

La izquierda en su laberinto comunicacional

Roger Ricardo Luis

Doctor en Ciencias de la Comunicación Social. Periodista.
Profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Iraida Calzadilla Rodríguez

Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. Periodista.
Profesora Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Por el engaño nos han dominado más que por la fuerza.

SIMÓN BOLÍVAR

Resumen:

La comunicación puede considerarse un problema complejo aún no resuelto por la izquierda en América Latina, siendo uno de los más importantes espacios de disputa política y cultural entre el pensamiento hegemónico capitalista y las ideas liberadoras enarboladas por el movimiento emancipatorio de la región. El ascenso al gobierno de las fuerzas democrático-populares en diferentes países latinoamericanos y caribeños y la consiguiente la contraofensiva de la derecha contra dichos procesos ha puesto en evidencia, una vez más, esa debilidad estratégica. Poco y lento es el avance en tal dirección donde el discurso predominante de los sectores progresistas y revolucionarios suele caracterizarse por el enfoque instrumental pautado por la denuncia, la riposta puntual y casi siempre desarticulada. De ahí la necesidad de disponer de una alternativa comunicacional propia orientada a potenciar sus fortalezas y dejar atrás debilidades conceptuales, organizativas, estructurales y movilizativas.

Palabras clave:

Comunicación, política, industrias culturales, América Latina, fuerzas democrático-populares.

Abstract:

Communication has long been considered a complex problem still unresolved by the left in Latin America, being one of the most important areas of political and cultural dispute between capitalist hegemonic thinking and the liberating ideas raised by the emancipatory movement of the region. The rise of the democratic-popular forces in different Latin American and Caribbean countries to the government and later the counter-offensive of the right against these processes has once again exposed this strategic weakness. Little and slow progress is made in this scenario where the predominant discourse of the progressive and revolutionary sectors is usually characterized by the instrumental approach based on the denunciation, the riposta puntual and almost always disjointed. Hence the need to have a communicational alternative of its own in order to strengthen its strengths and leave behind its conceptual, organizational, structural and mobilizing weaknesses.

Keywords:

Communication, politics, cultural industries, Latin America, democratic-popular forces.

No pocas veces el presidente venezolano comandante Hugo Chávez, sentenció que la comunicación era la falla tectónica de la revolución. Su afirmación no solo abarcaba al proceso bolivariano bajo su liderazgo, que en ese ámbito ya había experimentado un salto importante tras la derrota del golpe mediático-militar de abril de 2002, sino también se extendía hacia el espectro de las fuerzas democrático-populares protagonistas del cambio de época en América Latina y el Caribe con el inicio del presente siglo y la importancia geopolítica que ello implicaba.

La preocupación —y ocupación— del líder bolivariano partía de la comprensión de que la comunicación resulta decisiva toda vez que se trata de uno de los más importantes espacios de disputa política y cultural entre el pensamiento hegemónico capitalista y las ideas liberadoras enarboladas por el movimiento emancipatorio de la región. De ahí la necesidad de disponer de una alternativa comunicacional propia orientada a potenciar sus fortalezas y dejar atrás debilidades conceptuales, organizativas, estructurales y movilizativas. Poco y lentamente se avanza en tan complejo escenario, donde el discurso predominante de los sectores progresistas y revolucionarios, suele caracterizarse por el enfoque instrumental pautado por la denuncia, la riposta puntual y casi siempre desarticulada y algún que otro combate de orden táctico ganado.

Basta echar una mirada a la contraofensiva de la derecha en América Latina —Estados Unidos mediante— para saber que la primera línea de ataque está ocupada por la artillería del poder simbólico, pues como define John B. Thompson (1998) «(...) es la capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales a través de los medios de transmisión simbólica».¹ Se trata, como afirma el profesor de la Universidad de Cambridge, del ejercicio de una violencia invisible y solapada, que reproduce visiones dominantes a través del intercambio de formas simbólicas. En ello ocupan un rol decisivo los medios de comunicación de masas; al respecto, Dennis Mc Quail afirma que «(...) son en sí mismos un poder por su capacidad de llamar y dirigir la atención, de convencer, de influir en la conducta individual y social, de conferir estatus y legitimidad, y aún más, los medios pueden definir y estructurar las percepciones de la realidad».² Bajo esos presupuestos se puede conseguir una meta importante: inducir y formar opinión pública, fabricar consenso.

