

LA DICTADURA DEL ALGORITMO

< i >



JAVIER GÓMEZ SÁNCHEZ

Entrevistas
y artículos sobre
redes sociales
y guerra mediática
en Cuba



ocean
sur



JAVIER GÓMEZ SÁNCHEZ (La Habana, 1983). Licenciado en Medios de Comunicación Audiovisual por el Instituto Superior de Arte. Realizador audiovisual y periodista. En 2010 inició su labor como bloguero, creando la página *sopadecabilla.blogspot.com*, para contrarrestar la fabricación de una imagen negativa sobre la realidad cubana en la red. Desde 2016 se ha dedicado al estudio del uso de internet y las redes sociales para la guerra mediática hacia la Isla, publicando artículos en *La Pupila Insomne*, *La Jiribilla*, *Cubadebate*, *Cuba Sí*, *Granma* y *Dominio Cuba*. Textos suyos han sido incluidos en las compilaciones *Centrismo en Cuba: Una vuelta de tuerca hacia el capitalismo* y *Sin confusión: socialismo o capitalismo* (Editorial Cuba Sí, 2017). Es autor del libro *Las flautas de Hamelin: Una batalla en internet por la mente de los cubanos* (Editora Abril, 2021). Ese mismo año realizó el documental *La dictadura del algoritmo*. En la actualidad es decano de la Facultad de Arte de los Medios de Comunicación Audiovisual (FAMCA) de la Universidad de las Artes.

LA DICTADURA DEL ALGORITMO

Entrevistas y artículos sobre redes sociales
y guerra mediática en Cuba

Javier Gómez Sánchez



una editorial latinoamericana

Derechos © 2021 Javier Gómez Sánchez
Derechos © 2021 Ocean Press y Ocean Sur
Ilustración de cubierta: Johanel Medina

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, conservada en un sistema reproductor o transmitirse en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación o cualquier otro, sin previa autorización del editor.

ISBN: 978-1-922501-34-9

Primera edición 2021

PUBLICADO POR OCEAN SUR
OCEAN SUR ES UN PROYECTO DE OCEAN PRESS

E-mail: info@oceansur.com

DISTRIBUIDORES DE OCEAN SUR

América Latina: Ocean Sur • E-mail: info@oceansur.com

Cuba: Prensa Latina • E-mail: plcomercial@cl.prensa-latina.cu

EE.UU., Canadá y Europa: Seven Stories Press

- 140 Watts Street, New York, NY 10013, Estados Unidos • Tel: 1-212-226-8760
- E-mail: sevenstories@sevenstories.com

ocean
sur



www.oceansur.com
www.facebook.com/OceanSur

Índice

Introducción: La movilización del pensamiento	
<i>Entrevista a Javier Gómez en Granma</i>	1
Parte 1	
No queremos influir sobre nadie, más de lo que quieren influir sobre nosotros	
<i>Entrevista a Jorge Luis Perdomo</i>	8
La condición anfibia: entre el Estado sólido y la sociedad líquida	
<i>Entrevista a Rosa Miriam Elizalde</i>	17
La hegemonía está en juego todos los días	
<i>Entrevista a Ernesto Estévez Rams</i>	33
El único modo de tener unas redes sociales de otro tipo es tener una sociedad de otro tipo	
<i>Entrevista a Jorge Enrique Torralbas</i>	48
Mirar a los ojos a través de una pantalla	
<i>Entrevista a Pedro García Espinosa</i>	64
Cuba en el tercer entorno	
<i>Entrevista a Karima Oliva</i>	77
La batalla de lo simbólico y la definición de nuestro destino	
<i>Entrevista a Yailin Orta</i>	91

La mentira a la velocidad de la luz <i>Entrevista a Iroel Sánchez</i>	101
Que no se vea a los que realmente están haciendo el trabajo <i>Entrevista a Raúl Capote</i>	115
El poder no sale de la nada <i>Entrevista a Pedro Jorge Velázquez</i>	127
Cuando la verdadera rebeldía es ser revolucionario <i>Entrevista a Arianna Álvarez</i>	141
La estrategia para los que no resultamos útiles <i>Entrevista a Rodrigo Huaimachi</i>	148
El pueblo sabe ver más allá de las redes <i>Entrevista a Arnaldo Rodríguez</i>	155
Una pelea cubana por la inteligencia y el razonamiento <i>Entrevista a Israel Rojas</i>	163
Parte 2	
Arrebatarle las armas al enemigo <i>Atilio Boron</i>	174
Los algoritmos de la posverdad <i>Enrique Ubieta</i>	178
<i>La dictadura del algoritmo: Ideas para una revolución cibersemiótica</i> <i>Fernando Buen Abad</i>	182

Documental cubano <i>La dictadura del algoritmo</i> : o cómo pasar del ataque al contrataque <i>Pedro Santander</i>	186
Retos/invitaciones de <i>La dictadura del algoritmo</i> <i>Kenneth Fowler</i>	190
Por una industria cultural contrahegemónica y transnacional. Reflexiones a tenor del documental cubano <i>La dictadura del algoritmo</i> <i>Jon E. Illescas</i>	195

OCEAN SUR EN LA WEB

UNA EDITORIAL LATINOAMERICANA

www.oceansur.com
www.facebook.com/OceanSur

Un amplio e interactivo catálogo de publicaciones que abarca textos sobre la teoría política y filosófica de la izquierda, la historia de nuestros pueblos, la trayectoria de los movimientos sociales y la coyuntura política internacional. Ocean Sur es un lugar de encuentros.



*A todos los que pusieron su empeño para que existieran
las palabras que recoge este libro y llegaran al pueblo.*

Nota editorial

El presente volumen reúne las entrevistas completas realizadas para el documental *La dictadura del algoritmo* y varios artículos publicados a partir de su estreno. De 52 minutos de duración, el documental se propuso ser un ejercicio de gestión del conocimiento colectivo, para abordar a través de las voces de 14 entrevistados, el funcionamiento de las redes sociales y su impacto en la sociedad cubana, con miradas que van desde la tecnología, la sociología, la psicología, la política y la ideología. Busca una visión abarcadora sobre la manera en que internet y las redes sociales se han utilizado en la estrategia de guerra no convencional desplegada por el gobierno de Estados Unidos hacia Cuba, apuntando al momento de cambio generacional en la dirigencia de la Revolución. Las entrevistas fueron grabadas entre el 26 de noviembre y el 8 de diciembre de 2020, justo en los días en que inician en el país una serie de sucesos asociados a esta estrategia, en los que las redes sociales jugaron un papel fundamental, buscando crear condiciones de desestabilización y enfrentamiento propias de un golpe blando. El documental fue estrenado por la Televisión Cubana el 4 de junio de 2021, cuando el plan de guerra no convencional estaba en pleno desarrollo. En el momento de presentarse este libro las acciones de esta guerra continúan.

A modo de introducción

La movilización del pensamiento

Entrevista realizada por Madeleine Sautié Rodríguez a Javier Gómez Sánchez para el diario *Granma*, publicada el 11 de junio de 2021.

Cuando terminó de grabarse el documental La dictadura del algoritmo, su realizador, Javier Gómez Sánchez, decano de la Facultad de las Artes de los Medios de Comunicación Audiovisual (FAMCA), todavía no tenía decidido cómo nombrarlo. Fue escuchando a la doctora Rosa Miriam Elizalde citar las palabras del canciller Bruno Rodríguez Parrilla – quien en un evento internacional había dicho que el mundo está viviendo bajo una especie de dictadura del algoritmo –, que pensó en ello. Buscó el video en YouTube y se dijo: «Ese es el título».

A propósito del audiovisual, exhibido hace unos días en el programa Mesa Redonda, Javier Gómez Sánchez conversó con Granma.

¿Cómo nació la idea de hacer La dictadura del algoritmo?

La idea de hacer un documental sobre las redes sociales, y su funcionamiento psicológico y político en la sociedad cubana, viene luego de escribir artículos sobre este tema durante varios años, tanto en blogs como en diversos medios de comunicación. Varios amigos y colegas con los que trabajaba en el cine y la televisión, los leían, me daban sus opiniones y debatíamos.

2 La dictadura del algoritmo

En aquel momento el tema de las redes sociales, desde un punto de vista social y político, no se trataba en los medios de comunicación cubanos, menos aún desde lo ideológico. Solo se hacía desde lo meramente tecnológico. Persistían prejuicios que mantenían la idea de que las redes sociales digitales eran algo que «no llegaba al pueblo», de lo que era mejor no hablar, o que, si se hablaba de ellas, políticamente lo que se le estaba dando importancia a algo a lo que no se debía dar relevancia. Faltó una alfabetización digital y política sobre las redes, en un país que entró a ellas de golpe. Para entonces, las redes se habían convertido en el escenario y la herramienta principal de la guerra mediática con financiamiento de Estados Unidos que dejaba de priorizar medios tradicionales como fueron Radio y TV Martí.

Igualmente, venía investigando desde 2016 la construcción de un nuevo tipo de contrarrevolución en Cuba, precisamente asentada en el espacio digital y que utilizaba las redes sociales para posicionar una sociedad civil fabricada con premios, publicaciones y sostenida con medios de prensa «independientes», con fachadas de financiamiento internacional, becas y *crowdfunding*.

Todo esto lo debatíamos entre realizadores audiovisuales, y Sebastián Miló, quien fuera compañero de estudios en la FAMCA, y que luego fue un gran apoyo en el trabajo de postproducción del documental, me hizo ver la necesidad de exponer todo esto en una obra audiovisual.

Para ese entonces, habían sido estrenados documentales extranjeros como *The Social Dilemma* y *The Great Hack*, y sentíamos que era necesario hacer un análisis propio, desde Cuba, sobre el tema de las redes. Con esa idea surge *La dictadura del algoritmo*, realizado principalmente por jóvenes egresados de la

FAMCA, del Instituto Superior de Diseño (ISDI) y la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana (FCOM). Se armó una producción independiente, que logró encontrar apoyo institucional.

¿Qué tiempo llevó su realización?

La preparación inicia desde mediados de 2020. Las primeras entrevistas las grabamos el 26 de noviembre. Casualmente en los días siguientes la maquinaria política proestadounidense que opera en las redes movilizó un intento de golpe blando, que llegó incluso a confundir a personas bien intencionadas.

Eso generó La Tángana del parque Trillo, movilizada por jóvenes revolucionarios, quienes, en respuesta a lo ocurrido, espontáneamente circularon la convocatoria en grupos de Telegram, WhatsApp y en Facebook.

Estos hechos obligaron a un cambio y a prestar atención a la guerra mediática en las redes sociales.

¿Con qué criterio fueron elegidos los participantes?

Los entrevistados fueron seleccionados a partir del conocimiento que tienen del funcionamiento de las redes, de la guerra mediática y cultural, en unos casos por el estudio, en otros por la experiencia, en varios, por la combinación de ambos.

Cada entrevistado cumple una función en la profundización del documental, partiendo de roles distintos. El entonces ministro de Comunicaciones, Jorge Luis Perdomo Di-Lella, habló desde un punto de vista humano, alejado de la frialdad de los tecnicismos. Especialistas como Rosa Miriam Elizalde y Pedro García Espinosa lo hicieron desde el análisis comunicacional y demográfico. García Espinosa fue clave para abordar huellas sensibles en la población cubana, como parte del proceso dialéctico de la Revolución, que son explotadas políticamente.

Buscamos estudiantes como Arianna Álvarez y Pedro Jorge Velázquez, porque era importante tener la visión de jóvenes que han enfrentado ese miedo a ser insultados por expresarse en las redes defendiendo la ideología de la Revolución.

Esta no es una guerra gratuita, es una guerra para aterrorizar personas, sumirlas en el miedo y que no se expresen, o que digan lo que la maquinaria de las redes impone como *cool* o simpático, lo que va con la corriente. Precisamente hubo personas a las que traté de contactar para ser entrevistadas y cuando supieron de lo que era el documental, como se dice popularmente, «salieron huyendo». No se les debe juzgar, hay que ver cómo el terror, los insultos, los linchamientos, la fabricación de etiquetas como «oficialista», los han sumido en un silencio evasivo sobre estos temas. Esa experiencia vino a confirmar, precisamente, lo que expone el documental.

Fue muy valioso contar con testimonios de artistas que han sido linchados en las redes por su posición política, como Arnaldo Rodríguez e Israel Rojas. Recuerdo que, al terminar la entrevista de Israel, el equipo de rodaje estaba tan emocionado que aplaudió. Entrevistados como el bloguero Rodrigo Huai-machi y el exagente de la Seguridad del Estado Raúl Capote, nos hicieron ver hasta qué punto era real lo que estábamos reflejando. Cuando grabamos la entrevista de Capote, el equipo quedó impresionado con su testimonio como agente de la CIA.

A Karima Oliva, que habló del secuestro y utilización de las causas sociales, y a Ernesto Estévez Rams, que describió los mecanismos mediáticos de irritación, dos de los articulistas sobre política e ideología más lúcidos en la prensa cubana de hoy, se debe gran parte del valor principal del documental; así como al psicólogo y académico Jorge Enrique Torralbas, quien supo transmitir su conocimiento en un lenguaje claro, fácil-

mente entendible por el público, sobre el efecto psicológico de la manipulación de las redes.

Creo que no había una opinión más autorizada que la de Yailín Orta, directora de *Granma*, para hablar críticamente de los medios de comunicación, y de cómo sus brechas ante las redes sociales son aprovechadas por los medios digitales contrarrevolucionarios. Fue un privilegio tenerla, al ser una voz autocrítica no desde fuera, sino desde dentro mismo de la Revolución. Participó también Iroel Sánchez, quien es posiblemente la persona en Cuba que más conoce sobre guerra cultural.

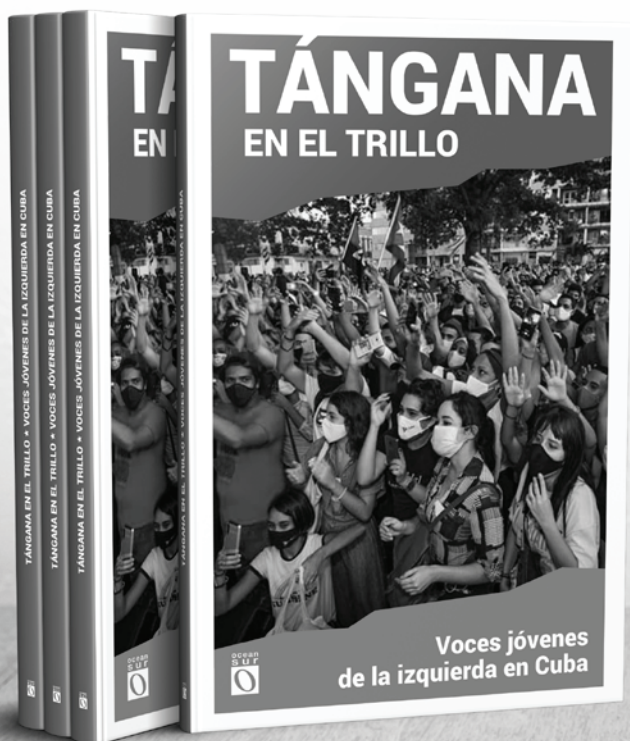
Se han podido leer valoraciones hechas por varios intelectuales...

Cuando lo terminamos, lo enviamos a diversas personas para conocer su criterio, algunos de ellos intelectuales muy respetados, y nos sorprendió que no solo se tomaran el tiempo para verlo, sino que lo recomendaran o escribieran sobre este. Ha sido un honor que figuras tan exigentes como pueden ser Ignacio Ramonet, Atilio Borón, Jon Illescas, Fernando Buen Abad o Rolando Pérez Betancourt recomendaran verlo.

¿A qué aspira un trabajo como La dictadura del algoritmo?

El documental aspira a la utilidad social, muchísimo más que a la perfección técnica, que además es siempre inalcanzable. No se hizo para ser un documental cómodo para la burocracia, y mucho menos para un pensamiento ideológicamente burocratizado. Es un documental político, militante, que busca la movilización del pensamiento, que no huye de lo ideológico, sino que lo busca.

Lo importante es que esta obra sea útil, que las personas la vean con sus amigos, su familia, y reflexionen juntos. No solo es un documental para defender las ideas en las que creemos, sino para entender mejor el momento histórico en que vivimos.



TÁNGANA EN EL TRILLO

Voces jóvenes de la izquierda en Cuba

En la tarde del domingo 29 de noviembre de 2020 se dieron cita en el parque Trillo más de un millar de jóvenes. Algunos de ellos alternaron frente a un micrófono para dialogar sobre justicia social, el presente de la nación, el socialismo, la Revolución Cubana.

52 páginas, 2019, ISBN 978-1-925756-41-8

Parte 1

No queremos influir sobre nadie, más de lo que quieren influir sobre nosotros

Entrevista a Jorge Luis Perdomo*

¿Cómo el aumento acelerado de la conectividad a internet ha cambiado la vida de los cubanos?

Se ha producido un cambio en la forma de comunicarse de la gente y ese cambio está muy asociado al desarrollo de internet en nuestro país. Venimos de una época en la cual la principal vía de comunicación era la telefónica, y hoy la principal vía de comunicación es a través de los datos de internet. Ya es mayor la comunicación por internet, que la comunicación por el método tradicional de voz, sea tanto la nacional como internacional.

Eso es producto de una política, de introducir la informatización como un elemento decisivo en el desarrollo económico y social del país, en el comercio, en la forma de comunicarse una persona con sus familiares, con sus amigos. En la manera de acceder a contenido educacional, en poder descargar materiales para poder aprender más, en la forma de compartir información. Creo que hay muchos ejemplos en los cuales la internet impacta de manera positiva y por lo cual, además, forma parte

* Jorge Luis Perdomo. Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones. Ministro de Comunicaciones (2018-2021). Actualmente, viceprimer ministro de la República de Cuba.

de una política de nuestro país para el desarrollo actual y futuro de la Revolución.

El acceso a esta tecnología todavía hoy no es el que nosotros quisiéramos tener y todavía no resuelve todas las capacidades que la población demanda, pero sí ha habido un crecimiento significativo en los últimos años y ese crecimiento se va a mantener con futuras inversiones.

¿Se pudiera considerar que ya en Cuba el celular con conexión es el principal dispositivo para el consumo de contenidos?

Los celulares son por excelencia la vía más masiva de comunicación y consumo audiovisual. Nosotros tenemos hoy alrededor de 1,4 millones de servicios telefónicos fijos y 1,2 está en casa de los ciudadanos; hay otra cifra mucho más pequeña que está en las instituciones. Tenemos 6,3 millones de celulares en el país, con un crecimiento anual en los últimos tres o cuatro años entre 600 mil y 800 mil líneas telefónicas.

Prácticamente no tenemos en el país comunicaciones analógicas. El proceso de digitalización de la telefonía concluyó y todo lo que es internet significa comunicaciones digitales. Todavía quedan transmisiones de televisión analógicas y estamos en un proceso de ir hacia la transmisión digital también y poder liberar la parte del espectro que utiliza esta televisión analógica para poder utilizarlo en las comunicaciones digitales de telefonía de cuarta (4G) y después de quinta generación (5G).

Hoy es 7 de diciembre de 2020, ayer hizo dos años exactamente que empezó el servicio de navegación por datos móviles en el país. En aquel momento el número de celulares en el país era menor y no había prácticamente conectados a internet; solamente en 24 meses llegamos a 6,3 millones de

celulares y 4,2 millones de celulares que utilizan datos móviles. Otro elemento significativo es que en noviembre del año pasado comenzamos los primeros servicios de 4G en el país y, solamente en un año, de esos 4,2 millones de celulares ya hay 1,5 millones que se conectan a telefonía de 4G.

Por tanto, el celular se convierte en la plataforma de infraestructura de comunicación donde la gente pone contenidos, recibe; y no solamente una plataforma de comunicación de voz, sino de comunicación de videos, de multimedia. Es muy superior, incluso, a la cantidad de televisores que hay en Cuba, a la cantidad de computadoras en manos de la población. Existen indicadores de en qué momento el número de celulares fue superior al número de computadoras que utiliza la gente; por tanto, el celular se convierte en la computadora personal de los ciudadanos.

¿Esta conectividad creciente nos lleva a comprender el acceso a internet como el ejercicio de un derecho?

Nuestra Constitución expone claramente el derecho que tienen todos los ciudadanos cubanos a la información, la educación y la cultura, de las que internet forma parte. Nosotros, dentro de la informatización, tenemos dos líneas principales de trabajo: Una es el gobierno electrónico y la otra es el comercio electrónico. Todo lo que nosotros llamamos gobierno electrónico tiene que ver con la interacción en el espacio digital del gobierno con los ciudadanos, de las instituciones con los ciudadanos; de los ciudadanos con las instituciones y con el gobierno, de manera que se logre toda la transparencia posible con la población, que la comunicación sea fluida, que haya un intercambio de opiniones entre la población y el gobierno, que

se logre el principio de la participación popular que es lo que nuestra democracia socialista concibe esencialmente.

¿A qué elementos negativos puede verse expuesta una sociedad que accede de forma tan acelerada a internet?

El ciberespacio es un lugar donde interactúan todas las personas y donde hay un conjunto de aspectos relacionados con la privacidad, con la ética, con los principios morales, con el intercambio humano, por lo que es muy importante no desconocer los riesgos que tiene.

Hay mucho debate internacional sobre esto, tiene aristas positivas y tiene también riesgos para las personas. Una cantidad de países han optado por hacer leyes o regulaciones asociadas a la protección de los datos personales. Con fines de la manipulación política en internet se venden los datos de las personas, se utilizan los datos de los ciudadanos como si fueran mercancía para poder influir sobre ellos; existen varios ejemplos. Creo que el más conocido es el de Cambridge Analytica: cómo tomaron las bases de datos de Facebook y las usaron para manipular a las personas en determinadas campañas políticas. Son relativamente recientes las revelaciones de Edward Snowden sobre cómo se utiliza internet como espacio de subversión, como espacio de manipulación de los ciudadanos.

Muy claramente, y creo que nuestra población lo percibe, hay en internet un campo muy propicio para una cultura hegemónica, imperial, occidental que se trata de imponer contra cualquier país, pueblo, cultura que difiera o sea diferente en sus valores, sus principios, a los de esta postura hegemónica occidental que hoy promueve el imperialismo estadounidense y sus principales aliados.

¿Qué diferencia puede verse en el uso de las tradicionales emisiones radiotelevisivas de Radio y TV Martí para hacer una guerra mediática hacia Cuba y el uso de internet para este mismo objetivo?

Usar medios de comunicación subversivos contra Cuba ha sido una política del gobierno de Estados Unidos desde los propios inicios del triunfo de la Revolución, primero fueron Radio y Televisión Martí, y ahora estamos en la era de internet. El imperialismo estadounidense, sus círculos de poder más reaccionarios, en particular los de la Florida, siempre han apostado por estimular a que el gobierno de Estados Unidos apruebe financiamientos para estos proyectos subversivos contra Cuba. La Ley Torricelli en 1992 y después la Ley Helms Burton, conciben intrínsecamente las comunicaciones hacia Cuba como un espacio de subversión político-ideológica.

Ahora los proyectos que tienen que ver con Radio y Televisión Martí los han ido migrando al ciberespacio. Esta última administración, el gobierno de Trump, ha liberado fondos millonarios para financiar proyectos de *influencers* y *youtubers*, de un grupo de programas tratando de colarse en determinados círculos de la población a través de las redes sociales.

La diferencia de internet con los medios de difusión usados en otra época, es que la difusión de noticias es extremadamente rápida, se pueden poner videos, se pueden establecer determinados patrones de comunicación o ciertos intercambios. En esencia es la misma estrategia de financiar la subversión, de crear canales de comunicación que puedan ir penetrando en el país, tratando de confundir a la población, de establecer patrones de comunicación valiéndose de técnicas de guerra no convencional, basándose en nuestros propios problemas económicos y los propios problemas causados por el bloqueo económico.

Hay quien piensa que Obama ofreció todo el internet que necesita Cuba y que aquí no quisieron.

Cuando alguien ofrece algo es porque ayuda de alguna manera, ayuda a financiarlo; ellos lo que realmente han financiado es la subversión política-ideológica. La infraestructura de comunicaciones de Cuba se ha creado por los esfuerzos propios de los cubanos. La política del gobierno estadounidense con Cuba en este sector ha sido por una parte bloquear financiamientos, no ofrecer absolutamente ningún apoyo financiero, y por otra, tratar de crear canales de comunicación tratando de separar las instituciones del pueblo, tratando de hacer llegar a ellos un mensaje subversivo, tratando de transmitir valores que no son los que caracterizan a la mayoría de la población cubana.

Las campañas mediáticas de la derecha internacional dicen: El problema es el acceso a internet. ¿Y qué es realmente ese acceso? Bueno, acceso a la información, acceso al conocimiento, y esa es una realidad que estamos defendiendo, pero por otra parte, todas las plataformas digitales pertenecen a dos o tres empresas estadounidenses, y también es derecho de cada país poder tener sus propias plataformas, de manera que sus tráfi-cos de telecomunicaciones no tengan que cursar y tengan que pagar gran cantidad de volumen de divisas por poder acceder a puntos de intercambios, porque hoy los dueños de estos puntos son estas trasnacionales estadounidenses: Google, Facebook. Nosotros estamos, como parte de nuestra política, estimulando el desarrollo de aplicaciones cubanas, que nuestros desarrolladores puedan poner aplicaciones en el ciberespacio nuestro y que podamos tener también nuestras propias plataformas de comunicación.

¿Qué mentalidad ha tenido que ir cambiando a nivel del Estado cubano para comprender la complejidad de internet?

Más que a nivel de Estado, creo que ha sido a nivel de la población y de las instituciones. Internet no es solamente acceso a la información, acceso a la infraestructura; internet forma parte de un espacio virtual digital donde se comparte hoy cada día más entre los ciudadanos de distintas partes del mundo y de distintos lugares del país; ese espacio tiene aristas que tienen que ver con la propia infraestructura del desarrollo tecnológico, con el marco legal. Tú no puedes ir por la calle y tirarle una piedra a una persona porque tú creas que hay que tirarle una piedra y romperle la cabeza, eso es una cosa ilegal; tampoco lo puedes hacer en el ciberespacio.

Creo que las personas debemos respetarnos, debemos crear valores, cultura del respeto, del debate, del civismo en el ciberespacio; para eso tienen que existir leyes. Nuestra Constitución habla de eso en el artículo 16: el inciso m reconoce la importancia de la sociedad de la información para el crecimiento de la cultura, del conocimiento en el país, pero también condena su uso para la desestabilización política con fines subversivos.

Yo creo que el hecho de que nuestra Constitución trate este tema —que además fue votada positivamente por el 86% de nuestro pueblo— significa que hay un consenso de como nuestro pueblo quisiera que fuera el ciberespacio, estamos aprendiendo a compartir y estamos construyendo. Por tanto, los procesos asociados a internet no solamente tienen el espacio de la legalidad, de la infraestructura, de la producción o del intercambio de la información y los contenidos, sino también tienen el espacio de la creación de una cultura responsable del uso de internet. Esa sería la principal fortaleza que tiene el pueblo de Cuba para poder interactuar cada vez más en este espacio,

aprender más a utilizarlo, saber discernir qué es una cosa sana, genuina, y qué es la imposición de un criterio, o la utilización del mismo con fines delictivos, con fines provocadores.

Hay muchas cosas asociadas al entorno de internet. Existen fenómenos que se están estudiando internacionalmente, por ejemplo, cómo impacta psicológicamente en los niños; están también temas como los videojuegos, los acosos, la enajenación en estos espacios virtuales que complementan la vida pero no sustituyen la vida. La vida tiene que seguir siendo rica en el intercambio personal entre los seres humanos; y este espacio virtual tiene que convertirse en el caso de nuestro país cada vez más —y es lo que nosotros fomentamos en materia de política informacional— en un espacio que se parezca cada vez al mundo real que hemos compartido y que hemos construido los cubanos en estos años de Revolución.

Estamos convenidos —creo que eso se conoce internacionalmente— de que son los propios dueños de la internet —y los que han fomentado todas estas redes y los que en estas redes utilizan estos espacios de hegemonismo cultural e ideológico— los que más bloquean la información y los que más agreden a aquellos sectores que no piensan igual que ellos y tienen opiniones distintas a los que tratan de imponer y hegemonizar en el mundo entero. Nosotros debemos fomentar una cultura de creación de contenidos, de diversidad de contenidos, que cada institución pueda acceder, pueda generar, y no sea mera consumidora de contenidos de esta cultura que se trata de imponer.

Cualquiera puede tener un problema de acceso a internet, pero no se trata solamente de crear canales de acceso, sino de ir llenando esos canales con nuestra idiosincrasia, nuestra cultura, nuestros valores. Que podamos aportar todo ese acervo cultural de la nación, de los diferentes territorios, municipios y de los

diferentes sectores del país, que es en esencia nuestra cultura e idiosincrasia. No queremos influir sobre nadie, más de lo que quieren influir sobre nosotros; sino poder compartir y que puedan conocer Cuba no solamente por el turismo y no solamente por el intercambio cultural, académico o entre los ciudadanos, sino que Cuba también se pueda distinguir por sus contenidos, por sus valores y por su cultura en internet; y que estos se unan en un proyecto común en función del desarrollo personal y colectivo, priorizando por encima de cualquier cosa el desarrollo espiritual del país.

La condición anfibia: entre el Estado sólido y la sociedad líquida

Entrevista a Rosa Miriam Elizalde*

¿Cómo funcionan los algoritmos de Facebook? ¿Por qué cuando entramos a YouTube o a Facebook, nos sugieren a Otaola, a Cibercuba, aunque sean contenidos que no solemos consumir? ¿Hay algoritmos especialmente diseñados para quienes se conectan desde Cuba?

Debemos empezar diciendo que un algoritmo no es una fórmula matemática *per se*, es como una receta de cocina, una serie de instrucciones que alguien programa: $A + B + C = D$, o sea «esta acción, más esta otra, genera una tercera». Son diseños que no son neutrales, que obedecen a las políticas y concepciones del que da las instrucciones.

Cualquiera que esté en Facebook puede entender este mecanismo. Cuando usted entra en una plataforma social, ofrece datos privados desde el primer minuto en que se registra: Me llamo fulana de tal, soy periodista, estoy casada, me gusta Silvio Rodríguez, vivo en La Habana. Con eso le está diciendo a una máquina en qué burbuja debe ser ubicada como usuario. Por

* Rosa Miriam Elizalde. Periodista y comunicóloga. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana. Ha sido editora de los medios digitales *La Jiribilla*, *Cuba Sí* y *Cubadebate*. Vicepresidenta de la Unión de Periodistas de Cuba. Premio Nacional de Periodismo José Martí.

eso, inmediatamente le empiezan a aparecer los filtros del tipo «quizás conozcas a», «quizás te guste tal cosa», «sugerencias para ti».

