
Cuba contra reloj

Por: Karima Oliva Bello

06/09/2020



Yo creo que hemos caído de alguna manera en una trampa, en una emboscada, que es en algún punto creer que abriendo mi página web o abriendo mi proyecto, mi programa, mi micrófono, yo, personal, con eso queda saldada la deuda de un proyecto de comunicación, cuando la clave tendría que ser además de esa, por supuesto, el ensamblaje de todas las otras, y esa me parece que es una de las grandes debilidades con las que tenemos que caracterizar también lo que haremos en este escenario".

Fernando Buen Abad

El pasado jueves 27 de agosto en el espacio de debate de la Unión de Periodistas de Cuba, La Tertulia, conducido por el periodista Iroel Sánchez, se abordó el tema de Internet y la guerra mediática bajo el título "Internet: ese campo de batalla". Las participaciones de los invitados me evocaron asociaciones relativas al escenario mediático en Cuba.

La referencia al salto tecnológico, uno de los aspectos que para Pedro Santander caracterizan el panorama actual, me lleva a pensar cómo en nuestra isla está emergiendo y conformándose este entorno digital, que visualizo cada vez más como un territorio (virtual) propiamente. La irrupción de las tecnologías de la información y las comunicaciones penetra todos los procesos de nuestra vida cotidiana creando un nuevo espacio de (re) producción material y simbólica de la vida. Este tiene un impacto considerable en la conformación de las subjetividades, o sea, la manera como las personas se representan y vivencian, tanto sus realidades, como a sí mismas. Cada vez es más usual comunicarnos a través de los dispositivos electrónicos y hacer vida en las redes sociales: enseñar y aprender, trabajar, comprar, participar políticamente y así lo seguirá siendo. Esta "revolución tecnológica" está llegando a Cuba de manera tardía y limitada, en comparación con el ritmo con que se han venido dando las transformaciones en otros contextos, pero está llegando irreversiblemente.

El hecho puede tener múltiples lecturas. Conéctandolo con la inquietud sobre lo político que anima este texto, algunas cuestiones llaman la atención:

Se está conformando un nuevo territorio para el debate público en torno a la realidad cubana contemporánea. Esto no quiere necesariamente decir que sea en todos los casos un espacio más plural o diverso, tendríamos que analizar plural y diverso respecto a qué. Internet es un territorio que tiene dueños. A diferencia de las avenidas por donde transitamos a diario, los parques o espacios públicos donde nos encontramos, la escuela en la que enseñamos o aprendemos, los motores de búsqueda más usados en Internet que nos informan y que son dispositivos para la socialización de significados sobre nuestro mundo, así como las redes sociales más populares, es decir, las plataformas y los recursos que tenemos a disposición para estar, hacer, convivir y ser en Internet, son propiedad de grandes empresas privadas capitalistas, unas pocas además, ubicadas en Estados Unidos fundamentalmente y vinculadas al gobierno de este país. Ellas controlan los algoritmos con los que funcionan estos territorios y controlan también nuestros datos, con el objetivo fundamental de producir dinero y producir también las subjetividades funcionales a esa lógica de reproducción y acumulación del capital. Nunca antes habíamos habitado un territorio tan colonizado, tan dominado y tan funcional a la lógica del capital.

Cuando René Ramírez llama la atención sobre la existencia de un colonialismo y de un capitalismo digital está apuntando justamente a este fenómeno. Entonces, en ese territorio, ¿qué pudiera ser entendido como la diversidad? Será amplificado todo lo diverso siempre y cuando no represente un peligro real para la reproducción del sistema y no disienta de sus bases ideológicas. En ese sentido, es una diversidad coaptada. Quienes pretendan defender una forma de vida, de organización social (y la ideología que la fundamenta), por fuera de los márgenes de lo permisible, por supuesto que está entrando en un campo de batalla. Es justo en ese territorio donde comienza a fabricarse una escena mediática para producir y administrar los imaginarios en torno a Cuba.

En este sentido las palabras de Fernando Buen Abad nos ayudan a comprender los retos que tenemos por delante: “necesitamos una semiótica que nos permita mirar al enemigo, cómo fabrica y produce sentido en contra nuestra, pero también cómo ya tenemos inoculado una cantidad impresionante de valores y antivalores burgueses en nuestra propia cabeza, y en ese sentido una semiótica para la emancipación debería ser, entre otras cosas, un ejercicio sistemático, democrático, abierto, popular y descolonizador, de autocritica, (...) no podremos hacer un proyecto creíble si no es primero autocrítico”.

