletariado. En cambio, sostuvo la opinión de que estas discusiones estaban completamente malinterpretando y distorsionando el análisis de Marx. Más bien, Lenin insistió en que el carácter cambiante del capitalismo inevitablemente produciría nada más que el surgimiento de una oportunidad para el proletariado de alzarse y tomar control de los medios de producción⁷. Por lo tanto, Lenin aseveró que los comunistas dedicados tenían la responsabilidad de organizarse y hacer campañas para tener una revolución y no solo esperar a que las condiciones se incubaran espontáneamente por sí solas debido a una creencia infundada en las así llamadas leyes naturales de determinismo económico⁸.

En un esfuerzo para promover más ampliamente esta opinión, Lenin escribió y publicó una monografía llamada *¿Qué hacer?*⁹. En esta publicación, Lenin estableció una fórmula para el activismo político exitoso que proporcionó un esbozo amplio donde se explica cómo organizar un movimiento político revolucionario junto con una explicación de la relación esencial entre los medios de comunicación y dicho movimiento, y cómo los medios de comunicación deberían ser usados para avanzar los objetivos políticos. Este artículo ha tenido una influencia enorme en el activismo político desde su época hasta el presente. En esta monografía, Lenin describe dos principios clave que, él aseveró, son necesarios para fomentar una revolución.

El partido de vanguardia

Lenin sostuvo que el primero de dos pasos clave para avanzar un objetivo político era establecer un *partido de vanguardia*, un grupo central de activistas profesionales (revolucionarios) sumamente disciplinados. El propósito de este elemento central dentro de un partido político era trabajar tiempo completo organizando y liderando el esfuerzo político. Lenin sostuvo que este tipo de partido de vanguardia era indispensable porque —a diferencia de la fe ortodoxa de algunos marxistas dogmáticos— no creía que el proletariado tuviera la capacidad de ser algo más que una multitud valiente aunque desventurada a menos que fuera cuidadosamente instruida, entrenada y luego estrictamente disciplinada por una organización de liderazgo. Lenin sostuvo que sin esta forma de partido de vanguardia, el movimiento político sería liderado por novatos y fracasaría.

Entre las responsabilidades principales del partido de vanguardia estaba educar al proletariado, infundiéndole una conciencia política y de clase. Para lograrlo, el partido de vanguardia tenía que inculcar en la clase obrera el reconocimiento de la lucha de clases mientras organizaba y aumentaba el movimiento mediante la imposición de una disciplina rígida e implacable entre los reclutas por la causa revolucionaria.

Por otra parte, la organización de los revolucionarios debe constar, ante todo, de personas que hacen de la actividad revolucionaria su profesión... En vista de esta característica de los integrantes de este tipo de organización [...] tal organización no debe ser muy extensa por necesidad y debe ser tan secreta como

fuera posible... Si comenzamos con el fundamento sólido de una fuerte organización de revolucionarios, podemos garantizar la estabilidad del movimiento como un conjunto y llevar a cabo las metas de tanto la Democracia Social como las de los sindicatos¹⁰.

Uno podría preguntarse, si Lenin estuviera vivo hoy en día, ¿qué organismos podrían reconocerse como los herederos de su concepto de partido de vanguardia? Después de la época de Lenin, difícilmente puede pensarse en un movimiento revolucionario o insurgente exitoso de importancia en el siglo XX o XXI que no fuera dirigido por el equivalente de un partido de vanguardia. Los ejemplos incluyen el Partido Fascista en Italia, el Partido Nacional Socialista en Alemania y el Movimiento Quinta República de Hugo Chávez en Venezuela, por mencionar una pequeña representación de tales organizaciones. En otras partes, los radicales islámicos Sayyid Qutb y Abul Ala Maududi postularon que los partidos de vanguardia islámicos eran necesarios para liderar a la comunidad musulmana perdida y desobediente del mundo a una restauración de la sociedad islámica. Por ejemplo, Qutb específicamente mencionó la necesidad de una vanguardia islamista en su libro *Hitos*:

Es necesario que exista una vanguardia, que comience con esta determinación y luego continúe caminando en el sendero... Es necesario que esta vanguardia conozca las señales e hitos del camino en rumbo a esta meta... He escrito *Hitos* para esta vanguardia¹¹.