Cuando usted acepta una u otra propuesta, lo que hace es compartir con una empresa privada rasgos personales e intereses, datos que luego esta vende a terceros. Aunque usted no suela ver las transmisiones de Otaola o la página de *Cibercuba*, las empresas que sostienen estos proyectos o su claque pagan pautas publicitarias para que el algoritmo ubique esos contenidos —aunque usted no quiera verlo— dentro de una audiencia cubana transnacional que ha dejado decenas de datos rastreables. Mientras más interactúa el usuario, más saben de él Facebook, o Youtube, y más precisa se torna la máquina que opera la plataforma y que funciona con aprendizaje automático. Aprende con cada uno de nuestros clics. Cuando bloqueas a alguien, le estás diciendo al algoritmo que D es igual a $A+B+C-1$. Aumenta la precisión de los sistemas automatizados de la plataforma.

Para poder entender bien todo esto me remito a alguien que a mi juicio es uno de los que mejor ha explicado cómo funciona la sociedad en la era de las redes, Zygmunt Bauman. Cuando desarrolló su teoría de la «modernidad líquida» entendió muy bien el drama de nuestro tiempo, que podía reducirse a la idea de Marx de que «todo lo sólido se desvanece en el aire» y que la fugacidad era programable. La modernidad instauró estructuras sólidas como el Estado con sus instancias del poder que conservan su forma y persistían en el tiempo, que duraban. Con las redes eso cambió. La sociedad se convirtió en líquida, en algo que se transforma constantemente, que fluye. Su código interno se hace y deshace continuamente.

Bauman decía, por ejemplo, que Facebook no genera una comunidad, genera burbujas de confort, y que mucha gente usa las plataformas de redes sociales no para unir, no para ampliar sus horizontes, sino al contrario, para encerrarse en lo que él llamaba zonas de confort, donde el único sonido que oyen es el eco de su voz, donde lo único que ven son los reflejos de su propia cara, donde todo es fugaz y está programado.

Lo que hacen todo el tiempo estas empresas es encerrarnos en esas burbujas de confort, que tienen otra característica: están muy fragmentadas, pero generan la percepción de que el usuario está hablando con muchas personas a la vez. Y esa creencia es muy fuerte sobre todo para quienes vienen de la cultura analógica, cuyo paradigma es el de los medios de comunicación masiva donde hay un emisor con muchos receptores.

Aquí no es así. Facebook tiene 2,4 mil millones de usuarios, pero en realidad solo conecta efectivamente a grupos muy pequeños. El algoritmo, o sea, esa receta o serie de pasos que nadie ve y que decide otra persona, hace que se exponga lo que tú comentas en tu muro de Facebook, pero solo a una parte de tus seguidores, con suerte solo al 5% de tu audiencia real, o sea, de esos amigos tuyos, o estos supuestos amigos. Para poder llegar a más personas tienes que pagar.

Esas plataformas son un negocio, que por un lado venden tus datos a terceros (de lo cual ni te enteras) y por el otro viven de la publicidad. No son espacios filantrópicos, no son eso que dicen –Facebook, por ejemplo, cambió su lema en 2019 de «Gratis para siempre» por el de «Rápido y fácil» – son empresas privadas y máquinas de hacer dinero. Funcionan así para todo el mundo con una salvedad para Cuba: el bloqueo impide que los usuarios nacionales puedan utilizar sus servicios de publicidad y acceder a los datos que entrega Facebook a los

anunciantes. Sin embargo, si revisas la Biblioteca de anuncios de Facebook, se pueden ver cientos de contenidos publicitarios destinados a la propaganda más visceral y desfachatada contra el gobierno cubano.

Para ejemplificar estos mecanismos: Cuando por unos días se desató una polémica campaña contra Zoonosis – dentro del ambiente político previo a la aprobación de la Ley de Bienestar Animal –, que recibió la atención de un sector específico de la población afín al trabajo por la protección animal, de pronto el Facebook de una parte de los usuarios se llenó de sugerencias de publicaciones de cachorritos. Parecía que toda la sociedad cubana y sus estratos sociales estaban en función de este tema, lo cual por supuesto era irreal. ¿Hay situaciones en las cuales el bombardeo en torno a una misma temática puede llegar a hacer que las personas encerradas en estas burbujas piensen que se trata de un tema de envergadura nacional – «todo el mundo está hablando de esto» – y realmente no es así?

Estas plataformas fortalecen lo que los expertos llaman «sesgo de confirmación». El algoritmo de las plataformas tiende a favorecer, buscar, interpretar y recordar la información que confirma las creencias del usuario, desdeñando otras posibles alternativas. La máquina aprende que usted acepta los comentarios favorables a sus puntos de vista y bloquea aquellos desfavorables. Por tanto, va a sugerir solo un tipo de contenido con el que esté cómodo, para eso tiene las opciones de «me gusta», «me emociona», «me divierte»... Es probable que personas que están fuera de las burbujas donde lo común sean los gaticos y perritos, fueron conectados con estos porque reaccionan emocionalmente ante debates similares al que genera el tema de los derechos de los animales. Lo que conecta una burbuja o zona de confort con la otra no es el tema en sí mismo, sino las emociones

que la gente manifiesta en la plataforma, en un circuito cerrado donde usualmente se refuerzan las creencias y se fortalece la polarización, muy común en estas plataformas.

Pero en ningún caso el usuario tiene idea de totalidad. Ni Facebook ni ninguna otra plataforma entrega los datos gratuitamente, por lo que algo que usualmente no ha salido de unas pocas burbujas usted puede interpretarlo como un asunto nacional, cuando no es así. Si, además, se trasvasa un debate marginal a medios masivos, entonces ya no se trata de una burbuja, sino que se le han puesto altavoces mucho más potentes, a veces para bien de la sociedad porque es un tema que lo amerita, pero otras veces se trata de la amplificación de un asunto marginal, con una agenda totalmente reactiva de nuestra parte. Vemos esto todo el tiempo.

Parte de esa zona de confort, es que tú no ves con quién estás hablando, solo hay una foto de perfil que a veces ni siquiera consiste en la imagen de la persona. Es como la rejilla entre los que están sentados en el confesionario de una iglesia, que facilita la confesión al hacer sentir que el que se está solo. ¿Esto puede también propiciar que la gente no se limite, que suelte sus peores instintos al expresarse, que insulte, que escriba cosas que no diría en la interacción en el mundo «real»?

Claro, porque se refuerza la polarización, que lleva a la intolerancia y al odio. Cuando, además, la persona tiene hábitos de consumo informativo ya incorporados, esos mecanismos de confianza se suelen trasladar a las redes sociales.

En una investigación reciente entre cubanoamericanos en la Florida que apoyaban a Donald Trump, le preguntaron a una señora por qué votó por Trump, y respondió que ella estaba convencida que Biden era un pedófilo. «¿Y usted dónde leyó eso?», «En Facebook». En su lógica, Facebook es como un diario

y probablemente quien dijo eso fue una persona en la que ella confía. La ultraderecha ha aprovechado mucho estos mecanismos de confianza para polarizar, para enajenar, para generar procesos deliberados de desinformación, que tienen un objetivo político. La desinformación no es cualquier mentira, es la mentira deliberada para movilizar a la gente hacia un objetivo, y esos entornos de desinformación han aumentado exponencialmente en todos estos años.

La «Teoría de los tweets incorrectos» nos dice que la gente tuitea más la mentira que la información fidedigna y que solo el treinta por ciento de un grupo expuesto a una mentira, a un *fake news*, a un proceso de desinformación, ve el desmentido. O sea, hay un 70% de esa población expuesta a una mentira que nunca verá otra versión de los hechos, y eso es muy peligroso, tan peligroso que puede llevar a la violencia física y hasta al genocidio. Una de las grandes acusaciones contra Facebook tiene que ver con la muerte de cientos de ciudadanos en Myanmar debido al odio incentivado en grupos en esta plataforma, que terminó en linchamientos, no virtuales sino literales.

Nosotros lo vivimos aquí con la Operación Peter Pan. Era otro contexto y otros canales de información, pero un proceso de desinformación terminó convenciendo a muchos padres de que a sus hijos se los llevarían a Rusia para convertirlos en carne enlatada. Mirado desde la distancia de casi 60 años es un despropósito, pero pensado en los contextos altamente polarizados y extremadamente intervenidos por intereses políticos, no hay mucha diferencia a lo que pasa ahora, con personas que llegan a creer cualquier barbaridad.

Ante la enorme fragmentación del público hay que hacer un esfuerzo por acercarnos a las redes desde perspectivas críticas y analizar conversaciones políticamente apasionadas y hasta pola-

rizadas, sin dejar de observar elementos más técnicos: ¿Cuántas personas han reaccionado a esto? ¿Quiénes son? ¿Qué alcance real tiene esta conversación? ¿Se trata solo de mis «amigos»?

Esto nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Qué es la espiral del silencio?

La espiral del silencio es una teoría de la comunicación política desarrollada a fines de los años setenta, por Elisabeth Noelle-Neumann, una investigadora alemana, que dice que la opinión pública es una forma también de control social a partir de que la gente se inhibe de dar sus opiniones y asume aquella que percibe como las de la mayoría. Las personas aceptan esas opiniones que perciben como las mayoritarias, las asumen como el sentido común, y por lo tanto guardan la suya, no la expresan. Este aporte teórico es central para entender lo que está pasando hoy en las redes sociales. En estas redes y en los medios todo depende de las percepciones, no necesariamente de la realidad.

Cuando la gente identifica ese grupo de opiniones sencillamente se suma sin cuestionarlo demasiado. Tiene que ver con otro mecanismo psicológico, del que hemos hablado: la tendencia al aislamiento. Las redes la refuerzan, pero el usuario no lo percibe. Puede tener solo 50 seguidores en Facebook, pero cuando publica un post cree que le está hablando al mundo. El ser humano es un ser social, quiere ser querido y aceptado, le teme al rechazo, es nuestra naturaleza, por lo tanto, suele acoplarse al grupo.

Ese temor al rechazo lo estamos viendo continuamente en las redes sociales, sobre todo en nuestros entornos, que son profundamente asimétricos. No toda la sociedad cubana está en red y no todos los usuarios activos viven en Cuba, además de existir mediaciones económicas y culturales que inciden en nuestra esfera pública digital. Por tanto, se conforma un «sentido común»

de percepción aumentada de la realidad que la mayoría de las veces no tiene que ver con lo que pasa en la calle. Los procesos culturales, sobre todo los que tienen que ver con las nuevas tecnologías, necesitan un sedimento, y nosotros estamos empezando a lidiar con los servicios de datos móviles y con la condición de seres anfibios, es decir con la vida cotidiana en simultáneo en el espacio físico y digital. No quiere decir que no se expresen ciertos hábitos de consumo adquiridos previamente con el Paquete Semanal y otros flujos informales de contenidos, pero evidentemente la presencia, uso de los recursos y organización de la sociedad cubana en estas plataformas es muy asimétrica.

Si a todo esto le sumas las propias características de las redes, donde tú puedes inventar en qué lugar estás, quién eres, cómo te ves, inventarte incluso una ciudadanía digital, las posibilidades de manipulación son ilimitadas. Si, además, los manuales de guerra no convencional no esconden la importancia de las plataformas sociales para las operaciones psicológicas y para la manipulación de los contextos sociales con intereses partidarios, el cuadro está servido para que las personas que temen permanecer aisladas del entorno social presten atención a las opiniones y comportamientos supuestos de una mayoría que puede no ser tal, sino que es el grupo principal de la teoría de la espiral del silencio.

¿Podemos decir que la emotividad en las redes ha superado incluso el uso de las fake news en esa guerra no convencional? ¿Cómo se fabrica una publicación pensada para lograr un impacto emotivo?

A veces no se entiende que las plataformas de redes sociales, además de ser grandes repositorios de contenidos, son espacios de socialización. La gente se relaciona más que por ideas políticas, por emociones. Eso está estudiado, sobre todo en los pro-

cesos en los que intervino Cambridge Analytica, la sucursal londinense que generó toda una tecnología para la manipulación de los escenarios políticos y fue implementada en unas 200 elecciones en todo el mundo. Ellos insistían en que las personas se mueven más por reacciones emocionales que por sus puntos de vista o por razonamientos profundos ideológicos o políticos.

Michael Kosinsky, exdirector adjunto del Centro de Psicometría de la Universidad de Cambridge, demostró que era posible describir los rasgos de personalidad de un usuario a partir de sus interacciones en Facebook, e incluso, predecir sus patrones de actuación y sus preferencias políticas. Es decir, que más que por rasgos políticos e ideológicos, la gente crea redes por intereses, aficiones y emotividades, y en ello se basa la ingeniería social que está detrás de procesos de manipulación muy elaborados, como los que utilizó Cambridge Analytica para intervenir en el Brexit, en Gran Bretaña, o en las elecciones en Estados Unidos en 2016.

Por eso la importancia de la microsegmentación (identificar las burbujas en que se fragmenta una sociedad en la red), para reempaquetar una misma agenda en muchos mensajes y que estos se adapten como un guante a la personalidad de cada grupo. También explica la intención de generar contextos polarizadores, donde la gente actúe por instintos primarios. Eso lo hemos visto en todos los procesos emergentes que se han desatado desde la llamada Primavera Árabe, en 2011, hasta más recientemente en Chile, pasando por Occupy Wall Street o el Tea Party.

Pueden ser movimientos de derecha o izquierda, pueden tener un signo político u otro, lo común es la emotividad, un contexto social que lo propicia y unas tecnologías que orga-

nizan a gente que puede estar aislada geográficamente, pero conectada por emociones, juicios y prejuicios comunes. En algunos de estos procesos las personas han llegado a suscribir ideas que van contra sus propios intereses. No te olvides, por ejemplo, que en las elecciones de Estados Unidos la comunidad cubanoamericana ultraderechista que votó por Donald Trump en noviembre de 2020, lo hacía contra sus propios intereses. Es la comunidad de Estados Unidos, por ejemplo, que más utiliza el Obamacare, la reforma de salud de la administración Obama, que era una de las primeras medidas que iba a intervenir Donald Trump si ganaba la Casa Blanca.

En las elecciones de 2016 en Estados Unidos, llegaron a producir 140 000 versiones diferentes de un mismo concepto, ¿por qué?, porque no es lo mismo el afroamericano de Kentucky que el afroamericano de Nueva York, ni el afroamericano con estudios universitarios del que apenas pasó la enseñanza primaria. Hoy los esfuerzos para la producción de contenidos son descomunales, y por eso son enormes los costos que tienen todos estos procesos, que es lo otro que tenemos que tener en cuenta: hay mucho dinero, hay mucha ciencia puesta en función de la desinformación y la manipulación, y al final, de operaciones psicológicas que ha implementado el gobierno de Estados Unidos en todas sus guerras.

En Cuba lo estamos viendo todo el tiempo. Por ejemplo, la crítica a la falta de diálogo de las instituciones y, a la par, la renuncia al diálogo con las instituciones culturales o políticas del país, autoexcluyéndose de mecanismos de concertación y de interlocución de la ciudadanía que tienen nuestras propias instituciones. Lo que media, muchas veces, son resortes puramente emotivos, manipulados por operadores externos obsesionados con el estallido social y la salida violenta.

Estamos sometidos a mecanismos de intoxicación y manipulación muy perversos. Las plataformas sociales, que le venden al mejor postor sus datos, impiden que los usuarios en Cuba tengan una mirada de conjunto, equilibrada, de lo que acontece en las redes. No es posible hoy a simple vista saber qué está pasando en esos escenarios. Se necesita acceso a los grandes conglomerados de datos —*big data*— y a sistemas de inteligencia artificial para poder tomar decisiones. Esa información la tienen los laboratorios de la Florida que manejan el clúster de sitios digitales dirigidos a erosionar al gobierno cubano. Usan esa información privilegiada para gestionar la fragmentación e imponer una agenda antigubernamental y desatar procesos de desinformación y violencia simbólica. El video de la cucaracha en un hospital tú lo recibes de una manera y el vecino de otra. Tratarán de que ambos, con profesiones e intereses diferentes, acepten la parte por el todo. Es decir, lo sucedido en una sala de hospital como la realidad de todo el sistema de salud cubano, como es real el desabastecimiento, pero hay una sobreexposición y exageración del problema.

A eso se suma que muchos usuarios de internet creen que la red es un potrero o una especie de exoplaneta, donde no hay ley y se puede hacer y decir cualquier cosa e insultar y comportarse de la peor manera, cuando en realidad la ciudadanía virtual y la física van juntas. Internet, por otro lado, no es tan caótico como parece y tiene sus equivalentes fuera de la red, con oportunidades nuevas para los proyectos de «cambio de régimen» que por décadas ha sostenido el gobierno de Estados Unidos.

Brandon Yoder, que fue especialista principal de la NED para América Latina, vaticinó en 2012 que el «cambio» en Cuba tendría el impulso de los nuevos medios digitales, que pudieran replicarse en publicaciones hiperlocales al estilo de los samizdat

de la era soviética. Estas samizdat eran las publicaciones que se hacían con impresiones y copias clandestinas que desafiaban la narrativa gubernamental en la Unión Soviética. El juego aquí es presentar una cucaracha en un hospital o alguien que se excedió en una cola, para demostrar la inviabilidad de todo el sistema de gobierno. Se descontextualiza, se enmarca y se edita para reforzar estereotipos y construcciones políticas interesadas. Hay una sobredimensión de determinado anecdótico para generar emotividad, que las personas reaccionen como una pastilla de *Alka Seltzer*.

¿Cómo funciona una Internet Task Force – una fuerza de tarea de internet – para un país específico?, ¿por qué se hizo y se anunció para Cuba?

Tiene como antecedente la Fuerza de Tarea para el Control de la Internet Global, que se creó en 2006 durante la administración George W. Bush, encabezada por Condoleezza Rice, en ese momento Secretaria de Estado. Fue la primera que se creó desde el Departamento de Estado y tenía como objetivo monitorear las 24 horas del día a tres países: China, Irán y Cuba. Ninguno de esas naciones tenía en esos momentos fuerza ni presencia beligerante en internet.

En ese momento Cuba tenía un ancho de banda muy reducido y solo por canales satelitales, los más lentos de la red. Lo único que tenía era un gran potencial que comenzaba a impulsarse con la Universidad de Ciencias Informáticas (UCI) y proyectos pioneros para el uso social de internet. Parecía una desmesura dedicar un grupo multiagencias, con expertos en varios campos y financiamiento para generar un plan de trabajo contra países que estaban iniciando sus primeros proyectos digitales. Pero había un cálculo estratégico, matar en estado neonato cualquier impulso contrahegemónico en la red.

Hay evidencias de que de esa Fuerza de Tarea salió el gusano Stuxnet, que atacó los sistemas de desarrollo de la energía nuclear en Irán. Todos los expertos coinciden, incluso algunos de derecha, que eso no pudo haberse hecho sin el esfuerzo del gobierno de Estados Unidos e Israel. De esas usinas también salió Alan Gross y proyectos como Zunzuneo —el llamado Twitter para Cuba— y otros. La Fuerza de Tarea para la internet en Cuba, creada por Trump, siguió la misma línea de su predecesora.

Vemos desarrollarse medios digitales que están diseñados para públicos específicos, con un alto nivel educativo en vez de un público general. Si estos sectores son demográficamente minoritarios, ¿por qué se gastan tantos recursos y energías en llegar a ellos?

Porque construyen sentido e ideología. Gestionan la fragmentación, enfocados en públicos clave: los profesionales, los académicos, el sector de la cultura artística y literaria, el estudiantado universitario. También zonas populares marginadas o automarginadas de los espacios institucionales.

Por eso se dirigen a públicos específicos en una esfera pública muy fragmentada. Estamos viendo estrategias tanto de microsegmentación (dirigidas a grupos o burbujas), como de nanosegmentación (contra un solo individuo). Hemos visto líneas de ataque muy potentes y sostenidas contra el presidente Miguel Díaz-Canel, destinadas a la erosión de su autoridad y credibilidad. No es algo nuevo ni excepcional. En América Latina son blanco de estos diseños Nicolás Maduro, Cristina Fernández, Andrés Manuel López Obrador, Rafael Correa, Lula y otros líderes de la izquierda. En Estados Unidos, durante las elecciones, vimos The Lincoln Project, un proyecto del Partido Republicano dirigido exclusivamente contra un solo individuo, Donald Trump. Hay manuales que se repiten en distintos con-

textos y con diferentes objetivos, y se emplean cibertropas pagadas para el acoso, el sicariato político, el *bullying*. Lo estamos viendo todos los días en América Latina y en Cuba, con tácticas similares para golpear a figuras públicas, a periodistas, a músicos, a revolucionarios o no, que expresan cualquier idea que no parezca suficientemente anticomunista y antigubernamental.

Este escenario incluye en el caso cubano la creación de una prensa y un periodismo independientes.

La independencia de ese periodismo es un mito. Hay intereses económicos y políticos; hay dueños que imponen sus puntos de vista; hay financiamientos espurios. Algunas de estas empresas mediáticas que hacen alarde de independencia periodística, no tienen vergüenza de admitir que reciben dinero del gobierno de Estados Unidos o de fundaciones que tercerizan financiamiento federal.

Medios digitales que emergieron durante la administración Obama y tienen una infraestructura tecnológica que cuesta, tienen dominios y están alojados en servidores internacionales, sostienen una redacción local a la que se le paga. Esos fondos salen de alguna parte.

Obviamente la CIA ya no da cheques al portador, pero el gobierno de Estados Unidos reparte directamente o terceriza —y lo admite públicamente— muchísimo dinero a través de contribuciones privadas, organizaciones fantasmas, la NED, la USAID, Open Society y otras fundaciones. El gobierno cubano no inventó los proyectos de cambio de régimen; están descritos en documentos oficiales estadounidenses que hablan de financiar medios de comunicación, canales, gestionar contenidos y capacitar a personas para el uso de las herramientas digitales. No hay dudas de que quienes reciben dinero para hacer pro-

paganda a favor del gobierno estadounidense contra Cuba, se comportan como adversarios políticos porque lo son. ¿Qué objetividad o independencia puede haber en eso?

Pero ellos dicen, por ejemplo «Open Society nunca nos ha dicho lo que tenemos que escribir».

La única razón por la cual la Open Society les paga es porque son sus propagandistas y actúan como operadores políticos, como cabezas parlantes de una causa política, por más que hablen de valores profesionales.

Pasemos a otro tema... ¿En qué consistió la misión o el trabajo que hizo Ted Henken en Cuba?

Hay un diseño que empezó tempranamente para el escenario digital que empezó con la administración de George Bush (el padre). La Ley Torricelli, que permitió la conexión de Cuba a internet con condicionamientos y amenazas políticas, se aprobó en 1992. Otra cosa que hay que recordar es que si algo es común para el Partido Republicano y Partido Demócrata es la presunción de que una glasnost digital acabaría con la Revolución Cubana. Bush padre impulsó esta idea y lo siguieron haciendo los presidentes que vinieron después, hasta hoy.

En 2011, en plena administración Obama, Ted Henken viene a Cuba a hacer trabajo de campo y a identificar aquellas figuras propensas a los proyectos de subversión política en el ámbito de los medios y la comunicación, con énfasis en la zona crítica a la Revolución que se mantenía vinculada a instituciones cubana. Este señor fue una pieza de la misma maquinaria a la que aludía Brandon Yoder en la NED, la *samizdat* tropical. Algunos de los parametrados por Henken se daban golpes de pecho diciendo que no tenían nada que ver con los procesos de cambio de régi-

men en Cuba y se proclamaban revolucionarios. Hoy son propagandistas directos o tácitos del gobierno estadounidense.

Los diseños fueron concebidos muy tempranamente. La administración Obama impulsó los medios privados digitales que proclaman su apego a valores profesionales para darnos la puñalada por la espalda, y el gobierno de Trump impulsó una maquinaria tóxica de sitios basura (los *junk news*), descritos en la literatura académica, para darnos con el garrote a cara descubierta y justificar su retahíla de sanciones a Cuba. Estas decenas de sitios afincados en Florida, casi todos con la palabra Cuba en la raíz del dominio internacional, no disimulan sus operaciones de desinformación, interacción con cuentas falsas y bots que incentivan su difusión, operan fundamentalmente en las plataformas sociales y hacen una propaganda antigubernamental a lo bestia, muy primitiva, a veces muy artesanal.

¿Qué nos espera en el futuro cuando tengamos más datos, internet más barato, podamos ver horas de YouTube en Cuba más masivamente?

Espero que tengamos la capacidad para adaptarnos a estos escenarios, y entender sus grandes potencialidades para la interlocución, la democracia socialista y la participación real y efectiva de la ciudadanía en los procesos de transformación del país. Espero que podamos llegar a los públicos dispersos y que se involucren de manera protagónica los jóvenes, cuya vida cotidiana está centrada en la red. Necesitamos crear nuestro modelo diferencial de comunicación en la convergencia del mundo analógico y el digital, y que seamos capaces de gestionar la unidad nacional y las alianzas regionales y globales, que nos permitan crear nuestras propias plataformas.

La hegemonía está en juego todos los días

Entrevista a Ernesto Estévez Rams*

Ante el arribo masivo de la población cubana a las redes sociales digitales, ¿cómo se va estructurando la conquista de la subjetividad de esa nueva masa de usuarios políticamente significativos?

Cuba está inmersa en una guerra ideológica, y cuando digo ideológica quiero decir una guerra de ideas; no de ahora, ni a partir del uso de las redes sociales digitales, sino desde hace 60 años. Incluso, desde antes, cuando nuestro país, entonces neocolonia, resultó ser un campo de experimentación ideológica del imperialismo estadounidense. Fuimos uno de los primeros países latinoamericanos donde penetran la radio, la televisión, los cómics. Uno de los primeros países de la región donde se utilizó la publicidad televisiva y se hicieron experimentos para medir su efectividad. Esto permitió probar las maneras de introducir determinadas ideas en la población, influir sobre una masa importante de ella con determinados mensajes y que estos pasaran a ser, de manera «natural», parte del sentido común de esa población, integrándose a sus referentes.

Por lo tanto, este no es un fenómeno nuevo. Lo que ha ido cambiando son los escenarios y los medios, en la medida en que

* Ernesto Estevez Rams (La Habana, 1967). Profesor Titular de la Universidad de La Habana. Miembro de la Academia de Ciencias de Cuba. Articulista sobre temas científicos, políticos, filosóficos y sociales.

la tecnología ha ido avanzando, y cuando digo tecnología no solo me refiero al equipamiento, sino a técnicas de la psicología, la sociología, la antropología. En la medida en que estas se han ido desarrollando, en esa misma medida ha ido cambiando la manera de hacer ese discurso con el mismo objetivo de producir un estado de cosas deseado.

Es un fenómeno que se exagera cuando triunfa la Revolución, y además cambia su naturaleza. Lo que era un mecanismo general de influencia ideológica, pasa a tener un objetivo muy concreto, que es el derrocamiento de un movimiento social y de una revolución estructural en un país de América Latina. Eso cambia por completo la manera en que se estaba enfocando el asunto y Estados Unidos comienza a ver por primera vez desde la primera intervención estadounidense, al Estado cubano como su enemigo. El imperialismo estadounidense había sido un enemigo del pueblo como factor social, pero el Estado cubano había sido su cómplice. A partir de ese momento es su enemigo. Por lo tanto, implementa en su contra todas sus herramientas, tanto de violencia física, como de violencia simbólica.

En un momento dentro de ese escenario histórico ocurre otro cambio muy importante, que es cuando el socialismo soviético y su entorno — «el socialismo que realmente existió», como lo llamó Eric Hobsbawm— son derrotados. Eso implicó un cambio importante porque muchos referentes que se tenían hasta ese momento se derrumbaron. Globalmente comienzan a expandirse mucho más en el entramado cultural y de las ciencias sociales las ideas heterogéneas que se habían ido agrupando durante años bajo un nombre genérico: el posmodernismo. Aquí se instrumentalizan muchas ideas por parte del capitalismo que se venían trabajando mayormente en los espacios académicos. Salen de esos espacios y las instrumentalizan como armas ideo-

lógicas en un contexto de euforia, donde habían ganado; y en el que por lo tanto consideraban que había quedado clara la superioridad del capitalismo sobre el socialismo.

Entonces lo que se plantean es una ofensiva final contra lo que quedaba, los remanentes de lo que esos ideólogos del capitalismo veían como los últimos reductos de resistencia de ese enemigo que habían tenido durante años.

Muy poco después llega la revolución de internet, que permite una socialización de la información sin parangón en la historia de la humanidad. Entonces el discurso ideológico posmodernista se adapta a la realidad naciente de internet, y luego a la dinámica aparentemente global de las redes sociales digitales que dan la ilusión de ser globales, pero realmente no lo son, aunque agrupan a millones de personas que de otra manera no hubieran tenido comunicación entre ellas, ni se hubieran conocido, y hacen que vayan encontrando puntos de confluencia en aspectos comunes y que esas personas se identifiquen en determinadas áreas, pueden ser la moda, la música, la literatura, la política.

Como es una herramienta difícil de impedir que llegue a las personas, porque censurar internet es algo que evidentemente no tiene ningún sentido, esa vieja guerra ideológica pone entonces su peso fundamental en las redes.

Cuando abrimos nuestras redes, ¿qué elementos de esa posmodernidad nos encontramos ahí y cómo funcionan dentro de esa guerra ideológica?

Encontramos, por ejemplo, la relativización del conocimiento. Eso no es nuevo, la simplificación del conocimiento es algo viejo. Al capitalismo no le interesa que se piense, al capitalismo lo que le interesa es que se consuma, pero ahora lo que quiere es que se consuman ideas. Para que las ideas sean con-

sumibles debe reducirlas, convertirlas en algo repetitivo. Lograr que se vean las ideas ajenas como propias y que el receptor se convierta en reproductor.