Estados Unidos sabe que su potencial estratégico reside en nuestros días en la industria cultural y la capacidad permanente de renovación, flexibilidad y adaptabilidad a los constantes cambios simbólicos que exigen las circunstancias en todos los terrenos. En tal sentido, vale acudir al punto de vista de Pablo González Casanova³ cuando asegura que las organizaciones complejas del sistema dominante procuran no desvincular los conceptos de los actos. De ahí que mantenga una vigilancia constante de su «funcionamiento» para controlar mejor las «fluctuaciones» imprevistas de actores y contextos interactivos.

Se habla entonces de guerra cultural encaminada a influir las 24 horas del día en la cotidianidad de los individuos; es decir, modo de vida, costumbres, conductas, cosmovisiones, aspiraciones, gustos, sueños, percepciones de la realidad, entre otras subjetividades que son funcionales a la manera de pensar y modo de vida del capitalismo. Con ello se persigue el dominio humano en el ámbito afectivo, emocional y cognitivo, con la intención de imponer sus valores a individuos, grupos y naciones determinados.

¹ John B. Thompson: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona, 1998, p. 34.

² Denis McQuail: *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, 1ra edición en español, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1998, p. 124.

³ Pablo González Casanova: «Entre el orden y el caos. El capitalismo organizado», *Desacatos*, No. 28. México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores. En: *Antropología Social*, Septiembre-Diciembre, 2008, p. 165-172.

En el proyecto de dominación imperialista es posible identificar el concepto del uso intensivo de las armas silenciosas donde se disparan situaciones en vez de balas para hacer blanco en la vitalidad, las opciones y la movilidad de personas, grupos y sociedades a partir del conocimiento y estudio previo y minucioso de sus potenciales víctimas, atacando las fuentes de su energía social y natural, sus debilidades físicas, mentales y emocionales. Para iniciar, basta, al menos, con sembrar la duda. Hacen un uso eficiente y eficaz de la mentira, las medias verdades y, especialmente, los errores del contrario. La finalidad es minar convicciones, desacreditar a gobiernos y gobernantes, líderes, sembrar el desencanto, inducir el pesimismo y la falta de compromiso, estimular la oposición interna, proponer proyectos alternativos, desmovilizar a los revolucionarios e introducir valores ajenos a las tradiciones autóctonas. Así, la guerra cultural se transversaliza o articula de manera directa o indirecta con operaciones bajo diversas etiquetas como guerra psicológica, baja intensidad, cuarta generación, espectro completo, no convencional, subversión político-ideológica, golpe blando, *smart power*, por citar las más conocidas y donde la subversión político-ideológica es su eje central. Es decir, las fuerzas progresistas y revolucionarias libran hasta ahora una confrontación decisiva y desigual contra un poderoso sistema de medios globalizados, articulados, ubicuos y coherentemente dirigidos, que cuenta con significativos recursos de infraestructura, científico-técnicos, financieros y capital humano altamente calificado.

Qué pasa del lado de los agredidos

Fray Betto pone las miras en un asunto crucial, muchas veces pautado por el síndrome de plaza sitiada: el desgaste que sufre la izquierda cuando centra su acción comunicacional en la denuncia:

Mientras que los gobiernos democrático-populares se sienten permanentemente acorralados por las ofensivas desestabilizadoras de la derecha, acusándola de intentar un golpe de Estado, ésta se siente segura al estar respaldada por los grandes medios de comunicación nacionales y globales, y por la incapacidad de la izquierda para crear medios alternativos suficientemente atractivos para conquistar los corazones y las mentes de la opinión pública.⁴

Por su parte, Fernando Buen Abad hace una radiografía sensible y de primer orden como es el problema de la unidad:

¿Por qué nos cuesta tanto unirnos? Uno de nuestros peores errores, en materia de comunicación, es la escasa unidad que suele lastimarnos de maneras muy diversas en la base de muchos otros problemas y debilidades. Des-unidos somos siempre un blanco fácil. Por des-unidos tenemos periódicos sin lectores, televisoras públicas sin público, radiodifusoras sin audiencias... porque —entre otras calamidades— tenemos egolatrías —de género muy diverso— que ahuyentan a las masas y desalientan a los trabajadores. El resultado suele ser que tenemos pueblos movilizados con urgencias de cambios radicales, movimientos sociales que olfatean el rumbo pero que no encuentran fortaleza comunicacional —confiable— porque, esencialmente, perciben des-unión, individualismo y tufos burocrático-sectarios. Mal de males. Así pues, nuestra desorganización se vuelve instrumento de la burguesía, ella a cambio, se organiza y nos derrota cuando, además, el problema no es sólo «unirse» sino producir un gran cambio en la situación.⁵

