

“El razonamiento y la verdad son más importantes que la seducción”



Por: Fernando León Jacomino (Jiribilla)

Si hay un periodista extranjero conocido y querido en Cuba es Ignacio Ramonet. Instalado en la preferencia de nuestros lectores gracias a la agudeza y el rigor de su entrevista *Cien horas con Fidel*, distribuida aquí en diferentes formatos y traducida a varios idiomas, Ramonet es además un experto en temas de comunicación social y uno de los autores que con más objetividad ha evaluado el fenómeno global de Internet y su creciente penetración en nuestros países. Animados por conocer su opinión sobre diferentes temas de actualidad, aprovechamos su más reciente visita para sostener la conversación que ahora ofrecemos en exclusiva a nuestros lectores.

¿A qué se debe la incapacidad de la izquierda para seducir y mostrar su mejor cara al mundo e incluso a sus simpatizantes potenciales?

Hace tres o cuatro años, en el marco de la Feria del Libro, Fidel se reunió con un grupo de intelectuales internacionales y cubanos. Después de escuchar diferentes intervenciones, entre ellas una mía, dijo: “Muy bien, ustedes han hecho el balance de la perversidad —para decirlo en otras palabras— del

adversario, pero ¿cómo hacemos para que nuestra verdad circule? Esa es un poco la pregunta que tú me planteas, y que es mucho más difícil de contestar de lo que parece. Por ejemplo, la izquierda en general y la izquierda gobernante tienen una ética con respecto al discurso, en la que el razonamiento y la verdad son más importantes que la seducción. Esencialmente, es el discurso de la seducción, se trata de vender más una postura que un producto. Cuando se pone a una chica bella y parcialmente desvestida cerca de un automóvil, esa chica no es el motor mecánico del automóvil, esa chica no te garantiza que el automóvil vaya a circular bien, sin averías; sin embargo, eso hace vender más automóviles, o pretende vender más automóviles. En realidad, la publicidad moderna ya no vende el producto, sino una idea. Se nos vende más bien una idea asociada a cómo tú puedes mejorar tu identidad, tu valor en términos profesionales, sociales, y cuánto vas a mejorar consumiendo ese producto, en vez de decir que ese producto te va a producir tal o cual cosa mecánicamente, científicamente, etc.

Eso es el discurso de la seducción, y el discurso de la seducción lo enseñó muy bien el sociólogo francés Jean Baudrillard, teórico de la sociedad de consumo. En las sociedades que no se piensan como sociedades de consumo, el discurso de la seducción está menos desarrollado por definición. A veces se les llama discursos de la propaganda, específicamente de la propaganda política, pero siempre con las debidas restricciones sobre cómo hacer un eslogan político, una imagen política, porque a pesar de todo, la cuestión de la verdad o del impacto allí tiene más importancia que la seducción.

Entonces, primero hay como un hándicap que viene del hecho de que no se ha trabajado suficientemente en la seducción, y segundo también creo que existe la idea de que no se miente, ya que la izquierda parte del principio de que no se debe mentir y date cuenta de que estamos en la era de la post-verdad.

Fíjate el choque ético entre una concepción exigente de que el tratamiento digno en materia de comunicación consiste en no mentir —ya lo decía el Antiguo Testamento—, y la sociedad en la que estamos hablando de post-verdad, o sea, que la verdad no es más que una interpretación de los hechos, una entre las muchas que puede haber, y también en la era de los hechos virtuales. Es decir, que yo puedo defender un hecho que no se produjo, pero que podría producirse. Es el famoso debate sobre cuántas personas hubo en la ceremonia de toma de posesión de Trump, donde tanto Trump como su entorno de comunicación afirmaron que había más personas en esa ceremonia que en la de Obama, cuando las fotografías muestran que había por lo menos la mitad. Pero también se puede decir que se mandaron muchas más fotos o se filmó mucho más en una ceremonia que en la otra, porque hoy los teléfonos permiten utilizarlos más, por Facebook, por Twitter. Entonces a partir de ahí tú tienes una realidad virtual de un hecho virtual con valor de hecho real. Con esto te digo que por estos dos aspectos: su relación con la verdad y con el discurso de la seducción, la izquierda tiene no un hándicap serio, sino dos.