La relativización del conocimiento es quitar las jerarquías en el abordaje de las cosas. Voy a poner un ejemplo: en las redes sociales se iguala la opinión de una persona que ha dedicado veinte años a estudiar a Shakespeare, que ha leído y analizado todas sus obras, al mismo nivel de una persona que nunca ha leído ninguna, pero ha visto una película basada en una obra de Shakespeare. La intención es que en esa falsa igualdad esas dos opiniones sean tenidas en cuenta al mismo nivel; no quiere decir que uno desprecie una opinión u otra, sino que esas dos opiniones no tienen el mismo nivel. Para eso es necesario simplificar los mensajes; tienen que ser sencillos. Se sustituye la profundidad de una idea, con su simplificación y se crea la ilusión de que dominar esa simplificación le hace a uno ser experto en la materia.

¿Eso no puede cuestionarse a través de la democratización que nos dan las redes?

El tema es que las redes no son democráticas. Las redes crean la ilusión de ser democráticas. Voy a poner otro ejemplo, con el que cada uno de nosotros se puede hacer un autoexamen. Cualquiera dice: «Las redes nos han globalizado, ahora puedo acceder a toda la información del mundo». Y es verdad que está ahí, pero... ¿accedemos?, ¿a cuántas páginas web de África entramos?, ¿a cuántas de Asia?, ¿cuáles son las modas que importamos de las redes? Es cierto que se puede ir a buscar cuál es la moda en este momento en Kenya pero, ¿lo hacemos? No. Podemos conocer la música que se está escuchando en Guatemala. ¿Lo hacemos? Tampoco. Te venden la idea de

que puedes acceder a toda la información, pero saben que no lo vas a hacer. Vas a acceder a una información para la cual te han condicionado, para consumir esa y no otra. Por tanto, la democratización de las redes es falsa, ya que te entierra bajo una montaña de información aquella que no interesa que captures. ¿A cuántas páginas contrahegemónicas las personas acceden? Sin embargo, sí accedemos a las más inmediatas, a las que constantemente nos están invadiendo.

Google crea la ilusión de que la persona sale a buscar la información cuando en realidad la información se le trae. Detrás de eso hay algoritmos, para visibilizar contenidos específicos en dependencia de las búsquedas que las personas hacen.

En el caso de Facebook haces una publicación en tu muro y te empiezan a llegar post de otras personas que a lo mejor tú no habías visto, pero que están repitiendo el mismo mensaje, así te llegan contenidos que refuerzan tu opinión, y se crea un efecto rebaño. Y tú dices: «No soy el único que piensa así, mira cuanta gente piensa igual que yo, por lo tanto debo tener razón, cuando hay tanta gente que piensa lo mismo». Entonces mensajes que pueden tener un análisis más racional, o simplemente de otro tipo, a mí no me aparecen con la misma frecuencia. Me aparecen solo aquellos que reafirman mi mensaje. A veces uno dice: «Me están leyendo la mente». No te están leyendo la mente, lo estás hablando, lo vas diciendo con tus hábitos de uso de la red y a partir de ahí te van conformando un mensaje. No hay que pensar que detrás de eso hay una mente maquiavélica concreta que está sentada detrás de una computadora viendo qué es lo que uno está haciendo. Son algoritmos que simplemente van viendo ese comportamiento y van conformando contenidos generados por otras personas, y que los algoritmos van identificando y ubicando para ti.

Esos algoritmos se pueden sintonizar para objetivos muy concretos: con solo saber que la persona está accediendo desde Cuba, basta para que le lleguen determinados mensajes. Uno no puede olvidar el hecho de que detrás de esto hay una maquinaria, que en el caso de Cuba está financiada, con objetivos muy concretos. A veces nosotros decimos: «Estados Unidos en su presupuesto ha puesto una cantidad de dinero para la subversión en Cuba y ha creado una *task force* para el tema de las redes», y lo dejamos en abstracto. Bueno, ¿y a dónde va ese dinero? ¿Qué se hace con él? Eso no nos lo dicen. Pero lo que está claro es que ese dinero no es para comprar pomos de agua. Ese dinero es para crear productos en particular, llegar a personas en particular.

¿Por qué has calificado a los medios digitales dedicados a esa guerra contra Cuba como «dispositivos de irritación» en vez de medios de comunicación?

Porque hacen una gerencia del disgusto, o sea, necesitan que la población siempre esté disgustada por algo y fíjate para estar disgustado aquí hay muchas cosas, sobran los temas para estar disgustado, no hay una sociedad donde no sobren los temas para estar disgustado, la nuestra como cualquier otra tiene muchos temas para disgustarse. ¿Cómo manejan la gerencia del disgusto? Lo van focalizando en distintas áreas. Lo sacan de un tema, y lo ponen en otro, y cuando ese se desarma lo ponen en otro, y luego en otro... Su intención es que tú constantemente estés disgustado. Recuerda que el discurso de las redes es un discurso emocional, lo que quieren es que reacciones emocionalmente.

Una de las cosas más importantes de las redes es crear respuestas emocionales, no respuestas racionales. No se trata de

que la gente piense sobre el tema y llegue a una conclusión, sino que la gente responda de acuerdo a las emociones. Al mismo tiempo, una de las características posmodernas es tratar de que pondere la anécdota sobre lo sistemático.

Para eso se toman fenómenos que ocurren en otros países, le quitan el contexto en el que ocurre ese fenómeno y le trazan un paralelo con lo que ocurre en el nuestro, y para eso necesitan la anécdota, porque la anécdota no da el contexto. Se enfoca la anécdota de algo que pasó en Estados Unidos, que es reflejo de una cuestión sistémica de racismo por parte de los órganos represores de ese país, y se toma una anécdota en Cuba como puede ser el hecho lamentable de una persona negra que falleció en un intercambio con un policía; se hace un paralelo entre las dos para transmitir la idea de que la violencia ocurrida aquí es igual a la violencia que se produce allá.

Esa utilización de los algoritmos – aunque en más de una ocasión se ha revelado su uso político – en el caso de otros países pudiera estar encaminado a un uso publicitario comercial, para vender una camiseta de fútbol o un viaje en un crucero. En el caso de los cubanos, ¿qué nos venderían?

Nos venden la derrota de nuestro sistema social. Lo que nos quieren vender es que nuestro sistema social es inoperante, que nuestro Estado es inoperante, y que los objetivos de la Revolución no tienen sentido. Por lo tanto, lo que quieren derrotar es la ilusión. El derrumbe de un proyecto de nación que Cuba ha ido construyendo durante 60 años. Eso es lo que nos quieren vender. Y fíjate, tú hablabas del tema de que en otro lugar lo que venden es determinado producto comercial. Parte de ese mensaje ideológico también pasa por ahí. Nos venden comercialmente determinados símbolos, de éxito, de prosperidad;

que el objetivo en la vida se reduce a esas cosas sobre la base de la exacerbación del individualismo, del éxito personal como *summum* de las aspiraciones humanas. El mensaje de que toda ilusión social es peligrosa, toda aquella que no sea una ilusión individual. La idea de que todas las narrativas y aspiraciones humanas que han sido sobre la base de aspiraciones grandes, sobre la base de valores sociales universales, son peligrosas y además fracasadas, no llevan a ningún lugar. Hay un elemento sobre el cual yo insisto siempre y es que el capitalismo como sistema dejó hace tiempo de venderse a sí mismo. Desde *El 18 Brumario...*, Marx lo decía: el capitalismo dejó de vendernos que un mundo mejor es posible. Ahora nos está vendiendo la idea de que no hay mundo mejor que el que tenemos: el capitalista. Por lo tanto, se está empeñando en mostrarnos que toda alternativa es peor que lo que tenemos hoy.

El capitalismo ha logrado perfeccionar mucho sus herramientas de trabajo, ellos siempre están secuestrando las cosas que están ocurriendo en su entorno para quitarle el filo transformador y para convertirlo en un instrumento del sistema reproductor. Lo hicieron con las famosas primaveras árabes, que es algo que están tratando desesperadamente de reproducir en Cuba, tomando el ejemplo exitoso de lo que ocurrió en otros países, una especie de primavera que dé al traste con el Estado y la Revolución.

Nos quieren llevar el mensaje de que es posible una sociedad, que no es la nuestra, una sociedad a la que, por supuesto, ellos no le dicen capitalista, porque al capitalismo no le gusta mencionarse. Que es posible una sociedad en Cuba que tenga las prestaciones sociales que tiene nuestra sociedad, pero en un contexto que no sea socialista. Esa idea nos la venden constantemente. Es una ilusión. Es falso. Eso no se ha logrado en ningún

país de América Latina, en ningún país de África. Si fuera posible mantener los índices de educación, si es posible mantener los índices de salud, de nuestros servicios sociales —y le podemos hacer una lista más larga—, si es posible eso, ¿por qué no lo han hecho en otros lugares? Sin embargo, nos venden la idea de que sería posible en Cuba.

Eso nos lleva a una de las cosas más comunes en esta guerra contra Cuba: la creación de los extremos. Nos quieren crear la idea de que hay dos extremos: uno, el extremo de derecha recalitrante que quisiera derrumbar esto de una manera burda y retrotraernos a una realidad semifeudal o algo por el estilo, y por lo tanto, espanta a la gente; y el otro, un extremo de izquierda radical, que también es enemigo y que se toca con el otro extremo; por lo tanto la verdad estaría en el centro, el camino estaría en el centro. Es precisamente ese centro quien dice: «Pudiéramos coger lo bueno del socialismo cubano, combinarlo con los elementos de la democracia liberal burguesa y crear una sociedad ideal que tenga todo eso». El primer mentís a eso ya te lo dije: ¿Por qué no lo han hecho? Ningún país lo ha hecho, cada vez que un país se ha propuesto algo como eso no ha tenido resultado. Los países capitalistas desarrollados que han logrado estándares de vida altos, lo han hecho en contextos que ya no existen y sobre la base de insertarse en sistemas mundiales de desigualdad. Ningún país capitalista desarrollado es ajeno como producto a la explotación capitalista global sobre el mundo subdesarrollado. Revisen los flujos financieros, ¿hacia que bancos van los flujos financieros?; revisen de donde son las empresas globales de exportación de armas; revisen quienes son —aparte de los bancos estadounidenses— los acreedores de las deudas del Tercer Mundo; revisen de donde son algunas de las empresas más depredadoras que actúan en África

o en América Latina; revisen los miembros de la OTAN y los aliados de Estados Unidos en sus aventuras desde la caída de la Unión Soviética. Hay muchas sorpresas que encontrar allí, entre ellas varios países que gustan de presentarse como ajenos a explotación alguna y como paraísos de realización social.

¿El papel de los «líderes de opinión», de los «periodistas independientes», que se presentan como una supuesta alternatividad, sería entonces hacer de emisores y portavoces de estos mensajes ideológicos?

Hay una construcción mediática en Cuba de cosas que se ensayaron en otros lugares, por ejemplo, los líderes de opinión en las revoluciones de colores, líderes virtuales, que llamaban a determinada acción social y política en las redes, pero muchos de ellos no eran actores reales. Muchas veces son liderazgos solo virtuales, porque ese líder de las redes, en la vida real y en el contexto cotidiano, no es un líder. Es un liderazgo falso construido en las redes.

¿Cómo se construye esa alternatividad? Una de las cosas curiosas de la alternatividad es que se construye en función de los opuestos, por eso necesitan los dos extremos. Necesitan construir su alternatividad en función de la construcción de enemigos, en primer lugar, para victimizarse: «Soy la víctima de los extremos»; en segundo lugar, porque necesitan esos extremos para poder colocar su discurso, si los extremos no existen, ese discurso queda completamente vacío.

Hoy en día se da un fenómeno que no había ocurrido antes de esta manera, que es inédito, y es naturalizar lo que hasta hace unos años en este país tenía un estigma tremendo: contrarrevolucionario. Cuando alguien recibía financiamiento del exterior para influir sobre Cuba, sobre la opinión pública, para hacer actividad contrarrevolucionaria, eso arrastra un estigma

tremendo en este país. Ahora intentan borrar ese estigma, decir que ya no es importante que se reciba dinero de entidades privadas y públicas de Estados Unidos o de otros países — porque también han diversificado las fuentes, ya no viene el dinero directamente de los Estados Unidos sino de países europeos o latinoamericanos—. Pretenden naturalizarlo: «Eso no es importante, eso no me ha quitado independencia»; y uno los escucha y se pregunta: ¿De cuando acá el que paga no manda? Pero tú ves como arman el discurso de que eso no les quita independencia: «Ellos nunca me dicen lo que tengo que decir». Claro que no, porque no hace falta que se lo digan, ni necesitan forzarlos, sencillamente saben que si no siguen esa línea editorial no van a tener el financiamiento.

Hoy en día se dice con frecuencia «la sociedad cubana es muy diversa». ¿Qué situaciones propias de esa diversidad han ayudado a la expansión de este tipo de guerra?

Nosotros en estas cosas tenemos que ser muy claros y honestos, por eso tengo que decir que muchos de estos fenómenos ocurren y se han desarrollado sobre la base de nuestros propios errores. Sobre la base de no darnos cuenta de que hay un contexto distinto, de que muchas veces no hemos trabajado de manera correcta para ganarnos y para mantener del lado de la Revolución a personas, a determinados colectivos y lo que hemos hecho es espantarlos por actitudes de personas que han sido incorrectas, que han sido sectarias, eso ha ocurrido y uno no le puede dar la espalda a eso.

Pero también dentro de todo este maremágnum de ideas hay una intencionalidad de hacer que discursos contestatarios que pueden ser muy revolucionarios, muy correctos en un momento

determinado, terminen siendo discursos que se pasen al enemigo; en esas batallas nosotros hemos perdido unas cuantas.

No las hemos perdido porque el enemigo haya sido más efectivo que nosotros —que lo ha sido—, las hemos perdido porque nosotros no hemos sabido enfrentarlas. Entonces, de manera gradual, lo van pasando al enemigo, y algo que surgió como una posible alternativa no canalizada a través de las organizaciones de masas u organizaciones políticas del país, que es válida una alternativa independiente a ellas —si la independencia la vamos a ver en ese sentido—, termina siendo algo que cae en las redes de otra oficialidad, de la oficialidad que te financia, que no es cubana, que viene de otro lugar. Así hay blogs y medios digitales en los que el discurso se va transformando poco a poco, a veces de manera muy calculada, que su proceso de transformación ha sido diseñado, van transformándose hasta llegar a determinada línea editorial, porque las personas que dirigen estos medios ya tienen un propósito claro de pasarse al enemigo.

A la guerra de cuarta generación a veces la vemos como el enemigo, el enemigo, el enemigo. Mira, ese enemigo no puede meter cabeza si nosotros no lo dejamos; lo logra porque tenemos vulnerabilidades y cometemos errores. Los seguiremos cometiendo porque cometer errores es algo consustancial al hecho de actuar. El error más grande es no hacer nada. Tenemos errores en el funcionamiento de la sociedad, al enfrentar dinámicas sociales muy complejas. Esto ocurre en medio de la tensión en que todos vivimos en lo cotidiano, incluyendo las personas que tienen que tomar las decisiones. La inmensa mayoría de nuestros funcionarios, esos que son tan vilipendiados, están sometidos a los mismos niveles de estrés cotidiano a los que estamos sometidos nosotros. Son personas que cuando

salen del trabajo tienen que hacer las mismas colas, se enfrentan a los mismos problemas, se les va la electricidad como se le va a cualquiera, por tanto, muchos de estos errores son parte de que no hay una dinámica social ideal y que las personas son seres individuales que llegan a un momento determinado de su vida con toda una mochila cultural detrás.

Nosotros hemos trabajado mal lo que se llama —a mí no me gusta la palabra, pero a falta de una mejor la repito— el trabajo político ideológico. En primer lugar, porque mezclamos lo político y lo ideológico; para empezar en la misma frase lo estamos mezclando como si fueran la misma cosa y no lo son. En segundo lugar, porque la codificamos; pensamos, por ejemplo, a nivel de educación formal, que el trabajo político-ideológico se tiene que trasladar y traducir en la cantidad de horas que damos en las universidades, en otros niveles de enseñanza de determinadas materias, como Historia, de Ciencias Sociales, etc. Pensamos que ese es un mecanismo de llegar con mensajes político-ideológicos. A mí me asombra muchas veces ver a estudiantes que han pasado una carrera y en ella han recibido decenas de horas de Marxismo, de Historia de Cuba, etc., repitiendo ingenuidades asombrosas; y uno se pregunta: «¿Pero realmente pasaron los cursos? ». Sí, pasaron los cursos y los aprobaron; y uno se cuestiona: «¿Y dónde quedó eso? », «¿cuál es el resultado de esto que les hemos dado?». Mira, el resultado parece que es mínimo. Debemos darnos cuenta que hay dinámicas que son necesarias adoptar en ese trabajo político-ideológico; que tenemos que trasladar nuestro mensaje de nuevas formas sin simplificarlo, sin hacerlo superficial. Nosotros no tenemos que ceder frente al enemigo, tenemos que crear nuestro propio discurso, a veces tú oyes decir: «A la juventud hoy en día tú les tienes que dar mensajes cortos», pero eso es

un sacrificio en función de lo que está imponiendo el discurso hegemónico.

¿Sería esa hegemonía de la simplificación el mayor reto intelectual y político ante las redes sociales?

El problema es que no se aquilató lo suficiente la importancia de las redes. Pensamos que bastaba con los medios tradicionales que teníamos de llegar a la población y que esa hegemonía no la íbamos a perder. Pero la hegemonía está en juego todos los días, se construye todos los días. Lo bueno que tienen estas batallas es que hacen que nosotros nos activemos. Vamos a empezar por un hecho concreto: la mayor hegemonía que existe hoy es la hegemonía mundial del capitalismo, no nos engañemos, y pensar que Cuba puede sustraerse de esa hegemonía es una ilusión. Nosotros lo que tenemos que construir es una contrahegemonía, porque a pesar de que ese discurso contrarrevolucionario nos quiere presentar que la hegemonía de las ideas en Cuba es la que está manejada por el Estado, como un elemento dictatorial y totalitario, esa no es la realidad.

La hegemonía totalitaria es la global capitalista. Nosotros estamos pagando las consecuencias de ser un peñón de resistencia en una hegemonía capitalista global y las consecuencias de que el socialismo que realmente existió se derrumbara, y que de pronto el equilibrio de la hegemonía de las ideas a nivel mundial ya no fuera el de las ideas socialistas. Ese es nuestro contexto. En el que la ofensiva a favor del capitalismo está asaltando nuestro peñón socialista con todo.

Entonces no podemos reproducir el discurso de «El mensaje tiene que ser breve» o «A la juventud solo le interesa lo breve». Nosotros queremos que la juventud lea y que profundice. No hacer nuestras ideas tan superficiales como las ideas contrarias.

Es necesario que se vea la realidad través de la racionalidad y no solo de la emotividad. Es importante la emoción como un vehículo hacia determinada racionalidad, uno se inspira como revolucionario emocionalmente, pero después de la parte emocional tiene que haber una racional, porque estamos construyendo una sociedad que tiene que ser basada en el razonamiento. Hay que recordar siempre la frase de Fidel: «No le decimos a las personas cree, le decimos lee». El «lee» vamos a traducirlo en que les decimos a las personas que piensen, que profundicen, que su concepción del mundo parta de haber pensado.

El único modo de tener unas redes sociales de otro tipo es tener una sociedad de otro tipo

Entrevista a Jorge Enrique Torralbas*

¿Qué beneficios han traído las redes sociales para el entorno cubano?

El primer beneficio básico es que han abierto una brecha en el aislamiento que se le intenta imponer al pueblo cubano. Hemos podido conocer una parte del mundo que no conocíamos y el mundo ha podido conocer una parte de Cuba que tampoco conocía.

Las redes sociales abren un acceso con inmediatez a las noticias, es una nueva fuente de entretenimiento, cambian los patrones de consumo, abren posibilidades de aprendizaje y de desarrollo, de acceso independiente a fuentes y grupos. Ha posibilitado la autopromoción, tanto del sector profesional por cuenta propia, como del estatal; ha abierto un mundo a la promoción de lo que se hace, o de lo que se pretende hacer, que antes no existía. Por supuesto, también ha impactado en los patrones de socialización con amigos y familiares, dentro y fuera de Cuba.

* Jorge Enrique Torralbas (La Habana, 1987). Psicólogo. Profesor de la Facultad de Psicología de la Universidad de La Habana.

¿Qué valor tienen para la participación social?

Las redes sociales son relaciones sociales que ocurren, la mayoría de ellas, en el espacio público. Por tanto, como toda relación social se convierte en participación, en tanto tiene la posibilidad de configurar nuevos espacios sociales. Es decir, en procesos de observar, de consumir, de decir y también, en el potencial de la participación ciudadana, que es el acceso a procesos de decisión en el nivel en que acontecen.

Resumiendo, las redes no son solo importantes para la participación real, sino que son efectivamente participación real. Sin embargo, hay una tendencia a sobredimensionar el papel de las redes virtuales, hay una suerte de ilusión de la omnipresencia y la omnipotencia de estas redes. En mi opinión, ocurre una intención de desplazar esa participación cotidiana que ocurre en las instituciones y organizaciones hacia las redes sociales. De alguna manera se trata de desarmar o desvalorizar esa participación en los espacios institucionales, dejarla sin armas para la cotidianidad.

Algunos pueden considerar que con las redes sociales, los mecanismos más tradicionales para realizar encuestas, consultas populares, recogidas de opinión pública, pueden quedar como secundarios, o no hacer falta, y que las redes son capaces de realizar esa función.

Las redes sociales son un espacio de participación, como lo es el intercambio en la familia, en el barrio, en las instituciones. Es un tipo de participación, pero no recoge la complejidad de un entramado social. Dicho de otro modo, es parte de ese entramado social, pero no lo representa en su totalidad.

Todos los espacios de participación son, por definición, incompletos en su alcance, porque atañen y permiten el impacto

de uno o varios sectores, pero difícilmente de todos, ni a todos los niveles.

La participación con las redes sociales será tan democrática, inclusiva, consciente y constructiva en la medida que sea no solo consumo sino generación de contenidos por el bien común. Como mismo dependen de eso los procesos de participación que no son virtuales.

Pero si nosotros dejamos la participación solo a las redes sociales estaríamos cercenando el universo amplio de la participación social y la participación ciudadana. Si hacemos eso, le estaríamos haciendo el juego a un pensamiento, a una intención de dominación que pretende desarticular esos otros tipos de participación. Por lo tanto, las redes sociales sí son importantes para la participación ciudadana, pero no son —ni pueden ser— la única vía en que esa participación se canaliza o tiene lugar.

Las redes pueden de forma efectiva generar atención sobre un problema, posicionarlo en la agenda del país y empujar a que los responsables le busquen soluciones. Hay varios ejemplos positivos. Sin embargo, pareciera que existe la intención de crear y afianzar la idea de que las redes sociales son capaces de lograr cosas per se y de generar presión más allá de cualquier lógica. ¿A quién le interesaría crear esa ilusión?

Ahí hay varias ideas. Lo que aparece de forma reiterada no es lo mismo que lo importante. La presencia recurrente en las redes no significa importancia. Temas con una gran presencia, no son necesariamente importantes. Aunque la emergencia de contenidos y la forma en la que estos emergen pueden ser sintomáticos y, como tal, deben ser leídos, estudiados, trabajados.

Las redes sociales tienen un algoritmo, uno puede ver un contenido una y otra vez en pantalla y ese contenido no ser

importante, y muchas veces hay cosas importantes que no aparecen de forma reiterada. Lo primero que se intenta hacer con las redes es generar un contenido al que se le asigna importancia, sea o no de importancia social o general. Creo que las redes sociales sí tienen un poder real de hacer cosas, por varias razones: son espacio de relaciones sociales, y estas siempre son relaciones de poder; son relaciones de influencia; y están atravesadas por relaciones políticas. Si le sumamos que las relaciones sociales ocurren en el entorno de lo público, es decir, que trascienden el espacio privado para ocurrir en el espacio público, en muchas ocasiones también con la acción de la comunicación masiva, que las redes sociales tienen un doble poder: el de las comunicaciones interpersonales, y el de la comunicación pública masiva.

Las redes sociales hacen creer que se está al tanto de «lo que la gente sabe», «lo que la gente dice», «lo que está sucediendo». Lo cierto es que se trata de una ilusión. Las redes sociales generan esa idea de la omnipotencia, de la omnisciencia y de la omnipresencia. Pero es una ilusión, porque todo el mundo puede ver, pero no todo el mundo lo ve; todo el mundo puede hablar, pero ni se habla en los mismos espacios, ni todo el mundo habla.

Hay una intencionalidad de sobredimensionar ese poder, para desplazar las relaciones de participación en otros espacios y someterlas solo a las relaciones virtuales, básicamente por la facilidad con que uno puede dar un *like*, con la que uno puede hacer un comentario, la facilidad con que puede reenviar un contenido y compartirlo en WhatsApp, o en Facebook. Esto hace que en ese tipo de participación bajen los niveles de reflexión. Y cuando bajan esos niveles se genera una participación en muchas ocasiones carentes de argumentación profunda

o sólida, y ese es el tipo de participación que muchas veces se quiere proponer en las redes.

¿En qué temas o momentos has sentido que las redes han impuesto estos bajos niveles de reflexión?

En estos momentos se aplican a casi todos los aspectos de la vida pública: si se construye un muro, si se adoquina una calle, si se cambia una regulación. El asunto es que, si se logra desplazar el éxito de determinada acción popular o colectiva, le quitas la oportunidad a las personas de hacerlo por las instituciones, porque esa participación colectiva no ocurre en los perfiles, o en muros de las instituciones, o en los espacios comunitarios, ocurre en los perfiles personales, por lo tanto, las personas sienten que haciéndolo de esa manera no tienen que ir a dialogar con las instituciones. Sucede una ruptura entre el diálogo popular, entre las comunidades de sujetos con las instituciones. Y en esa ruptura es donde radica el mayor peligro, si se logra cortar el nexo —al menos hacerlo en lo simbólico, porque es imposible no estar en diálogo con las instituciones— si se logra romper ese nexo, la batalla cultural estará perdida.

En algún momento hemos visto que sobre un tema se ha intentado dar una explicación desde la institución responsable, sin embargo, la acumulación de la matriz o narrativa que se ha logrado imponer en las redes hacen que esta no tenga calado y lo que sigue primando es la visión emotiva del asunto.

Es porque la emocionalidad accede a los contenidos subjetivos primarios de los sujetos. Cuando yo movilizo la emoción estoy movilizando tus necesidades y motivos, que son los recursos primarios por los que nuestros comportamientos tienen lugar, que se traduce en la construcción de los argumen-

tos. Cuando lo que se moviliza es la emotividad, lo que se está movilizando son las necesidades de los sujetos y lo que se está es propiciando que no exista mediación cognitiva, o la menor mediación cognitiva posible. Por tanto, ante la creación de una matriz totalmente emocional, cuando ya está instalada, es poco probable que los mensajes argumentales —y más cuando son de fuentes oficiales— tengan un impacto inmediato en desmontar esa matriz.

Se genera la emotividad con titulares que describen situaciones conmovedoras. ¿Cómo un sujeto se conmueve? Ante noticias que muestran algo súbito: «Ahora», «Acaba de suceder», «Está sucediendo ahora», «De último momento», «Te lo estoy diciendo yo primero», ante algo nuevo: «Esto es primera vez que se ve», «Nunca antes había ocurrido» y ante alguna cosa insólita: «¿Cómo es posible que esto pase?», «nunca pensamos ver algo así». Cuando se unen esas matrices de lo nuevo, lo súbito y lo insólito, pueden generarse entonces situaciones conmovedoras, y lo que se está desestructurando son las matrices argumentales que pueden contrarrestar esos estados de opinión.

¿Es esto lo que denota que hemos pasado mediáticamente de una guerra de desinformación vs información, a una guerra de emotividad vs racionalidad?

Sí, estamos en una guerra de emoción contra razón, pero no es nuevo, ni es solo en Cuba. La emotividad y la supresión de la racionalidad es el nuevo instrumento de colonización de la subjetividad. Es un proceso de estupidización que es más eficiente y estable que las guerras convencionales. Es el modo en que las sociedades de consumo se reproducen y legitiman. Llega a las redes sociales por extensión, pero existió y existe en

la televisión, en las industrias del cine, y en los sistemas educativos: suprimir el pensamiento crítico y la reflexión para introducir una subjetividad conquistada y de consumo.

Aunque en el caso cubano el público no es fácilmente influenciable. Nosotros tenemos una cultura para detectar cuando hay un patrón de manipulación o un patrón de influencia con determinados fines, lo que pasa es que estamos en un escenario nuevo. Prepara esa subjetividad para un modo de hacer y decir, aparentemente diverso, pero totalmente homogéneo, es la colonización de nuevo tipo, la colonización de la subjetividad.

Para mí lo más complejo es que pasamos del módem a 115 kb a la 4G, de la lentitud a la conexión de alta velocidad. Cuando muchos países tuvieron 20 años para hacer ese tránsito e irlo aprendiendo, nosotros pasamos en cuestión de un año. En una analogía, es como si hubiésemos estado conduciendo un automóvil a 10 km/h y en menos de tres minutos nos pusieran a conducirlo a 120 km/h. Lo cierto es que hay una maquinaria que sabe conducir ese carro a 120 km/h, se siente cómoda conduciendo a esa velocidad. A la gente no le queda más remedio que hacerlo también y muchas veces aprenden muy rápido o creen que aprendieron, pero nuestras instituciones muchas veces siguen haciéndolo a 10 km/h.

¿Cómo funciona desde la psicología el placer cuando el usuario ve que le empiezan a dar like a su publicación y a compartirla? Como se conecta eso cuando la persona ve que hay un tema del momento y dice: Voy a sacar una publicación sobre esto porque todo el mundo lo está haciendo.

Las redes sociales alimentan la autoestima de los sujetos. Por eso hay gente que está pegada todo el día al teléfono, viendo si

le dieron *like*, si alguien comentó o compartió. Lo primero que acontece es una ilusión de yo conozco a la gente. Conozco como tú vives, como tú piensas, incluso puedo conocer lo que a ti te gusta comer y cómo te gusta comer porque tú me lo muestras. Pero lo cierto es que solo conozco lo que tú quieres que conozca. Yo les pregunto a mis estudiantes: ¿Por qué tienes que poner una foto del día con una expresión? Si tú no pones una foto del día con una frase de «hoy el día va a estar maravilloso», y si además la pones en inglés, o si pones una frase corta en Instagram, aunque no eres poeta, ni eres escritor, pero eso es de alguna manera te hace sentir sexy o te conecta con la gente, y sobre todo vende una imagen de ti que es lo que tú quieres proyectar ante las personas. Por tanto, cada *like* alimenta tu autoestima. Yo tengo estudiantes que me dicen: «Profe, pero usted nunca me ha dado un *like* en Facebook. Profe, usted nunca me ha dado un *like* en Instagram».