Pero, igual de significativo, puede afirmarse legítimamente que la mayor parte del carácter del cabildeo y la organización política contemporánea es una herencia directa del concepto leninista que postula que un movimiento político solo puede tener éxito si es dirigido por una organización profesional de agitadores a tiempo completo que organizan y hacen propaganda por una causa.

El énfasis en la creación de un liderazgo de estilo partido de vanguardia para facilitar la organización y agitación es muy visible en las organizaciones activistas y de presión en todo el espectro de orientación política en el Occidente. En Estados Unidos, tales ejemplos de agitadores y organizadores profesionales incluyen (o han incluido) la Asociación de Organizaciones Comunitarias para la Reforma Ahora (ACORN), la Unión Americana de Libertades Civiles, Personas por

el Trato Ético de los Animales, la Asociación Nacional del Rifle, Consejo Nacional de La Raza y el Comité Americano-Israelí de Asuntos Públicos, por mencionar solo una pequeña fracción de este tipo de grupos de estilo vanguardia.

No es de sorprender que la literatura que frecuentemente guía las actividades de estos grupos de presión (*lobbying groups*) y de activistas comunitarios haya sido producida por organizadores y agitadores comunitarios profesionales tales como Saul Alinsky y Wade Rahtke, cuyos escritos reflejan el imperativo leninista de desarrollar organizaciones de vanguardia acompañadas de alusiones y tendencias esporádicas a la jerga, la mentalidad y las prácticas leninistas. Por ejemplo, en su libro *Reglas para radicales*, Alinsky observa:

«Una ilustración clara de este punto puede encontrarse en el resumen de Trotsky de las famosas *Tesis de abril* de Lenin, publicadas poco después del regreso del exilio de Lenin. Lenin destacó: “la tarea de los bolcheviques es derrocar al Gobierno imperialista. Sin embargo, este Gobierno yace en el apoyo de los revolucionarios socialistas y mencheviques que, a su vez, son apoyados por la confianza de las masas de la población. Somos la minoría. En estas circunstancias, no puede haber discusión de violencia por nuestra parte”. La esencia de los discursos de Lenin durante este período fue, “Ellos tienen las armas y, por lo tanto, estamos a favor de la paz y la transformación a través de la votación. Cuando tengamos las armas, entonces será a través de la bala”. Y así fue»¹².

De hecho, Alinsky proclamó *Reglas para los radicales* como nada menos que una guía para organizar y agitar la revolución llevando a cabo actividades que claramente resuenan con matices estratégicos leninistas destinadas a coaccionar un resultado de un oponente político por medio de la organización, agitación y propaganda diestra (véase la figura 3).

Se requiere un medio de comunicación masivo para la Revolución

En segundo lugar, para que el partido de vanguardia logre el éxito, Lenin aseveró que era esencial que el partido controlara como mínimo un medio de comunicación

