

Aproximaciones a la propaganda en la Rusia de Stalin: los carteles propagandísticos del diario *Pravda*

Samantha Guadalupe Galicia Fajardo*

Resumen:

El adoctrinamiento de las masas y el control sobre la opinión pública por parte de los regímenes totalitarios del siglo xx se lograron con ayuda de la propaganda. En este trabajo se hace una aproximación analítica al discurso de los carteles propagandísticos en la Unión Soviética durante los años de 1924 a 1953, revisando el papel de los medios de comunicación, particularmente el caso del diario Pravda.

Palabras clave: propaganda, stalinismo, carteles, URSS.

Introducción

Los regímenes totalitarios del siglo xx se dirigían a las masas, buscando lealtad incondicional al líder, al partido o al régimen en sí. Para ello se apoyaron en la propaganda. Por consiguiente, estudiar dichos regímenes implica necesariamente revisar los esquemas propagandísticos que se construyeron alrededor suyo. En clara referencia a un proceso de adoctrinamiento a través de la propaganda lo constituyó el grupo político bolchevique dentro del Partido Obrero Socialdemócrata de Rusia (POSDR) dirigido por

*** Estudiante de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades del Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Autónoma del Estado de Morelos.**

Vladímir Lenin y, posteriormente, por Iósif Stalin. En ese sentido, el objetivo de este trabajo es realizar una aproximación a la propaganda del régimen stalinista, centrándonos en el caso del periódico *Pravda* y los carteles que en él circularon.

El término *totalitario* fue acuñado por Giovanni Amendola, en un principio tan sólo para referirse al régimen absoluto de Mussolini. Después asimiló al fascismo con el comunismo, al calificarlos como reacciones totalitarias al esquema de las democracias liberales. Según esa perspectiva, los regímenes totalitarios se basaron y sustentaron en el empleo del terror, la ficción ideológica y la manipulación de la legalidad para conseguir sus objetivos: la ley se convertía en una herramienta, la cual sería la expresión del movimiento utilizada para fabricar un hombre nuevo (Vargas 117).

Los gobiernos totalitarios lograron acumular la lealtad y el apoyo incondicional de sus seguidores. Se remitieron constantemente a una promesa de acabar con la opresión o de recobrar glorias pasadas. Una vez que lograron hacerse del poder, siguieron alentando a las masas a través del adoctrinamiento, mientras que miembros de la propia elite se convertían en un peligro para la supervivencia del régimen: el terror se volvió un instrumento clave del totalitarismo, anulando de manera progresiva sus derechos para tener una población controlada, para este objetivo, se colocan en primera instancia determinados grupos fuera del sistema penal ordinario (119).

La propaganda tiene como finalidad promover ideas, doctrinas, opiniones o creencias, intentando incidir en la opinión pública (Amon *et al.* 35). La palabra por sí sola parece tener un aura siniestra al sugerir estrategias manipuladoras de persuasión, intimidación y engaño. Estas connotaciones negativas y emotivas son relativamente nuevas y están ligadas al siglo xx. Durante los siglos anteriores, xvii y xix, *propaganda* era un concepto aproximadamente neutro referido a la difusión de ideas políticas, al evangelismo religioso y a los anuncios comerciales. La neutralidad de esta palabra desapareció en la Primera Guerra Mundial cuando los gobiernos en guerra necesitaron el apoyo de la opinión pública, por lo cual, a través de los medios de comunicación de masas dirigieron una serie de mensajes a la población (Clark 6).

En ese sentido, siguiendo a Toby Clark, es claro que la historia de la propaganda moderna está íntimamente ligada al desarrollo de la *cultura de masas*: la cultura de masas



es un término difícil de definir a la vez que connota una idea antigua y autoritaria de las masas, implica la producción en masa de imágenes y mensajes mediante técnicas industriales (13).