Por otro lado, si soy un usuario de las redes y lo que quiero es estar en la línea de la corriente, de lo popular, y en ese entorno hay un suceso significativo del que todo el mundo habla, no importa que tenga o no un vínculo real con ese suceso, lo que importa es que la gente piense que tengo ese vínculo, por lo tanto, lo publico. Son burbujas temáticas que generan tendencias y sobre ellas me monto. Si hay un artista o un deportista que fallece, no importa si lo vi correr o lo vi cantar, lo que importa es que yo ponga una foto con una reflexión, en Instagram o en Facebook, diciendo que lo siento mucho.

Hablemos de la segmentación. ¿Qué efecto tienen las burbujas en Facebook?

Las redes sociales son relaciones sociales y toman su nombre porque hay una teoría sociológica anterior que es la Teoría de

las Redes Sociales. Esa teoría plantea características muy claras en las relaciones humanas y una de ellas es la homofilia: nosotros tendemos a relacionarnos con personas similares. Es decir, las personas intelectuales que le gusta la trova se suelen relacionar con otras personas intelectuales que les gusta también esa música. Estamos hablando de una generalidad, no de una verdad absoluta.

Eso quiere decir que hay una segmentación natural en las redes sociales generales que se traslada a las redes sociales virtuales. Es poco probable que como intelectuales coincidan en contenidos, en temas o elementos de otros grupos sociales porque no son obreros, ni artistas, ni científicos, ni otro tipo de intelectualidad.

Esa segmentación natural de las relaciones sociales, esos agrupamientos naturales están sobre la base de principio básicos que son la economía cognitiva y la preservación de la autoestima. Ocurre como mismo ocurre la segmentación en la vida no virtual: me suelo relacionar con personas parecidas a mí para evitar que mi autoestima se vea lacerada. Eso es un principio de las redes sociales, es un principio psicológico. Esos principios van a las redes sociales y desde estos se construyen los algoritmos de las redes sociales, por ejemplo, los algoritmos de Facebook. Por eso Facebook te dice: «Quizás conozcas a esta persona».

Tú, yo, él, y otros, podemos tener un perfil en Facebook, pero no tienen los mismos contenidos. Y esas segmentaciones ocurren tanto por grupos sociales, etarios, intereses musicales, profesiones. A mí no me salen todos los contenidos. Tomen cuatro celulares, cinco o diez y verán que los muros de Facebook son totalmente diferentes, especialmente si esas personas se mueven por circuitos diferentes.

Hace unos meses impactó el inicio de la realidad de la pandemia en el mundo, y en Cuba. En este contexto las redes sociales han tenido un papel en importante.

Los intentos de generar estados de ansiedad, de temor, de incertidumbre, no empezaron con la Covid-19, venían de antes, empezaron en Cuba con la crisis energética de septiembre de 2019, pero la pandemia mostró esta intención con mucha más fuerza.

La pandemia sin lugar a dudas ha generado incertidumbre. Lo que se hizo en las redes fue emplear esa incertidumbre para generar emociones como la ansiedad. Hablar permanentemente de cuán difíciles estaban o iban a estar los abastecimientos. Esto producía que a las personas en ese primer momento no les importara cuán lleno estuviera su refrigerador, sino que sentían había que ir a buscar más provisiones. La sensación constante de «qué difícil está esto», «esto se va a poner peor», «como nunca antes». Compararlo con la crisis del Período Especial de los años noventa, aunque estamos en situaciones completamente diferentes. Pero si a las personas que vivieron ese periodo tú le activabas el temor, la preocupación o la posibilidad de que esos noventa volvieran, estás activando la huella emocional que le quedó a la familia de lo que fue una crisis como aquella. Lo que activas es un conjunto de comportamientos que se asociaron a esa huella: buscar por todas partes el abastecimiento, estar temeroso, ansioso, preocupado todo el tiempo. Y eso efectivamente funcionó.

Sucesos aislados son equiparados con otros sucesos que no son aislados en otros contextos, y por tanto la gente establece un símil: «Hay represión», «Hay racismo», «Hay brutalidad policial». Porque a nadie le gusta la brutalidad, todos reaccionamos contra la brutalidad, y lo que se logra provocar es indigna-

ción. Y si esa experiencia es narrada por personas significativas como artistas, cantantes, actores, *influencers* de todo tipo, pues esa experiencia adquiere un valor de «verdad». Esa experiencia — real o no — es como si hubiese ocurrido, y sobre todo es como si me hubiese ocurrido a mí.

El otro efecto que se busca con las redes sociales es el de acostumbramiento o familiaridad crítica. Si yo te posiciono un suceso todo el tiempo hay un punto en el que dejas de cuestionártelo. Si en tu muro aparece todo el tiempo que hay brutalidad, que hay represión, hay un punto en el que, aunque sepas que esa no es la realidad, dejas de cuestionarte ese contenido porque no puedes estar todo el tiempo cuestionándote tu realidad. Y ese acostumbramiento, de familiaridad crítica, lo que pretende es que lo veas como: «Eso sucede en todas partes de mundo», «Eso es así siempre», «Eso es normal que suceda», «Aprendamos a convivir con eso».

Mencionabas que se activa la subjetividad y la memoria a las personas que vivimos el Período Especial, sin embargo, un porcentaje importante de las personas que están hoy en redes sociales son muy jóvenes y no vivieron los noventa. Ocurre una fabricación de un temor que no puede ser natural, sino artificial, y eso muchas veces lo vemos llevado a un contexto histórico más lejano en el tiempo: antes de la Revolución. ¿Cómo la gente llega a fabricarse en lo emotivo, en lo psicológico, una nostalgia artificial hacia algo que por su edad es imposible que biológicamente lo haya vivido? ¿Cómo es la actuación mediática hacia ese público al que no se le puede activar una memoria real, y se le crea entonces una suerte de memoria artificial?

La vía en la que se activa es la experiencia. La experiencia no es solo un suceso que te ha sucedido a ti, sino lo que les ha sucedido a otros. En este caso, lo que se está activando es

la experiencia de los otros más cercanos a ese público. En los jóvenes, es lo que les sucedió a los padres y madres que tuvieron que cuidarlos. Porque si un joven de 20 años, que nació en los noventa, pregunta a sus padres cuán difícil fue alimentarlo en sus primeros años de vida, las madres y los padres le dirán: «Tú no tienes idea de lo que hicimos por ti». Por tanto, lo que se activa no es una memoria falsa, sino la experiencia de aquellos otros que son significativos para los sujetos y que les han transmitido a estos esas experiencias. Es similar a cuando nuestros padres y abuelos nos hablan de las mejores épocas del abastecimiento, de una mayor abundancia. Aunque cuando miras los antiguos Noticieros del ICAIC, te das cuenta de que hay problemas que han estado siempre, pero la memoria es emocional. La memoria se reconstruye no solo con los sucesos. La memoria y la experiencia no son los sucesos que acontecieron, es la vivencia de esos sucesos. Por lo tanto, no importa que en los ochenta hubiese falta de abastecimiento, lo que importa es que la vivencia significativa de ese momento no está asociada a eso. Respecto los años noventa, lo que se moviliza es la vivencia significativa que fue la falta mayor de ese abastecimiento.

Muchas veces vemos que las personas que repiten matrices surgidas de la manipulación mediática en las redes, son personas que han recibido una educación universitaria. ¿Qué piensas cuando ves su comportamiento en las redes?

Estamos dando una educación para la repetición y no para la reflexión, más para reproducir y no para generar contenidos, de ahí los tipos de participación en las redes sociales. La más común es la observación. Es poco frecuente el que comenta y menos frecuente el que genera contenido, y mucho menos que lo haga cuando no esté de acuerdo con lo que está sucediendo,

con lo que está viendo. Muchas veces no se participa porque no se es capaz de generar contenido y eso tiene que ver con los sistemas de educación no solo en el nivel universitario.

La importancia de las redes ni la podemos sobreestimar, ni la podemos subestimar. Creo que las instituciones necesitan entender que las redes sociales son un nuevo universo de expresión, de relación. Todo contenido que emerge en las redes es sintomático. Si emergen memes relacionados con determinada temática es un síntoma. Las relaciones sociales siempre son causales. Esto no quiere decir que la causalidad siempre sea intencional, pero ninguna relación social es inocente o carente de sentido. La emergencia de temas, contenidos, formas siempre es un síntoma de algo más profundo de lo consciente o de esa dimensión del inconsciente colectivo que busca expresarse y lo hace, a veces de forma sutil, a veces más claramente. Aunque sin duda, la emergencia de esos mensajes tiene una causalidad más intencional y diseñada con objetivos muy claros de influencia.

Estar atentos a las redes para saber cuando es una u otra, y trabajar ambas con la significación que merecen, es la tarea esencial de quienes deben velar por el bienestar del pueblo y gobernar. Pero también, de quienes deben diseñar estructuras flexibles, abiertas, dinámicas, para responder con los mejores intereses a esas situaciones.

Si nosotros tenemos expresiones machistas, homofóbicas, de discriminación en las redes sociales, con memes, con chistes, es porque tenemos ese contenido violento, racista, homofóbico en la sociedad. Por tanto, el único modo de tener unas redes sociales de otro tipo es tener una sociedad de otro tipo. Tener una educación más abierta, más argumental, más lista para dialogar. Si hoy en las redes sociales vemos que dos opiniones opuestas

son incapaces de entablar un diálogo es porque ese diálogo no ocurre de manera natural en la vida no virtual. Hay ciertas trabas en ese diálogo y esas trabas se traducen en una incapacidad de escucha en las redes sociales. Si vemos que la gente comparte contenidos violentos constantemente en las redes sociales es porque hay una violencia latente en la sociedad, aunque no sea explícita.

Ocurre también que en las redes sociales la gente dice cosas que después en la calle, en la vida, no diría. Se unen a un linchamiento contra una persona, pero después esa persona se los encuentra por la calle y les puede dar hasta vergüenza.

Ocurre un proceso de despersonalización. Hoy para felicitar a alguien que está de cumpleaños no se estila hacerlo directamente, hay que ponerlo en el estado para que todo el mundo se entere que lo estoy felicitando, que lo quiero, que es mi amigo o que es mi pareja. Hay un chiste en que una persona se acerca a otra y le dice: «te amo»; «no me lo digas a mí, ponlo en tu muro en Facebook». Paradójicamente, hay un acercamiento de las personas que están lejos, o una ilusión de acercamiento, pero al mismo tiempo un distanciamiento afectivo.

Fíjate que contradictorio cuando hablamos de afectividad, porque lo que ocurre es un proceso de despersonalización: «No soy yo, es mi perfil de Facebook». Por tanto, hay una suerte de esconderse detrás de la virtualidad para expresarse. De ahí los perfiles falsos, de ahí que la violencia contra la mujer haya tomado unos matices a través de Facebook con el ciberacoso, la persecución a través de las redes sociales.

Esa despersonalización, ese distanciamiento afectivo, hace que ocurra con una inmediatez que no permite reflexión. A más de uno nos ha sucedido que nos escribe alguien y no le respon-

demos al instante porque queremos pensar lo que le vamos a responder, entonces la otra persona te dice: «¿Por qué me dejas en visto?». O si borras un mensaje, te dicen: «qué me querías decir, por qué eliminaste el mensaje». Todo hace que la inmediatez nos lleve a la falta de reflexión. Y por tanto hay que educar para que no se pierda esa reflexión que normalmente se tiene en una comunicación cara a cara.

¿En procesos como estos llega una parte de las personas a darse cuenta en algún momento de que están siendo manipuladas?

Creo que la mayoría de las personas no se lo cuestiona. Todos nosotros somos susceptibles a ser influenciados por las redes sociales. Es decir, lo que nosotros llamamos manipulación son procesos de influencia, que existen siempre y ninguno de nosotros es inmune a esos procesos de influencia. Claro, nosotros llamamos manipulación a una intencionalidad consciente y cargada con algunos matices negativos.

Pero las personas viven su acceso a las redes sociales como viven conversar con su vecino o su familia, es parte del entorno cotidiano, y ninguno de nosotros se cuestiona todo el tiempo nuestra cotidianidad. Sencillamente lo vives, simplemente lo haces. Por tanto, hay un potencial de influencia grande en las redes, como lo hay en la televisión, o en las relaciones del barrio, pero creo que lo más peligroso es que no haya ese cuestionamiento ni una percepción de lo que ocurre.

Por ello, mostrar los ejes de la manipulación tiene un efecto a corto plazo. La solución para la emancipación es una educación para la virtualidad que descansa en la educación crítica, en una educación para la participación y para la reflexión.

De modo que, si la inmediatez puede traer falta de reflexividad, debemos educar en el ejercicio de la reflexión profunda, en

la reconfiguración de los espacios de entretenimiento; debemos contribuir a una educación con mayor profundidad en la apreciación del arte, en la espiritualidad como forma de expresión y de vida. A este nuevo modo de socializar que puede traer distanciamiento afectivo solo es posible contrarrestarlo si trabajamos en cultivar la espiritualidad. La polarización solo se logra desarticular con la educación en la capacidad de escucha.

La aparente confusión entre la verdadero y lo falso, se enfrenta con la educación para el discernimiento, para la construcción de argumentos y, por tanto, la deconstrucción de los argumentos. En vez de educar para repetir, deberíamos educar para argumentar.

En ese furor de hacer público lo privado, debemos seguir educando en la espiritualidad, en el valor de lo privado. Hay respeto en las redes, cuando se educa para el respeto. Hay respeto a los valores de equidad e inclusión de minorías cualquiera que ellas sean, cuando educamos en la diversidad y en su aceptación.

El único modo de tener unas redes sociales de otro tipo es tener una sociedad de otro tipo.

Mirar a los ojos a través de una pantalla

Entrevista a Pedro E. García Espinosa Carrasco*

¿Qué características de una sociedad estudiaría alguien que está diseñando una estrategia de guerra mediática en las redes sociales?

Generalmente el objetivo de un proyecto de comunicación política de este tipo es modificar el orden aparentemente asentado en el pensamiento y la acción de grupos humanos, sobre un tema o conjunto de temas que están presentes en el día a día de un contexto social determinado. Esta transformación puede significar una evolución o una conversión de lo «establecido» en términos económicos, políticos y sociales.

De ahí que, para una estrategia de guerra mediática, lo primero que se debe analizar es la audiencia. ¿A quién le voy a hablar? ¿Con quién voy a dialogar? Para ello hay que visualizar en primer lugar, aquello que es común, demandado y apetecido por esa audiencia, que por demás, posee diversas segmentaciones. Algunos autores lo han llamado el perfil genérico o avatar del público objetivo. Por ejemplo, las necesidades de entretenimiento, de crecimiento profesional, de construcción de una familia, entre otras.

* Pedro E. García Espinosa Carrasco (La Habana, 1965). Diseñador y comunicólogo. Máster en Ciencias de la Gestión del Diseño. Profesor de Comunicación Política.

A estas variables e indicadores asociados que perfilan y unen a esta comunidad de públicos, también pueden sumárseles otros atractivos y afinidades naturales en las relaciones sociales. Esto incluye una comunidad de intereses como pueden ser, por ejemplo, los reclamos ecológicos o la defensa del bienestar animal, que por los valores humanistas en que se fundamentan, no es necesario ser un activista directo para apoyarlos.

¿Hay valores humanistas dentro de ese sentido común cuyo arraigo dentro de la sociedad cubana los hace más fáciles de manejar?

En la sociedad cubana hay un alto nivel de instrucción si se compara con otros países de nuestro continente, eso hace que haya intereses sociales, profesionales e intelectuales en correspondencia con ese nivel de instrucción. El pueblo cubano es un pueblo que piensa. También tienes el sentido de independencia nacional, de justicia social, de rebeldía ante lo injusto, que son cualidades que están dentro de la idiosincrasia más activa de la nacionalidad y son elementos que te van modelando un perfil de lo cubano. Conociendo ese perfil genérico tú sabes qué tipología de contenidos se pueden desarrollar y que tienen el potencial para impactar a todos los segmentos de la sociedad.

Después vas a la «ecualización del público». Imagínate un ecualizador donde tú mueves una u otra tecla de un nivel más bajo a otro más alto, y así dices: Dentro de la sociedad hay una comunidad cuyos intereses están asociados al tema ecológico, otra que es más afín con los temas de género, otra al debate de la libertad artística... Así se van encontrando pequeños segmentos y se van nivelando los volúmenes de contenidos que se emiten hacia cada uno de esos temas.

Claro está, tiene que haber una conexión dentro de esos contenidos segmentados que esté en correspondencia con ese per-

fil genérico que se ha desarrollado con anterioridad. En el caso cubano, cualquiera de los que he planteado han estado o están en la palestra de exposición pública. En redes sociales puedes encontrar los temas de género, los temas de racialidad, los relacionados a la defensa de la ecología o de los animales domésticos. Y fijémonos que son siempre temas asociados a valores nobles, que van más allá de la ideología, dirigidos a la esencia de la naturaleza humana. Cualquier contenido que tú construyas dentro de esas cotas va a ser muy bien recibido.

¿En el caso cubano, en el contenido diseñado para ese público de segmentación más intelectual, cómo se utilizan los fantasmas históricos de la relación entre la cultura cubana y la Revolución?

En la historia reciente, y estoy hablando de la etapa revolucionaria de 1959 hacia acá, hay generaciones que han marcado los diferentes períodos de la Revolución y que no solo han sido actores sino también receptores de esos espacios de tiempo. En cualquier proceso de construcción de una sociedad hay virtudes y defectos. Hay situaciones que te pueden hacer sentir orgulloso de lo que estás haciendo y de lo que se está construyendo, y hay situaciones que te crean dudas o que consideras que no han sido convenientes. Creo que la base fundamental dentro de esos crecimientos generacionales es la capacidad consciente que uno tenga de analizar su entorno y buscar un punto de equilibrio entre aciertos, claridades, errores y dificultades.

Si tomas la población cubana de hoy vas a ver cuatro grandes macrogeneraciones. La histórica de la Revolución, que está por encima de los 60-65 años; los nacidos durante la Revolución y con la existencia del bloque socialista europeo, entre los 40 y 60 años; la del Período Especial, que son los nacidos en los años 90 y que estarían entre los 25 y los 39 años; y está la

más reciente, con menos de 24 años, más asociada al momento de lanzamiento y aprobación de los Lineamientos económicos del país y a las transformaciones de la sociedad cubana en los últimos años.

En cada una de estas macrogeneraciones se han tenido logros en espacio y tiempo, como también lagunas y dificultades. A la hora de crear los contenidos y hacer un recuento histórico, la intencionalidad de los mensajes puede apuntar hacia los aspectos negativos que se produjeron, o se pueden afianzar hacia los aspectos positivos. Depende del punto de vista con que se quiera mirar o en qué polo ideológico puedas estar situado.

Para dirigirse a esa primera macrogeneración, por ejemplo, el Quinquenio Gris es un tema de abordaje frecuentemente por quienes adversan a la Revolución. Algo que ocurrió en la etapa revolucionaria más radical, la de mayores transformaciones en muchos campos, sin embargo, se insiste en ella y siempre se muestra como uno de esos grandes errores en el proceso social cubano. Y no se echa mano de ese ejemplo por gusto. No solo porque haya tenido consecuencias personales para algunos artistas e intelectuales, sino que está situado en un sector, dentro del universo de la población, que es muy sensible. Como también se puede insistir en términos de fracaso económico en la zafra de los 10 millones, como un empeño que no surtió el efecto que se esperaba.

Se trata de marcar estas etapas por las manchas y no por la luz del sol. Esa es la construcción que se hace. Y en la medida en que te vas corriendo de macrogeneraciones, se insiste también en las manchas que tienen otras etapas. Eso trae como consecuencia que, a la luz de hoy, transcurridos más de 60 años, se busca lograr una incidencia dentro de nuevas generaciones,

donde el peso de lo que se comunica por parte de los enemigos de la Revolución se pone en esos sucesos históricos y cronológicos adversos, presentándolos como resultado de un modelo político e ideológico fallido. Cuando es un modelo que ha logrado mantenerse a pesar de esas lagunas, de esas manchas y de esos errores, por su vocación humanista.

¿Cómo se maneja el tema del bloqueo?

Sobre todo, diciendo que el bloqueo no existe, que es culpa de los que administran el país. El bloqueo se ha hecho tan transparente, invisible, natural —hay generaciones que han nacido y fallecido bajo el bloqueo—, que para decir que el bloqueo es una realidad después de tantos años, tienes que poner contenido duro y sensible que lo demuestre y lo posicione en las mentes. No puede ser sobre la base de decir que hemos perdido más de 5 000 millones de dólares por culpa del bloqueo en x tiempo, porque eso es macro economía, es un número muy grande, trasciende la comprensión de lo concreto. Hay que llevar eso al plato de la mesa, al día a día de las personas, y no solo de una forma que se entienda, sino que se sienta, que es donde está el reto de nuestra comunicación.

¿Eso es lo que logra el storytelling?

Claro. El *storytelling* tiene un basamento científico, es un tipo de narración que te emociona porque está presentando con sensibilidad fenómenos de la naturaleza humana. Dispara la dopamina en el cerebro, que es la encargada de regular la duración de la información, de los recuerdos. Las narrativas creadas bajo esta técnica te conectan con recuerdos o sucesos que tú u otras personas han vivido, y te lleva a ese estado emotivo que es menos racional, porque toca tu fibra afectiva; un recuerdo agra-

dable, o algo que es por naturaleza humana inaceptable. Hay personas que viven de construir esos contenidos, a veces para atacar a algo o alguien y satanizarlo, o para convertirlo en una gloria o un «líder».

Sin embargo, en la comunicación política de las redes ya no es suficiente con el *storytelling*. A esta técnica se suma el *storydoing*: convertir en acciones y realidades las historias narradas. De esta manera, el receptor puede convertirse en un elemento la correspondencia entre lo que se dice en las redes y lo que se ve en la realidad.

Casi en paralelo se activa el *storygiving*, técnica comunicacional que incita al receptor a ser parte de lo narrado, identificarse con ella, hacerla suya y compartirla con sus seguidores o «amigos» en redes.

Hay una práctica muy habitual en el uso personal de las redes sociales, especialmente de Facebook, que es lo que popularmente en Cuba se le llama «hacer catarsis», en una apropiación del término griego que en la dramaturgia significa que el público ha llegado a un estado de sensibilización emocional con lo que le ocurre al personaje de la historia. En esa apropiación popular consiste en que alguien estalla ante una situación y descarga lo que siente. Se le atribuye al individuo que hace una manifestación pública, a través de una subida de un video o un post de texto donde manifiesta una explosión de ira por algo que le ha pasado o que está ocurriendo en el ámbito colectivo. ¿Cómo se convierte esto en contenido aprovechable políticamente?

La primera cosa es que ese tipo de catarsis generalmente tiene de base un estímulo. Incluso, muchas de las que se pueden ver en el caso cubano son construidas, no creamos que todo lo que se ve como drenaje individual y colectivo en las redes sociales es puro o es natural. Hay una gran parte de lo que esta-

mos viendo como derrame de esas impotencias, de esas protestas individuales, es fabricado. Hay personas cuyo trabajo es generar esas narrativas, ese *storytelling*. Se narra un suceso que se sabe que va a desgarrar emocionalmente a todos los que lo lean, o vean. Y muchas veces es una construcción. Es la labor de personas que se dedican a construir narrativas con una intención determinada a partir de unas pautas y unos objetivos que han establecido otros, en este caso, buscando una hegemonía comunicacional que quiere tener el poder en un contexto social como cubano. No se puede ser ingenuo con esto. Lo que sucede es que no es fácil demostrar ese fenómeno y al mismo tiempo lograr desenmascararlo, con efectividad y en tiempo real en las audiencias metas.

Cuando se habla de esto casi siempre salta alguien con la frase típica: «A mí no me paga nadie por decir lo que digo».

Si no te paga nadie es porque realmente estás haciendo una reflexión honesta, y si te paga alguien para decir algo incierto o tergiversado con toda intención, estás mintiendo públicamente y estás siendo deshonesto.

Pero... ¿cómo comprobarlo? Queda a expensas de que existan algunas maneras de comprobarlo con rapidez y eficacia. Mayormente esta realidad queda a merced de la honestidad y de la conciencia individual, porque hay personas que son capaces de mentir públicamente, incluso mirándote a los ojos. Lamentablemente existen y pueden tener influencia en amplios sectores y grupos humanos. Da una medida del tipo de individuo que aspira a tener un poder dentro de una Cuba diferente a la que tenemos hoy.

En el caso cubano, en esa segmentación por edades, en las dos últimas macrogeneraciones, que son las más activas en las redes, están los que pasaron su niñez y adolescencia durante la profunda crisis del Período Especial en los noventa, luego vivieron la Batalla de Ideas a inicios de los dos mil y las Reformas del Modelo Económico, entrada la segunda década de este siglo. Pero los de menos de 24, ya conocieron un país en el que existía la doble moneda, negocios privados, donde es normal comprar una línea de celular, comprar y vender viviendas y automóviles, acceder a internet, hospedarse en hoteles, viajar sin solicitar permiso, o sea, un grupo de cosas que han tenido una dialéctica dentro de la sociedad cubana pero cuyo proceso de tránsito no vivieron, como tampoco tienen referentes vivenciales de la existencia y caída de la Unión Soviética. ¿Qué peso tienen esas generaciones más jóvenes dentro de las intenciones de ese megaproyecto de comunicación política?

Estamos hablando de las dos últimas macrogeneraciones, es decir, de los años noventa hacia acá, que no vivieron el desarrollo del socialismo cubano desde la perspectiva de un campo socialista existente en Europa y en Asia. No vivieron el estado de equidad y de equilibrio, incluso material, en la vida de las personas. No vivieron la disparidad mínima salarial de esa época que te permitía, no obstante, tener un equilibrio en tu entorno material, en tu calidad de vida material. Nacieron en la precariedad, en medio de una crisis violenta. Una crisis que fue producida e inducida. Ese es su referente, lo demás es historia, es lo que le cuentan sus padres, o le enseñan en la escuela, pero no algo que haya sido vivido.

Soy de los que creo que además de escuchar las historias y aprender de ellas también es importante tener vivencias. Esa ausencia de experiencia de periodos anteriores, combinada con las vivencias a partir de los noventa, van modelando una manera de pensar, una manera de actuar. La Batalla de Ideas,

con todo, impregnó un nuevo aire y nuevas oportunidades a esas macrogeneraciones que nacieron, crecieron y resistieron aquí, junto a sus padres, los embates del Período Especial. Más que una batalla, fue una etapa para cambiar todo lo que debía ser cambiado, e intentó enseñar a pensar y repensar el valor de lo humano, de reconocer la importancia de las partes en el todo, la importancia que tenían en esas macrogeneraciones en la construcción de la Cuba socialista del siglo XXI. Sin embargo, y de repente, dijimos que eso era un enorme costo económico para el país. La pregunta a la luz de hoy sería: ¿cuál ha sido el costo político de haberlo visto como un costo económico?

Ante estas realidades, al día de hoy y como generalidad se explotan mensajes de este tipo: «Mira a tus padres, todo el esfuerzo que dieron... Entregaron su vida y míralos... Ahora tú eres el que tiene que ayudarlos porque sino... Su Revolución no les dio nada... Su Revolución los dejó así». Y ahí es donde se enfila toda la comunicación política que se hace contra Cuba (sobre nuestras lagunas y errores estratégicos).

Ese tipo de mensajes se convierte en una reflexión anclada a la realidad. Porque es importante decir que cuando tú construyes contenido, y sobre todo contenido de este tipo, siempre tiene que haber un porcentaje determinado que sea verdad o, al menos, una media verdad. Porque hay un paradigma de la comunicación que plantea que cuando tú me dices algo, yo trato de contrastarlo con la realidad. Por eso tiene que tener algunos elementos que yo diga: «Coño, es cierto, yo no concuerdo con la posición de esta gente, pero... pero...». Cuando yo digo «pero» ya ahí se sembró la duda.

A veces decimos a modo de reproche: «La gente se cree cualquier cosa... Mira que hay quien se va con la de trapo... No sé cómo pueden

creerse esto». Sin embargo, habría que buscar los orígenes de esa credulidad. En estas últimas generaciones, la gente que tiene algo más de 30 años, y está muy marcada no solo por el Período Especial, sino por la etapa que viene después, la de los dos mil, que se caracterizó por la Batalla de Ideas, pero también por las prohibiciones que tuvieron un efecto social bastante sensible y traumático. De hecho, las Reformas se inician con un proceso de eliminación de esas prohibiciones. ¿Estos traumas hacen a esa macrogeneración más vulnerables ante recursos de la guerra comunicacional como son las fake news?

Ahí hay dos visiones interesantes. Estas dos macrogeneraciones han tenido las vivencias de cosas en aquel momento que vistos a la luz de hoy se consideran anomalías o sin sentidos, como pudo haber sido la prohibición de hospedaje a los cubanos a los hoteles, de la venta de tu auto o vivienda, y cosas de ese tipo. Eso puede haberte marcado negativamente, como también puede tener una repercusión positiva. Porque es aprender de los errores y transformarlos en acciones o resultados positivos. Es dialéctico convertir en una realidad positiva algo disfuncional hoy, algo que tienes que dejar atrás. Pienso que, aun no estando de acuerdo con esas situaciones, haberlas borrado fue un proceso dialéctico en la sociedad, porque errores siempre van a existir. La construcción de nuestra vida como individuo también pasa por matices, pasa por errores, lo sabio es despejar la hojarasca y seguir andando.

Desde otra perspectiva, y sobre todo cuando tú generas contenido con saña, solo desde lo negativo, lógicamente puedes tener un efecto en algunos. Te van a decir algo así: «Es un régimen que te prohibió o te prohíbe tal o más cual cosa». Y, aunque tú digas que, no obstante, se fue lo suficientemente dialéctico o lo suficientemente valiente para corregirlo, te darán la respuesta preempacada: «Pero marcó, afectó e hizo sentir mal a

muchas personas...». Entonces entramos en ese contrapunteo, en el que quien domina el territorio comunicacional es quien más discursa, quien más está presente en lo que se diga en esa gran plaza pública que son las redes sociales digitales.

La comunicación es como una gran plaza pública. Tú llegas en tu banquito, te paras y empiezas a discursar. Y vas a tener a personas que te escuchan, que van a rodearte, que van a pararse a reflexionar junto contigo. Ahora, el tema es que en esa misma plaza pública hay otros con su banquito que también se van a parar y van a discursar. Muchas veces en contra tuya. Y si no estás en esa plaza, si no logras paridad en ese cruce de contenidos, puedes perder la pelea.