El inventario de insuficiencias no queda ahí. En el ámbito regional se han dado experiencias integradoras de gran valía, como el ALBA, por ejemplo; también espacios de concertación política como el Foro de São Paulo, entre otros; asimismo, otras iniciativas en las cuales participan gobiernos, partidos y movimientos que han desafiado la hegemonía de Estados Unidos en la zona. Pero, ¿alguien conoce que haya existido un tipo de mecanismo para la comunicación contrahegemónica, emancipatoria, liberadora?

Asimismo, buenas y promisorias estrategias que una vez comenzaron a probarse en el fragor cotidiano de la realidad, sufren hoy estancamiento o retroceso. Digamos, por ejemplo, un *pool* de agencias de noticias latinoamericanas que trató de alzar vuelo, pero apenas despegó. La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) aún no logra vertebrarse como una organización vigorosa y combativa a nivel

⁴ Fray Betto: «Impasses de los gobiernos progresistas», 2016. Recuperado de: <http://www.rebelion.org/noticias/2014/12/193369.pdf>

⁵ Fernando Buen Abad Domínguez: «El problema de la unidad en comunicación emancipadora», 2017. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticias/2017/1/222190.pdf>.

regional; es numéricamente pobre, no alcanza si quiera a la mayoría de los países de la región y su accionar es puntual y reactivo.

La formación y superación de activistas y profesionales de la comunicación con las lógicas de la propuesta emancipatoria es un camino apenas transitado. ¿Dónde están las experiencias que en este campo lograron acumular los movimientos sociales, fuerzas clave por su conciencia política y capacidad movilizativa?

Contentarse solo con el éxito de Telesur resulta, cuando menos, inmovilista y mediocre. Cuánta falta hace vertebrar una gran red de emisoras populares en el continente que, en los momentos trascendentales, pueda producir encadenamientos para informar primero, brindar a las audiencias nuestros puntos de vistas, dar nuestra visión de los hechos, concitar solidaridad, movilizar, ¡para conocernos mejor! No olvidar: la radio aún sigue siendo el periódico, la televisión, la internet, las redes sociales de millones de latinoamericanos y caribeños.

Vale entonces destacar lo que Fernando Buen Abad afirma:

Los «medios de comunicación», «alternativos», «comunitarios», «populares», «independientes» —o como cada cual prefiera denominarse— no logran convertirse en fuerza que constituya influencia política poderosa y organizada. Permanecen como una minoría numéricamente importante, pero políticamente intrascendente. Su papel frente de las luchas de los pueblos no adquiere la influencia política decisiva, como debiera ser. Eso puede tener muchas explicaciones, pero no puede admitir excusas.⁶

Un logro del período ha sido la formulación de leyes relativas a políticas públicas en comunicación orientadas a la democratización. Tal es el caso de la justa repartición de las frecuencias de radio y televisión controladas en su inmensa mayoría por las corporaciones mediáticas privadas que, como bien se sabe, son enemigas de los procesos emancipadores. Sin embargo, este camino ha quedado a la mitad, pues de poco vale disponer de una importante franja del espacio radioelectrónico si no se sale a tomar el mismo con emisoras pautadas por agendas y contenidos propios, inteligentes, atractivos y entendibles por los públicos a que van dirigidos.

⁶Fernando Buen Abad Domínguez: «El problema de la unidad en comunicación emancipadora». Ob. cit.

En materia de comunicación popular persiste la tendencia a perder terreno en las bases populares, bastiones tradicionales de la izquierda. Esos escenarios los han ido ocupando dudosas ONGs y sectas religiosas cuyos planes y objetivos están dentro de las coordenadas de la subversión y cuyos fondos de funcionamiento provienen de instituciones privadas que, al estudiarse su «árbol genealógico», tienen por alguna parte casi siempre a la CIA.