Lenin en la Unión Soviética como Hitler en la Alemania nazi reconocieron que el cine podría ser un instrumento de persuasión mucho más eficaz que la pintura. Pero también dieron gran importancia al arte. El comunismo soviético y el nacional-socialismo alemán, cada uno a su manera, fueron concebidos por sus dirigentes como movimientos con una misión *cultural* y no solo política [...]. Pero en esos regímenes el arte de propaganda se producía en cantidades tan grandes y tenía que seguir unas directrices tan regidas que, incluso hecho a mano, los resultados pueden describirse como arte producido en masa. (14)

Los programas nacionales rusos de reconstrucción, como la industrialización y la colectivización de la agricultura, se pensaron para tener efectos profundos sobre la gente rusa hasta un extremo que excedería como mucho la mera propaganda de imágenes y palabras: en los regímenes duraderos, como el de la Unión Soviética, el término *propaganda* tuvo connotaciones negativas y dado que se consideraba que el comunismo proporciona un conocimiento objetivo y científico del mundo, apenas hacía distinción entre propaganda y educación. En el ámbito artístico la principal expresión del comunismo de Estado ha sido el realismo socialista definido e introducido formalmente por Iósif Stalin en 1934 como la estética oficial de la nación (73).

Los dictadores o líderes totalitarios se caracterizaron por construir discursos y difundir ideas que les permitieran mantenerse en el poder, y Stalin no fue la excepción: manipuló a los países no soviéticos recurriendo a la teoría del socialismo de un solo país con el propósito de tranquilizarlos. Esto refuerza la teoría de la necesidad fundamental que tienen los regímenes de aprovecharse de las masas alimentando la incertidumbre: un elemento clave para este fin consiste en evitar establecer mecanismos claros de sucesión en caso de la falta absoluta del líder, además de asegurarse el monopolio absoluto del poder y con ello, la purga (Pons 107).

La cultura de masas es un término difícil de definir a la vez que connota una idea antigua y autoritaria de las masas, implica la producción en masa de imágenes y mensajes mediante técnicas industriales (13).

El mundo socialista formó un subuniverso autónomo y en gran medida autosuficiente política y económicamente. Sus relaciones con el resto de la economía mundial eran muy escasas. Por ejemplo, la URSS no tuvo el reconocimiento diplomático de los Estados Unidos hasta 1933. Incluso cuando Lenin estuvo dispuestos para hacer concesiones a los inversores extranjeros a cambio de su contribución al desarrollo económico de Rusia, se encontró con que nadie aceptaba su oferta. De esta forma la URSS emprendió un desarrollo autárquico, que le dotó de cierta inmunidad ante a la Gran Depresión de 1929 (Hobsbawm 375). Cuando triunfó la revolución proletaria en Rusia, el proyecto de los bolcheviques se enfocó en transformar su economía y sociedad atrasada en moderna. Una forma de conseguirlo fue combatir una ofensiva general contra el atraso cultural de las masas, contra su oscurantismo, ignorancia, analfabetismo y superstición (376).

Lenin tenía clara la función del arte dentro del marco más amplio de la educación, y creyó que la cultura socialista debía construirse sobre los mejores logros del pasado y a partir de ellos elevar el nivel cultural de las masas. Esto se relacionaba con su concepción del papel del partido, el principal elemento teórico del marxismo leninismo. Entre la muerte de Lenin en 1924 y la subida de Stalin al poder 5 años después, la dirección del partido mantuvo su política de permitir un relativo pluralismo en las artes (Clark 76). Iósif Stalin fue un político y dictador soviético. Estuvo entre los bolcheviques revolucionarios que impulsaron la Revolución de Octubre en Rusia en 1917. Fue Jefe de Gobierno durante dos periodos: de 1941 a 1946 y por reelección de 1946 a 1952 (Pons 102). Fue quien convirtió los sistemas políticos comunistas en monarquías no hereditarias, gobernando su partido al igual que todo lo que estaba al alcance de su poder personal. Recurrió frecuentemente al terror, defendiendo la fe ortodoxa secular y demostrando un agudo sentido de las relaciones públicas (Hobsbawm 389).