Mencionabas cosas que son indefendibles ante una masa grande de cubanos. Hay cosas que, aunque los que manejan varios de los medios digitales dentro de ese proyecto de comunicación hacia Cuba, comulguen con ellas, no pueden decirlas, porque gran parte del público no las asimilaría. Ahí es cuando uno se percata de que, dentro de ese sistema de medios «independientes», desde los más agresivos como CiberCuba, o los más sutiles como OnCuba, han evitado usar un recurso clásico de la retórica tradicional de la contrarrevolución, que es atacar la figura de Fidel. ¿Por qué este sistema de medios que tanto ataca a la Revolución, a la idea del socialismo, al fidelismo mismo, en cambio se cuida tanto de ir de frente contra Fidel?

Como dice el poema, Fidel es un país. Metiéndose con una figura de ese tamaño es muy difícil ganar una batalla comunicacional. Porque atrás de esa figura hay una saga, no solo de logros, sino de sinceridades. Fidel era de las personas que nunca abandonó la plaza pública. Siempre habló. Incluso en los momentos más duros. Viéndolo a la luz de hoy, bajo estos términos, es muy difícil ir contra un *influencer* como Fidel. Y

evidentemente tú lo que tratas es de socavar las bases dentro de los fenómenos que se dan dentro de la construcción de una sociedad. Ahora, la desaparición física de Fidel significó para los enemigos de Cuba el momento donde se debía detonar una ofensiva que destronara el modelo social cubano. Una vez que ese símbolo, ese paradigma, ya no estaba.

Yo creo que lo más importante es mantener sus ideas. Pero esas ideas no podemos hacerlo como las mantuvimos hace 20, 30 o 40 años. Esas ideas tienen que circular bajo los intereses de esas nuevas macrogeneraciones, bajo el perfil genérico y las segmentaciones. Porque las audiencias van modificándose, van cambiando. Por tanto, tienes que mover ese ideario en función de esa manera de pensar para poder influir dentro de esas generaciones que, como ya hemos visto, no vivieron la construcción del proceso revolucionario y tienen además la impronta de la influencia de la globalización en la pantalla de su teléfono.

Tenemos que jugar con esas reglas, y saber que un mensaje termina en un pequeño rectángulo, donde hay una persona que te va a dedicar unos pocos segundos, o una lectura completa, solo de ver el titular. Decide si te lee o te ve, solo con leer una frase, una oración, o la imagen de portada de un video.

Entonces, la manera de discursar en esa plaza pública, arriba del banquito, es ya de otra forma. Tienes que generar un volumen de contenidos sólidos que muestren tus virtudes, que dialogue con intereses y maneras de pensar de generaciones que forman más del 50% de la población cubana. Por tanto, no puedes generar contenido para hablar con esas macrogeneraciones como si estuvieras hablando con nuestros padres o abuelos. En las redes hay videos, memes, se utiliza el *like* como parte del modo actual de darle vida a un contenido. En una directa, una

persona le habla a miles o millones de personas, a través de una cámara minúscula. Está hablando a través de un artefacto, pero hoy no solo se mira a los ojos de las personas frente a frente, sino que se le mira a los ojos a millones de personas a través de una pantalla.

Cuba en el tercer entorno

Entrevista a Karima Oliva Bello*

Existe una agenda clara por parte del gobierno de Estados Unidos para crear las condiciones subjetivas idóneas para un cambio de régimen en la Isla, con esto me refiero a controlar la subjetividad de cubanas y cubanos.

Las redes sociales pueden ser recurso muy sofisticado para el control y la vigilancia de las subjetividades, o sea, controlar lo que la gente piensa, lo que desea, lo que decide.

Internet no es un territorio neutral, no es un territorio tan plural, donde todos tienen la misma posibilidad de dar sus puntos de vista, donde todas las matrices de opinión tienen el mismo status, eso es una ilusión que siempre nos han querido vender, pero no es así. Porque que el pueblo cubano tenga más acceso a la conectividad, no quiere decir que ahora vamos a estar mejor informados necesariamente, o que vamos a tener acceso a mejores fuentes de información. Las plataformas por las que navegamos, y los motores de búsqueda pertenecen

* Karima Oliva Bello (La Habana, 1982). Doctora en Psicología por la Universidad Federal de Río de Janeiro; licenciada en Psicología por la Universidad de La Habana.

El presente texto es la transcripción de un video que la entrevistada envió a partir de las pautas de los temas que aborda el documental *La dictadura del algoritmo*.

a empresas privadas que tienen una agenda específica para influenciar nuestra subjetividad en función de los intereses del mercado.

En el caso específico de Cuba —no es algo que ellos estén instrumentalizando por primera vez, ya lo han hecho en otros contextos, con resultados afines a sus intereses— lo que hemos visto es la existencia de un grupo de medios digitales, que han estado todo el tiempo creando matrices de opinión desfavorables al gobierno, atacando todos los referentes, los valores, los símbolos asociados al socialismo y a la Revolución Cubana para condicionar la percepción de las personas, la manera en que se representan el socialismo, el cómo se representan la Revolución.

Han estado bombardeando todo el tiempo, con otro tipo de valores y de referentes, a favor de una cultura del consumo, a favor de la defensa de un conjunto de derechos en abstracto como la libertad, la pluralidad, los derechos políticos, pero sin que se analice realmente a fondo cuáles son las condiciones de posibilidad para que se realicen plenamente en Cuba.

Al mismo tiempo trabajan desde la perspectiva de apelar a las emociones más que a la razón. La mayoría de los mensajes que se envían no son análisis consistentes, sistémicos, contextualizados, por lo contrario, apelan a generar determinadas emociones, se asiste a promover contagios emocionales en los grupos hasta llegar al punto en el que las personas se sientan convocadas a salir a la calle, que se movilicen sin cuestionarse bien cuáles son los verdaderos motivos por los que están siendo convocados, las consecuencias de este tipo de convocatoria, y quién mueve los hilos detrás de ella, si realmente hay un interés por mejorar la vida del pueblo cubano, o lo que hay únicamente es el deseo de fabricar una desestabilización en el país, que propicie un golpe de Estado para una intervención

extranjera, y poner en el poder en Cuba un gobierno aliado de Estados Unidos.

Esto existe, es real, no es que estemos siendo paranoicos, no es que estemos viendo al enemigo en todas partes; hay personas cobrando por fabricar este tipo de mensajes y de contenidos en las redes sociales, por incentivar a la movilización por la movilización a una postura contraria al gobierno, por administrar los descontentos que pueden existir en torno a determinada realidad, descontentos que son legítimos, que existen. Buscan atizar estos descontentos y direccionarlos a una desestabilización de país, en lugar de direccionarlos hacia un diálogo racional, crítico, pero en condiciones de paz para que pueda haber un entendimiento y se avance a la solución del problema.

Esto no surge ahora, aunque estemos viviendo un momento un poco más agudo, en que se pudiera vislumbrar la intención de un golpe blando; viene dándose desde hace tiempo a través de la creación de una sociedad civil mediática, con sus líderes de opinión, que abordan temas sociales específicos, que han sido formados por o tienen vínculos con organizaciones financieras internacionales, las mismas que se encargan justamente de llevar hacia adelante campañas de propaganda política para desestabilizar regímenes que no son afines a Estados Unidos.

Esta «sociedad civil» mediática, virtual, no es representativa del pueblo cubano, ni está conectada con la dinámica propia de la vida de la sociedad civil cubana que podemos encontrar en las organizaciones y en las instituciones reales del país. Secuestran en las redes sociales la voz de las mayorías, hablan siempre en términos del pueblo cubano, sin que podamos comprobar cuál es el alcance, qué sector de la población en Cuba los apoyaría o estaría de acuerdo con lo que están diciendo, porque en

definitiva el 86,7% de la población cubana refrendó una Constitución que establece en su Artículo 4 el carácter irrevocable del socialismo en Cuba. Pero todas estas demandas que ellos hacen las colocan como si fuera representativas del sentir del pueblo cubano.

Esta llamada «sociedad civil» mediática funciona como una red. Está articulada. Cuentan con recursos para posicionar determinados mensajes, matrices de opinión, y de alguna manera comienzan a ejercer una influencia sobre determinados sectores de la población cubana.

Esta «sociedad civil» mediática no existiera sin un conjunto de medios, digitales pagados y privados —establezco la diferencia, porque hay algunos que son privados, que tienen dueños aliados a los intereses de determinados sectores del gobierno de Estados Unidos, e intereses económicos en la isla—. Y al mismo tiempo también hay algunos de estos medios que son pagados directamente por organizaciones como la NED, que fueron creadas por el Congreso de Estados Unidos con fines abiertamente injerencistas —bueno, abiertamente no, porque todas estas organizaciones utilizan como fachada el discurso de la libertad, de los derechos humanos, de las libertades políticas, de la equidad incluso, pero en el fondo está documentado cómo han estado participando históricamente en acciones injerencistas en algunas regiones, donde los Estados Unidos tienen intereses.

Esta sociedad civil mediática, y estos medios digitales, han ido identificando problemáticas reales que tiene la sociedad cubana y en torno a esas problemáticas han creado sus matrices de opinión para conducir el análisis que se hace de estos hechos en una dirección que les sea conveniente, como puede

ser la problemática del racismo, de la violencia de género, de las desigualdades sociales.

Son problemas que las instituciones y organizaciones en Cuba han estado abordando desde el triunfo mismo de la Revolución y se han alcanzado logros significativos en el trabajo en torno a estos problemas. No se puede comparar la realidad cubana con la manera en que se dan estos mismos problemas en otros contextos, donde se presentan de manera mucho más compleja, asociados a las dinámicas propias de las sociedades capitalistas, donde se complejizan mucho más estas situaciones y son mayores las limitantes para que sean resueltas.

Pero de alguna manera son problemas que están ahí, son problemas que aún no se han resuelto del todo, que han encontrado condiciones en la sociedad para reproducirse, y aunque las organizaciones y las instituciones trabajan en base a ellos, no los abordan mediáticamente. Todavía no existen estrategias comunicacionales sobre lo que se hace, los desafíos, los logros. Existen vacíos mediáticos en torno a estos problemas, y estos vacíos son utilizados para crear la idea de que el gobierno no está haciendo nada, de que las instituciones en Cuba no funcionan, que el socialismo ha fracasado y que la Revolución ha abandonado a los sectores que están atravesando por estas problemáticas.

Son matrices que constantemente se están generando. No se abordan los temas de manera histórica, sino descontextualizada, hiperbolizando determinadas circunstancias, de manera sensacionalista, sacando los datos de contexto, comparando sin ningún tipo de consideración lo que pasa en el ámbito cubano con otros escenarios sociales.

Hacen todo un manejo que tiene como fin atacar la institucionalidad cubana, atacar al Estado cubano, desacreditarlo,

y crear matrices de opinión muy negativas, que además van generando mayores y mayores descontentos, apelando a que las personas se sientan frustradas, piensen que no hay solución, que no hay alternativas dentro de la institucionalidad, dentro del sistema, y generar un estado de insatisfacción y de inconformidad mayor del que pudiera existir normalmente.

Están utilizando los descontentos para desestabilizar el país, para crear una situación de caos en la sociedad cubana. La intención no es resolver los problemas, si la intención fuera resolver los problemas el discurso fuera por la defensa del socialismo, porque todos estos problemas se agravan en el capitalismo.

No importa que el gobierno esté salvando vidas en medio de una pandemia, y que Cuba sea de los países que menos fallecidos haya tenido en proporcionalidad con el número de población, siempre están creando un estado de opinión negativo en torno a la gestión del gobierno, anulando lo que es positivo, lo que sí se hace, lo que sí ayuda a la población, para poner en primera plana y de manera hiperbolizada aquellos problemas que existen, con una interpretación muy sesgada de por qué existen, porque muchas veces se elimina el bloqueo de la matriz de análisis, y el bloqueo es una condición que agudiza cualquier problemática social en Cuba.

De esta manera estamos ante la capitalización de todos estos problemas, no para resolverlos, sino para hacer posible un cambio de régimen que los agravaría. Es penoso, es perverso, utilizar problemáticas sociales que están viviendo grupos determinados, problemáticas serias, sensibles, para utilizarlas y fabricar la vía hacia un sistema que las va a agudizar.

Y hacerlo contra un sistema el tránsito hacia el socialismo como el cubano, que aún no ha agotado todas sus posibilidades

para resolver estas problemáticas y que tiene un planteamiento social mucho más humano que cualquier otro sistema, creo que es una postura demasiado perversa.

Tengo la certeza de que esto no se resuelve en las redes, yo creo que el conflicto que se expresa en las redes es expresión de un conflicto que tiene un basamento real. Las intenciones siempre han sido las mismas, llegar a poner en el poder en Cuba un gobierno aliado como en muchos países en América Latina. La resistencia del gobierno y del pueblo cubano a esta intención, ese es el conflicto esencial. Ese conflicto no se da en las redes sociales, se da en la realidad, se trata de un conflicto de intereses económicos y políticos, que tiene su expresión en las redes sociales.

La lucha contra esta agenda mediática por el cambio de régimen en Cuba —aunque lo que se haga en las redes es muy importante, es muy significativo—, no comienza por las redes, sino en la realidad.

Primero, es fundamental el trabajo de las organizaciones, instituciones para resolver estas problemáticas que ellos capitalizan. En torno a ellas se vienen trabajando desde el triunfo mismo de la Revolución, pero persisten deudas.

Es importante que el pueblo sienta que hay trabajo en las bases, por conocer sus problemas, por asumir una perspectiva crítica en torno a cómo funcionan las cosas, por renovar los mecanismos de participación, de rendición de cuentas, renovar los procesos de dirección.

Algo importantísimo tiene que ver con la comunicación con el pueblo, con la aclaración sobre los conflictos y los problemas que van surgiendo, las medidas que se van tomando. Una comunicación de la dirección del país, de las organizaciones, de las instituciones con el pueblo, que ha sido una tradición

histórica de la Revolución, que comienza con Fidel, que fue la máxima expresión de como eso se llevó a cabo, siempre dialogando, siempre presente en los lugares donde ocurrían los problemas. El presidente Díaz-Canel le ha dado continuidad a esto, pero hay que profundizarlo, porque la gente entra a las redes, pero los problemas que la gente enfrenta en la vida cotidiana son los que marcan la pauta.

Tiene que haber una educación más fuerte por parte de nuestros medios, nuestras organizaciones, nuestras instituciones educativas, para crear una cultura crítica en torno a las redes sociales. Para que las *fake news* no nos puedan contagiar emocionalmente. Para que no nos veamos atrapados en llamados a movilizaciones, en convocatorias que a veces no sabemos bien de dónde vienen, que hay detrás de ellas. Para que no nos deslumbremos con cosas que nos cuentan, que no son realmente así, que solo nos están contando un matiz del asunto. Entonces tiene que haber una cultura mucho más crítica respecto a lo que está pasando en las redes, a lo que está pasando en el mundo hoy. Esa batalla se da en las organizaciones, instituciones, escuelas, centros de trabajo, empresas, se da en la realidad.

Otra cosa es lo que tiene que ver con las propias redes sociales, y es que las organizaciones e instituciones en Cuba deben incorporar dentro de sus agendas de trabajo una estrategia comunicacional para fabricar contenidos mediáticos y posicionar en las redes, contenidos que sean contrahegemónicos, que brinden una mirada sobre la realidad más afín a lo que se está haciendo por parte del gobierno, desde una perspectiva crítica, porque si la perspectiva no es crítica no cumple su función.

Tiene que haber una referencia nuestra para que la gente pueda comprender la realidad que estamos viviendo a través

de ella. Nosotros tenemos que favorecer estados de opinión que sean críticos, pero constructivos respecto a nuestra realidad, que estén comprometidos con la defensa de los logros que tenemos que salvaguardar, y que al mismo tiempo se cree un espacio de intercambio de ideas, de diálogo y de construcción. Tenemos que articularnos en las redes y tiene que haber una respuesta más rápida.

Los especialistas hablan de un tercer entorno: está el entorno urbano, el entorno rural, pero ahora está el entorno virtual, que cada vez va a ejercer más influencia en nuestra vida, porque las personas pasan cada vez más tiempo en las redes, se comunican en las redes, y van a ellas para informarse de lo que está pasando.

El entorno virtual tiene dinámicas totalmente diferentes en términos de tiempo, funciona a otra velocidad, entonces uno siente como un letargo, una lentitud de nuestros medios para reaccionar ante determinadas noticias. Ocurre algo, y están todos los medios digitales privados y pagados de la contrarrevolución bombardeando con información, y todavía no aparece la noticia oficial por parte nuestra. Tiene que haber un replanteamiento de cómo vamos a operar, cómo vamos a trabajar con la noticia, a producir la información. Con qué rapidez la vamos a colocar.

Cómo vamos a pasar a esquemas de trabajo que contemplen que ya están ahí las redes, que forman parte, que influyen sobre los estados de opinión, que tienen la intención muchas veces de desinformar, de crear una desestabilización; cómo nos atemperamos a ese ritmo que es mucho más rápido.

No nos podemos quedar en un plano defensivo, tenemos que pasar a un plano ofensivo, de construcción de contenidos, de articulaciones, de relacionarnos, de ponernos a trabajar tam-

bién en redes. Y con articularnos no solo me refiero a Cuba, sino a que en el mundo hay muchos movimientos sociales que están identificados con la Revolución Cubana, conscientes de lo que la Revolución Cubana está resistiendo y a lo que se está enfrentando, y se identifican porque ellos también se están enfrentando al neoliberalismo, a los mecanismos de colonización cultural, y en ellos debemos apoyarnos.

Dentro de la guerra mediática, hay un sector de la sociedad cubana que ha sido especialmente focalizado, para influir en sus estados de opinión, que es el sector de la intelectualidad: artistas, periodistas, etc., que han sido un foco de atención, porque constituyen un sector de mucha influencia en la población.

La influencia que tiene lo que dice una persona que no es conocida, que no tiene popularidad, que tal vez puede grabar una directa, poner un post en Facebook, o hasta escribir un artículo que llegará a influir en un número muy específico de personas, no es la misma influencia que ejerce un artista conocido, cantante, músico, escritor, humorista, que llega a muchos más sectores de la población. Por eso respecto a ellos ha habido una estrategia de captación muy particular.

Por un lado, se ha presionado muchísimo, con ciertas dosis de violencia psicológica, verbal, con linchamientos, a aquellos artistas que no se pronuncian públicamente en contra de la Revolución, y no ya a los que se pronuncian a favor, sino incluso a los que prefieren no pronunciarse políticamente.

Cuando no hay un pronunciamiento político, toda esta maquinaria, de linchamiento mediático, sobre todo articulada desde Miami, arremete contra estos artistas. Un mecanismo de presión es la cancelación de los contratos, de las giras y presentaciones fuera de Cuba. Por supuesto, cualquier cosa que digan va a tener un alcance mucho mayor porque tienen públicos

determinados entre los jóvenes, que los siguen, que los tienen como referentes. Hay una presión sobre estos artistas para que se pronuncien, para que tomen partido contra la Revolución, de eso dependerán los contratos de quienes tienen vínculos de trabajo en Estados Unidos y de eso dependerán también los linchamientos mediáticos. Hemos visto numerosos linchamientos en las redes donde se busca asesinar el carácter del artista, se le agrede de manera muy dura, es una censura muy fuerte, aunque hay artistas que mantienen una postura firme frente a esto.

Por otro lado, ha habido una estrategia de conquistar y sensibilizar a artistas con determinadas matrices de opinión.

En los últimos tiempos hay una diversificación de la contrarrevolución en Cuba. Antes veíamos una contrarrevolución liderada por personas que no tenían arraigo popular, que, como tendencia, eran más conocidas fuera de Cuba que dentro del país, que no tenían ninguna influencia sobre sectores de la población cubana, que no eran referente para nadie, estaban muy desligadas de la agenda de la sociedad civil cubana.

El gobierno de Estados Unidos se da cuenta de que esto está pasando, de que la contrarrevolución cubana tiene una proyección muy individualista, muy centrada en el dinero, y se dan a la tarea de construir otro tipo de contrarrevolución, para conseguir los mismos fines, pero a través de otros medios, con actores mediáticos que ya comienzan a tener otros rostros y mayores grados de influencia, son académicos, periodistas, etc. Gozan de simpatía dentro de determinados sectores de la intelectualidad cubana. Tienen trayectoria en las instituciones cubanas, en los centros de investigación, dentro de los medios en Cuba.

Se va construyendo otro tipo de narrativa mucho más elaborada, ya no son los medios que se basan en la chismografía y el sensacionalismo, sino que hay una sintonía con el pensamiento

liberal, hacia una socialdemocracia, que tiene que ver con la ideología de la sociedad abierta, al estilo de la Open Society, de defensa de determinados derechos y determinadas libertades en abstracto. ¿Por qué en abstracto? Porque no se analizan a fondo las condiciones de posibilidad en el contexto cubano, sino que se dice que «no hay estos derechos y punto», no se analiza nada más, ni se toman en cuenta otros derechos que son efectivos y que sí existen, simplemente se utiliza esta narrativa como instrumento para desacreditar el sistema político cubano.

Se trata precisamente de medir nuestro sistema político por la vara de las democracias liberales. Pero tampoco se analizan lo limitados que están estos derechos en el capitalismo. Eso no lo tocan. El debate capitalismo- socialismo no se aborda para nada, cuando es uno de los debates más importantes en la sociedad cubana. Lo que se intenta todo el tiempo es desmoralizar el socialismo. Se habla de principios y de valores que no hay forma de cómo oponerse a ello. ¿Quién se va a oponer a que haya más libertad, más equidad? Lo que pasa es que no se analizan las condiciones en que esos derechos pueden realizarse o no, y se utilizan como instrumentos para el ataque y el descrédito.

Aunque siguen siendo una contrarrevolución fabricada por Estados Unidos, y tienen la misma agenda subversiva, ya no es aquel personaje típico de Miami que burdamente ataca y crea chismes; estamos ante otro tipo de discurso que puede ser incluso muy atractivo para muchos.

Lo vimos con mucha claridad durante los sucesos de San Isidro: estaban los participantes en la supuesta huelga de hambre, que cumplen más con el prototipo de esta disidencia más desinhibida en sus intenciones contrarrevolucionarias, de un discurso menos elaborado; y al mismo tiempo teníamos una serie de

actores mediáticos, intelectuales y académicos —no me refiero a todos los que de alguna manera se pronunciaron, mediando en el asunto—, me refiero a aquellos que probadamente forman parte de medios digitales que tienen un agenda contrarrevolucionaria, con llamados a firmar cartas, incluyendo a una variedad de actores, desde aquellos con la postura más entreguista y apegada al gobierno de Estados Unidos, hasta los que se venían expresando en estos medios digitales pero nunca se habían pronunciado abiertamente en contra de la Revolución. Todos firmando una misma agenda, confluyeron todos estos actores, los de la contrarrevolución de siempre, y los de la contrarrevolución de nuevo tipo. Confluyeron todas las firmas en un mismo documento, todos los reclamos en una misma dirección. Te das cuenta que al final, detrás de lo que parecieran posturas diferentes, por usar distintos métodos y distintas formas de expresarse, hay una misma intención definitiva.

COLECCIÓN DIÁLOGOS EN CONTEXTO



La batalla de lo simbólico y la definición de nuestro destino

Entrevista a Yailin Orta*

¿Cómo ha influido en los medios institucionales de comunicación el acceso creciente de la población a las redes sociales en Cuba?

Toda la infraestructura tecnológica se ha revolucionado y se ha reconfigurado el escenario mediático internacional. En Cuba no hemos estado al margen de esa realidad, y los medios de comunicación han estado impactados por el cambio de sus rutinas, que no pueden seguir manteniendo una lógica tradicional, sino que tienen que adaptarse. Significa un cambio cultural en los modos de hacer, que también influye positivamente, porque las posibilidades se multiplican y en medio de esa nueva conceptualización de las rutinas es indispensable que la información tenga ritmos superiores.

Todo eso ha cambiado el ecosistema mediático, desde la retroalimentación desde los públicos, que es mucho más inmediata. Hay que acelerar la búsqueda de información, pero esa búsqueda de información no puede llevarnos a vulnerar lo que significa el pacto con la verdad y con la objetividad, conver-

* Yailin Orta (Villa Clara, 1983). Periodista. Directora del diario *Granma*. Egresada de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Directora del diario *Juventud Rebelde* (2016-2017).

tirse en un escenario de primicias, que pueden estar rondando la superficialidad, la banalidad y no profundizar en aspectos importantes de la sociedad que hay que diseccionar desde el espacio mediático, respondiendo a un servicio público que debe estar en función de la información.

Ante esa velocidad necesaria que imponen las redes, ¿un medio de prensa puede verse ante determinado hecho en el dilema de que es necesaria una mayor investigación o confirmación y tener que comenzar a hablar del mismo porque ya se ha hecho viral?

Todas las plataformas están frente al bombardeo constante de información, más aún con el empoderamiento que tiene ahora la ciudadanía frente a la capacidad de convertirse en emisores de información al ser testigos de un acontecimiento. En el caso de Cuba, eso también se incrementa por toda una agresividad mediática que está estructurada para generar ansiedad, inestabilidad y espacio de poder simbólico. Hay un pulso por conquistar a ese público cubano, y que frente a la información se legitimen otros medios de comunicación que no sean los de nuestros sistemas de medios públicos.

No podemos quedar a la saga en medio de ese desafío, porque todos estos años de experiencia y de historia de nuestros medios de comunicación no pueden ser tampoco subestimados, lo que tenemos es que buscar una presencia, sobretodo transformar las maneras de hacer y que se adapten al nuevo contexto. Un escenario donde las fronteras de la información se van desdibujando, no pertenecen a ningún medio en específico, porque las redes son un nuevo ecosistema mediático.

Los medios tradicionales están ante el reto no solo de mantener la legitimidad, sino de seguir marcando la agenda informativa con la autoridad que los caracteriza y su búsqueda constante de la verdad.

En medio de eso está la posibilidad de que los propios testigos de un acontecimiento se conviertan en nuevos suministradores de información, y nuestros medios no se puedan quedar en la retaguardia, tiene que ser más proactivos, no podemos seguir esperando a la concepción desde un Consejo de Redacción. Todo eso tiene que cambiar, hay hechos noticiosos que no pueden responder a esa rutina, que ha tenido que alterarse; y tener más capacidad proactiva, con menos verticalidad a la hora de autorizar ese proceso de búsqueda de información. También se ha generado una nueva manera de relación interna de las Redacciones, porque la información comienza a transversalizar un escenario que no responde a la especialización de algún periodista, sino a la integración de todos los saberes para la creación del mensaje con múltiples posibilidades de salida comunicativa.

Concretamente hay que disminuir los niveles de ansiedad, de preocupación en el público, que surgen cuando un vacío informativo de nuestros medios es aprovechado por otros que tienen más tecnología, más capacidad y financiamiento, para dar versiones distorsionadas, al generar ese contenido con mayor prontitud.

En los nuevos periodistas tenemos una generación entrenada en esta era digital, de la que son nativos. Es una formación auténticamente asumida desde edades muy tempranas, para ellos es una cuestión natural. Pero las generaciones de profesionales más consolidados han tenido que adaptarse a estas nuevas posibilidades, como proceso de crecimiento dialéctico. Para los periodistas jóvenes, no es algo que tienen que incorporar, sino que ya vienen con esa cultura de las redes sociales, con la intención de que hay que dar la noticia y que no se puede esperar. Creo que es muy difícil que en un periodista se dé la

anomalía de no entender lo que significa su función, lo que tiene que ganar es en entrenamiento. Desde la facultad vienen con esa formación, con esa curiosidad, con ese conocimiento adquirido en función de cómo construir esa información, pero la manera de buscarla y de ganar en experticia forma parte de un oficio que se va consolidando.

En el caso de los periodistas jóvenes que se gradúan ahora, lo hacen en un contexto en el que existe una maquinaria de medios financiados desde Estados Unidos con una capacidad económica y laboral que es la base para la construcción de un «periodismo independiente», de medios que ofrecen 25 y 50 dólares por un solo artículo, que es mucho más de lo que puede ofrecer un medio institucional.

¿Cómo competir, o enfrentarse, a una maquinaria de medios que tiene esa superioridad económica para disputar el talento?

Estamos ante una pugna de socialismo versus capitalismo. Todos esos medios que están operando en nuestro país han buscado la manera de seducir a los profesionales jóvenes, a la fuerza de trabajo con mayor nivel competitivo. Han buscado la manera de penetrar en nuestro sistema de medios públicos, porque hay un interés de que ocurra una implosión, en aras de desestabilizar toda la base simbólica del sistema de valores del socialismo, que tiene en nuestros medios un aliado estratégico de esa cultura humanista.

Han identificado las principales fisuras y hay un entorno económico complejo que buscan aprovechar, a través de métodos de seducción, de mecanismos ante los cuales nuestros presupuestos se quedan en total desventaja, respecto a las posibilidades que ellos tienen sobre un país subdesarrollado económicamente y sometido a un brutal bloqueo desde hace más

de medio siglo por Estados Unidos. Estamos hablando de un financiamiento que además se multiplica monetariamente en un entorno cambiario que existe en el país.¹

Alimentan también las individualidades, los egos, para proyectarlos en espacios de realización. Para eso hay un sistema de medios pensado y diseñado para la realidad cubana, en el que por un artículo que cualquier periodista haga para esos medios, se le paga lo que pueda significar la mitad de su salario en un medio tradicional nuestro, que no tiene presupuesto para competir con eso. Es una competencia desleal y desmoralizadora, porque nuestros presupuestos tienen límites, además en un país bloqueado, y el escenario mediático cubano está también marcado por ese contexto.

Esos medios leen la prensa cubana con una lupa, y para legitimarse tratan de identificar a esas firmas que pueden ser tentadas. Siento en muchas ocasiones que lo que les interesa no es la exclusividad de tener a ese periodista, sino que lo que defienden es la posibilidad del pluriempleo con nuestros medios. Es la manera de divorciar a ese periodista con el discurso que ejerce en nuestros medios tradicionales, que tiene un compromiso con el sistema de valores que se defiende, sin embargo, procuran que ese mismo autor aparezca con su firma bajo los propósitos políticos de esos medios, para que el lector cuando lo identifique diga: «Caramba, este periodista es de *Granma*, de *Juventud Rebelde*». Que reconozca en él una fuente fiable, pero a la vez, vea contaminarse su discurso con otros propósitos, con otra construcción de sentido. Deslegitima la autoridad también de nuestros medios de comunicación, porque ese periodista está armando discursos diferentes, y tratan de empatar eso con la

¹ Esta entrevista se realizó antes de que se implementara la unificación monetaria de diciembre de 2020.

visión demonizadora hacia nuestra prensa: dicen que lo hace en esos medios porque no tiene posibilidad de realización en los nuestros, o que se le censuran esas posibilidades creativas. Es muy cínica toda esa maquinaria subversiva e injerencista.