¿Qué por ciento de la sobrevida y del combate de Maduro y de la Revolución Bolivariana se debe a las redes? ¿Qué peculiaridad aporta en este sentido el caso Venezuela post-Chávez al uso de las redes en manos de la izquierda?

Eso es muy importante porque, en cierta medida, la izquierda latinoamericana conocía bien este tema, porque ya había habido dos campañas anteriores, históricas, célebres; en especial la orquestada por el Diario El Mercurio, de Chile, contra el gobierno de Salvador Allende y la Unidad Popular. Pero sucede que tales precedentes, a nivel global, se habían olvidado.

Cuando Chávez llega al poder y gana las elecciones del '98 y toma posesión en febrero del '99, yo lo explico de esta manera: Chávez tiene muy buena relación con los medios, y los medios dominantes en Venezuela llegan convencidos de que es el hombre necesario para el país. Claro, ¿de qué Chávez estamos hablando? No estamos hablando del Chávez de los años 2004 y 2005 que se declara socialista, sino de un Chávez que ellos pensaban manipular. Lo que ocurre es que como gana las elecciones con el

apoyo hasta de los medios conservadores, Chávez no desconfía de los medios —lo sé porque yo estaba con él—, además de que es muy hábil con los medios porque es muy seductor, y utilizó con mucha inteligencia los medios más diversos cuando estuvo en la cárcel, lo equivalente a lo que serían hoy las redes sociales.

Te doy un ejemplo nada más para que veas la inteligencia de los medios y la imaginación de ellos. En Venezuela, que es un país muy extenso, la circulación de mucha gente cuando el ferrocarril no estaba desarrollado era mediante autobuses, y ellos tenían una red de militantes cuando él estaba en la oposición antes de ganar las elecciones, y hasta cuando estaba en la cárcel. Tenía una red de militantes que operaban en los autobuses en que la gente va oyendo música. Los choferes ponían entonces casetes para difundir música o películas que la gente va viendo; pues ahí los militantes llegaban y hacían, de una manera u otra, que el chofer pusiera el casete con discursos o el video con una entrevista a Chávez. De esa manera, decenas de miles de personas iban oyendo el discurso de Chávez; la gente de pueblo, porque los ricos iban en sus carros. Por este circuito, que evidenció la creatividad de sus partidarios, se difundieron mucho, por ejemplo, las entrevistas que Chávez generaba desde la cárcel. Chávez no desconfió de los medios por su buena relación con ellos, lo cual duró hasta el 11 de abril de 2002, cuando se produjo el Golpe de Estado. En Venezuela nunca se había producido un Golpe de Estado mediático, los medios habían participado en campañas en Chile y Nicaragua, pero no habían dado un Golpe de Estado. Allí los directores de los medios sí participan en las conspiraciones y los medios pasan a ser el partido principal de la oposición.

Trump dijo hace varias semanas que los medios son el principal partido de la oposición, eso es lo que ocurrió en Venezuela en 2002. Entonces ese rol que se dan los medios de asumirse como partido de la oposición, como liderazgo de la oposición, eso que Trump denuncia en EE.UU. hoy, fue lo que vivió Chávez. Y de esa respuesta de Chávez salió Telesur: “hay que reformar y tomar decisiones”, dijo, y se trataba de crear los medios comunitarios que no existían en aquella época, de desarrollar las radios comunitarias y la idea de que existan cada vez más medios públicos, que hayan tres sectores: medios públicos, medios privados y medios comunitarios; pero el sector público tiene que tomar mayor importancia. Por eso decimos que hay una toma de conciencia en el momento de Chávez.