Como ya se mencionó anteriormente, los regímenes totalitarios se apegan a la legalidad, es decir, radicalizan las normas jurídicas: en la URSS Estalinista se promulgaron leyes con el fin de transformar a la especie humana. Las revoluciones en forma de purgas generales se convirtieron en una institución permanente del régimen a partir de 1934. Y en 1936 se promulgó una constitución que resultó ser el comienzo de una gran purga debido a que en ella se ordenaba la ejecución por traición (Vargas 132).

La propaganda soviética en prensa y carteles

Lenin había dejado en claro que los futuros bolcheviques debían considerar a la prensa como un arma propagandista y un brazo indispensable del Partido, es decir, la prensa como instrumento para la lucha política en tanto que se encargaría de movilizar a las masas a merced del partido, además de convertirles en militantes disciplinados. Para conseguir sus objetivos, buscó adquirir el control de las imprentas en nombre del estado revocando el poder de la prensa burguesa (Etchaleco 3 -5).

Los conceptos de neutralidad y objetividad que comenzaron a difundirse en la prensa occidental a finales de la Primera Guerra Mundial no fueron apropiados en la prensa soviética. Por tanto, en la URSS siguió vigente el modelo decimonónico, bajo el cual se concebía a la prensa como guías de la opinión pública y medios para la lucha política partidaria. La medida que más impacto tuvo en la prensa consistía en considerar cualquier crítica al gobierno bolchevique como una actividad ilegal, agregando más tarde la evaluación de cualquier trabajo literario antes de su publicación.

La visión de Stalin respecto de la prensa poco varió de los planteos de Lenin. Su aporte personal consistió más bien de un fortalecimiento de las instituciones de censura y del control [...] Stalin consideraba a los medios de comunicación como un instrumento de propaganda política, como un arma ideológica. (6-7)

La constitución de 1936 de la Unión Soviética garantizaba la libertad de prensa, aunque esta quedaba limitada con una cláusula donde especificaba que esas libertades solo podían ser usadas en conformidad con los intereses de la clase trabajadora y al fortalecimiento del sistema socialista (16). Stalin continuó con el diario *Pravda* como sistema informativo de la nación, con el cual buscaba tener bajo control el espectro mediático. De tal manera que cada publicación era supervisada por él y sus colaboradores más cercanos (9).

El diario fue fundado por Lenin a principios de 1912 y su primer número apareció el 23 de abril de 1912. El congreso del Partido Socialdemócrata de Rusia, reunido en Praga, había decidido anteriormente que este fuera su órgano de difusión de sus actividades. Nadie se imaginó que años

Los primeros
tiempos de Pravda
fueron accidentados
puesto que se editaba
desde el exilio para
luego filtrar los
ejemplares a través
de la frontera y
distribuirlos de forma
clandestina entre las
células del partido
dentro del Imperio.

después se convertiría en el primer diario de masas en la historia de Rusia, y mucho menos que sería una de las grandes leyendas del periodismo mundial al constituirse en tribuna de agitación política en la que se expresaban las posiciones de la fracción bolchevique del socialismo ruso. En su inicio, fue dirigido por Rodión Malinovski, un lugarteniente de Lenin, quien posteriormente fuese acusado de ser agente de los servicios zaristas. Los primeros tiempos de *Pravda* fueron accidentados puesto que se editaba desde el exilio para luego filtrar los ejemplares a través de la frontera y distribuirlos de forma clandestina entre las células del partido dentro del Imperio. El gobierno zarista suspendió ocho veces la publicación del diario, pero con el apoyo de los obreros siempre reapareció con títulos similares al prohibido, por ejemplo: *Por la Pravda*, *El Camino de la Pravda*, *La Pravda del Trabajador* y otros por el estilo (8).

En el período prerrevolucionario aparecieron en sus páginas notas y artículos firmados por quienes luego se convertirán en los principales dirigentes soviéticos: Lenin, Trotsky, Zinoviev, Kamenev y el mismo Stalin fueron los principales animadores de los debates políticos y teóricos que encontraban espacio allí. Por ese entonces, la tirada de *Pravda* llegaba a los 40,000 ejemplares, cifra nada desdeñable para un diario clandestino y pobremente financiado, que luchaba por imponer sus ideas en una sociedad que le era en buena medida hostil (9).