¿Esto ocurre también con los colaboradores?

Sí, es una especie de boicot, porque procuran que las necesidades económicas de esas personas también vayan erosionando la fidelidad que tienen con nuestra prensa. Con los colaboradores, estos medios están a la búsqueda de esas firmas, en las que puede haber una voz constituida, una autoridad establecida, para que pasen a formar parte de los que defienden su visión de la realidad. Estamos ante un pulso constante por la conquista de las voces.

¿Ha ocurrido que alguna de estas firmas reconocidas haya sido atraída por estos medios y luego, al darse cuenta de cuál es su línea editorial y el origen de su financiamiento, ha regresado a escribir para los medios institucionales?

Frente a la evolución de este fenómeno creo que hay una toma de conciencia, si en algún momento se pudo ser ingenuo o pensar que se trata de más posibilidades de multiplicar la verdad de Cuba, y que a la vez, eso abra una posibilidad económica para ese profesional, para ese intelectual, entendiéndolo como un bien para el país. Cuando comienzan a entender las entrañas de esos medios y a qué responden, a entender cuál es su verdadera filosofía de trabajo y lo que persiguen, se han dado casos de profesionales que no han cedido, no han hecho concesiones de principios y han regresado porque le importa más lo que significa estar en nuestros medios, el sistema de valores que defiende, y se alejan de ese otro espacio mediático que en algún momento pudo haber sido tentador.

Desde los inicios de la pandemia de la Covid-19 el público cubano presente en las redes sociales ha prestado mucha más atención a los medios de comunicación del Estado como fuente de información. ¿Qué cambios generó esto en el comportamiento de los medios digitales dedicados a la guerra mediática?

Nuestros medios tienen la oportunidad del acceso a las fuentes, y hay que seguir apostando por lo que eso significa. Ante crisis específicas, como hemos visto con la pandemia, esos medios enemigos han quedado relegados porque no tienen acceso, y han pasado a la búsqueda no de informar, sino de reinterpretar la realidad. Es también una apuesta por la conquista de la subjetividad, porque más allá de dar la información, han perseguido entonces la manera de llenar de opiniones ese contexto informativo, para generar visiones distorsionadas y fabricar matrices de opinión a partir de la interpretación de un hecho noticioso.

Nuestros medios han sido más proactivos, han tenido más capacidad de reacción frente a esos entornos noticiosos y han madurado en ese ejercicio. También las instituciones han sido más responsables a la hora de dar información. Todo el entorno ha sido más consciente de la guerra mediática.

Estos medios digitales se han ido convirtiendo principalmente en transmisores masivos de emotividad. Incluso el tipo de usuario que se afianza a ellos muchas veces no busca información, sino mantener un hábito de intoxicación.

Exactamente. Ha habido un tránsito de una guerra de desinformación versus información, a una guerra de emotividad versus racionalidad. Como estamos en un espacio que es un campo tan subjetivo, en un campo de construcción de sentido, han identificado que las personas pueden ser más rápidamente

manipuladas a partir de resortes emocionales. Se construye, desde la espectacularización de la noticia, un discurso que tiene mucho tóxico.

En ocasiones también nuestros medios han sido víctimas de esas reinterpretaciones, porque lo que hacen es tomar una entrevista que ha sido publicada, y descontextualizar palabras de un entrevistado, a construirle un perfil a partir de elementos negativos, con el ánimo de desmoralizar, de perseguir la manipulación en las audiencias contra él.

También apuestan por identificar los focos de tensión en nuestra realidad económica para exacerbar cualquier angustia, cualquier ansiedad, eso es constante, es parte del acoso mediático que existe. Utilizan fotografías, muchas veces también manipuladas, que no responden al entorno concreto que se aborda, a veces son manipulaciones muy burdas y fácilmente demostrables, que buscan hacer disparar las emociones y las sensibilidades. Especialmente lo vemos en los titulares, que refuerzan el amarillismo propio de un modelo de prensa que busca el sensacionalismo.

Algunos, incluso, cuentan con una acreditación en Cuba como medio de prensa extranjero. ¿Eso pudiera dar una legitimidad?

Mira, todo depende de a quién responde ese medio. Vamos a preguntarnos: ¿A qué potencia extranjera responde? No se puede ser ingenuo frente a eso y hay que hacerse la pregunta constantemente. Así entenderemos qué buscan, qué persiguen. Creo que una acreditación no justifica una toma de postura, cuando vemos que todos esos medios se articulan y hay una alineación frente a cualquier circunstancia para decir lo mismo de diferentes maneras.

Estamos viendo también una maquinaria de terror contra personas que escriben en los medios institucionales cubanos con titulares que se hacen circular en la red al estilo de «periodista oficialista arremete contra...». ¿Qué se busca con esto?

Detrás de eso hay un guion de desestabilización psicológica de los profesionales, métodos de linchamiento mediático, de ciberacoso; buscan asesinar el carácter de esa persona, buscando la manera de que sienta vergüenza de lo que hace. Es una manera de inhibirlo frente al ejercicio profesional y lo que defiende y de eso hemos sido testigos constantemente, de cómo hay un escenario de persecución en las redes, y al ser ese un entorno social también, las personas se sienten todo el tiempo bajo la lupa, con el peso de lo que puede significar estar bajo esa búsqueda constante del deterioro de su imagen y su personalidad. Procuran que sientas vergüenza de sentirte comunista. Hay un guion de demonización alrededor de lo que significas, de etiquetas, de estigmas, contra la legitimidad de tu discurso. Que sientas vergüenza de pertenecer y de prevalecer, lo cual también es un desafío.

Se habla mucho de la «alfabetización digital». ¿No deberíamos hablar más de una «alfabetización informacional», para no ser vulnerables ante esos medios?

Tiene que haber un proceso cultural, y hay que ganarlo desde el conocimiento, y desde el debate y el diálogo profundo sobre estas realidades. No se puede subestimar lo que está pasando. Hay que llevarlo a lo colectivo, crear articulaciones, porque no puedes sentirte como un corredor de fondo en soledad dentro de este entorno. Eso hay que cultivarlo, hay que propiciarlo. Porque ves profesionales con altos niveles de instrucción y capacitación, pero están en desventaja en la prepa-

ración que deben tener ante ese ecosistema. A veces hay quien dice que no quiere estar en las redes sociales, porque sienten que pierden tiempo, o que puede estarlo distraiendo de su ejercicio profesional. Pero hay que tener liderazgo en esos espacios también, buscar referentes para sentirte seguro, acompañado.

Entender que ese tiene que ser un espacio de oportunidades para Cuba. Aunque al buscar el contenido que se emite sobre el país sientas que estás en desventaja, porque los monopolios de la información responden al capitalismo. Pero entonces el socialismo tiene que crecerse y ganar en conciencia de lo que significa saber cuál es la batalla, para darla en el campo del conocimiento, en el campo de las emociones, de lo simbólico y cuanto puede eso estar definiendo nuestro destino.

La mentira a la velocidad de la luz

Entrevista a Iroel Sánchez*

A diferencia del inicio y reacción inmediata de Cuba ante las emisiones estadounidenses de radio y televisión de Radio y TV Martí, los medios digitales utilizados por Estados Unidos para la guerra mediática hacia nuestro país aprovechando internet han tenido una expansión progresiva, y las nociones acerca de su capacidad de influencia sobre la sociedad han sido también graduales. ¿Qué mentalidad debemos superar en Cuba para advertir y actuar públicamente ante este tipo de uso de las redes sociales?

Radio y Televisión Martí suponen una infraestructura tecnológica de parte de Estados Unidos, en el caso de internet la infraestructura la pone Cuba. Este nuevo escenario y su aprovechamiento por la política el gobierno de Estados Unidos supone utilizar, en función de sus objetivos, la infraestructura construida por Cuba para su desarrollo económico y social. O sea, es más fácil, porque la infraestructura se pone del lado de acá como una necesidad del desarrollo cubano.

Hay que ir adquiriendo en todo el país, en sus dirigentes, en sus instituciones, en sus organizaciones, una cultura de cómo

* Iroel Sánchez (Santa Clara, 1964). Periodista y analista político. Graduado de ingeniería informática en la Universidad Tecnológica de La Habana (CUJAE). Edita el blog *La Pupila Insomne* y es director del programa de televisión *La Pupila Asombrada*.

convivir en este escenario y cómo utilizarlo para el fortalecimiento de los objetivos de la sociedad cubana, y no para facilitar esa agresión que ha migrado de los escenarios radiales y televisivos al de internet, con importantes sumas de dinero para la producción de contenidos, aprovechando los algoritmos y las facilidades que ofrece, que es controlado por empresas gigantes estadounidenses que son las líderes de internet en el mundo.

Es un fenómeno que supone una cultura nueva, una ruptura con paradigmas anteriores, la comprensión de que ya no hay fronteras, de que se terminó el dentro y el afuera geográfico, un paradigma de la comunicación que es distinto, que ya no es el unidireccional tradicional.

Hasta hace poco se decía que los contenidos que circulaban en Facebook y otras redes sociales llegaban a una minoría de la población cubana, que es la que económicamente podía pagar la navegación, sin embargo, en el momento en que hacemos esta entrevista ya hay 4,2 millones de cubanos conectados a través de los móviles y 6 millones hacen algún uso de la red – si se cuentan otras formas de conexión – en un país de 11 millones de habitantes. ¿Ante esa realidad es posible sostener la idea de que «el pueblo no está en las redes»?

«Pueblo» sería un concepto muy grande. Pero la sociedad cubana está hoy totalmente pendiente de lo que ocurre en internet. Le llega a través del más joven de la familia, del que en el trabajo tiene conectividad, del que la tiene en su celular, y a la velocidad que se mueven los procesos, no se puede decir que incluso a aquellos que no tienen acceso no les llega la información de internet, porque les llega a través de un tercero.

Además existe un número significativo de cubanos que usan estos espacios como una vía de comunicación con la familia, con amigos, para el trabajo... y eso forma parte de una realidad

cada vez más cotidiana. Internet es ya un fenómeno significativamente presente en la realidad cubana.

¿En los medios digitales de la contrarrevolución cómo se manifiesta la segmentación, entre los que van dirigidos un público mucho más general y los que están centrados en públicos académicos o artísticos?

Barack Obama, en una entrevista con el príncipe Harry de Inglaterra, dijo que las redes sociales dividen a las sociedades.² No lo dijo un intelectual de izquierda, ni un teórico marxista. Se trata de que va construyendo burbujas, y cuando quieres dirigirte a una sociedad o una parte de esa sociedad adaptas los mensajes, que tienen el mismo objetivo, a las distintas burbujas.

Hay un modo de decirle a un académico, un modo de decirle a un joven estudiante, un modo de decirle a la comunidad intelectual, a un sector de los trabajadores, a un sector de las mujeres, a los de determinada edad, o a los periodistas... Entonces esos mensajes con el mismo objetivo son producidos por medios que adaptan esos contenidos en función de ese público.

En el caso de la guerra contra Cuba se ha construido un espectro de medios digitales para distintos públicos, que yo dividiría en dos máquinas: una máquina de seducción, que busca llegar a distintos públicos tocando necesidades temáticas en la sociedad cubana, que son normales en cualquier sociedad, pero que siempre vienen con una intencionalidad política detrás, desde el humor hasta las modas, todo un espectro de intereses temáticos que son normales y legítimos. Y al mismo tiempo una máquina de terror que tiene la tarea de proteger a esta máquina de seducción, para que no se le pueda cuestionar,

² La entrevista fue realizada para la BBC y emitida el 27 de diciembre de 2017.

que no se le pueda criticar, porque enseguida entra la demonización de quien lo haga.

Para impedir que cualquier postura diferente del objetivo que persigue toda la maquinaria, ya sea de un tipo o del otro, asuma una postura crítica —porque la descalifican—, la estigmatizan para hacer un efecto demostración. Ese efecto demostración ha llegado incluso al extremo de que no solo estigmatiza o ataca, cuando se trata de figuras públicas como puede ser un artista o un periodista, ya no lo ataca por decir algo, sino por no decir nada, por no pronunciarse, que es un extremismo ya muy acentuado. Funciona como un engranaje bien articulado, en el que todo pareciera muy diverso, pero en el objetivo de los contenidos, todos apuntan en una misma dirección.

Los sectores académicos, periodísticos, artísticos, son demográficamente menores en cualquier sociedad, sin embargo, dentro del presupuesto que destina cada año Estados Unidos para la guerra mediática contra Cuba se distribuyen cantidades significativas de dinero para diseñar y mantener medios digitales pensados especialmente para estos. ¿Por qué no dedicarlos para producir contenidos dirigidos a la mayoría de la población?

En todas las sociedades hay sectores demográficamente minoritarios pero con una influencia mayoritaria. Por su función dentro de la sociedad son como un altavoz; y en una sociedad como la cubana donde hay un millón de profesionales universitarios y donde la cultura tiene un peso muy importante en la obra de la Revolución, eso tiene una mayor resonancia.

En el libro *La CIA y la Guerra Fría Cultural*, de Frances Stonnor Saunders, lo que decían estos teóricos norteamericanos era que había que tener pequeños grupos, que fueran articulándose y que en determinado momento esas ideas que eran las de

una minoría se volverían las de una parte significativa de esa sociedad en la que se pretende generar un cambio.

Al responder en una entrevista realizada por la Revista Temas comentaste: «Los yanquis han ido construyendo una maquinaria multiespectral, que tiene posibilidades de asimilar los matices, el Tío Sam aprende, han aprendido a asumir los matices porque buscan influir en sectores de nuestra sociedad que son importantes en sus objetivos, pero saben que con el lenguaje anterior no pueden lograrlo».³ ¿Cómo se produce ese aprovechamiento de los matices?

La sociedad cubana es una sociedad en la que hay asentado, desde hace muchos años, un sentido mayoritario por la justicia social, por la solidaridad, por la soberanía nacional, entonces un discurso que lesione eso, tiene poca influencia. Puede ser bien acogido en Miami, pero es para mantener la base social electorera en esa ciudad. En Cuba no logra movilizar porque es rechazado por la cultura que se ha construido en estos años, entonces necesitan otro tipo de lenguaje que, con el mismo objetivo y en nombre de esos valores, diga que el estado actual de la sociedad cubana no es la vía para alcanzar esas mismas metas de justicia social. El objetivo es dividir el consenso que existe en Cuba y provocar una ruptura, pero para eso no se le puede ir de frente.

¿Qué papel jugó para ese objetivo el proyecto Cuba Posible?

No ha sido posible a los aparatos de dominación de Estados Unidos construir en Cuba una masa intelectual opositora a la Revolución, porque en la cultura cubana hay un sentido de la soberanía, hay un rechazo a la Doctrina Monroe, que es la doctrina del «patio trasero».

³ Iroel Sánchez: «Al estado socialista le conviene una sociedad civil activa», Revista *Temas*, No. Abril, 2019.

Pero también está el hecho de que no siempre las instituciones de la Revolución han sabido aprovechar la producción de las ciencias sociales, no siempre se han sabido conectar con la transformación socialista de la sociedad.

Esas dos cosas, combinadas con aprovechar la necesidad de ese abordaje de contradicciones que están en nuestra sociedad y que son legítimamente discutibles y abordables, son los factores que propician la creación de un «laboratorio de ideas» como Cuba Posible; destinándose fondos de organizaciones como la de George Soros, Open Society, o el financiamiento de gobiernos extranjeros, para estimular esa discusión desde fuera, no con la publicación aislada de un texto que puede ser legítimo, sino con un sistema que se legitima con eso.

La creación de Cuba Posible responde a la intención — expresada explícitamente — de cambiar la sociedad cubana estimulando lo que ellos han llamado un *transicional change* (cambio transicional), para cambiar el sistema político que el pueblo cubano ha ratificado en el Referendo Constitucional y que tiene un alto nivel de consenso social.

¿Dónde estaba la trampa de un «laboratorio de ideas» como Cuba Posible? En presentar trabajos que aborden problemáticas reales, pero ofreciendo como solución lo que Estados Unidos quiere en Cuba: un sistema pluripartidista y una economía de mercado, que es lo que pasa a todo nuestro alrededor, y que hemos visto que no funciona.

En todos los países que están alrededor de Cuba, de su entorno, de su mismo tamaño, que tienen ese sistema y que Estados Unidos no hace nada por cambiarlo, a no ser que ser para peor, hay que ver qué situación tienen, y si esos pueblos tiene una condición social que represente alguna solución que ofrecerle a Cuba.

En un momento, todavía muy primigenio de la posibilidad de conectividad a internet en Cuba, en un período en el que proliferaron los blogs y los blogueros cubanos, ocurrió la visita a la Isla del investigador y académico estadounidense Ted Henken. ¿Por qué se produce esta visita y qué vino a buscar esta persona?

Existe un cable diplomático de 2009, que sonó mucho cuando Wikileaks hizo sus revelaciones en 2011, del entonces Jefe de la Sección de Intereses de Estados Unidos en Cuba, Jonathan Farrar, diciendo que la contrarrevolución tradicional ya no les funcionaba, que esa gente ya no iba resolver los intereses de Estados Unidos en Cuba porque no tenían ninguna relación con la sociedad, y proponiendo un cambio.

En ese cable se habla de producción de distintos contenidos contestatarios aprovechando internet. Al filtrarse el cable, esa estrategia queda expuesta, al igual que algunas de las personas seleccionadas para llevarla a cabo.

Entonces en 2011 viene Ted Henken y hace un levantamiento en el terreno de protagonistas que habían surgido de modo legítimo en internet en Cuba, con blogs. De las personas entrevistadas por él y que aparecieron en su libro *Cartografía de la blogósfera cubana*, casi todas recibieron becas, y varios blogs se convirtieron en medios financiados desde el extranjero. Se convirtieron en lo que ellos han llamado «medios alternativos» o «medios independientes», y eso en la etapa de Obama y su política hacia Cuba tuvo un florecimiento.

El 21 de marzo de 2012 tuvo lugar en Washington un encuentro en la sede de la Heritage Foundation. ¿Qué importancia tiene lo que ocurrió ahí?

La Heritage Foundation es un tanque pensante muy importante de la derecha estadounidense, muy vinculada al Partido Republicano, ahí tuvo lugar un evento titulado «Cómo internet puede descongelar una isla congelada en el tiempo».

Ese evento fue presidido por el senador republicano Marco Rubio. Estaba también el jefe de la Oficina de Transmisiones hacia Cuba —una entidad gubernamental estadounidense surgida para Radio y TV Martí, pero cuya producción de contenidos se ha ido trasladando hacia Internet—, o sea, un funcionario del gobierno de Obama, y eso es muy interesante, porque ahí estaban representados la oposición republicana y el propio gobierno demócrata.

Estaba Jared Cohen, director de Google Ideas, que patrocinó el evento. Julian Assange llama a Google Ideas la «dirección de cambio de régimen de Google» o la «extensión del Departamento de Estado en Silicon Valley». Todas estas políticas son bipartidistas. Jared Cohen es un hombre joven, pero que trabajó en el departamento de Estado tanto durante el gobierno de George W. Bush, con Condoleezza Rice como secretaria de Estado, como luego durante el gobierno de Obama, con Hillary Clinton, o sea, que es una estrategia transversal entre un partido y otro.

También estaba Carlos Saladrigas, un multimillonario de origen cubano, creador de una entidad llamada Cuba Study Group, partidario de un cambio de política de Estados Unidos hacia Cuba, como la que luego fue adoptada por Obama.

Lo que nos revela esto es que hay un consenso de quienes manejan la política de Estados Unidos hacia Cuba, ya sea de un partido o en otro, en un gobierno o en otro, acerca de usar internet para promover un cambio.

¿Cómo funciona dentro estas intenciones políticas el uso de un componente como la emotividad en las redes sociales?

Estamos en un océano de información; con una gran velocidad; es muy poco el tiempo en que ves una información y otra y otra. Entonces en las redes aparece todo el tiempo un tipo de

titular o de imagen que acude a lo emotivo, sabiendo que el usuario promedio no va a leer o analizar un texto largo, ni a profundizar, sino que va a tener reacciones inmediatas, estimulando una serie de reflejos condicionados en un tipo de individuo, en que ya se ha asentado por esa maquinaria y la prensa hegemónica a nivel global que el gobierno cubano es censor, es represor, etcétera. Encima de ese asentamiento, estos titulares rebotan automáticamente porque el lector está confirmando lo que se asentó antes: «mira esto, mira lo otro, le hicieron esto a fulano, hicieron esto otro, pasó tal cosa, tal otra...».

Ese uso de la emotividad es algo en lo que se basan las noticias falsas porque muy poca gente busca la verificación, se dice que el 70% de los que ven una información falsa no ven el desmentido. Además, yo diría que el hecho de que este fenómeno sea cada vez más intenso, invalida aquella vieja afirmación de que la mentira tiene patas cortas, ya eso no es tan así; la mentira viaja ahora por fibra óptica a la velocidad de la luz y la que tiene patas cortas muchas veces es la verdad.

¿Por qué Estados Unidos crea una Internet Task Force específicamente para Cuba?

A mí me parece que en el anuncio hay un factor propagandístico. Un discurso de «llegó Donald Trump y nosotros sí vamos a resolver el problema de Cuba, vamos a acabar con la dictadura». Pero se busca articular todo este sistema de medios privados, y elementos de propaganda asentados con la estrategia de Estados Unidos de cambio de régimen en Cuba, y tal vez hacerla más coherente y efectiva. Pero yo le veo un componente muy propagandístico, porque si tú de verdad quieres hacer una guerra para derribar a alguien, no tienes que hacer esa bulla. Hacerlo público responde a una intención de mantener contentos a estos elementos de ultraderecha de Miami con fines electorales.

¿Se puede relacionar el funcionamiento de esta Task Force con una posible manipulación de los algoritmos de las redes sociales para privilegiar el posicionamiento de contenidos políticos estadounidenses respecto a Cuba?

Hay declaraciones muy claras de funcionarios estadounidenses diciendo que se iban a utilizar maneras para que los contenidos de la propaganda desde Estados Unidos hacia Cuba aparecieran como si fueran contenidos generados localmente en Cuba.

¿Cómo funciona esto? Para Facebook tu puedes microlocalizar la visibilidad de un contenido. Puedes decir: esto quiero que lo vean en el municipio tal, los hombres que tienen entre 20 y 40 años, solteros y que trabajan en la salud. Puedes pagar por eso y que, durante dos o tres días, con ese nivel de restricciones, ese contenido sea visto. Eso te permite dirigir el contenido, de forma que, en un lugar donde se quiere que ocurra algo como las guarimbas en Venezuela, se le hace llegar una información constante que impacte en una población joven, y que logre asociarse a otro tipo de información que está saliendo en los medios, así puede llegar a trasladarse a la calle lo que está ocurriendo en las redes, que es el objetivo final.

Estos mecanismos de microlocalización del impacto de los contenidos, obtener esa segmentación o esa microsegmentación del público, son legales, no es posible solo para el gobierno de Estados Unidos, sino para una empresa que quiere vender zapatos o viajes; sin embargo, es imposible hacerlo desde Cuba por el bloqueo. Otra cosa es cuando pasa como el famoso caso de Cambridge Analytica con los electores en distintos países, en Estados Unidos con las elecciones que ganó Trump, con el Brexit en Reino Unido, con el referéndum sobre la paz en Colombia. Procesos en los que se caracteriza a los usuarios

de las redes, y se sabe que un segmento de personas residentes en un distrito electoral urbano de Estados Unidos piensa de tal o más cual manera, entonces le dicen que Hillary Clinton es corrupta de un modo diferente al que se lo dicen a los votantes blancos no universitarios de un distrito rural.

¿En la práctica cómo se aplica esto en Cuba? Por ejemplo, abres YouTube y los videos que se privilegian son los de Ota Ola⁴, o las llamadas sugerencias para ti en Facebook, aunque no hayas abierto antes nada relacionado con eso.

Exactamente, un usuario cubano en Facebook está recibiendo constantemente sugerencias para seguir medios de comunicación, o para seguir a supuestos *influencers* con los que nunca ha interactuado.

En el caso de Google o YouTube ocurre igual, hay una sugerencia constante para que interactuemos con determinados contenidos a partir de que alguien paga porque los veamos. Hoy no nos relacionamos con internet, sino con intermediarios de internet. ¿Quiénes son? Las grandes empresas como Google y Facebook. La inmensa mayoría de las personas en el mundo nunca escriben *www.tal cosa*, la gente pone unas palabras en un buscador y va a los primeros 10 resultados que le salen, y siempre hay alguien que paga para que algo te salga en la primera página de resultados, o para que no te salga, o te venga a salir en la tercera o la cuarta página de resultados, o para que Facebook te lo sugiera.

⁴ Alexander Otaola es un conductor de televisión de origen cubano asentado en Miami. En 2017 inició un programa de farándula en YouTube llamado *¡Hola Ota-Ola!*, que durante el gobierno del presidente Donald Trump devino en un espacio para hacer llamados a recrudecer el bloqueo económico contra Cuba, alentar estallidos de violencia en el país y practicar el acoso mediático a figuras públicas que apoyan a la Revolución o simplemente se niegan a pronunciarse contra ella.

¿Cómo se cumple en este fenómeno ese pensamiento de Marx que dice que no solo se produce un objeto para el sujeto, sino que se crea un sujeto para el objeto?

Tú tienes una audiencia y la vas transformando. Constantemente estás impactando en esa audiencia con un tipo de mensaje y la estas cambiando, vas modificando sus percepciones, y el peso que eso tiene en la vida digital de las personas empieza a operar en su conducta fuera de la red, en el modo en que ve la realidad.

Frente a esto muchas personas pudieran alegar que nosotros en Cuba como gobierno tenemos la hegemonía. ¿Se puede perder el poder real a través de la pérdida del terreno virtual?

Es que esto no se queda en el terreno virtual, esto va al mundo físico. Cuando haces una convocatoria en las redes sociales, para hacer algo en el mundo físico, ya no estás en el mundo virtual. Y cuando eso que ocurre en el mundo físico, los grandes medios de comunicación, que silencian otras cosas, lo amplifican y lo convierten en lo más importante que está pasando en un país, detrás de eso vienen las declaraciones del secretario de Estado de Estados Unidos, las declaraciones del presidente, las solicitudes para que el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas se pronuncie, y se crea una situación en la que hay que aplicarle a un país lo que se le hizo a Libia, lo que se le hizo a Irak, porque hay un «problema humanitario y se necesita una intervención».

En el caso de Cuba vemos la creación de líderes virtuales que dan alertas constantemente o dan sugerencias a las autoridades, como ha ocurrido en el tema de los feminicidios, que ha sido un tabú para la prensa cubana. ¿Qué papel juegan los líderes virtuales?

Estados Unidos ha invertido en construir en Cuba una sociedad civil virtual opositora a la Revolución, y esa sociedad civil

virtual muchas veces aprovecha los vacíos de la comunicación en estos temas desde Cuba. Por eso no basta hacer, hay que comunicar lo que se hace, y hay que hacerlo en estos espacios, donde el enemigo tiene a su disposición todo esto de lo que hablábamos.

Una persona que alerta sobre esto puede, y lo hemos visto que ha pasado, puede ser tildado de paranoico o de que ve al enemigo en todas partes.

Al que diga que esto no existe, o que es una exageración, le volvería a decir que lea la entrevista a Obama por el príncipe Harry. Ninguno de los dos es un defensor de la Revolución Cubana. O que vea cómo el mundo está lleno de esto, que no es un problema particular de Cuba, ni de Venezuela, es un problema que preocupa a las sociedades en todo el mundo, es algo que se ha ido naturalizando. Si a eso tú le agregas el hecho de que contra este país en particular hay decenas de millones de dólares, destinados a eso, entonces lo que en otros lugares existe, no vamos a decir como algo natural, pero sí que ha venido ocurriendo de modo cada vez más intenso, y que está en muchos documentales como *El Gran Hack* o *El Dilema Social*, te das cuenta de que si a esos fenómenos le sumas esa máquina de inducción particular, que se ha financiado, y que está cada vez más presente contra Cuba, se crea casi una tormenta perfecta.

En el caso particular de Cuba, al hablarse el idioma español, la hegemonía de los contenidos que se producen en esta lengua en internet proviene de un sistema de medios de comunicación dominantes —no es el caso de China o Vietnam, pues no hay grandes medios de comunicación en idioma vietnamita o en chino—, por lo que Cuba convive con toda la industria cultural

y la prensa hispanohablante que constantemente está hablando de la pluralidad dentro de Cuba, y que sin embargo, es unánime, o sea, sin ninguna pluralidad, a la hora de descalificar el sistema cubano.

Si a esto se le suma el sentido común dominante de la comunicación a nivel mundial, que es el sentido común del capitalismo, todo eso hace una gran sinergia.

Te voy a poner un ejemplo: buscas un video en YouTube sobre el Che, que para nosotros es una figura histórica que merece un gran respeto, incluso para sus adversarios, pero cuando lees los comentarios a ese video, yo te diría que el 80% o más, son insultos de todo tipo. ¿Es que a esas personas les paga la CIA? Claro que no, sino que ese es el sentido común que la hegemonía ha impuesto sobre esas personas. Si eso es con el Che, que es un ejemplo de ser humano excepcional, dispuesto entregar su vida por una causa, ¿qué queda para el común de los mortales?

Debemos construir una cultura crítica sobre todo esto, una cultura en que las personas por sí mismas sean capaces de decodificarlo, no solo para que no sean permeados, sino para participar de modo crítico en este escenario. Se trata de algo con lo que hay que convivir y que es una realidad cada vez más presente, por eso hay que aprender a construir esa cultura y lograr hacerlo en sectores de la población cada vez más amplios. Una pelea cubana por la inteligencia y el razonamiento.

Que no se vea a los que realmente están haciendo el trabajo

Entrevista a Raúl Capote*

¿Cómo se produce un proceso de acercamiento de la CIA a una persona dentro de la guerra cultural y de qué manera ocurrió en tu caso?