Es reiterativa la práctica comunicativa de convencer a los ya convencidos que a la larga genera un peligroso círculo vicioso. La mira debe estar en convencer a quienes no lo están y rescatar a los que una vez estuvieron por su origen de clase en la base social de las fuerzas contrahegemónicas. Ahí está la paradoja de los millones de pobres que sacaron de su estado de precariedad de vida los gobiernos populares y progresistas y pasaron muchos a la oposición creyéndose «clase media». En esa dirección, Fray Betto se pregunta:

¿Cómo tratan los gobiernos democráticos-populares a los segmentos de la población beneficiados por las políticas sociales? Es innegable que los niveles de exclusión y miseria provocados por el neoliberalismo requieren de medidas urgentes, que no se limiten al mero asistencialismo. Porque tal asistencialismo se restringe al acceso a beneficios personales (bonos financieros, escuelas, atención médica, crédito preferente, subsidios a productos básicos, etc.), sin que esto se complemente con procesos pedagógicos de formación y organización políticas.⁷

Hace falta una contrapartida inteligente, creativa, efectiva y articulada al poder mediático imperial. Se necesita con urgencia disponer de nuestros propios laboratorios, observatorios, centros de investigación que trabajen con una agenda consensuada desde las particularidades de la guerra simbólica en cada lugar. Capital humano existe para ello —periodistas, comunicadores, sociólogos, politólogos, psicólogos, filólogos, artistas, historiadores, cibernéticos, informáticos, entre otros expertos—.

Aquí vale recordar la conocida historia del creador del fusil AK 47, el soviético Mijaíl Kaláshnikov, cuando en plena Segunda Guerra Mundial decía que de nada sirve el valor de los soldados, de nada sirve mandar contingentes de tropas, si no se cambiaban los armamentos. En nuestros días esa máxima mantiene meridiana actualidad, pues de poco valen

⁷ Fray Betto: ob. cit.

la verdad que enarbolamos, la historia, los logros, si no entendemos que la batalla central hoy está en la comunicación y para combatir se necesitan nuevas y más eficaces estrategias y armas simbólicas.

Es cierto que no pocas veces las urgencias de la propia lucha hacen a un lado la búsqueda del momento para la reflexión y el debate sobre el tema de la comunicación perdiendo así de vista su carácter estratégico y dejando ese flanco a merced del otro con las graves consecuencias que ello conlleva, sobre todo cuando se sigue montado de manera acrítica en el pensamiento y las mismas prácticas comunicativas que se dicen combatir.

Ante esa falta de percepción de riesgo no se puede olvidar las influencias que aún ejerce el fallido modelo de propaganda política soviético. Al respecto, bastaría recordar que en el caso de la prensa, el pensamiento de referencia generó un modelo básicamente instrumental que, según Julio García Luis, redujo «su capacidad dialógica y su vínculo con la realidad, y no fue capaz de formar una opinión pública alerta, informada y crítica, sino que indujo, por el contrario, el aislacionismo, la pasividad, la pérdida de confianza y la deslegitimación del liderazgo».⁸ Por otro lado, la visión de última hora, la improvisación, el desconocimiento, la negligencia en el actuar cotidiano, los protagonismos infértiles han conducido con frecuencia a reproducir acríticamente modelos, prácticas y representaciones de la cultura y la comunicación hegemónicas.

No se puede perder de vista que esta es una guerra. En la mediática los errores se notan rápido y se vuelven en contra al instante, corregirlos oportunamente puede significar hasta la supervivencia. La improvisación, el azar, la copia indiscriminada devienen campos minados. La emboscada asecha y es efectiva cuando no se conoce cada palmo del terreno y el pensamiento operativo, las fuerzas y medios del adversario. Silencios, vacíos y demoras informativas son trincheras ocupadas de inmediato por el enemigo. Los mensajes que no producen el efecto deseado confunden, desorientan. Cada arma mediática cumple una misión específica, calculada, que opera en correspondencia con la idea táctica y estratégica del combate. La responsabilidad ética de advertir las consecuencias de los errores es un antídoto contra la manipulación. Armas nuevas para batallas nuevas. Para ganar hay que pasar a la ofensiva.

⁸ Julio García Luis: *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*, La Habana, Editorial Pablo, 2013, p. 62.

Internet y redes sociales

En nuestros días las constantes y decisivas transformaciones tecnológicas ejercen una notable influencia en la relación existente entre política, comunicación y cultura poniendo a prueba objetivos y aspiraciones en todos los órdenes de la sociedad. Tal es el caso de internet y muy especialmente las redes sociales, convertidas hoy en uno de los más significativos escenarios de confrontación de ideas.