Sin embargo, contrariamente a lo que en general se cree, en la *Pravda* de Stalin había un espacio para la crítica. El investigador norteamericano Angus Roxburgh reconoce que "al mismo tiempo que adoctrinaba ideológicamente a sus lectores y magnificaba los éxitos económicos del país. *Pravda* ponía en evidencia muchas de las fallas del modelode vida soviético. Desde la ineficacia estatal y la mala administración hasta la corrupción y la escasez circunstancial de alimentos, todos estos temas eran tratados de manera crítica por el periódico" (9).

A partir de la Segunda Guerra Mundial, el diario consiguió tener presencia en el escenario internacional: los medios de comunicación de los países occidentales aliados con la URSS tomaban de sus ediciones las declaraciones de los máximos referentes soviéticos que condujeron al Ejército Rojo a la victoria sobre la Alemania Nazi. Sin embargo, una vez que finalizó el conflicto, el diario *Pravda* fue

desacreditado con una visión negativa por los mismos medios de comunicación de las grandes potencias dentro de la lucha ideológica propia de la naciente Guerra Fría. Y consecuentemente, este órgano oficial de los comunistas soviéticos no sobrevivió la embestida contra las estructuras del partido de Boris Yeltsin a principios de la década de los noventa (10-13).

La propaganda durante el régimen de Stalin no solamente era distribuida en hojas sueltas por toda la Unión Soviética, sino que los carteles propagandísticos también formaron parte del diario *Pravda*. Cabe destacar que, en 74 años, desde la Revolución bolchevique en 1917 hasta la caída de la Unión soviética en 1991, se calcula la producción de 55,000 ejemplares de dichos carteles (Le Bourgeois 2).

El arte se impregna de política, se nutre de ella y la expresa como si los dos fueran uno solo. Y esto es lo que se refleja en los carteles. El rol del cartel en la propaganda soviética reviste tal importancia que se institucionalizó desde 1927. Se trató de promover un género, un estilo y de perpetuar un saber hacer dentro de una formación artística específica y de calidad. Existen dos tipos de carteles representantes de la tipología soviética: el estaliniano y el constructivista. A mediados de la década de los veinte existían más de catorce talleres especializados solo en la ciudad de Moscú y en 1947 la elaboración de esos carteles se volvió una sección de la Academia de Bellas Artes de la Unión Soviética (3). A continuación, se muestran y analizan algunos de los carteles más emblemáticos de lo que fue la propaganda promovida a través de *Pravda* durante los años de 1924 y 1953.

Una de las características comunes en la propaganda del estalinismo fue el culto a la personalidad del líder, pero también a la figura de Lenin. Stalin se encargó de reproducir diversos carteles que habían sido elaborados años atrás, posiblemente bajo la lógica de Marx de reproducir las relaciones de producción que Lenin había definido con anterioridad a la sociedad (Althusser 3-4). El culto a Lenin inició después de su muerte, incluso se construyó un mausoleo en la Plaza Roja, donde el cuerpo embalsamado de Lenin estuvo expuesto ante los fieles. Esto significó una tentativa de utilizar la atracción que ejercían los santos cristianos y sus reliquias sobre un campesino primitivo (Hobsbawm 387).

En el primer cartel se muestra la imagen de Lenin con una postura decidida a punto de tomar acción y la vista perdida al horizonte con la tela de su traje ondeando como si se tratara de alguna capa perteneciente a algún héroe. La bandera roja comunista sobresale al igual que la leyenda "Lenin vivió, Lenin vive, Lenin vivirá" en color blanco; en la esquina inferior derecha aparece el año de la revolución (véase anexo 1.1).

El segundo cartel es constructivista al constar de elementos lineales y planos, asociado con la producción industrial y sus composiciones construidas matemáticamente. De esa forma se hacía referencia a todo lo que Lenin construyó en la nación. Este cartel se utilizó en 1931 anunciando el inicio del segundo plan quinquenal, el cual se centraba en mejorar las condiciones de vida de la población haciendo hincapié en la autosuficiencia, en especial en cuanto a la industria pesada que era fundamental. Relacionado a esto, en el cartel se observan diversos elementos que sobresalen por ser grandes construcciones y en la parte inferior, en un tamaño menor se observan diversos rostros: la fuerza laboral es la base fundamental para cualquier industria y juntos lograrían cumplir el segundo plan quinquenal que permitió a la Unión Soviética convertirse en una potencia militar (véase anexo 1.2).