¿Dónde estamos hoy? El panorama mediático ha cambiado, para decirlo de manera brutal. ¿Quiénes son los medios dominantes hoy? Las redes sociales. Si no se entiende eso, se está llevando a cabo una batalla de hace 20 años. Los medios sociales hoy no son la televisión, la prensa, ni la radio, como lo fueron durante mucho tiempo. Te cito un ejemplo: Obama no dio ninguna entrevista a un canal de televisión en su segunda campaña electoral porque en Facebook tenía algo así como 42 millones de seguidores, y no hay ningún canal en EE.UU. —un país de 250 millones de habitantes—, que a la hora del telediario llegue a 42 millones de espectadores. Ni siquiera la suma de todos los telediarios de las 7:00 p.m., los cuatro principales, alcanza los 40 millones. Entonces ¿para qué va a ir a la televisión? No le dio ninguna entrevista a ningún gran periódico, ni al *New York Times*, ni al *Washington Post*. No lo hizo porque él publica en sus redes sociales. Mira a Trump, no da conferencias de prensa y se expresa todos los días en Twitter.

Para responder a tu pregunta, hay que entender que hoy las redes sociales —que mucha gente sigue pensando que es una cosa parasitaria, secundaria—, son los medios principales, los medios dominantes. La televisión ha perdido estímulo, los medios dominantes son los que vienen a hablarte a ti. Cada día eso se perfecciona más, porque si yo soy Facebook lo sé todo de ti: cómo te llamas, dónde vives, quiénes son tus amigos, qué comes, qué lees, qué compras; lo sé todo porque te pasas la vida contándolo y por eso ellos saben todo de 1 500 millones de personas. Ni China tiene la población que tiene *facebooklandia*, como le digo yo. Entonces, si yo sé esto, a la hora electoral le envío este mensaje a aquel, a ti te envío otro, y a tu vecino este otro; voy a vectorizar, a descomponer mi mensaje, lo voy a declinar en 20 aspectos, en 20 estilos y relatos, y se lo voy a enviar a millones de personas. Eso no lo puede hacer la televisión ni la radio, porque lo que ha cambiado ahora es que el gran agujero negro de los medios dominantes radica en que yo sé qué emito, pero no sé cómo se recibe. Puedo saber cuántas

personas lo reciben, puedo decir que tal programa lo han visto tantos millones de personas, pero no sé quiénes son esas personas. Con Facebook, con Twitter o con Instagram, sé exactamente quiénes son las personas y hasta qué piensan de esto, porque las mando a poner “me gusta” o “no me gusta”; eso es un conocimiento que los medios nunca han tenido en un siglo de existencia.

¿Podría decirse, no obstante, que en nuestros países de América los medios tradicionales continúan jugando un papel determinante en nuestros países, en estrecha vinculación con las redes sociales?

La televisión sigue siendo importante porque es un medio con una influencia considerable; en algunos países en vías de desarrollo su influencia es muy grande, tal como sucede con la radio, que hasta en los países desarrollados, sigue siendo el medio más fácil de utilizar; más fácil que el periódico, porque no te impone una dedicación exclusiva y la puedes recibir más fácil que la televisión porque no te exige que la mires. A ciertas horas del día, la radio es más importante que otros medios. Cuando tú vas en tu auto en las calles atascadas modernas, la radio es el medio más eficaz. En los países desarrollados no puedes usar tu teléfono cuando conduces, pues te expones a una multa; entonces no puedes usar los medios sociales que están en tu teléfono, pero sí puedes oír la radio. Yo, por ejemplo, no consumo televisión como antes, porque puedo verla cuando desee, sin necesidad de seguirla en directo.

Hay países africanos poco desarrollados donde el número de teléfonos, no forzosamente inteligentes pero sí digitales, es dos o tres veces superior al número de habitantes. Ya no estamos en la situación en que estábamos hace 10 o 15 años, cuando solo se equipaban las capitales, donde estaban las clases educadas. Antes tú necesitabas wifi y eso, pero hoy las ciudades están teniendo lo que se llama 3G y 4G. Ahora los teléfonos son tan avanzados que nosotros los seguimos llamando teléfonos, pero son computadoras, algunas mucho más avanzadas que las que teníamos hace apenas cinco años. Aún sigue habiendo una brecha digital, no lo estamos negando, pero se está reduciendo.

