Cuba, internet y el cambio mediático

12/12/2018



Si bien la existencia y consecuencias del cambio climático continúan siendo cuestionadas por algunos —por ejemplo, la actual administración de Estados Unidos—, al parecer no ocurre lo mismo con lo que bien podría llamarse el cambio mediático.

Este último es ya un hecho consumado, si se tiene en cuenta los resultados de una reciente investigación realizada por el Centro de Investigación Pew, en la cual se afirma que en la actualidad es más probable que los estadounidenses consuman las noticias de redes sociales que de los periódicos.

Según una encuesta publicada el lunes por dicha institución, el 20% de los estadounidenses mencionaron las redes sociales como fuente frecuente de noticias, comparado con 16% que dijo que eran los periódicos.

De acuerdo con la agencia AP, es la primera vez que Pew ha hallado que sitios como Facebook y Twitter superan a los periódicos, un resultado más que comprobado si se tiene en cuenta que Pew ha estado monitoreando el consumo de noticias desde 1991, cuando todavía un 56% de los estadounidenses mencionaba a los periódicos cuando les preguntaban dónde habían obtenido las noticias de ayer.

La encuesta también demostró que no solo los periódicos padecen la decadencia frente al empuje de las redes. En el caso de la televisión: 81% de las personas de 65 años o más con frecuencia consumen noticias de este medio, comparado con el 16% de las personas entre 18 y 29 años.

«Misinformation»

Pero si bien, como todo cambio, el uso de las redes sociales tiene sus ventajas, entre la que destaca la de la inmediatez —ya no hay que esperar horas por la tirada impresa de los periódicos para enterarse de algo, pues gracias a internet los hechos son transmitidos en vivo desde un móvil—, su otra cara de la moneda es la desinformación.

El intrusismo profesional, el «sabio» con muchos seguidores y los deseos irrefrenables de aceptación social (Facebook, luego existo) han convertido a las redes sociales en una suerte de ágora virtual en donde se mezclan, además de las producidas por los diarios, todo tipo de información. El espectro es bien amplio y va desde lo más trascendente y serio a la broma relajada o al reflejo de la vida privada de algunos al mejor estilo del Show de Truman. En tal exceso informativo, no es extraño que la verdad termine contaminada por la mentira, unas veces de manera inocente y otras con las peores intenciones.

No por gusto, hace solo unos días el sitio web Dictionary.com escogió «Misinformation» (información engañosa) en oposición a «disinformation» (desinformación), como palabra del año. Según Jane Solomon, lingüista de Dictionary, el sitio escogió deliberadamente «mis» en lugar de «dis» como un «llamado a la acción», a mantenerse vigilantes en la batalla contra los propagandistas, los que hacen campañas antivacunación, quienes creen que la Tierra es plana y otros difusores de noticias falsas (*fake news*).

Según la AP, «lo que quiso destacar la empresa con sede en Oakland, California, fue el concepto de intención, de si el engaño es inadvertido o adrede».

Para Solomon: «La difusión rampante de la información engañosa genera grandes desafíos para navegar la vida en 2018. La información engañosa existe desde hace mucho tiempo, pero desde hace más o menos una década, el auge de las redes sociales ha cambiado totalmente la manera de difundir la información. Creemos que comprender el concepto de información engañosa es vital para identificarla cuando la encontramos en la vida cotidiana, y eso ayudaría a amortiguar su impacto».

La información engañosa, agregó el lingüista a AP: «enmarca todo lo que hemos pasado en los últimos 12 meses», por lo que el sitio con 90 millones de usuarios mensuales se ha ocupado de agregar las definiciones de «burbuja de filtro», «*fake news*», «post-hecho», «post-verdad» y «homofílico», entre otras.

La contaminación mediática

Un papel protagónico en la «disinformation» lo ha tenido el llamado planeta Facebook, donde la contaminación por la *fake news* parece haber alcanzado niveles comparables a los de la contaminación por el plástico en los océanos. El mejor ejemplo de lo anterior fue el papel jugado por Facebook en el escándalo de Cambridge Analytica, así como el reiterado uso de esa red social para incitar a la violencia.

La contaminación desinformativa de Facebook, el discurso del odio y los rumores publicados, según el experto de Dictionary.com, incentivaron «la violencia contra los musulmanes rohinya en Myanmar; en Sri Lanka hubo disturbios después que las noticias falsas incitaron a la mayoría budista contra los musulmanes, y los rumores

falsos sobre secuestradores de niños en WhatsApp provocaron violencia en la India».

A propósito de WhatsApp, un ejemplo del uso que suele hacerse de las redes sociales fueron las recientes elecciones en Brasil. Como fue denunciado por el diario *Folha de Sao Paulo*, esa red social sirvió de plataforma a empresarios de la derecha brasileña para diseminar miles de «noticias falsas» para desprestigiar al candidato del PT y asegurar la victoria de Jair Bolsonaro.

¿Task Force o *fake news*?

Cuba no está ajena al cambio mediático. Varias redes sociales se encuentran entre los sitios más visitados por los internautas. Mucho menos ha estado al margen de la desinformación a través de las TIC. En los planes de agresión contra Cuba juega un papel fundamental el uso de las redes sociales con fines subversivos. Desde la aparición de las nuevas tecnologías en el entorno mediático, la maquinaria de propaganda, dirigida «adrede» de Estados Unidos, ha hecho uso de las mismas para lanzar sus campañas de mentiras. Entre los antecedentes de esas intenciones se encuentran los fracasados programas ZunZuneo, Piramideo, Conmmotion y Operación Surf.

La segunda reunión pública del Grupo de Trabajo para la Internet en Cuba que, bajo la dirección del Departamento de Estado de EE.UU., tiene como objetivo promover «el flujo de información libre y sin regulaciones hacia Cuba y dentro de la isla», acaba de tener lugar en Washington, pocas semanas después de que se diera a conocer, en los documentos presupuestarios de la Oficina de Difusión de Cuba, integrante del Grupo del Task Force, el propósito de usar cuentas cubanas de Facebook «nativas» y «sin marca» para difundir contenido creado por el gobierno de EE.UU. sin informar a los usuarios cubanos de Facebook.

De acuerdo con declaraciones realizadas en la mencionada reunión por el director de la Oficina de Transmisiones a Cuba (OCB, por sus siglas en inglés), Tomás Regalado —quien se opuso en el encuentro a aliviar el bloqueo tecnológico de Estados Unidos, causa fundamental de las limitaciones de Internet en la Isla—: «En Estados Unidos hay los mejores cerebros del mundo y los recursos más amplios para no tener que contar para nada con el gobierno de Cuba, con el régimen de La Habana, para darle Internet a los cubanos».

Los mejores cerebros de EE.UU. resultaron un tanto retardados, si se tiene en cuenta que, a pesar del bloqueo impuesto por EE.UU. contra la Isla, justo el mismo día que se celebraba la reunión del Task Force en Washington, en Cuba ocurría otro importante cambio: la implementación del acceso a Internet en los teléfonos móviles.