Continuando la idea del trabajo en el siguiente cartel aparece nuevamente Lenin como protagonista mientras toma un periódico en su mano derecha alzándolo en tono de protesta. Las letras que lo acompañan, en ruso, rezan "todo el poder para los sóviets. Paz para el pueblo. Tierra para el campesino" que es el discurso soviético post-revolucionario resumido.

Con estos tres carteles se demuestra que Stalin buscaba mantener vivos el espíritu y los ideales de Lenin, difundiéndolos constantemente entre la población. Así, Stalin reafirmaba su imagen al mostrarse como sucesor de Lenin y haciendo referencia a la construcción de la nación, buscando difundir el sentido de pertenencia a la nación: el cuarto cartel enmarca el sentimiento nacionalista titulándolo "La madre patria llama" y fue publicado luego de que los alemanos iniciaran la Operación Barbarroja en junio de 1941. Dicho cartel se convirtió en un icono entre las imágenes soviéticas. Supuestamente, la historia detrás de este cartel es que la esposa del artista, Irakli Toidze, se topó con su estudio gritando "¡Guerra!" al escuchar las noticias en la radio.



Irakli le pidió que congelara su movimiento, y su postura es lo que se ve en el póster (véase anexo 2.1).

La mayoría de los carteles de la Unión Soviética representaban la búsqueda de un hombre nuevo: se trataba de un arquetipo ideal de persona con cualidades socialistas y altruistas que supuestamente se había vuelto el común entre la población. La cualidad más importante de estos hombres era la dedicación al trabajo, por medio del siguiente cartel se buscaba motivar a los obreros a cumplir con los ambiciosos planes quinquenales. Se ve una mano levantada que por su tamaño es sobresaliente y con las demás se construye una especie de jerarquía que conforme descende en posición su tamaño también lo hace, mostrando el sentido de colectividad y unión para el éxito de la nación (véase anexo 3.1).

El sexto cartel trata de los koljós que eran granjas colectivas destinadas para eliminar la explotación agraria de los grandes capitales de Rusia. Iniciaron cuando el gobierno de Lenin entregó las tierras a las cooperativas formadas por campesinos afines al régimen, aunque solo tenían derecho de uso y no de propiedad. Además eran obligados a entregar cuotas de producción al Estado. Durante el régimen de Stalin al abolirse la Nueva Política Económica (esquema que se trataba de un capitalismo de Estado) se estimuló la creación de estas granjas colectivas con el fin de incluir la materia obtenida para la exportación para así reinsertar a la URSS en el comercio internacional. Por estos motivos el cartel de 1931 muestra a un hombre y una mujer diciendo "¡Ven con nosotros a la granja colectiva, camarada!" (véase anexo 3.2).

La propaganda no solo era dirigida a los adultos de ese momento, también se dirigían a la juventud y a los infantes: como una apuesta al futuro y a la continuación del régimen, con la propaganda en carteles y en publicaciones del diario se busca capacitar a los lectores jóvenes para que pensarán y actuaran al "estilo soviético", forzando a perfeccionar sus propias normas y prácticas de comportamiento de acuerdo con las normas soviéticas. De tal manera que esos ideales quedaron establecidos en las páginas de las publicaciones masivas soviéticas para niños (Salnikova 3). Así lo muestra el siguiente cartel, el cual expresa en sus letras blancas dentro de una banda roja "las juventudes comunistas, la brigada de emergencia del plan quinquenal". De esta forma se muestra a hombres trabajando duro, en un gran edificio que simboliza la

construcción de la nueva nación (véase anexo 3.3). Así, el cartel proyecta el ideal del joven soviético organizado y participante de la modernización de la producción agrícola, un líder, un futuro trabajador calificado, un luchador incansable e intrépido (Salnikova 7).