No obstante, podemos hablar de que voces realmente diversas, contra-hegemónicas están tratando de ocupar espacios dentro del territorio digital. Están vivas muchas experiencias en los propios pueblos del sur. En Cuba también van emergiendo presencias, en algunos casos, realmente inspiradoras, de proyectos de personas muy jóvenes que sin financiamientos de ningún tipo van creando propuestas desde posturas revolucionarias y marxistas. El hecho de que sean jóvenes es un aspecto especial. No obstante, el camino de articulación y de producción de contenidos es muy incipiente.

La referencia de Fernando Buen Abad a que “la mayor debilidad (...) de parte nuestra es que nos encontramos como un archipiélago inmenso de iniciativas de comunicación (...), pero un archipiélago inconexo, que no logramos todavía la construcción de un programa político que nos permita ensamblar y ensayar esto que sería la construcción del clamor popular” en las redes, ilustra cómo el problema de la desarticulación entre quienes defienden alternativas al capitalismo, no es únicamente un problema nuestro en Cuba, es global. Sobre todo, porque se trata de comprender los algoritmos de un territorio desconocido para nosotros en muchos sentidos, un territorio dominado, además, sumando las limitaciones de articulación que ya existían desde antes.

En nuestro caso las instituciones y organizaciones ya de por sí tienen el reto importante de renovar formas de trabajo y sus propias narrativas para conectar con los sectores más jóvenes de la población. Cómo desarrollar un trabajo de formación política con los jóvenes, para los jóvenes, desde los jóvenes, incluso, entre jóvenes, en defensa de los valores de un proyecto revolucionario anti-hegemónico como el nuestro. Cómo crear espacios de reflexión y diálogo sobre la realidad cubana y mundial, fundamentalmente, para la descolonización de los imaginarios, la viabilidad de una alternativa ante el capitalismo y la profundización de aquellos valores de mayor envergadura en materia de justicia y equidad de la Revolución. Cómo hacer atractivos todos estos temas para las juventudes.

A esto se suma que hay un conjunto de problemáticas sociales que no han tenido un abordaje mediático sistemático. Entonces, el conjunto de inquietudes en torno a ellas de determinados sectores de la población, más o menos amplios, en función del tema, es estratégicamente capitalizado por quienes hacen la guerra mediática. Instituciones y organizaciones tienen ante el nuevo escenario una segunda urgencia, que es construir un posicionamiento mediático, conectar con los públicos para abordar los problemas de la vida cotidiana. Esto no es algo que puedan hacer las organizaciones de manera aisladas ni tienen que hacerlo. Una de las cualidades del nuevo escenario es su reticularidad. El territorio virtual nos brinda la posibilidad de trabajar y existir en redes.

Existe la posibilidad de que se produzcan estrategias comunicacionales para el debate público y la formación política a través de las cuales instituciones, organizaciones y medios puedan funcionar en red aportando a un mismo objetivo.

Edwing Madrigal lo vio con claridad cuando afirmó: “debemos estar movilizados en las calles y al mismo tiempo tomarnos las redes sociales (...) para aprender, son armas de propaganda que parecen inofensivas por tanta cuestión de entretenimiento, de ocio, sin embargo, ahí se construyen estados de opinión que nosotros también tenemos que atacar, que tenemos que combatir, y tenemos que también instaurar nuestra propia agenda y nuestros propios estados de opinión, porque no podemos solamente estar reaccionando”.

Aunque esta batalla no es nueva, hoy las redes son un territorio en el que se reedita una importante lucha por el dominio simbólico de los imaginarios sociales. Para Pedro Santander “la teoría crítica de la comunicación está al debe con la actual etapa que la comunicación cumple en la lucha política”. “La derecha paga para que la gente escriba la información, o más bien dicho, la desinformación, en las redes sociales” (René Ramírez). “Una vez que nosotros logremos generar articulación, una vez que nosotros logremos generar una estrategia para enfrentar la guerra que nos hacen, una vez que nosotros logremos generar una serie de iniciativas que permitan (...) aumentar la conexión con nuestra audiencia, y todo eso sobre la base de la soberanía tecnológica, creo que estamos en buen pie para seguir la lucha, que ya lleva quinientos años en nuestro continente” (Pedro Santander). Necesitamos “fábricas de contenidos que nos permitan a nosotros reforzar y consolidar la agenda de nuestros pueblos” (Fernando Buen Abad).

Tomado del [Facebook](#) de la autora