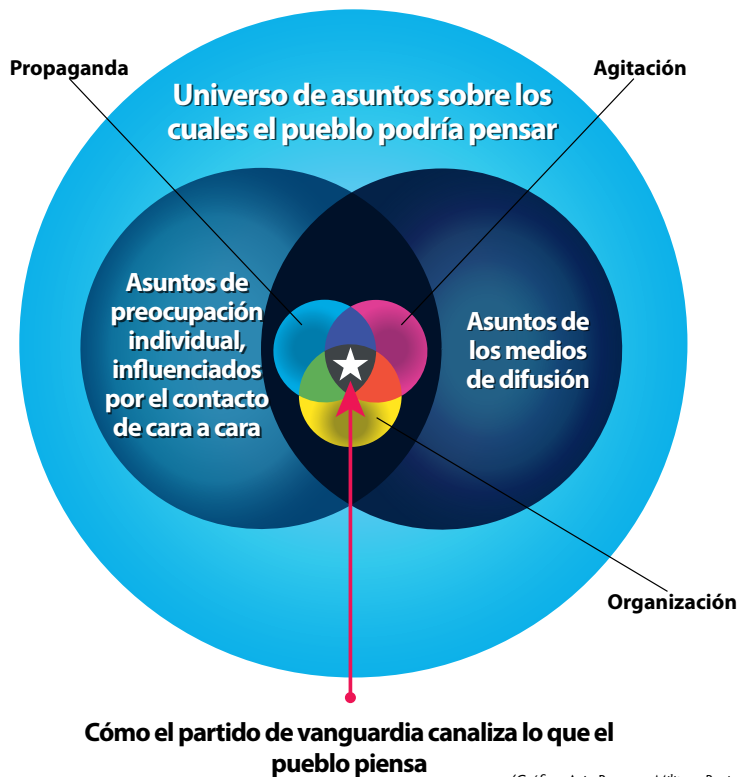


Figura 3. Asuntos enfocados por el partido

influente. Consecuentemente, Lenin estipuló que el partido de vanguardia debe adquirir el control directo de un medio de comunicación totalmente dedicado a promover su causa. Con este propósito, exigió el establecimiento de lo que denominó un periódico «todo ruso». ¿Por qué un periódico? En una época cuando la radio y el telégrafo estaban en sus comienzos y el teléfono aún estaba siendo inventado, el único medio de comunicación verdadero que estaba disponible para las masas era el periódico. Él describe la necesidad vital de este tipo de medio para el activismo político de la siguiente manera:

La publicación de un periódico político todo ruso debe ser la *línea principal* por la cual podamos desarrollar, profundizar y aumentar inquebrantablemente la organización (es decir, la organización revolucionaria que siempre está preparada para apoyar toda protesta y todo estallido)...

Un periódico no solo es un propagandista y agitador colectivo, también es un organizador colectivo. En este sentido, *puede ser comparado con el andamiaje construido* alrededor de un edificio en proceso de construcción; marca los contornos de la estructura y facilita la

comunicación entre los constructores, permitiéndoles distribuir el trabajo y ver los resultados logrados a través de la labor organizada¹³.

En otras palabras, los fines del periódico «todo ruso», como fue delineado por Lenin, era proporcionar trabajo a todos los miembros del partido de vanguardia mientras construían el partido y el movimiento; y servir como el instrumento del partido para organizar sus seguidores, hacer propaganda de la causa del movimiento y hacer campaña en múltiples lugares para socavar el orden sociopolítico existente y establecer las condiciones para el auge popular del proletariado.

Si Lenin estuviera vivo hoy en día, ¿cuáles instrumentos de comunicación buscaría controlar para organizar, crear disturbios y hacer propaganda por su causa y cuál de ellos serviría, al mismo tiempo, como el andamiaje para construir el partido? En todo caso, Lenin era visionario y oportunista. Por lo tanto, no existe ninguna duda de que Lenin hubiera buscado los medios de comunicación dispo-

nibles más modernos en un esfuerzo para concentrar la atención pública en sus objetivos políticos. Por lo tanto, el gran potencial de usar la Internet y los medios de comunicación social para llegar a millones de personas como un medio rápido y rentable para organizar, hacer huelgas y hacer propaganda hubiera atraído su atención. Si bien su programa de activismo moderno pudiera haber incluido los medios de comunicación tradicionales tales como panfletos y periódicos, sería más probable que él se hubiera concentrado en buscar visibilidad por medio de programas de televisión y radio, y especialmente a través de la Internet y medios de comunicación social.

No es de sorprender, siguiendo la fórmula de Lenin, que hoy en día el Estado Islámico (EI) y al-Qaeda usen la Internet precisamente con la misma función que el modelo leninista concibió a los medios de comunicación: como un instrumento para reclutar, organizar y sincronizar las actividades del partido, hacer propaganda de su ideología y hacer campañas por sus causas. Por ejemplo, tanto al-Qaeda como el EI tienen una presencia notable en sus sitios web, los dos tienen una publicación que tiene el propósito de promover y organizar su

agenda. Además, lo más probable es que Lenin hubiera entendido y aprobado la política del EI que estimula la difusión de decapitaciones; esto es un esfuerzo deliberado que tiene el doble propósito de tanto aterrorizar a sus oponentes como provocar y frustrar a los gobiernos occidentales.

Después de la época de Lenin, difícilmente pueda pensarse en un movimiento revolucionario o insur-

gente exitoso con algún nivel de resiliencia en ya sea el siglo XX o XXI que no tuviera un partido de vanguardia con control o posesión completa de al menos un medio de comunicación adaptado a sus necesidades o al ambiente en el que opera. Por ejemplo, el *Volksicher Beobachter* (Observador Nacional) apoyó el auge del Partido Nacional Socialista antes de la Segunda Guerra Mundial en Alemania, *Pravda* (La Verdad) apoyó la consolidación de poder bolchevique en Rusia y *Granma* apoyó al partido comunista de Fidel Castro en su dominación de Cuba. Estos son algunos ejemplos que demuestran la fusión que, Lenin declaró, era necesaria entre un partido de vanguardia y el control de un medio de comunicación para usurpar y luego mantener la hegemonía política sobre un sistema de Gobierno.