Los carteles motivacionales también podrían resultar discriminantes, como es el caso del séptimo cartel en el que con la ayuda de la comparación entre dos cuerpos se califican al hombre soviético que la nación aceptaba y al hombre blanco que la nación castigaba: "¡Vergüenza a los llorones, flojos y sin fe!". El hombre blanco del dibujo solamente retrasa y dificulta el camino del hombre rojo quien al parecer se encuentra subiendo una montaña, representando metafóricamente el progreso de la nueva Rusia (véase anexo 3.4).

Aún con el triunfo de los ideales bolcheviques, se debía continuar con la producción y circulación de los carteles: en uno de ellos se muestra a un obrero hombre rojo con la mano sobre su arma, en clara alusión a la lucha que anteriormente se llevó a cabo y que continuaba de forma interna. Las características de los hombres de blanco con tonos negros tocan la ficción con sus manos, semejantes a unas garras de monstruos que son capaces de escabullirse y acechar las riquezas, con hombres diminutos a su servicio, pero muy inferiores al hombre rojo (véase anexo 4.1).

Los grandes propietarios siguieron siendo calificados de forma negativa en la propaganda, comparándolos con monstruos el modelo propagandístico soviético se sirvió de un terror iconográfico para desacreditar a dichos sectores sociales. Con ello se hacía presente el tema de la vigilancia, propio del esquema totalitario: personas a quienes las van a vigilar y van a detener, impidiéndoles que horroren a la población como se muestra en el cartel titulado "La vigilancia es nuestra arma" (véase anexo 4.2).

El capitalismo y las personas que formaban parte de él no eran bien vistas en la Unión Soviética. En el último, con el título "Muerte al capitalismo", se muestra un ser no humano aunque con extremidades semejantes, con garras en lugar de los pies y manos y colmillos en lugar de dientes. Aparece cubierto por un traje elegante y ha perdido su sombrero de catrín al ser ahorcado con una emblemática hoz. Podríamos esto último como la pérdida del poder tal como los reyes cuando pierden su corona (véase anexo 4.3).



Conclusiones

Las palabras producen cosas y una imagen vale más que mil palabras: los carteles propagandísticos contienen ambos. La manera en que los abordaron los líderes bolcheviques es un fenómeno importante en la historia puesto que fue el régimen totalitario de más duración y en tanto que la propaganda constituyó una pieza clave para su triunfo y pervivencia. Estudiar y analizar dichos carteles permite contrastar y pensar la propaganda actual, que si bien ha tenido una evolución debido a los enormes cambios en los medios de comunicación, sigue conservando ciertas lógicas.

Los bolcheviques reconocían la importancia de la opinión pública para conseguir su triunfo y, debido a esto, desde el inicio del movimiento revolucionario, Lenin manifestó un particular interés al fundar el diario *Pravda* y distribuirlo a la nación; en sus inicios la propaganda estaba inmersa en cada nota escrita. Sus planes prosiguieron al conseguir la victoria, encargándose de gestionar y controlar los medios de comunicación. Además echaron mano de la censura, revisando cada publicación e inspeccionando su difusión en el territorio soviético. Eran conscientes de que su triunfo se debía a la opinión pública y por ello, al contrario de los Zares, intentaron controlar lo que la población estaba consumiendo en cada impreso.

Con Stalin al mando la situación se radicalizó aún más porque como se mencionó, tenía un talento para las relaciones públicas y para ejercer control social. El cartel propagandístico se institucionalizó, es decir, se pasó a formar parte de los ámbitos gubernamentales del estalinismo. Inclusive, para ser un cartelista, se necesitaba un permiso del régimen. Además, a la propaganda se sumaron eventos deportivos y representaciones de la victoria de los bolcheviques, siempre promoviendo la idea del hombre soviético, apelando también a las futuras generaciones de trabajadores. Dentro de ese esquema propagandístico, Stalin se convirtió en una figura de culto durante su propio régimen, promoviendo su liderazgo en vinculación a la figura Lenin. Sin duda era una forma de reafirmar su poder tal y como lo había hecho, por ejemplo, la aristocracia francesa. La diferencia en este caso es que Stalin y Lenin eran pintados en un arte público, presentándolos

