

LIBROS RECIENTES

MARX Y LOS SOCIALISMOS REALES

Carlos Rangel
Monte Avila Editores
Caracas, 1988

Es prácticamente una obra póstuma. Aunque el autor reunió antes de su fallecimiento el contenido de este libro, correspondió a su compañera, Sofía Imber, hacer la entrega oficial de los textos a la empresa editora. Gracias a su oportuna gestión, hoy tenemos en nuestras manos una estu-penda selección de artículos y ensayos, publicados casi todos en el diario El Univeral de Caracas, entre 1979 y 1984.

El libro, pues, posee un doble valor: la mayoría de los escritos son inéditos para el lector latinoamericano y todos ellos fueron escogidos personalmente por Carlos Rangel. Es evidente, por lo mismo, que el autor quiso destacar aquellos ensayos donde trató, con su agudeza característica, el fenómeno del marxismo, su interpretación y aplicación en el Tercer Mundo, especialmente en nuestro continente.

El primer ensayo de la obra, que le valió el título al libro, condensa la lucidez de Rangel y el dominio que siempre poseyó sobre el tema. En un

análisis extraordinario de la teoría marxista, el pensador venezolano es rotundo en afirmar que ninguna de las previsiones del marxismo se ha cumplido y que "la evidente desvinculación de la teoría marxista con lo que de verdad sucede en la historia y en la vida social no sería grave si el marxismo no se hubiera convertido en religión de Estado". Hecho que, para infortunio de la humanidad, produjo en la Unión Soviética, a partir de 1917, el totalitarismo político: un monstruoso régimen de esclavitud y degradación social.

Rangel afirma que el éxito del marxismo radicó en que "fue propuesto con pretensiones de ciencia en un momento de racionalismo y cientifismo ingenuos", que contrasta hoy con la utopía de su aplicación, en una sociedad universal que ha probado la libertad y que no ha podido avalar en la práctica esas leyes sociales.

Argumenta, por otra parte, que, si bien Marx contribuyó a la comprensión del comportamiento humano, jamás pudo explicar fenómenos como el nacionalismo "y tuvo que imaginarlo contingente y en vía de desaparición. Tampoco hay una explicación marxista para la afición por las corridas de toros, o ni siquiera para la pasión que producen las competencias deportivas. Pero lo más grave es que

IV TRIMESTRE 1988

no existe una explicación marxista para el estalinismo, y que, por lo mismo, esa "aberración" volverá a producirse dondequiera se aplique el marxismo al gobierno de la sociedad".

Al referirse a la bancarrota del marxismo, sostiene que ella se debe "esencialmente al reconocimiento de la cada vez mayor complejidad y diversidad de las clases sociales, contrariamente a la profecía marxista; pero también aunque no se diga mucho*, a la impresionante acumulación de fracasos políticos y económicos contabilizada por el marxismo en función de gobierno". Fascinante, pues, este ensayo de Carlos Rangel que, junto a más de treinta artículos contenidos en este volumen, reafirma la coherencia y mentalidad visionaria de este hombre, una de las figuras más notables y sobresalientes que ha generado la vanguardia intelectual de la América Latina contemporánea.

De él, dice Jean Francois Revel en el prólogo: "Como hombre de la comunicación, seguía la gran regla moral sin la cual las comunicaciones no tienen sentido: no escribir nunca nada más que lo que se cree verdadero, menospreciar el oportunismo intelectual, más nefasto aun que el oportunismo político".

Mario Jaramillo

* Es claro que hoy, varios años después de que Rangel escribiera este ensayo, los estrepitosos fracasos de la política económica socialista han provocado una revisión a fondo del sistema y se han convertido en la más elocuente y conocida demostración de los equívocos marxistas.

EL PRINCIPE
Nicolás Maquiavelo
Prólogo de Alfonso López
Michelsen
El Ancora Editores
Bogotá, 1988

Novedosa es la técnica editorial por medio de la cual se invita a la relectura de un texto, gracias a la seducción que puede lograr en el lector prevenida un muy buen prólogo.

Es el caso de este título. El Príncipe, publicado por primera vez hace cuatrocientos setenta y cinco años.

Texto escolar y universitario ha sido por mucho tiempo la obra de Maquiavelo, y es quizá su popularización la razón por la cual la gente del común ha entronizado en su lenguaje tradicional el epíteto "maquiavélico", para referirse a todo cuanto parezca tortuoso, sinuoso y alambicado, cínico, mentiroso e inmoral, sin que algo de esto tenga el escrito en cuestión.

Pero, si se hace la relectura, el texto renacentista, con los ojos del "político", tal cual lo sugiere el expresidente colombiano López Michelsen en su prólogo, se encuentra el lector con que Maquiavelo (1469-1527) se adelantó siglos en proponer lo que debería ser la nueva técnica o arte, o como se le quiera denominar, menos ciencia: el marketing de la política.

Los publicistas norteamericanos Al Ries y Jack Trout dedicaron su libro "La Guerra de la Mercadotecnia", al militar prusiano Karl von Clausewitz (1780-1831), autor de la obra "Acerca de la Guerra" (1833). Ries y Trout decidieron calificar a Von Clausewitz como: "uno de los mayores estrategas de la mercadotecnia que el mundo

ha conocido". Y no contentos con la dedicatoria escribieron el libro, todo, basados en los preceptos que el tal general aconsejaba tener en cuenta para hacer la guerra. Tuvieron, sí, la precaución de no mencionar naciones, pero a cambio de esto las simulaciones guerreras se hacen entre la I.B.M., la Pepsi-Cola, Burger King, General Motors, Guilleto, para nombrar algunas de las más importantes.

Pues bien, si los publicistas estrellas encontraron en este libro de la guerra similitudes con lo que actualmente se hace en la competencia, entre productos de consumo masivo, y aconsejan seguir con rigor estas tácticas, así también podríamos hoy decir que El Príncipe de Maquiavelo es el manual que debe observar un buen asesor de imagen para vender a un candidato y, por supuesto, el libro de bolsillo de un gobernante exitoso.

Este manual contiene un catálogo siempre actual de las buenas maneras políticas, entendiendo por buenas todo aquello que redunde en beneficio del fin que se proponen los hombres que hacen política y gobiernan a los pueblos.

En relación con el prólogo debemos reseñar que el lector encontrará en él una buena lección de teoría política y otro poco de marketing.

Lo primero, está explícitamente dicho por el presidente López Michelsen cuando afirma, refiriéndose al plebiscito, tema de moda en la discusión actual colombiana: "... Lo absurdo es pretender que por una serie de procedimientos jurídicos acordes con la legislación anterior, se consiga crear un vacío para ser llenado por el "constituyente primario", a voluntad del gobernante de turno. Equivale a institucionalizar los golpes de Estado a discreción del gobierno". Queda, pues, sentada una oposición enérgica en relación con el plebiscito.

La dosis de "marketing" político, al estilo de Maquiavelo, nos la presenta el prologo aconsejando procedimientos de aproximación, de tanteo, para que sea el mismo "constituyente primario" el que a través de las municipalidades, y mediante "consultas populares" locales, cambie los preceptos constitucionales sin alterar el Derecho Constitucional.

Miguelangel Roldán L.