La necesidad de Checa

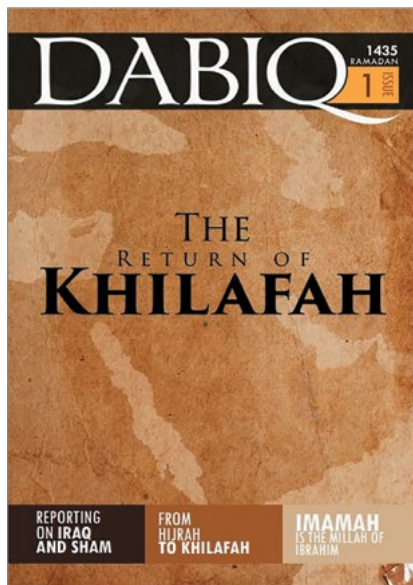
En último lugar, aunque sin ser mencionado específicamente en el ensayo *¿Por dónde empezar?*, Lenin agregó, en efecto, un tercer principio a su revolucionaria fórmula para el establecimiento de agendas poco después de tomar el poder sobre Rusia en 1917: reprimir la formación de oposición política y cualquier establecimiento de agenda política alterna por todos los medios necesarios.

Cabe observar que los primeros dos principios de la teoría de Lenin dependen en gran parte del libre albedrío de las personas que reciben el mensaje revolucionario para considerar y basar sus opiniones en lo que

Lenin quiso expresar. Consecuentemente, el éxito de los esfuerzos de propaganda y agitación, como fueron descritos por Lenin en *¿Qué hacer?*, dependía de una hábil elaboración y distribución de mensajes persuasivos junto con actividades atrayentes. Parafraseando a Shaw y McCombs, estas eran las técnicas con las que se intentaba limitar el número de asuntos que moldeaban a la opinión pública de forma colectiva.

Sin embargo, Lenin no estaba satisfecho con depender del libre albedrío de una audiencia para ya sea aceptar o rechazar su agenda revolucionaria, que solo hubiera dejado la posibilidad de otras agendas políticas contrapuestas que usurparían su propia agenda a través de mensajes y una organización más atrayentes y diestros. Por lo tanto, el último principio del modelo teórico de Lenin es la coerción directa. Poco después de tomar el control de Rusia, Lenin inmediatamente ordenó al implacable partidario bolchevique Félix Dzerzhinsky, a organizar la *Comisión extraordinaria para combatir la contrarrevolución y especulación*. Establecida el 20 de diciembre de 1917 con el nombre de Checa, su propósito entero era impedir que surgiera una oposición política al control

bolchevique. Las tácticas iban desde la ridiculización pública de oponentes políticos patrocinada por el Estado y la toma de control y censura de los medios de comunicación hasta el vandalismo, la intimidación y los ataques físicos, los secuestros, las torturas y los asesinatos. Durante la campaña del Terror Rojo subsiguiente de Lenin, los cálculos estimados varían de doce mil a doscientos mil oponentes políticos que fueron asesinados a medida que Lenin aumentaba su agenda pública¹⁴. Y, mientras la Checa tomaba medidas para aplastar a sus oponentes políticos, iban tomados del brazo con el recién formado ministerio de propaganda del Estado para garantizar que la agenda pública fuera establecida por el propio Lenin y nadie más. Con un partido de vanguardia disciplinado, el



Uno de los primeros pasos tomados por el Estado Islámico (EI) cuando se estableció fue publicar una revista de moda, *Dabiq*, para servir como el órgano principal para reclutar, organizar, hacer propaganda y hacer campañas por la causa del EI. La primera edición fue publicada en julio de 2014.



Cómo el partido de vanguardia y la Checa/Camisas Pardas obligan al pueblo a pensar sobre los asuntos

(Gráfica: Arin Burgess, *Military Review*)

Figura 4. Asuntos enfocados por el partido e impulsados por la Checa

control estatal de los medios de comunicación a través del ministerio de propaganda, y la Checa, Lenin ya no dependía solo de los caprichos de la persuasión para moldear el pensamiento independiente y el libre albedrío entre las masas rusas para establecer la agenda estatal (véase la figura 4).