En el 2000, durante un encuentro en La Habana con periodistas y comunicadores latinoamericanos, Fidel Castro indicaba que la red de redes parecía haberse hecho para que combatieran los revolucionarios. El líder histórico de la Revolución Cubana percibía esa posibilidad emancipatoria a partir de la adaptación crítica a la sociedad de la información que condujera a un nuevo orden social de Internet lo cual equivale, entre otros aspectos medulares, al acceso universal al conocimiento, la capacitación colectiva para el uso de esas tecnologías, la reducción significativa de la brecha digital, la independencia tecnológica y la consiguiente inversión para la inversión y el desarrollo, junto a una indispensable y estratégica articulación política y mediática de carácter contrahegemónico.

Después de 17 años de aquel encuentro el avance es poco, irregular e inconsistente. ¿Qué ha pasado? José R. Vidal apunta: «Es un proceso de aprendizaje inconcluso, desigual y no lineal en pugna con los viejos hábitos funcionales, prejuicios, escasez de recursos financieros e insuficientes conocimientos».⁹

En el uso (y abuso) de la red de redes con fines de subversión, el poder global hegemónico lleva por un amplio margen la delantera. Ignacio Ramonet destaca:

(...) las redes sociales juegan un rol fundamental, son capaces de movilizar sociedades, y lo hacen, a veces, de forma que parece una diversión entre amigos, tiene algo de jubiloso, de festivo, como de inocente, que es el objetivo de esta manipulación. Todo esto está muy bien pensado. Hay que conocer esta estrategia que está muy bien definida con el objetivo de hostigar a los gobiernos progresistas latinoamericanos.¹⁰

⁹ José R. Vidal: «Comunicación y luchas contrahegemónicas», 2009, p. 4. Recuperado de https://revista.ecaminos.org/category/jose-ramon-vidal/View/teaser_list.

¹⁰ Ignacio Ramonet: «La guerra mediática se ha exacerbado en los países progresistas». En: *América Latina en Movimiento*, ALAI, 23/03/2015. Recuperado de <http://www.alainet.org/es/articulo/168378>. Aún

Cuando surgió internet, parecía una herramienta de liberación; sin embargo, siguiendo las lógicas del capital, las empresas que lo controlan, también se han recentralizado y una de sus funciones es vender información sobre la vida de sus cientos de millones de usuarios que, por ejemplo, sirven de materia prima a los laboratorios de guerra psicológica y mediáticos que trabajan en acciones destinadas al control de la mente humana para así modelar escenarios sociales y políticos e inducir comportamientos y acciones a favor de sus intereses en el escenario social como sucede en Venezuela.

Para Rosa Miriam Elizalde es importante tener muy claro que se está vertebrando una nueva geografía con poder global de fuerza enorme. Al respecto, señala:

En las redes, la derecha es un solo país o todo un continente. (...). Hay concertaciones y es lo que explica cómo contra Venezuela de pronto salen los extremistas de España, junto con los de Colombia, Perú y otras naciones. Todos con una voz única, financiamientos únicos, corredores únicos para los dineros, expertos internacionales que son mercenarios, que, si les pagan bien, lo mismo arman la campaña de un partido que de su contrincante.¹¹

En la entrevista publicada en el diario *Granma*, la especialista se lamenta que en el caso de la izquierda no pasa así y para ejemplificarlo se remite a la brutal arremeda que sufre la Revolución Bolivariana:

(...) admitamos que Venezuela prácticamente se quedó sola en esta guerra de las redes. Es que la izquierda todavía no se ha constituido como fuerza, como bloque o nación que articule la resistencia global a los poderes fácticos. Tenemos que empezar a enfrentar estas realidades con menos diagnósticos y más concertaciones, y acabar de entender que un ataque contra Venezuela puede ser mañana

así, Hugo Chávez demostró también que en internet la comunicación puede ser un poder para la izquierda cuando se dispone voluntad política práctica, inteligencia, organización y audacia. Él fue pionero en comprender el valor de organizar a las fuerzas bolivarianas en las redes sociales para la defensa del poder político conquistado. Ahí está su cuenta en Twitter, @chavezcandanga, desde donde no solo enfrentó a la maquinaria mediática opositora nacional e internacional, sino también convirtió en canal de diálogo con su pueblo.