La CIA empieza a acercarse a mí desde la época en que yo era vicepresidente de la Asociación Hermanos Saíz (AHS) en Cienfuegos, que es una ciudad que tiene una importancia en ese momento para el país, porque a inicios de los noventa se está construyendo la Central Termonuclear de Juraguá,⁵ se está construyendo la refinería, que sería un polo industrial importante, y era una ciudad muy joven, donde había un grupo importante de ingenieros graduados en el campo socialista que habían vivido la experiencia de lo que estaba ocurriendo en el socialismo europeo.

* Raúl Capote (La Habana, 1961). Escritor y periodista cubano. Máster en Relaciones Internacionales e Historia Contemporánea por la Universidad de La Habana. Fue reclutado por la CIA para organizar la guerra cultural en Cuba, hasta que se reveló su verdadera identidad como agente la Seguridad del Estado cubana.

⁵ El proyecto de la Central Termonuclear de Juraguá, Cienfuegos, en la zona central de Cuba, generaría electricidad con el uso de la energía atómica. No pudo ser terminado. Su construcción fue iniciada en la década del 1980, pero la desaparición de la Unión Soviética obligó a cancelar las obras en 1992.

Identifican Cienfuegos como una ciudad importante para el trabajo de la CIA, y se acercan a mí precisamente a través de ONGs extranjeras. Llegan editoriales extranjeras a proponerme financiamiento, diciéndome que están dispuestos a darme dinero para que publique libros, desarrolle proyectos culturales, porque ven la posibilidad de que yo pueda desarrollar un trabajo dentro del mundo intelectual. En ese momento yo era uno de los propuestos para ser uno de los vicepresidentes de la AHS a nivel nacional y ellos vieron la perspectiva de lo que eso podía significar.

¿Cuándo te diste cuenta que se trataba de la CIA?

Realmente me di cuenta casi desde el primer momento, me habían advertido que eso podía suceder y preparamos el escenario. Hicimos un trabajo muy minucioso para que ellos se acercaran, de manera que poco a poco fueran viendo que yo podía ser un elemento importante para ellos. Cuando me trasladado para La Habana, paso a trabajar en el Sindicato de Trabajadores de la Cultura, como organizador en la capital, y paso de atender a poco más de mil miembros de la AHS, a atender a 40 000 trabajadores de la cultura. Ahí se empiezan a hacer mucho más visibles, comienzan a aumentar el intercambio.

Siempre las personas que se acercaban a mí son académicos, profesores universitarios. Me invitaban a viajar, a dar conferencias, me decían que veían en mí a un gran intelectual. Empiezan sobre todo a trabajar mi ego. Me decían que era el mejor escritor de Cuba, que podía ser un gran académico, que era una lástima que viviera en un país como este, en una dictadura, etc., que si viviera en un país libre fuera un autor rico y con éxito. Se hicieron de mis libros, se ocuparon de promoverlos fuera de Cuba.

Para el año 2004 estaba claro que era la CIA, y me invitan a una reunión en la que ellos ya no lo esconden. En esa reunión me presentan a las personas que ahí estaban y me dicen: Mira, él es un funcionario de una organización nuestra que tiene experticia en Europa del Este, eso estaba más claro que el agua, o él es un oficial nuestro que trabajó en Rusia, en Polonia, etc. Ya en ese momento ellos tienen un nivel de confianza conmigo que les permitía identificarse más.

En 2005 ocurre el reclutamiento oficial. Me dicen: Somos la CIA, queremos que trabajes para nosotros, somos una especie de fraternidad. No tenemos vínculos con ningún partido político, defendemos los ideales de Estados Unidos, la democracia y la libertad en el mundo entero. Es una gran oportunidad para ti, no corres ningún peligro, nosotros siempre vamos a estar cerca de ti para protegerte y para que tengas éxito en la vida.

¿Desde cuándo vienen las estrategias para crear una nueva contrarrevolución en Cuba?

En 2004, específicamente el 14 de mayo, y hago hincapié en la fecha porque ese mismo día se está haciendo un acto masivo frente a la Oficina de Intereses de Estados Unidos en La Habana (SINA), donde Fidel está denunciando el incremento de las medidas agresivas del gobierno de Estados Unidos respecto a Cuba. Era el período de George. W Bush, y se habían anunciado por ese presidente, unos días antes, un grupo de medidas de endurecimiento del bloqueo contra Cuba. Incluso, había asegurado de que iba a acabar con la Revolución Cubana. Estamos hablando de uno de los períodos más agresivos de Estados Unidos contra Cuba.

En esa reunión, que se realiza en La Habana, en casa de un funcionario estadounidense que se llamaba Francisco Sáenz,

que era el jefe político económico de la SINA en ese momento. Se reúnen varios funcionarios estadounidenses y un grupo de oficiales de la CIA, incluyendo los que venían de haber tenido experiencia de trabajo en Europa del Este, venían de haber trabajado en la antigua Unión Soviética, en la Alemania democrática, y que habían sido traídos a La Habana porque ellos estaban hablando de un cambio de estrategia respecto a Cuba.

Es la primera vez que yo escucho por parte de ellos que la política que habían seguido de mano dura hacia Cuba había fracasado, que era imposible acabar con la Revolución Cubana de esa manera, y que había que pensar en una nueva estrategia que tuviera como fundamento la seducción y la guerra cultural. Cambiar la visión que los cubanos tenían de Estados Unidos, sobre todo que dejaran de verlos como el enemigo.

Decían que, para lograr tener éxito, en un plazo de 10 a 15 años debían lograr en Cuba una masa crítica que no viera en la Revolución la solución a sus problemas y que comenzara a ver el capitalismo como esa solución.

De la reunión sale la idea de crear el Proyecto Génesis, que va a formar parte de esa estrategia de Estados Unidos contra Cuba y que tenía como misión inicial la formación de nuevos líderes. Ellos reconocían que los líderes de la contrarrevolución que existían en ese momento tenían un nivel de desprestigio y de incapacidad tan alto que no les daban el resultado que ellos querían, y que debían buscar nuevos líderes.

Había que buscarlos en las universidades, tenían que ser jóvenes, sobre todo, que fuesen militantes de la UJC, o que tuvieran un activismo dentro de la FEU, dentro de la Revolución, que fueran hijos de revolucionarios, de familias integradas al proceso revolucionario; para que, mediante un plan de acercamiento a ellos, proponiéndoles becas especialmente en

Europa, ellos pudieran en un plazo de 10 a 15 años, que era el tiempo en que ellos planificaban cambiar las cosas en Cuba, contar con un grupo importante de nuevos líderes, o por lo menos de gente que simpatizara y que tuviera una visión diferente de Estados Unidos.

Ahí comienza la idea de crear una contrarrevolución nueva, diferente, que se moviera desde la izquierda y no desde la derecha. Uno de los funcionarios estadounidense presentes se refiere a que la derecha en Cuba no tenía un arraigo popular, que en el país no había una tradición de que la agente siguiera un pensamiento de derecha, y que quizás eso había afectado la imagen de Estados Unidos apoyando a una contrarrevolución derechista, y que había que pensar en una contrarrevolución que aparentemente tuviera un pensamiento de izquierda.

Se plantea también la necesidad de que esa contrarrevolución tuviera una prensa nueva, porque ellos valoran que la prensa independiente en Cuba, la que ellos habían utilizado hasta ese momento, estaba compuesta por individuos que muchas veces no eran periodistas, tenían un bajo nivel cultural y no tenían la capacidad de crear ni divulgar los contenidos que ellos querían promover.

Yo había estado trabajando ya con Estados Unidos, fundamentalmente con ONGs y a partir de esa reunión se empieza a desencadenar un proceso de trabajo en el cual participo.

WikiLeaks revela un cable en el que los diplomáticos estadounidenses decían que eran los blogueros los que serían efectivos en Cuba, así comenzamos a ver ciclos de varias generaciones de actores políticos y mediáticos. ¿Cómo se da ese proceso?

Para lograr esa nueva contrarrevolución trabajan con personas como Yoani Sánchez, la convierten en una bloguera súper

premiada y le dan una promoción como nunca antes habían hecho con nadie. Pero Yoani se les desgasta con el tiempo, llega el momento en que no cumple con los objetivos que ellos querían, se convierte en un elemento desechable y comienza lo que pudiera llamarse una novísima contrarrevolución, Mónica Baró y otros «periodistas independientes», que empiezan a trabajar en la línea que el gobierno de Estados Unidos comienza trazar con ellos.

¿Cómo aparece Open Society?

La experiencia de Génesis, el proyecto surgido en esa reunión, se va enriqueciendo con lo que va ocurriendo en Europa del Este y en América Latina, especialmente en Venezuela, porque los estadounidenses tenían la idea de formar también líderes venezolanos. En ese momento comienzan a sacar de ese país, para formarse en Europa, a estudiantes universitarios venezolanos, que incluso viajaban con un profesor al frente. Iban a prepararse. Y toda la experiencia de lo que está sucediendo allá: los golpes blandos, las revoluciones de colores, comienza a integrarse al proyecto. Ahí entra a jugar Open Society y grupos que se han creado en Europa. Recuerdo haber tenido contacto con Optor, para utilizar la experiencia de ellos en la ex Yugoslavia, en Serbia, para la formación de grupos en Cuba.

¿Pudiera considerarse el proyecto Cuba Posible, financiando por Open Society, como una evolución de Génesis?

Génesis fue denunciado públicamente en 2011 a través de un programa emitido por la televisión cubana que se llamó Razones de Cuba, y eso fue un golpe demoledor, porque era un proyecto al que le habían apostado muchos recursos, y de buenas a primeras se denuncia públicamente, nada menos que

por la persona que está dirigiendo el proyecto, al que ellos han aportado como líder de cambio en Cuba, que se revela como un agente de la Seguridad del Estado cubana.

Pienso que lo que viene a sustituir el trabajo de Génesis va a ser Cuba Posible, porque se parece mucho a los objetivos fundamentales. Génesis era un proyecto ideológico desde la izquierda o centrista, que debía aparecer públicamente en un momento en que estuviera ocurriendo un Congreso del Partido Comunista de Cuba, que estuviera ocurriendo un cambio generacional, que estuviera siendo electo un nuevo presidente. Debía salir a la luz pública como un discurso aparentemente socialista, diciendo que no veníamos a acabar con la Revolución, sino que nosotros queríamos mantener algunas de sus conquistas fundamentales, pero veníamos a renovar el pensamiento socialista, y que lo que queríamos era aplicar un socialismo moderno, en línea con lo que está ocurriendo en el mundo. Cuba Posible fue heredero de esa línea utilizando en su discurso esas mismas cosas que Génesis debía desarrollar.

¿Este uso de ONGs y fundaciones extranjeras para financiar proyectos contrarrevolucionarios, que por sus características tienen como un camuflaje que se confunde con entidades internacionales verdaderamente honestas, puede tener éxito?

Uno se imagina la CIA como el clásico agente de las series de televisión, cuando puede ser alguien que llegue a ti a través de una ONG a proponerte el financiamiento de tu trabajo.

Para eso han creado un grupo de instituciones que le sirven de fachada, que le ha dado mucho resultado en los temas de la sociedad civil, y ha sido exitoso en escenarios donde lo han aplicado.

Se hace también con ONGs. Hay muchas que tienen una colaboración verdadera con Cuba, pero la CIA trata de imbricarse en esas organizaciones o de crear otras que le sirvan para hacer su trabajo. Hacer que la gente no sospeche que se trata de la labor del enemigo.

Así funcionaba con las becas de formación de líderes para estudiantes cubanos. Lo que se les propone es ir a estudiar a una universidad europea, pero la que estaba pagando eso era la CIA, aunque esta no apareciera por ninguna parte. Permanece el tiempo que esté contemplado en el plan, en un curso de liderazgo que tenga que ver con su especialidad, y el proyecto para graduarse es para ser aplicado en Cuba.

La persona venía con un proyecto que podía ser de extensión universitaria, para eso lo ponían en contacto con una ONG que era la que te daba el financiamiento, le proponía a su universidad cubana un proyecto que les va a arreglar el teatro, construir un laboratorio, proveer de cosas necesarias, y todo el mundo en la universidad muy contento. Esa persona podía llegar a convertirse en un líder de referencia en esa universidad porque va a resolver un problema. Mantiene contacto con la universidad extranjera, que lo lleva nuevamente a formarse como máster o doctor, y al cabo de unos años tendrían un cuadro perfectamente formado, financiando por una ONG, haciendo un grupo de actividades sin que nadie sospeche que se trata de alguien que está trabajando en la práctica para un servicio extranjero, sino que lo vean como un líder comunitario simplemente realizando su labor.

Luego esta persona es integrada como figura, de forma más o menos consciente, al trabajo y los contenidos de proyectos con las características de Génesis, a los medios independientes creados y al activismo político fabricado en las redes.

Algo que la CIA hace con mucha efectividad es que la gente deje de ver al enemigo. Que sean tipos simpáticos, que en las redes sociales hagan amistad contigo, que el lenguaje que utilicen no sea el que usualmente utiliza la contrarrevolución, y que pueda convertirse en una figura que uno la ve de una forma natural, simplemente como alguien que piensa diferente pero que no es el enemigo, que no es el tipo de gente que está pidiendo que nos vengan a invadir, que mañana desembarquen los marines en Cuba y acaben con la Revolución por la fuerza, que no dice que hay que exterminar a todos los revolucionarios, sino que es alguien que simplemente está diciendo que hay que hacer algunos cambios, que hay que modernizar, y que se confunda dentro de ese lenguaje.

Esto tiene un momento de notorio funcionamiento durante el gobierno de Barack Obama y su estrategia diplomática hacia Cuba. Se especula que puede ser retomada por el gobierno de Joe Biden ¿Qué significa para esa línea el retorno a una retórica agresiva durante la presidencia de Donald Trump?

La estrategia de Estados Unidos contra Cuba es una sola. Ellos trabajan con escenarios posibles, y hacen trabajo prospectivo hacia el futuro. La decisión tomada en 2014 de cambiar la política hacia Cuba fue pensada en el tiempo, a partir de la derrota de la antigua manera de concebir el cómo derribar la Revolución Cubana.

Lo que pasa con Trump es que, al haber también un nuevo gobierno en Cuba, un cambio generacional, no solamente del presidente, sino que cambian muchos dirigentes en diferentes estructuras del gobierno, hay incluso una nueva Constitución, han ocurrido un grupo importante de cambios en el país, reformas que se vienen aplicando desde el gobierno del General de

Ejército Raúl Castro, la actitud de su gobierno es como diciendo: Vamos como para ver de qué están hechos esta gente ahora en Cuba, qué capacidad de resistencia tiene este nuevo gobierno, ver si es una continuidad real de la Revolución Cubana o si esta gente puede tener algún tipo de reacción diferente.

Pasado eso creo que cualquier gobierno estadounidense que viniera, nuevamente le daría continuidad al plan de la seducción, la guerra cultural, el intercambio académico, la formación de líderes.

¿Cómo se utilizan las redes sociales para que sean el soporte principal de esa estrategia?

La estructura de trabajo que la CIA utiliza para este tipo de planes tiene un Centro de Actividades Estratégicas, que a su vez tiene Grupos de Trabajo, integrados por Grupos de Acción Política con Fuerzas de Tarea para actuar en cualquier lugar del mundo. Eso es parte de la estructura. A nosotros nos crearon nuestra Fuerza de Tarea en 2017, para el trabajo con internet, que a su vez tiene la misión de contratar *net centers*, laboratorios de internet que se dedican a hacer estudios de la población cubana, estudios de *big data* (minería de datos), para sectorizar la información que llega a Cuba a través de las redes sociales, poder distribuir la información hacia diferentes sectores, y así influir en lo que a ellos les interesa movilizar.

¿Qué papel juegan en esta estrategia figuras y espacios digitales que han surgido con una retórica más propia de la política agresiva contra Cuba?

Algunos de estos *nets centers* tiene como función hacer propaganda negra; funciona en todo el mundo, por ejemplo, hacer propaganda contra determinado candidato en elecciones. En el caso de Cuba han tenido la función de hacer ciberacosos, con

asesinatos del carácter, para desprestigiar a figuras del gobierno cubano, a intelectuales revolucionarios que les interesa desacreditar ante los ojos de la población cubana.

Utilizan un recurso viejo, que llaman «el hombre de paja», que es crearle a una persona características que realmente no tiene, decir que esta persona es un estalinista, es alguien que tiene un pensamiento muy cerrado, o que es inculto, y te fabrican una figura sobre la cual dirigen todos los ataques. Eso hace que aquellas personas que no lo conocen, lo vean no como realmente es, sino como lo han construido. Cuando eso ocurre contigo, tu posibilidad de influir sobre la gente se limita muchísimo porque la visión que la gente tiene de ti es muy negativa.

Para eso contratan cibersicarios, y aparecen figuras como Ota Ola, que no es más que eso, un sicario digital contratado para hacer la guerra sucia.

Este tipo de contrarrevolucionario que lo han utilizado muchas veces, y que lo han desechado muchas veces, que la gente termina despreciando, de que la gente dice: ¡Caramba, hasta cuándo vamos a tener que seguir soportando lo que este hombre está diciendo! —esto no es nuevo, antes tuvimos periodistas independientes con esas características, solo que ahora son youtubers—. Este tipo de contrarrevolucionario, también busca invisibilizar la función que cumplen otros contrarrevolucionarios que, por contraste, a la gente les puede parecer un poco más potables, un poco más aceptables. En el diseño de la CIA, esto hace que no se vea con toda claridad la gente que está trabajando en sus objetivos fundamentales y que de verdad está cumpliendo el objetivo que ellos quieren lograr.

Ellos tenían la visión, y me lo explicaron muchas veces, de que este tipo de contrarrevolución, cibersicarios, medios independientes, activistas, etc., tenían la función de hacer que el

Estado cubano gastara recursos humanos y materiales en tratar de contrarrestar esa contrarrevolución. Eso obliga a las organizaciones de masas, a las instituciones, a dedicar recursos para contrarrestar eso. Se ponen a trabajar en un proceso de difamación en redes sociales a las organizaciones y a las instituciones, y estas tienen que responder.

Es muy parecido a lo que tuvimos que hacer relacionado con la Defensa, nos vimos obligados ante la amenaza de una agresión militar a gastar recursos en armamento, en prepararnos. Lo que esta agresión ahora ocurre en el ciberespacio, y obliga también a gastar recursos y fuerzas. Pero tenemos la obligación de enfrentarla y hacerlo exitosamente.

La Revolución cuenta hoy con conocimientos que no tenía hace unos años atrás. El país tiene hoy los recursos humanos, los argumentos y contenidos necesarios para enfrentar ese tipo de campaña, tiene un nivel de penetración de internet que no tenía años atrás. Es necesario hacer una especie de guerra de todo el pueblo, como mismo la habíamos pensado con las armas. Si logramos que cada cubano pueda contar en redes sociales lo que cada día se hace bien en nuestro país, si a partir de una estrategia organizada el pueblo llega a actuar en las redes sociales como mismo nos preparamos desde hace años para enfrentar al enemigo en el terreno militar, creo que las posibilidades de éxito contra Cuba de ese mismo enemigo en este nuevo escenario son muy pocas.

El poder no sale de la nada

Entrevista a Pedro Jorge Velázquez*

¿Cómo era la participación en espacios digitales antes de tener acceso a internet como tenemos hoy?

Lo que se usaba era el correo electrónico, uno enviaba un trabajo, le escribía a alguien por un correo específico, pero no desde los diferentes medios que se pueden tener en el internet ahora, que cualquiera te puede mandar además una foto, un video, un audio, un chat, antes era puro texto por correo. En ese entonces lo que tenía era un simple email y no conocía lo que eran las redes sociales, me conectaba una vez a la semana y veía pocas cosas. No había casi posibilidad de conectarse. Luego, cuando comencé a tener un poco más de acceso en la universidad, una vez a la semana revisaba las notificaciones, no sabía ni siquiera que las redes sociales se podían usar para una causa política.

Pensaba que eso era solo de la vida personal, para subir fotos de uno; era un ambiente en el que comenzaba a interactuar. Pero con esa conectividad era muy difícil reflejar tu vida, subir una foto, era muy difícil la comunicación. Cuando fue llegando a

* Pedro Jorge Velázquez (Sancti Spíritus, 1996). Periodista, bloguero y *youtuber*. Cocreador de los proyectos web *Horizontes*, *Bufo Subversiva* y *Areté*. Al ser entrevistado cursaba el último año de Periodismo en la Universidad Central de Las Villas.

Cuba el internet por wifi, y luego por datos, pudimos ver ya un escenario mejor donde comunicarse es una palabra de acción. Permitía tener comunicación directa por mensajería instantánea. La tuvimos ya con la plataforma cubana Todus, de alcance nacional, que fue antecesora a que llegara todo el internet por datos móviles y se pudiera uno comunicar por Whatsapp. Con Todus ya se creó una comunidad que comenzó a hablar directamente sobre diferentes temas, a debatir con personas que estaban al otro lado del país, cosa que antes era imposible.

En algún momento había muchos prejuicios políticos – es algo que todavía se está superando – con tener un blog, en un primer momento eso era patrimonio de la contrarrevolución, o sea, decir que eras bloguero era que te miraran con una desconfianza política. ¿Cómo recuerdas esta etapa y el tránsito hacia una mayor comprensión institucional de lo que significaban los blogs?

Comencé a escuchar de los blogs desde que estaba en el pre-universitario, en ese momento se hablaba del blog *Generación Y* de Yoani Sánchez, y mencionar la palabra blog era casi mencionar eso. Había la idea de que era algo propio de la contrarrevolución. En el discurso de la institucionalidad empezó a creerse que tener un blog era actuar desde la contrarrevolución, y fue así porque los primeros que empezaron a proyectarse políticamente con blogs fueron ese tipo de personas. Pero el escenario fue cambiando porque otros usuarios de la red se dieron cuenta de que también podían defender la Revolución armando sus propios blogs.

Hubo jóvenes revolucionarios que tuvieron que enfrentarse a criterios contrarios, a incomprendiones iniciales, incluso de otros jóvenes, en las universidades, en organizaciones como la UJC y la FEU, que en

un primer momento no asimilaban el uso político de los blogs para defender la Revolución, y les cuestionaban: «Un blog no, eso no está autorizado, eso no está permitido». ¿Conociste ese tipo de situación?

Yo específicamente no viví cosas como esas porque mi experiencia fue el trabajo con el blog *Horizontes*, en la Universidad Central de Las Villas. Desde sus inicios yo creo que tenía muy bien pactado cuáles eran sus proyecciones, y no se vivió ese tipo de cuestionamiento. Antes sí. He conversado con personas que sintieron esa presión. También es cierto que varios blogs no asumieron una postura sólida y perdieron la función con que se iniciaron en ese contexto. Pero al final la espontaneidad del que es revolucionario, del joven o de la persona que lo estaba haciendo, primó por encima de esos cuestionamientos y se dieron cuenta que desde esos proyectos personales o grupales que se estaban iniciando, había una oportunidad nueva de defender la Revolución, una oportunidad que se estaba perdiendo.

¿Crees que ese proceso nos retrasó en fortalecer un tipo de participación política en internet frente a una maquinaria enemiga que cada vez se desarrollaba más?

Todas las cosas en la vida tienen su tiempo y creo que el momento ha ido llegando en la medida que se fueron dando posibilidades nuevas desde el acceso a la tecnología, a la conectividad, pero también en la medida en que los grupos en Cuba fueron definiéndose, encontrándose, abrazándose. Quizás en un primer momento ahí teníamos una desventaja, pero nos hemos sabido recuperar, porque muchos jóvenes revolucionarios han armado proyectos propios y han recuperado ese tiempo que quizás se perdió o que otros no supieron aprovechar de la mejor manera.

Los prejuicios se han ido superando, y se ha ido entendiendo que la juventud de hoy es crítica, que entiende los problemas socioeconómicos, que ve las estructuras burocráticas que el mismo Fidel criticó, que entiende cuales son los mecanismos trabados cuando el presidente dice que tenemos que destrabar la economía. Es una juventud que cree en la crítica desde la izquierda, que en esa contradicción que pueden tener los jóvenes que tienen un pensamiento marxista revolucionario van a encontrar un buen camino. Y esos prejuicios se han ido sacando, aunque son prejuicios que pueden venir de las personas que nos critican a nosotros pero que en su momento pudo haber venido de nosotros, o sea pudimos haber tenido prejuicios con personas que eran muchachos revolucionarios, que criticaban esto o lo otro. Hemos ido aprendiendo a aceptar que no son jóvenes que quieren darle la espalda la Revolución, porque tienen en ella una sedimentación histórica; hay que abrazarlos, y hay que tratar de entendernos, porque en esa unidad nosotros vamos a sumar y no a restar.

¿Cómo se ha utilizado en ese nuevo ámbito de participación política la creación de un estereotipo a partir de la etiqueta de «oficialista», algo que se ha convertido en un instrumento de terror, que la agente evita porque tiene miedo a que lo identifiquen así?

Los estereotipos son fuertísimos porque las palabras marcan, y están los que te tratan de marcar para siempre. Cuando se trata de decirte oficialista, llega un momento que muchos jóvenes le cogen odio a esa palabra y se quieren alejar de ella. Porque lo que aprendieron desde su universidad, es a no ser un oficialista, sino a ser un muchacho espontáneo. Creen que la espontaneidad es alejarse de la institucionalidad, no tener vínculos con ella.

Entonces que tu defiendas en la red algo relacionado con la Revolución y que alguien te diga en un comentario o te escriba por interno diciendo: «Mira, utiliza tu tiempo para decir lo que en verdad piensas, no lo utilices para defender gente que al final está viviendo mejor que tú». Eso te va marcando, te van tratando de poner contra la pared en un escenario que es salvaje como es el de las redes sociales, donde todo el mundo tiene la oportunidad de atacarte si tienes la publicación abierta. Hay una opción en Facebook con la que puedes dejar tu post público para que las personas compartan tu idea, pero entonces entran otras personas a atacarte, a decir cosas de tu privacidad.

¿En algún momento tu expresión política en las redes marcó diferencias en el mundo real?

Sí, ha marcado diferencias en el mundo real porque incluso amigos me han dejado de hablar, otros me escriben y me dicen: «Yo no pensé nunca eso de ti», aunque yo siempre he pensado del mismo modo. Algunos amigos te van cuestionando de un modo más sutil, pueden dejar un estado en WhatsApp donde dicen que no están de acuerdo con algo, o van dejando mensajes en los que te das cuenta de que quizás están hablando de ti, entonces uno lo que tiene es que reaccionar a eso de forma positiva, saber manejarlo, escribirle de forma respetuosa y tratar de decirle: «Este soy yo, me aceptas como soy, como pienso o si no nuestra relación de amistad no puede seguir, porque yo te acepto como tú eres, con tus particularidades, con tus diferencias».

Marca diferencias en el mundo real porque te va dotando de ciertas capacidades que antes no tenías, de una valentía social que se va sedimentando y va terminando en radicalización, en identidad. Creo que eso es lo que más necesita alguien cuando se enfrenta a eso.

En un ambiente así, ¿cómo se manifiesta la ambigüedad? Hay quien prefiere estar equidistante, poniendo publicaciones que puedan servir para todos los bandos y así nadie los ataca.

Lo ambiguo es lo más fácil para ganar adeptos. Ese llamado «centro», donde no vas hacia acá, ni hacia allá, y entonces te pones a hablar del amor al ser humano, el amor a las personas, etc., y no tomas una postura política definida. Es muy fácil tomar la postura de «Yo no voy a atacar a los de San Isidro,⁶ tampoco voy a atacar a los de la Tángana, vamos a respetar-

⁶ San Isidro: Se refiere al *show* mediático en torno al grupo contrarrevolucionario cubano autodenominado Movimiento San Isidro, por el barrio de La Habana en que se encontraba su sede. El grupo se dedicaba a la realización de performances artísticos, que realmente eran acciones que buscaban la alteración del orden público y la provocación a las autoridades para propiciar eventos mediáticamente aprovechables. Durante el mes de noviembre de 2020 escenificaron una huelga de hambre —cuyo carácter real nunca fue esclarecido— para presionar políticamente a las autoridades cubanas que impedían la realización de más acciones públicas. El grupo recibió numerosos mensajes de apoyo de la embajada de Estados Unidos. En la noche del viernes 27 de noviembre de 2020, actores políticos contrarrevolucionarios convocaron a una concentración en las afueras del Ministerio de Cultura, que logró convocar a varios cientos de personas, para escenificar una manifestación a favor del grupo y pretender un diálogo. Una treintena de representantes fueron invitados al interior del edificio, para iniciar varias sesiones de exposición de sus reclamos, pero finalmente estos mismos rompieron las conversaciones cuando comenzaron a no resultarles útiles políticamente, sino más bien contraproducentes. La reacción a estos sucesos provocó que en la tarde el domingo 29 de noviembre se realizara en el parque Trillo, en Centro Habana, una concentración de jóvenes en apoyo a la Revolución Cubana que se había comenzado a movilizar el día antes de manera espontánea en las redes sociales con el nombre de La Tángana, haciendo alusión a las manifestaciones estudiantiles durante la Revolución del 30. Las intervenciones de los jóvenes que hablaron ante la muchedumbre reunida en el parque fueron recogidas en el libro *Tángana en el Trillo. Voces jóvenes de la izquierda en Cuba* (Ocean Sur, 2020).

nos...», y por ahí entra el discurso de la libertad de expresión como si fuera una entelequia, como si fuera un concepto abstracto. Yo creo que es una actitud oportunista, una actitud que se queda al margen, fuera de lo que necesitamos. En unas circunstancias tan complicadas y contradictorias como las que vivimos, quedar al margen es casi darle la razón al que nos está oprimiendo, a los que nos están exponiendo a este tipo de condiciones en las que se vive hoy.

Es muy difícil que alguien pudiera estar en contra de la libertad de expresión o del amor porque son valores universales. ¿Cómo ocurre esa construcción, incluso la apropiación de un lenguaje, que se convierte en una herramienta para inhabilitar a todo aquel que intente expresar un criterio ideológico más sólido y específico?