Subsecuentemente, la Checa se convirtió en el modelo adoptado por otros Gobiernos socialistas y fascistas, así como diversos regímenes autoritarios. Por ejemplo, dándose cuenta de la fórmula de Lenin, el dictador italiano Benito Mussolini estableció una organización secreta con la misma misión de aplastar a la oposición política y mediática después que tomó el poder. No es de sorprender que le pusiera el apodo de Checa a esta organización, evidentemente en honor a Lenin. A su vez, imitando a Mussolini, los Socialistas Nacionales de Alemania primero establecieron los Camisas Pardas y un poco después la Gestapo, los dos grupos influenciados por los modelos italianos y soviéticos de la Checa¹⁵.

Si Lenin estuviera vivo hoy en día, ¿cuáles organizaciones pudiera reconocer como herederas del concepto de la Checa que él engendró? La respuesta es: Hoy en día, las organizaciones de tipo Checa son ubicuas, elementos fijos de todo Estado autoritario de algún grado de importancia, incluyendo China, Irán, Corea del Norte, Venezuela y Cuba, entre otros. Y, como herederos de la Checa, estas organizaciones, en gran parte, operan de acuerdo con la metodología leninista, principalmente dedicadas a eliminar o impedir el surgimiento de cualquier indicio de oposición política contra sus regímenes respectivos, sin importar cuán benigno o remoto un desafío aparente pueda ser.

Tal vez de más importancia, el espectro de la crueldad vengativa de Lenin contra sus oponentes políticos también se ha convertido en una característica de tantos así llamados grupos activistas políticos no violentos que operan en Estados políticos estables en el Occidente. Estos grupos usan tácticas de intimidación de tipo leninista que, aunque no necesariamente practican los mismos niveles de violencia como la Checa y los Camisas Pardas, sin embargo, reflejan la intolerancia y la metodología de la Checa en sus esfuerzos resueltos para sofocar a la oposición política y la amenaza de agendas contrapuestas que surgen de otras organizaciones.

Cada vez más, estas tácticas coercitivas incluyen el uso de la Internet y medios de comunicación social para el hostigamiento incesante personalizado contra individuos. También incluyen desafíos legales sistemáticos y frívolos a través de las cortes, hostigamiento de manifestaciones, huelgas, persecución, desobediencia civil dirigida hacia la desestabilización de la seguridad y el orden público, vandalismo, interrupción de asambleas públicas, incluyendo esfuerzos



comunes para impedir que la oposición política lleve a cabo reuniones públicas o dé discursos, así como la ridiculización pública organizada a través de los medios de comunicación electrónicos (especialmente incorporando a los medios de entretenimiento partidarios). Además, a veces también se usan amenazas de intimidación personal contra personas o familiares, ataques físicos esporádicos y una variedad de otras actividades que intentan impedir que un oponente político se organice y haga campañas eficazmente por una agenda política alterna. Por ejemplo, recientes esfuerzos organizados en Estados Unidos por diversos grupos para interrumpir o causar la cancelación de varias reuniones políticas por medio de la violencia y amenazas durante el ciclo electoral actual de EUA demuestran la constante influencia de la metodología Checa de Lenin sobre la organización comunitaria y los grupos de interés internos.

Conclusión

Mientras los oficiales militares prestan atención al panorama de causas conflictivas insurgentes,

Tropas de asalto «Camisas Pardas» (*Sturmabteilung*, o SA) quemaron la bandera negra, roja y dorada de la recién establecida República Weimar en las calles de Berlín, Alemania, 30 de enero de 1933. Integrantes de las SA llevaban puestos uniformes pardos distintivos y frecuentemente eran utilizados por funcionarios del partido nazi para interrumpir las reuniones de sus oponentes políticos, especialmente los comunistas, y participar en peleas callejeras con ellos. (Foto cortesía de Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz [Archivo de fotos de patrimonio cultural prusiano])

terroristas y de carácter doméstico agresivas (incluyendo las organizaciones y técnicas detrás de las así llamadas «revoluciones de color») en todo el espectro mundial, la lección es que ningún movimiento políticamente centrado puede sobrevivir por mucho tiempo sin ser liderado por un partido de vanguardia y sin el control (o apoyo partidario completo) de un medio de comunicación influyente, como mínimo, para organizar, hacer propaganda y hacer campaña por su causa. Y, estos movimientos son sumamente limitados a menos que logren la capacidad activa de prevenir el surgimiento de una oposición política, o de eliminar a sus oponentes políticos si surgieran, ya sea por la fuerza o el hostigamiento y la ridiculización.