En el caso de Europa, ¿qué papel han jugado las redes en medio de la amenaza de desintegración que se cierne sobre este bloque estratégico y en qué medida ese gran problema invisibilidad otros como el racismo y la emigración?

En ese campo inmenso que acabas de abrir, las redes juegan el papel que podrían jugar el teléfono y la correspondencia. Las redes sociales han podido desarrollarse globalmente porque favorecen la conectividad y la interacción, favorecen la puesta en contacto de las personas de punta a punta. Con las redes sociales puedes mandar un mensaje a una lista de personas y tienes la posibilidad de interactuar. Con el teléfono era puro sonido, pero ahora con las redes sociales pasan texto, foto, video, sonido, etc. Esto es lo que ha cambiado. Claro, si antes las manipulaciones se hacían en base a los medios existentes, hoy este nuevo medio que llamamos redes sociales se añade también a las campañas de manipulación. ¿Dónde hemos visto manipulaciones? En lo que se llamó las Revoluciones de Colores, lo que hubo en Georgia, Ucrania, Bosnia, donde instituciones tuvieron una gran influencia pretendidamente difundiendo la democracia, pero sobre todo oponiéndose a sistemas progresistas como lo vimos después con las Primaveras Árabes también. Lo vimos en Túnez y Egipto, donde las redes sociales tuvieron un rol de movilización porque las redes sociales, ámbito que en aquella época se limitaba al correo electrónico y a una versión de Twitter sin el desarrollo de hoy, sin imágenes y a Facebook. ¿Qué hacían entonces las redes sociales en términos de movilización? Si tú quieres movilizar a 100 mil personas temporalmente, necesitas por lo menos una organización (partido, movimiento, sindicato), un programa (que tiene que elaborarse con tiempo, progresivamente), y un líder. Ahora, para garantizar que estos elementos existan y tengan suficiente influencia como para sacar a 100 mil personas a la calle, hacen falta años de trabajo y en algunas circunstancias no es posible hacerlo. Particularmente en el caso de una dictadura no es posible, porque todo esto que hemos dicho habría que hacerlo en la clandestinidad y es muy complicado y arriesgado. En las redes sociales tú no necesitas tener nada de eso, tú solo necesitas tener la lista de las personas, que no es difícil de encontrar, y el programa resumido en una frase o eslogan que debe contener elementos básicos como “en tal lugar y a tal hora vamos a decir esto”.

Con esos tres elementos y las redes sociales tú lanzas tu red y a la hora dicha seguro que tendrás 5 mil o 15 mil personas y con esto le planteas un problema a la dictadura en cuestión, porque mientras que en el sistema anterior tú te organizabas y estabas más o menos aislado, el sistema te podía agarrar aislado, hoy el sistema no puede materialmente encarcelar a 5 mil personas, no hay camiones para transportarlos, no hay cárceles donde meterlos. Hoy día los Estados están mucho más organizados para eso, pero entonces no, entonces eso caía de repente y las autoridades ni siquiera se daban cuenta.

Desde ese punto de vista, las redes sociales son un instrumento extraordinario. Y hoy ese instrumento se está utilizando en las campañas contra los países progresistas. La herramienta se está utilizando además con mucha inteligencia, porque se ha desarrollado ya todo un saber, una experiencia por parte de los que llamamos gurús de la comunicación política, que ya saben esto muy bien y ponen mucho dinero en juego.

¿Qué puede ocurrir en el escenario de Ecuador? ¿Cómo están tratando de articular eso con los fracasos más recientes de la izquierda en Latinoamérica?