Dentro de ese esquema propagandístico, Stalin se convirtió en una figura de culto durante su propio régimen, promoviendo su liderazgo en vinculación a la figura Lenin.

lo mismo en carteles callejeros que en carteles difundidos mediante un periódico de masas como lo fue Pravda, y no en lujosos cuadros que se conservaban entre la elite. La sutileza para manipular las palabras o para construir mensajes claros y convincentes a través de imágenes, es sin duda lo que constituye la fascinación e importancia del fenómeno de la propaganda.

Anexos



Anexo 1.1 "Lenin vive" 1924. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 1.2 "Bajo la bandera de Lenin para el segundo plan quinquenal". Sergei Senkin. 1930. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsun-doku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 1.3 "Todo el poder a los Sóviets. Paz al pueblo. Tierra a los campesinos". 1920. Reproducido durante el mandato de Stalin. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 2.1 "¡La madre patria llama!". Irakli Toidze. 1941. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 3.1 "Con gran trabajo cumpliremos con el plan", G. Klutis 1930. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 3.2 "¡Ven con nosotros a la granja colectiva, camarada!". 1931. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-car-teleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 3.3 "Las juventudes comunistas, la brigada de emergencia del plan quinquenal". 1934. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsunami/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 3.3 "¡Vergüenza a los llorones, flojos y sin fe!" Autor Desconocido, 1930.
[Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 4.1 "La prominencia del obrero frente a las fuerzas que lo subyugan". 1930.
[Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 4.2 "La vigilancia es nuestra arma", I. Setebryanyi. 1941. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>



Anexo 4.3 "Muerte al capitalismo". V. Deni. 1925. [Imagen]. Recuperada de: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>

Bibliografía

- 43 ejemplos de cartelería soviética que hicieron de la propaganda un arte insuperable. Cid. Imágenes digitales, 2017.
- Althusser, Louis. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. México: Quinto Sol, 1990. Impreso.
- Álvarez, Freddy. "La ética y los medios de comunicación". *Alteridad. Revista de Educación*, vol. 3, núm. 1. Quito: Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, 2008. pp. 6-19. Web.
- Amon, Denise, et al. "Propaganda, publicidad y opinión pública. Dimensiones éticas". *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, vol. 18, núm. 2. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, 2014. pp. 33-52. Web.
- Clark, Toby. *Arte y propaganda en el siglo xx*. Madrid: Akal, 2000. Impreso.
- Etchaleco, Hernán. "Agitación y propaganda. Los medios de comunicación masiva en la Unión Soviética". xi Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. San Miguel de Tucumán: Universidad de Tucumán, 2007. Web.
- Hobsbawn, Eric. *Historia del siglo xx 1914-1991*. Barcelona: Grijalbo Mondadori, 1998. Impreso.
- Le Bourgeois, Jacques. "El cartel político soviético, una especificidad". *Revista Chilena de Diseño. Creación y pensamiento*, vol. 2, núm. 3. Santiago: Universidad de Chile, 2017. Web.
- Marx, Karl. *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. Manifiesto del partido comunista*, México: Colofón, 2008. Impreso.
- Pons, Silvio. "Império, estado e ideologia na URSS stalinista". *Lua Nova. Revista de Cultura e Política*, vol. 1, núm. 75. Sao Paulo: Centro de Estudios de Cultura Contemporánea, 2008. pp. 99-113. Web.
- Salnikova, Alla. "Pionerskaia Pravda periódico en la década de 1920-principios de 1930 como un nuevo constructor de la infancia soviética". *Revista San Gregorio*, núm. extra 23. Portoviejo: Universidad San Gregorio de portoviejo, 2018. pp. 116-123. Web.
- Vargas, Juan Carlos. "Los orígenes del Totalitarismo de Hannah Arendt y la manipulación de la legalidad". *Revista Boliviana de Derecho*, núm. 11. pp. 114-131. Web.