Por lo tanto, en Estados autoritarios o no democráticos inestables, cuanto más cerca esté un movimiento político de lograr el estado ideal de ser liderado por un partido de vanguardia bien organizado que pueda influenciar a los líderes de opinión, que controle, como mínimo, un medio de comunicación influyente, y tenga más medios para intimidar (o aun aplastar) a sus adversarios políticos a través de tácticas violentas de estilo Checa, más probable será que este partido tenga control eficaz del Estado. Del mismo modo, en los Estados políticos no autoritarios estables, cuanto más cerca esté un interés político del ideal de mantener una colusión entre un partido de vanguardia a tiempo completo de organizadores y agitadores profesionales para cabildear y hacer campaña en su nombre y, como mínimo, un gran medio de comunicación (sobre el cual tenga un control virtual) junto con los medios para intimidar o silenciar a sus competidores políticos, por medio del uso de diversas tácticas de intimidación y hostigamiento, más probable será que tenga la capacidad de dominar y dictar la agenda pública interna de la comunidad o del Estado.

Seguidores del «Partido comunista revolucionario, EUA» queman la bandera de EUA en la entrada del Quicken Loans Arena en Cleveland, Ohio, 20 de julio de 2016. (Foto: Adrees Latif, Reuters)

Los oficiales y suboficiales de mayor jerarquía de las Fuerzas Armadas de EUA deben familiarizarse con el origen y uso de los principios y tácticas del activismo revolucionario de Lenin porque estos frecuentemente se implementan hoy en día por insurgentes, regímenes autoritarios y muchos grupos de cabildeo interno y organizaciones comunitarias de una manera que presentan una amenaza a la seguridad nacional. Además, frecuentemente se usan estas actividades junto con las así llamadas operaciones cinéticas para lograr mayor efectos psicológicos y estratégicos. Con este conocimiento práctico, los planificadores militares serán capaces de planificar y operar más eficazmente en el ambiente complejo actual mediante el entendimiento de cómo los componentes clave del activismo político de los adversarios a menudo se usan de manera sistemática y sincronizada para lograr objetivos políticos. ■

El coronel (retirado) William M. Darley, Ejército de EUA, sirvió 31 años en el servicio activo en el Ejército de EUA. Es egresado de la Universidad de Brigham Young en 1977 y su programa del Cuerpo de Adiestramiento para Oficiales de la Reserva. Actualmente es editor de la revista *Military Review*.

Referencias bibliográficas

Epígrafe. Roger Trinquier, *Modern Warfare, A French View of Counterinsurgency* (La guerra moderna: una visión francesa de la contrainsurgencia) (Londres: Pall Mall Press Ltd., 1964), p. 4.

1. Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazel Gaudet, *The People's Choice*, 2ª edición (Nueva York: Columbia University Press, 1948), p. 137; Elihu Katz, «The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis», *The Public Opinion Quarterly* 21, nro. 1 (Primavera de 1957): págs. 61–78 (número de aniversario dedicado a veinte años de investigación de opinión pública); Elihu Katz y Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence, The Part Played by People in the flow of Mass Communications* (New Brunswick, Nueva Jersey: Transaction Publishers, 2006), págs. 31–42.

2. George M. Beal y Joseph M. Bohlen, «The Diffusion Process», suplemento a la North Central Regional Publication Nro. 1 de Agricultural Extension Services, *How Farm People Accept New Ideas, Special Report 15* (Ames, Iowa: Iowa State University, 1981), accedido 15 de agosto de 2016, <http://www.soc.iastate.edu/extension/pub/comm/SP15.pdf>. Se examinó la influencia relativa de los líderes de opinión, a diferencia de los medios de comunicación, en un estudio llevado a cabo por los investigadores Joe Bohlen y George Beal de la Universidad Estatal de Iowa en 1959, quienes concluyeron que los cambios en opinión podrían ser explicados por un proceso de toma de decisiones de cinco pasos observado en varios grupos de agricultores que consideraban el uso de una nueva variedad de maíz híbrido. Clasificaron los pasos del proceso como concienciación, información o interés; evaluación; prueba y aceptación. Concluyeron que los medios de comunicación jugaron un rol importante en las primeras dos etapas (concienciación e información o interés); sin embargo, juegan un rol menor en las últimas tres etapas, donde los líderes de opinión que se comunican a través del contacto interpersonal se convierten en los factores principales que llevan a los cambios de opinión y comportamiento.