Bueno, si tomamos el caso de Ecuador, francamente fracasos no hay. Sin embargo, las diez principales ciudades del país se perdieron en las elecciones principales, pero, en términos de gobernabilidad, Correa presenta un balance fabuloso. En términos de infraestructura, transporte y educación, el balance es muy positivo. Ese no es el problema, al contrario, probablemente ellos —la oposición, la internacional conservadora—, quieren derrotarla precisamente porque han logrado todo eso. Pero eso no es suficiente para que ellos consigan hacerlo y por eso han invertido la táctica, en términos de contenido. Ya no dicen: “Vamos a deshacer lo que ha hecho Correa”. Ellos dicen: “Todo lo que ha hecho Correa está bien, lo vamos a hacer mejor, con más eficacia, eficiencia, vamos a crear un millón de empleos, ese es el eslogan de Guillermo Lasso. En cambio el candidato Lenín, con ese apego a la honestidad, dice: “Yo voy a crear en los cuatro años de gobiernos 365 mil empleos”, porque ha calculado precisamente lo que el Estado puede y lo que la economía, al desarrollarse, puede crear. Lasso no entra en esas consideraciones de honestidad y verdad, de verificación. Él promete 1 millón de empleos, y mucha gente le cree. Él no dice que va a deshacer los hospitales, pero en realidad sí sabemos que lo va a hacer. Entonces ellos no llegan esta vez con un programa de privatización, no llegan diciendo lo que sabemos que van a hacer. Se trata de tranquilizar a la gente, de prometer que todo lo que han adquirido esos dos millones de pobres que han salido de la pobreza, no solo lo vamos a garantizar —dicen ?, sino que nosotros, que somos millonarios y sabemos lo que es enriquecerse y cómo hacerlo, los vamos a ayudar a enriquecerse, ahora que han salido de la pobreza. Evidentemente, se lo cree quien quiere creérselo, pero el discurso de ellos es hábil, se ha modificado. No vienen ya en términos de confrontación ni en términos de lucha y han seducido incluso a gente de la izquierda. Mira lo que pasa con las organizaciones indígenas que no están con Alianza País y están dispuestos algunos a votar por Lasso, que es un banquero fraudulento, corrupto. Y hay gente que lo achaca incluso a un razonamiento izquierdista y nihilista, reforzando la idea del izquierdismo como la teoría infantil del socialismo.

Sobre la peculiaridad del acceso a Internet en Cuba hoy, ¿cómo usted valora esas distintas maneras de acceder? Existe algún país análogo que haya tenido dificultad para un medio, aunque no sea internet y cuáles podrían ser los pros y los contra de esa diversidad?

Probablemente usted de esto sabe mucho más, pero le digo cómo lo veo: Cuba primero ha tenido dificultades objetivas surgidas del bloqueo, porque evidentemente digamos la mayoría como lo estamos diciendo de estas empresas de internet son gubernamentales, ha habido esta dificultad y segundo, a Cuba no se le ha permitido acceder al cable internacional durante mucho tiempo, lo cual expresa que ha habido una voluntad por parte de EE.UU. de marginar a Cuba del movimiento de Internet.

Las cosas han mejorado ligeramente ahora, primero el cable que vino de Venezuela, acuerdo entre Fidel y Chávez, pero si no era solo mediante satélite; lo que reduce la banda. Por eso es tan absurdo aquello que se decía desde el exterior de que Cuba no quería permitir las comunicaciones. Hoy constato que hay

cada vez más difusión de Internet. Hubo una época donde era muy difícil aquí acceder al wifi, pero ya se han creado numerosos puntos donde la gente se reúne a conectarse, se percibe una expansión y ocurrirá como en todas partes, que se va a generalizar.

Internet es el tema de mi último libro *El imperio de la vigilancia* y es algo de lo que no podemos privarnos ahora en absoluto, porque sería como privarnos del alfabeto o del teléfono, la radio o la televisión; medios de los cuales se puede hacer un mal uso, por cierto. Por eso digo que si la vigilancia es una de las consecuencias de Internet, lo que tenemos que hacer es luchar contra eso, primero tomando conciencia; Si alguien no nos lo dice, nos hubiéramos quedado en que solo los Estados nos vigilan, cuando realmente los estados no disponen de los recursos tecnológicos que tienen estas megaempresas. En mi libro cito un informe de la CIA al presidente de EE.UU., Barack Obama, donde se le dice que hay que tener mucho cuidado porque las empresas privadas están acumulando tanta cantidad de datos que un día van a tener más poder que el gobierno de EE.UU. Estamos hablando de EE.UU., un país que tiene un nivel de vigilancia superior a la suma de todos los países del mundo con la CIA, el FBI, la NASA y otras tantas entidades dedicadas al tema.