¹¹ Arleen Rodríguez Derivet: «Los laboratorios mediáticos apuntaron contra niños y adolescentes en Venezuela». Entrevista con Rosa Miriam Elizalde, *Granma*, 29 de agosto de 2017, p.4.

contra nosotros, contra los argentinos, los bolivianos, contra todos los movimientos progresistas del mundo.¹²

No se puede perder de vista que la disputa está ahora en las redes sociales y los medios digitales cuyas características estructurales los hacen más sencillos, flexibles y amigables al prosumidor y donde como regla el mensaje tiene vida efímera, pero de impacto inmediato, viral, que apela a lo emocional y efectista; es decir, son lógicas que se contraponen a las prácticas comunicativas de los medios tradicionales. En estas aguas la izquierda está obligada nadar y hacerlo bien.

Es ahí donde concurre la gente por millones, en especial los jóvenes, los bien llamados nativos digitales; por lo tanto, dicho espacio debe ocuparse, interactuar en esta nueva y multitudinaria plaza pública y presentar el combate político ahí también con un discurso inteligente, renovado, seductor, porque no se le puede dejar ese ámbito de construcción de sentidos al adversario a la espera de que se creen nuestras propias plataformas. A fin de cuentas, es la misma batalla histórica, pero ahora en otro ámbito, en el ciberespacio y para ello resulta imprescindible transformarse para transformar, para poder liderar el cambio.

El desafío

Todo lo expuesto conduce a reafirmar la necesidad de que la voluntad política de la izquierda sobre el complejo y controversial tema de la comunicación debe saltar de una vez y por todas de la tribuna a la realidad, pues como dijo el prócer Eloy Alfaro, «en la tardanza está el peligro».

Ello equivale a entender que la comunicación no es coyuntural. Está sujeta a prácticas instrumentales. Ella debe entenderse desde la perspectiva de un pensamiento estratégico único, bajo los principios de unidad y sostenida sobre pilares organizativos, conceptuales, educativos y comunicaciones.

Se trata de que la comunicación vaya más allá de la denuncia justa y necesaria, que se proyecte a la construcción de modelos y prácticas comunicativas con agendas propias dialógicas y participativas, donde se combinen visión global con acción local y propenda a la articulación de acciones a partir de redes de información, intercambio, concertación y movilización donde cada persona sea capaz y pueda comunicar.

¹² Ídem.

Esa formulación apunta a comprender que la comunicación no concluye con el envío del mensaje, sino que a partir de él se verifica en los destinatarios un proceso de recepción activa y de resignificación de los contenidos en correspondencia a su experiencia vivencial. Ello conduce a procesos de construcción de sentido y modelos de interpretación de la realidad, como corresponde a la nueva mentalidad con que debe abrirse paso el pensamiento del cambio.

En esa dirección, la izquierda, aunque la desaprovecha, tiene a su favor un colosal capital simbólico que radica en la propia cultura, tradiciones e historia forjadas por los pueblos en su devenir, en la vida de sus próceres y héroes conocidos (y olvidados) como los millones que son anónimos en más de dos siglos de bregar libertario. El reto consiste en saber aprovechar ese acervo en clave propia, sin el lastre —sobre todo el mental—, que desde la seducción ejerce la cultura hegemónica.

Debemos ser conscientes de que cada minuto que dejamos pasar en esta batalla de las ideas, el capitalismo, mediante la formidable y gigantesca maquinaria cultural planetaria de que dispone, va anulando o desvirtuando ese reservorio al que nos referíamos y naturalizar su percepción del mundo como el único posible.

El tiempo se puede volver en contra de los procesos emancipadores porque en el imaginario social cabría la posibilidad de instalar la idea de que el capitalismo es la fuente de todo lo posible. Sería como acuñar la peregrina idea de Francis Fukuyama del fin de la historia. De tal suerte, quienes vayan a contracorriente pasarían a ser «el enemigo».

Tal como nos convocara Fernando Martínez Heredia, el desafío:

(...) es asumir que la rebeldía es la madurez de la cultura; es pelar contra todas las formas de dominación; es no tener miedo a examinarnos a fondo, a criticar nuestros errores y debilidades; es partir de lo que existe, pero no para someternos a lo que existe; es trabajar y crear, con método y entusiasmo, consolidar y arriesgarse a la vez, atreverse a vencer.¹³

En estas circunstancias, vale la pena parafrasear una expresión del líder histórico de la Revolución Cubana, Fidel Castro, que ha guiado los destinos de la Cuba irreductible por más de medio siglo: ¡Comunicar o muerte! ¡Venceremos!

¹³ Jesús Arencibia: «Che, expresión de la nueva herejía». Entrevista con Fernando Martínez Heredia, *Juventud Rebelde*, 14 de junio de 2017, p. 4.