3. Maxwell E. McCombs y Donald L. Shaw, «The Agenda-Setting Function of Mass Media», *Public Opinion Quarterly* 36(2) (1972): 174, doi:10.1086/267990, aquí se ve el primer ejemplo de estos tipos de estudios; para ver más ejemplos, vea Maxwell E. McCombs, *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, 2ª ed. (Malden, MA: Polity, 2014); también vea Donald L. Shaw, Bradley J. Hamm, y Thomas Terry, «Vertical vs. Horizontal Media: Using Agenda-Setting and Audience Agenda-Melding to Create Public Information Strategies in the Emerging Papyrus Society», *Military Review* 86(6) (2006): 13–25.

4. Donald L. Shaw, Thomas C. Terry y Milad Minooie, «Military Communication Strategies Based on How Audiences Meld Media

and Agendas», *Military Review* 95, nro. 6 (noviembre-diciembre de 2015): p. 17.

5. Stanley Pierson, *Marxist Intellectuals and the Working-Class Mentality in Germany, 1887-1912* (Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1993), págs. 33, 60–63; Karl Marx, *Contribution to the Critique of Political Economy* (Moscú: Progress Publishers, 1859), Prefacio; Cyril Smith, «Kautsky and 'Revisionism': Philosophy and Bolshevism», sitio web de Marx at the Millennium, accedido 16 de agosto de 2016, <https://www.marxists.org/reference/archive/smith-cyril/works/millenni/smith2.htm>; Karl Marx y Friedrich Engels, *Manifesto of the Communist Party* (Nueva York: Rand School of Social Science, 1919), p. 28, accedido 16 de agosto de 2016, https://books.google.com/books/about/Manifesto_of_the_Communist_Party.html?id=TZE4AQAAAMAAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=en#v=snippet&q=grave-diggers&f=false. Marx declara que «La burguesía produce, ante todo, sus propios sepultureros. Su hundimiento y la victoria del proletariado son igualmente inevitables»; Peter G. Stillman, «The Myth of Marx's Economic Determinism», sitio web de Marx Myths and Legends, abril de 2005, accedido 16 de agosto de 2016, <https://www.marxists.org/subject/marxmyths/peter-stillman/article.htm>.

6. Dick Geary, Karl Kautsky (Manchester, Reino Unido: Manchester University Press, 1987), págs. 3–14, 16–17, 20–29; Smith, «Kautsky and 'Revisionism'», sitio web de Marx at the Millennium.

7. James E. Connor, editor, *Lenin on Politics and Revolution, Selected Writings* (Nueva York: Pegasus, 1968), págs. 189–95.

8. *Ibid.*, p. 195.

9. Vladimir Ilich Lenin, «What Is To Be Done?», (¿Qué hacer?) en *Lenin on Politics and Revolution*, editor James E. Connor, págs. 31–78.

10. Connor, *Lenin on Politics and Revolution*, págs. 62, 67.

11. Sayyid Qutb, «Introduction», *Milestones* (Hitos) (Charleston, Carolina del Sur: CreateSpace Independent Publishing Platform, 1 de enero de 2005), accedido 17 de agosto de 2016, https://drive.google.com/file/d/0B9UK4WbD_y24UTjhVG1OeGRTTk/view?pli=1.

12. Saul Alinsky, *Rules of Radicals: A Pragmatic Primer for Realistic Radicals* (Nueva York: Vintage Books, 1971), p. 37.

13. Vladimir Ilich Lenin, «What is to Be Done? The 'Plan' For an All-Russia Political Newspaper», sitio web del Marxists Internet Archive, accedido 17 de agosto de 2016, <https://www.marxists.org/archive/lenin/works/1901/witbd/v.htm>.

14. «The Cheka», sitio web de Alpha History, accedido 17 de agosto de 2016, <http://alphahistory.com/russianrevolution/cheka/#sthash.vGOssXfL.dpuf>.

15. Brenda Haugen, *Mussolini, Fascist Italian Dictator* (Minneapolis: Compass Point Books, 2007), págs. 68–69.