Yo le digo a los gobernantes que han perdido soberanía, porque la soberanía pasa por tener el control del territorio, saber lo que entra y sale. Pero nadie sabe, por ejemplo, cuándo exactamente entró Facebook a Cuba y la información vale más hoy día que el petróleo, porque es una materia prima estratégica con la que se pueden hacer muchas cosas. Y eso se lo están llevando sin que el Estado lo sepa. Entonces el nivel de concepción de la soberanía tiene que cambiar, pues tal como hoy hacen eso, mañana te paralizan un aeropuerto. Ya los grandes países se han dotado de sus ciber ejércitos, lo cual habla de una toma de conciencia sobre el nuevo fenómeno. Los cambios que va a producir Internet aún no los hemos visto, y no hablemos del comercio, de los medios de comunicación, todo cambia en la comunicación, en la sociedad, en el poder.

¿Usted cree que la organización social que tiene Cuba pueda ser una herramienta útil para influir en las redes sociales?

La ventaja que yo le veo, digamos, a la desventaja actual que tiene Cuba, es que el tiempo ha pasado y hoy sabemos mucho más y mejor lo que es Internet; y Cuba puede beneficiarse de este conocimiento para prevenir lo que va a suceder. De aquí a cinco años, esta sociedad va a estar igual de digitalizada que cualquier otra y, además Fidel, como visionario, creó la UCI. Entonces todas las condiciones están reunidas aquí para que este país esté digitalizado como cualquier otro país desarrollado. No olvidemos que Cuba tiene un nivel educacional entre los más altos del mundo y, cuanto más educado estás, más tendencia tienes a usar la comunicación. Lo que la puede limitar son las condiciones materiales, pero esas condiciones materiales también están en evolución. Cuba es un país particularmente expuesto porque tiene muchos años de lucha y tiene como enemigo al país más poderoso del mundo, que es además la superpotencia del Internet. No hay que ser pasivo con las redes sociales, pero tampoco se pueden utilizar de manera vertical, como si fuera consigna de Partido.

¿Cómo se percibe hoy el pensamiento y la obra de Fidel y cuán útil considera ese legado para los tiempos que corren?

Fidel es inconmensurable. Fidel ha pensado tanto, ha sido tan visionario en muchas cosas, tan capaz de tomar decisiones en las que nadie podía imaginar, como capaz de pensar lo impensable. El estudio de su obra es más necesario que nunca. La ética de Fidel, su rigor en materia de pensamiento, su capacidad de estrategia, porque yo creo que Fidel fue un estratega muy creador en la política, como Picasso en la pintura o Mozart en la música. Y ha sido victorioso en todo, además.

Creo que él pudo decir “muero tranquilo”, aunque nos dejó huérfanos a nosotros. Creo que Fidel es universal, no solo para la sociedad cubana, y si no fíjate en esa generación de líderes en América Latina que salió entre los años 90 y 2000, que todos se reflejaban en Fidel. Creo que su pensamiento seguirá produciendo líderes que esencialmente se referirán a él por estas cuestiones: la dignidad, la verdad, la

ética, su humanismo extraordinario, la solidaridad de Cuba con el mundo sin distinción, como la Misión Milagro, que es maravillosa. Si en este mundo existiera el Premio Nobel de la Paz de verdad, Fidel tenía que habérselo llevado ya, por eso nada más. Y si la iglesia católica santificara también a los revolucionarios, Fidel tendría que ser santo, santo súbito.

<https://www.radiohc.cu/index.php/especiales/exclusivas/126272-el-razonamiento-y-la-verdad-son-mas-importantes-que-la-seducion>



Radio Habana Cuba