Es que todos esos discursos se utilizan al final para causas políticas, para encontrar fines políticos. Ese discurso del amor, que es un discurso universal, porque nadie puede estar en contra del amor. Pero, ¿cuáles son las causas que van a determinar ese amor al ser humano? ¿Es el capitalismo un sistema que pro-

Tanto los sucesos promovidos por la contrarrevolución el 27 de noviembre ante el Ministerio de Cultura, como la reacción revolucionaria de La Tángana, provocaron un cambio de la política informativa del gobierno cubano en los medios de prensa, que hasta ese momento había sido la de guardar silencio ante el avance de una estrategia de guerra no convencional, y dio inicio a un volumen de información al respecto. La revelación de numerosos elementos que vinculan a los operadores políticos relacionados con las acciones de asedio al Ministerio de Cultura del 27 de noviembre, para provechar lo ocurrido con San Isidro, como luego el intento de aprovechamiento de las más complejas y violentas situaciones ocurridas del 11 de julio de 2021 ante el escenario económico y social provocado por la pandemia de la Covid-19, que incluyó un frustrado intento de asedio similar a los estudios del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), hicieron que muchas personas ganaran en claridad sobre lo que realmente estaba ocurriendo.

duce amor al ser humano? ¿El socialismo cubano está enfren-
tado a un sistema que ama al ser humano? Creo que quien hable
de amor al ser humano, de valores universales de ese tipo, debe
tratar de conectarlo a causas más sociales y concretas.

Podemos hablar de la red social Instagram, que es una
red social con sus particularidades, porque es de lo *cool*, de lo
nuevo. Es una red social visual, por lo tanto, más materialista
en lo que proyecta. Donde hay muchachas que utilizan su físico
para ser influencers o instagramers. Pero ahí tenemos también
empresas privadas que han ido a ese mundo, proyectos surgi-
dos de esto que están ahora mismo en Instagram tratando de
comunicar. Se ponderan mucho los valores del capitalismo,
del mercado, y la comunidad cubana que se forma ahí repro-
duce eso. Hay toda una dinámica donde se le hace publicidad
a una empresa de Miami de recargas telefónicas, y las mismas
instagramers son las que les hacen la publicidad, estas empre-
sas después le generan ingresos por la cantidad de seguidores.
Por lo que siempre están buscando como aumentar seguidores
haciendo lo que es tendencia, reproduciendo el tipo de conte-
nido que ya les ha asegurado seguidores a otros. Entonces las
instagramers siguen el *challenge* que está haciendo Beyoncé, y las
que siguen a esas *instagramers* cubanas terminan haciendo el
challenge de Beyoncé.

De esa forma hay cosas que llegan al punto de la superficia-
lidad mayor, por ejemplo, en Turquía se comenzó hace meses
atrás un *challenge* por el empoderamiento de la mujer que con-
sistía en mostrar fotos en blanco y negro, que se hicieron virales,
de mujeres que habían sido golpeadas, asesinadas, y esa era la
idea del *challenge*. Era un discurso fuerte contra el machismo,
contra el sistema patriarcal, aprovechando las redes sociales.
Cuando las grandes *influencers* del mundo se apoderaron de

ese *challenge*, estamos hablando de las artistas pop, ya no era el mismo discurso, subieron fotos de ellas en blanco y negro, y ya no era el discurso de las mujeres asesinadas. Cuando llegó aquí a Cuba, las *instagramers* hicieron lo mismo, fotos de ellas, y se llenaron las redes sociales de fotos de mujeres hermosas en blanco y negro sonriendo. Podía haber algo de solidaridad en eso, pero la esencia original no era de mujeres sonriendo, era de mujeres que estaban muriendo. Ahí se ve la capacidad de dilución de las esencias que tienen estas redes. Una lucha, un discurso que era fuerte, se diluyó y se convirtió en superficial. Todavía podía haber una sororidad, un mensaje de empoderamiento en que las mujeres salieran felices, pero ese no era el discurso con el que surgió en su intención inicial y esto es un peligro de ese doble filo de las redes sociales.

¿Cómo se combina en el ámbito cubano esta apropiación política de las causas sociales con el funcionamiento de los algoritmos?

En el documental estadounidense *The social dilemma* se habla principalmente desde una visión comercial, cómo se estudian las características de las personas, sus gustos, por el tiempo que pasan en su *feed* de Facebook, la publicación que más están mirando (sin siquiera que hayan reaccionado a ella) y en el documental se muestra desde un punto de vista comercial, que esto se usa para vender un producto.

Pero creo que obviaron un poco la parte política que se está haciendo desde Facebook. Se está usando esa plataforma para llegar a diferentes actores y grupos, con publicaciones que esa red posiciona. Por eso te puedes encontrar que en mi *feed* personal de Facebook medios a los que yo nunca les he dado like, páginas a las que nunca les he dado seguir —como *ADNCuba* o *Cubanet*—, me salen constantemente y me ponen

«Sugerencia para ti». Nunca me ha salido en Facebook que me sugieran el diario *Granma*. Son unas variables que se van condicionando para tratar de que tú leas ese otro discurso. Igual pasa cuando pones la palabra Cuba en You Tube o en Google, y ahí en seguida te van a salir muchos videos del *influencer* Otaola o te van a salir páginas de *Cibercuba*.

¿Esto también ocurre con los líderes de opinión?

Lo que pasa es que Facebook está posicionando los *influencers* que ellos quieren que lleguen a la juventud cubana, porque si a ti te interesa específicamente el tema de LGBTI, y podemos tener conciencia de que lo que más se ha hecho por esa comunidad en Cuba se hace desde el CENESEX, dirigido por una persona que puede considerarse *influencer* como Mariela Castro —que ha tenido que batallar contra esquemas institucionales, contra personas decisoras que todavía tienen un pensamiento retrógrado, y ella se ha impuesto y ha llegado a la Asamblea Nacional con ese discurso—, en vez posicionarla a ella —que es una persona muy atacada políticamente en las redes—, a Manuel Vázquez Sejjido, a Francisco *Paquito* Rodríguez Cruz, posicionan a otras personas que tienen un discurso de confrontación con la institución, contra el CENESEX, porque lo que le interesa a Facebook es que tú leas ese discurso pro LGBTIQ+, pero que te alejes de la institución. Que seas de los que apoyan esa causa, pero por el lado de los que agreden al gobierno, a la institucionalidad.

Eso pasa también con muchas otras circunstancias, con músicos ocurre, no te posicionan, por ejemplo, a Arnaldo Rodríguez, que defiende el proyecto político revolucionario, ni a Adrián Berazaín, ni a Buena Fe, ni a Ray Fernández, ni a muchos artistas, sin embargo, te posicionan otros que tienen una posición de

acritud hacia el gobierno, esos son los que aparecen sugeridos en tu muro. Entonces los ves y dices: «mira a los artistas posicionándose por tal cosa, mira la tendencia de los artistas» y esa es solo la tendencia de algunos. Ahí lo que se ve es una sugerencia de la Cuba que ellos quieren que tú consumas.

Así se produce también la fabricación mediática de lo que resulta socialmente –entiéndase políticamente– aceptado como cool, en contraposición con lo oficialista, que viene a ser lo cheo. ¿Ocurre igual con la estigmatización del lenguaje político que habla de Revolución y contrarrevolución, o que habla del boqueo?

Hay una intención de sembrar la idea de que gritar una consigna es burdo, que decir Revolución es ser un repetidor, y desde esa idea se trata de diluir el concepto de lo que es contrarrevolución, que no se mencione. Que no se hable de mercenarismo, aunque sabemos lo que implica ser mercenario, una persona que cobra dinero de otro gobierno y de organizaciones enlazadas a él para practicar oposición a tu gobierno. Entonces tratan de desaparecer estos conceptos, estigmatizando a quien los utiliza y ensalzando a quien no lo hace. Al que los menciona, se le presenta como que es un bruto, y quien no los menciona es un alternativo, una especie de hombre nuevo, con un pensamiento nuevo para mostrar. Pero cuando a ese alternativo le preguntas por el bloqueo, lo que dice es: «Ahh... siempre estamos hablando del bloqueo»; como si el bloqueo no existiera.

En esta construcción de una especie de «alternativismo político» en Cuba, si es que existe el término. ¿Qué papel juegan los autodenominados medios digitales independientes?

Estos periodistas se llaman a sí mismos alternativos, olvidando que lo alternativo al sistema hegemónico es ser socia-

lista, eso es ser verdaderamente alternativo. Usan la palabra «independiente», pero... ¿quién paga *El Toque*, quien paga *Periodismo de Barrio*, quien paga *El Estornudo*, quien paga *Tremenda Nota*? Porque siempre hay alguien que los sostiene. Se dicen independientes por serlo del presupuesto del Estado, pero, ¿son verdaderamente independientes? ¿Nadie les dice es por aquí, esto sí, esto no? Es una pregunta que uno puede hacer luego de saber quién les paga. Por eso yo los llamo «presupuestados no estatales».

¿Cómo se acuñó el término «ciberclaria» y cómo llegó a ser utilizado para lo contrario que se inventó?

Ciberclaria fue un término acuñado en Miami para llamar así a todo el que defiende una posición que puede ser a favor de una Cuba mejor desde la perspectiva de la Revolución. Inicialmente le llamaron «ciberclaria» a quien asume eso como parte de su trabajo, a quien le dan conexión para eso y lo hace anónimamente, con nombres falsos, cuyas publicaciones son todas defendiendo a la Revolución.

Es un término que se usa mucho para burlarse de la gente, pero ha habido jóvenes que han dicho: «si me van a decir ciberclaria, pues lo soy, y lo han convertido en una identidad». Se ha creado una página de memes con ese nombre, que fue una idea comunicativa genial. Y se le ha quitado el sentido peyorativo a la palabra.

Sobre los perfiles falsos, ¿crees que es válido que los servicios de seguridad de un país bajo ataque tienen derecho a usar esos métodos para defenderlo?

El Estado tiene todo el derecho a defenderse, jurídico, legítimo, de defender la Revolución por muchas vías, pienso que

es válido que se haya encontrado esa vía para defenderla para personas que no se quieren, o no se pueden exponer, para que no se sepa que son ellos. Si el Estado utiliza esta forma, creo que es válida, porque así se dicen verdades que de otra manera sería muy difícil, como es el caso del Guerrero Cubano, que es una voz anónima en You Tube.

Lo que sí creo es que en la medida en que los perfiles que están defendiendo a la Revolución — sean reales o no — sepan hacerlo de manera ética, va a ser más útiles para lo que defienden. Porque eso perfiles a veces violan la ética, como mismo hace el enemigo; en esos casos estaríamos haciendo la guerra con los métodos de ellos, que no son éticos. Eso no es fidelista; y Revolución es no violar principios éticos.

Cualquiera diría que los algoritmos funcionan estrictamente a partir del interés de las personas que interactúan en la red, que te sugiere el tipo de cosas que tú ya buscas, sin embargo, sabemos que para Cuba, el gobierno de Estados Unidos creó una Internet Task Force. ¿Crees que existe una manipulación de los algoritmos o un súper aprovechamiento — que equivaldría a lo mismo —, especialmente en función de los usuarios cubanos?

Tengo plena conciencia de que el trabajo de las redes sociales tiene unos algoritmos propios para el contexto cubano. Hay unos algoritmos quizás muy comerciales en el mundo — donde la política está insertada, que nadie crea que no —, pero en el caso del tratamiento de Facebook y Twitter hacia Cuba ese posicionamiento es diferente, se está utilizando para fines políticos, para hacer una invasión cultural.

Yo hablaba también de Instagram, que es propiedad de Facebook; y aquí entramos en el tema de los conglomerados de la comunicación, pues Facebook domina Instagram y Whatsapp,

entonces se está haciendo una política global, vendiendo lo mismo a través de diferentes variables, productos globales que son los que quieren que los jóvenes vean y se interesen por ellos. Hacia nosotros hay una política diferenciada de estas grandes empresas —no solo hacia Cuba, sino hacia la región—, que se ponen al servicio para que la invasión cultural que se ejerce desde los planos hegemónicos sea efectiva.

Habría que verlo como Marshall McLuhan cuando dijo: «El medio es el mensaje». Pero... ¿no crees que estaríamos viendo solamente al instrumento que se utiliza para esa invasión cultural? ¿No corremos el riesgo de confundir la herramienta con quién la utiliza?

Sí, no podamos pensar que Facebook o Twitter hacen eso, porque Mark Zuckerberg u otros empresarios lo deciden, sino que está siendo usado con fines políticos por entes más poderosos, que son superiores a ellos. ¿Por qué Trump ejerció una fuerza contra la masividad de TikTok en Estados Unidos? Porque TikTok es de una empresa china, y si esa aplicación se inserta dentro del espacio de consumo estadounidense, va a haber un volumen de información de ese público nacional manejado por una compañía de una potencia extranjera. Facebook y Twitter son también armas que usa la élite global para posicionarse. No son las redes quienes controlan la política y los estamentos de poder en Estados Unidos, sino al contrario. El poder de esas empresas no sale de la nada.

Cuando la verdadera rebeldía es ser revolucionario

Entrevista a Arianna Álvarez*

¿Qué beneficios te ha traído poder conectarte a internet y qué diferencias marcó respecto a la vida sin acceso a ella? ¿Hasta qué punto las redes sociales han influido en la forma en que te relacionas?

Es indiscutible que con la informatización de la sociedad se abre un abanico de posibilidades para el crecimiento personal y profesional; tienes acceso a información, a las nuevas técnicas que se están trabajando en el mundo, ya sea en la música o en otras materias que te puedan interesar. Es un acceso que antes no teníamos; había que ir a una biblioteca para buscar la información. Ahora es solo tener datos móviles e ir a lo que quieras. También es importante saber decantar qué es una buena información, qué es una mala; pero ya eso entra dentro de la subjetividad y dentro de la preparación de cada cual.

Muchos jóvenes que a lo mejor no teníamos cercanía, no nos conocíamos, nunca habíamos dialogado, nos hemos conocido en las redes sociales, hemos intercambiado ideas, creado proyectos, grupos de debate. Hay muchas plataformas para los

* Arianna Álvarez (Sancti Spiritus, 1998). Profesora de Música. Estudiante del Instituto Superior de Arte. Participante activa en debates políticos en redes sociales a favor del proyecto socialista cubano, lo que le ha llevado a enfrentar varias campañas de ciberacoso.

chats: Telegram, Whatsapp, a veces te atosigas porque estas en muchos grupos.

Compañeros que ya no ves, que están en la distancia o que ya pasó su tiempo juntos en la escuela, se vuelven a reunir, vuelven a hablar de cómo va la vida de cada cual, de lo que está pasando con su carrera, y eso es algo positivo. Pero también hay grupos en los que todo el mundo no tiene la misma formación o el mismo criterio sobre algunos puntos y se entra en conflicto. Con los amigos trato de no hablar de temas que sean conflictivos, o muy divisorios.

Si un grupo no te da tranquilidad o no te sientes bien, es mejor no estar en allí. Si estás en un grupo en el que te sientes bien, tienes cosas afines, crees que te va a aportar, pues ahí te quedas.

También las redes son un espejismo de la realidad, lo que pasa en las redes no es lo que está pasando en la vida del cubano, aunque muchos de nosotros estemos conectados.

La socióloga alemana Elizabteh Noelle-Newman en su libro La espiral del silencio plantea: «Solo un núcleo duro se aferra a sus valores y se resiste a la espiral del silencio». ¿Cómo has sentido la presión ante el criterio dominante en redes y de qué forma lo has superado para emitir un criterio divergente en un escenario agresivo como es el debate político?

Las personas en redes se van por el criterio más popular. Si los artistas están defendiendo una postura, todo el mundo se va por ahí y nadie quiere dar «la contra», decir algo contrario, porque les da miedo que los ataquen, los amenacen o los ofendan. Facebook le da voz a todo el mundo. Todos quieren opinar, quieren hablar, ofrecer su verdad como absoluta. Es complicado porque uno se enfrenta a eso y a veces se cohibe, siente miedo, existen los discursos de odio.

Cuando uno se enfrenta a eso pues a veces trata de quedarse al margen, de no poner su opinión, porque le da miedo que lo ataquen. A veces dentro del discurso que se está manejando mayoritariamente en redes, tu discurso no es aceptado porque no es la media o porque no es lo que se está moviendo en tu círculo y entonces sí, a veces, al inicio, te cohibes un poco, pero luego te das cuenta que tienes que ser lo que eres, tomas tu postura, tus ideas y las plasmas ahí porque para eso es tu perfil, tu plataforma, para plantear lo que tu consideras que sea correcto dentro de tu preparación y tu subjetividad.

¿En qué temas en específico sentiste eso?

Recuerdo que hubo un debate sobre una multa que se le puso a una periodista con criterios, vamos a decir, opo-
sitos a la política del gobierno⁷ y hubo un despliegue en redes apoyándola, atacando a las instituciones como siempre porque es lo más fácil, atacar a las autoridades. Tomé partido en ese momento, dije esto es lo que creo, tengo que aceptarlo, y planteé la diferencia que hay entre el tratamiento a la prensa en Cuba y en otros países. Planteé por qué el discurso era vacío, oportunista, y recibí algunos ataques —pensé que iba a recibir más porque Facebook es una red de mucha confrontación— pero también recibí mucho apoyo, porque hay personas que

⁷ A inicios de 2020, al comenzar la pandemia de la COVID-19, la periodista Mónica Baró recibió una multa por contenidos publicados en su Facebook. Se creó una gran campaña a su favor desde medios digitales financiados desde Estados Unidos para movilizar su apoyo en las redes sociales, aunque las publicaciones que motivaron la multa nunca fueron especificadas. Finalmente, la página web para la que trabajaba, *El Estornudo*, anunció que asumiría el monto de la multa. Este medio digital ha declarado públicamente ser financiado por la NED y Open Society.

necesitan esa voz, que no se sienten con esa valentía para dar un criterio, y cuando te escuchan, entonces te

¿Cómo te puede afectar en el mundo real ir contra esa espiral del silencio en las redes digitales?

Afecta directamente porque, aunque no lo quieras, coincides en los espacios, coincides en las redes con personas con las que después coincidirás en la vida real; entonces una a veces se cohíbe y dice: Bueno, si digo esto aquí en redes cuando esté en el grupo social o cuando esté en el aula, a lo mejor me van apartar o me van criticar.

A veces incluimos a personas en nuestra lista de amigos virtuales, aunque seamos contrarios a su criterio político, para estar al tanto de lo que publican, pero esto puede proyectar una supuesta simpatía que se vuelve un referente para los demás que pueden ver ese vínculo entre «amistades» de Facebook. ¿Cómo sientes que esto funciona en el uso de las redes para la construcción de simpatías hacia figuras y criterios ideológicos?

Si no eres una persona tolerante no vas a tolerar criterios diversos a los tuyos. Si eres una persona tolerante puedes tener «amigos de tus amigos», que tengan otras cosas en común.

En mi experiencia personal yo reviso el perfil, veo que sea una persona respetuosa, que el discurso que tiene sea más o menos afín con mis criterios, que no vaya a atacar en algún momento por lo que yo diga. Claro, eso no se puede saber nada más con revisar el perfil, eso sucede a medida que uno va interactuando y que la cadena va aumentando, porque a lo mejor eres «amigo» de alguien porque es «amigo» de otro a quien estimas mucho, pero al final no piensan lo mismo y ahí empiezan los choques, los conflictos; uno tiene que saber jugar con eso. Al

final, puedes quitarle la amistad a alguien si no coincides con él, si te faltó el respeto, si te escribió al privado algo que no consideras correcto.

¿Ese funcionamiento «social» puede llevarnos a aceptar de forma natural algo como que una página cubana sea financiada por el gobierno de Estados Unidos, por entidades como la NED, o que una persona influyente en la red o que se proyecte como «alternativo» trabaje para estas?

Sí, claro. Uno entra a Facebook y te das cuenta que a quienes se conectan desde Cuba, por lo menos a mí que no sigo muchas páginas, me sugieren páginas como esas, y me las sugieren porque hay una política para que tú consumas esos medios, y te vayas por esa verdad.

Porque además una parte de los jóvenes también se creen el discurso de que la rebeldía es lo *cool*, que estar en contra de la posición oficial es lo que hay que hacer porque los jóvenes tienen que ser rebeldes. No se dan cuenta que al final no están siendo tan rebeldes porque a la política que están respondiendo es a la política normativa del mundo. Se posicionan mucho por las luchas en contra de lo oficial, en contra de la institución, del gobierno, pero nunca se posicionan en luchas que son a favor del pueblo, a favor de algunas causas sociales que son importantes y necesarias. Según ellos, lo oficialista es lo cheo, lo que oyes en el noticiero, el discurso de todos los días, el bloqueo, que me lo repiten todos los días —aunque sea algo que de verdad nos afecta—; entonces no toman una postura con respecto a eso porque no se identifican, lo hacen con otros jóvenes que están trabajando en estos medios y que tienen un discurso diferente, rebelde, confrontativo, entonces se van por ahí.

Si no hay un respaldo político, ideológico, de las instituciones, es fácil que esos jóvenes se vayan por el discurso más atractivo, el más juvenil, de esos periodistas «independientes», que es diferente a lo que están viendo todos los días en nuestros medios de comunicación y en nuestra política nacional.

Ante eso, ¿qué crees que debe cambiar en la comunicación que se hace en Cuba desde la ideología de la Revolución?

Lo primero es la educación. Hay que hacer un análisis y una reforma educacional, porque la formación general, la formación política, no está funcionando, no está llegando a los jóvenes porque el discurso se ha quedado atrás, no se ha nutrido de las nuevas formas de comunicación, de estos nuevos tiempos de la internet.

Parte del problema es la crítica. Donde tú no críticas, no informas, no formas, van a llegar otros medios, otras personas, a llenar esos huecos informativos que no estás cubriendo. Entonces esa información que van a recibir esos jóvenes o esas futuras generaciones no va a ser una formación acorde a la política del país.

La educación me parece que es el pilar fundamental, la manera de enseñar la Historia en los medios de comunicación, de llevar historias sensibles a la televisión, de hacerlas atractivas, porque ya los jóvenes no se identifican con las consignas, con los discursos de hace 30 años, y quieren cosas nuevas. Es una tarea de los medios, de los comunicadores, llevar esa información y la preparación política a los jóvenes de una manera que les llegue, que vean que el camino es este, que la verdadera rebeldía es ser revolucionarios. Para que no se dejen engañar por los «nuevos» conceptos, por ese falso amor a la humanidad en las redes y eso de que «hay que tener trato

con todo el mundo», con equidistancias en las que no hay que tomar posturas. Hay que reunirse con los jóvenes en las escuelas, las universidades, los centros de trabajo, escucharlos. Si no se hace, ahí vienen los medios y los periodistas alternativos, viene la propaganda, y suplen ese hueco que nosotros estamos dejando.

La estrategia para los que no resultamos útiles

Entrevista a Rodrigo Huaimachi*

¿Cómo es tu comienzo en el mundo de los blogs?

Hace seis años atrás, cuando en el país no había datos móviles ni parques wifi, junto a un grupo de emprendedores recién graduados de la Universidad de Ciencias Informáticas (UCI) vimos la posibilidad de tomar un espacio en el futuro territorio virtual que podía llegar a surgir en Cuba.

Comenzamos a desarrollar una plataforma digital, que incluye un sitio web, un blog, aplicaciones para móviles, etc. Prácticamente todo lo hicimos *off line*, programábamos en nuestras casas, íbamos a un hotel y subíamos nuestra información. Asumimos un espacio temático que prácticamente no existía: una plataforma digital dedicada a la crítica culinaria y al periodismo gastronómico: *Cubapaladar*.

Creamos una red de colaboradores, chefs, periodistas, críticos y jóvenes apasionados. Hicimos un boletín y lo enviábamos por email a nuestros suscriptores. Comenzamos a mover noti-

* Rodrigo Huaimachi (San Bernardo, Chile, 1968). Bloguero. Fundador y editor de la plataforma digital *Cubapaladar*. Cocreador y organizador del grupo Blogueros Revolucionarios, y de la comunidad digital La Manigua/Revolución Pa' Rato, espacio dedicado al debate y a la defensa de la Revolución Cubana en Facebook y Telegram.

cias del mundo culinario en Cuba, con temas de nutrición, alimentación sana, producción de alimentos, etc. Nos enfocamos en el emprendimiento que se estaba dando en ese momento con las «paladares», los restaurantes del sector privado en Cuba. A los pocos años nuestro sitio web recibió el premio Gourmand 2018, como mejor sitio web culinario del mundo.

Estábamos en un momento en que el país estaba llamando a criticar, a autocriticarse. Comenzamos a hacer esa crítica porque era algo que conocíamos un poquito más y hablar de crítica gastronómica era y es revolucionario. Eso implicó tener una postura política, tomar una posición frente a las cosas, por lo tanto, desarrollamos una metodología de evaluación propia, tomamos estándares internacionales de lo que es la crítica gastronómica junto a nuestros propios indicadores y variables, como la responsabilidad social, el compromiso con el medio ambiente, la identidad, la promoción de la cultura y la asequibilidad.

Así fue como nos fuimos introduciendo en este mundo de los blogs, y nos convertimos, sin darnos cuenta, en blogueros, de esta manera nos conectamos con otros blogs y con personas que estaban trabajando en las redes debatiendo otros temas de interés nacional.

Cuando empezamos a darnos a conocer, cuando comenzaron a leernos y a identificarnos, se nos acercó mucha gente. Algunos con muy buenas intenciones, pero también otros con invitaciones a sumarnos a un movimiento que nosotros desconocíamos. Así fuimos invitados a una reunión con un funcionario de la embajada de Estados Unidos que nos dijo, como parte de esa invitación, que ellos querían apoyar nuestras iniciativas, querían apoyarnos como emprendedores porque hacíamos un blog con un contenido importante y distinto. Ellos sabían que nosotros estamos con recursos muy limitados, que estábamos

aprendiendo y cuando te ofrecen la posibilidad de tener un curso, un taller, una herramienta o financiamiento, es una tentación para cualquiera. Uno se dice: «Wow... Eso es justo lo que nos hace falta».

Lo debatimos y nos preguntamos: ¿Debemos aceptar o no? Porque cuando se recibe una oferta de la embajada de Estados Unidos, uno duda, por muy bien intencionada que parezca la invitación. Afortunadamente en ese momento tuvimos el olfato suficiente para no asistir.

Después de eso *El Toque* nos quiso entrevistar, lo rechazamos, porque la intención era darnos una visibilidad como que éramos un blog disidente, y decidimos mantenernos al margen de eso.

¿No resultaba extraño en ese momento que funcionarios diplomáticos estadounidenses se interesaran por un blog cubano sobre restaurantes?

Sin duda había una simpatía con la administración Obama, porque había una alegría, un optimismo. Cualquier persona que se acercaba a nosotros no necesariamente venía con malas intenciones; al contrario, estaba la política de estrechar relaciones. Recibimos a muchos estadounidenses, y a personas de otros países que nos decían que les interesaba nuestro trabajo, que les parecía bueno, que era muy bonito y novedoso. Por lo tanto, se veía como algo natural. Realmente fue un momento en que la percepción de riesgo político fue mínima.

Luego vinieron los años de Trump con una política muy agresiva. ¿La necesidad de superar este periodo puede hacernos aceptar más fácil esa estrategia natural que utilizó Obama?

Estos cuatro años han sido fatales en todos los sentidos, por la agresividad que vemos. Con los datos móviles, la entrada masiva de internet en Cuba y el boom de las redes, vemos gente

con la que fuiste a la escuela, a la universidad, que te dicen: ¡Defínete! Sin duda, es fácil confundirse, porque la agresividad puede cambiarse también por algo muy sublime, puede venir con máscaras, con dulces, con caramelos, y no todos logramos distinguirla.

¿Crees que ustedes les resultaban funcionales políticamente para llegar al naciente sector privado cubano, al nuevo sector de emprendedores y dueños de restaurantes?

Obviamente hay una intención de usar un contenido gastronómico para fines políticos. El espacio que nosotros nos ganamos con nuestro trabajo resultaba una posibilidad para penetrar y manipular, porque éramos un grupo principalmente de jóvenes emprendedores con mucho talento abordando temas enfocados en el desarrollo del sector privado emergente.

En ocasiones hemos visto que la reproducción de nuestros artículos por medios antagónicos al proceso revolucionario cubano, van siempre con comentarios y títulos que intentan confundir y manipular a los lectores. Por ejemplo, publicamos sobre un restaurant que violaba las medidas higiénicas y lo vimos reproducido como que era la «inconformidad de expertos sobre las malas medidas que está imponiendo el gobierno». Con frecuencia pasan cosas así. Nuestro contenido les ha servido para manipularlo con sus propios objetivos.

Los artículos con más lectores son los que tocan temas polémicos. Tenemos un 72% de nuestros lectores que está en Cuba, y un 22% que está en Estados Unidos, España y México. Pero cuando publicamos un texto polémico vemos que ese 22% aumenta y principalmente aumenta en Estados Unidos. Cuando el tema es menos polémico políticamente, al parecer no les interesa.

¿Cómo era el ambiente de los blogs cuando surgieron y como se asimilaba la palabra bloguero?

Fue un desafío. La gente nos preguntaba: ¿Ustedes son blogueros?, ¿eso es legal? Porque el término «bloguero» no era visto como algo positivo. Prácticamente todos los blogs eran considerados «contrarrevolucionarios». Se entendía que ser bloguero era ser como Yoani Sánchez. Pero había ya muchos jóvenes haciendo sus propios blogs de un modo distinto y quisimos conectarnos con ellos. Nos identificábamos llamándonos «blogueros revolucionarios». Tomamos ese término, nos conectamos y comenzamos a crear contenido.

Así decidimos unirnos a estos grupos de blogueros que se estaban formando en las redes sociales y creamos un grupo de Facebook llamado así mismo: Blogueros revolucionarios. Comencé como uno de los administradores del grupo. Ya ahí el tema no era solo la gastronomía. Abordamos aspectos más amplios, de cómo los blogueros podíamos comprender mejor la política y procesar la realidad que estábamos enfrentando.

Este grupo de blogueros en Facebook incluía publicaciones y debates sobre temas políticos de Cuba. ¿Cómo fue esa experiencia?

Con la agresividad que ves en las redes, la violencia se parece a la de un territorio en guerra. En el grupo de blogueros tenemos una diversidad de opiniones, pero tenemos personas que ingresan todos los días a atacarnos, o a atacar a personas en específico. Todos los días tenemos *trolls* y usuarios con perfiles falsos. Por ejemplo, nosotros tenemos cientos de solicitudes de individuos que abrieron su Facebook hace apenas unas semanas. Cuando ves un perfil que se abrió hace dos semanas, y tiene mil amigos, es extraño, a lo mejor vienen hasta con una bandera cubana, o un marco de foto que dice cualquier cosa.

También se usa como agresividad la denuncia de contenidos de Facebook, tenemos personas que entran para denunciar publicaciones y comentarios, obviamente para crear un estado de opinión de que nosotros somos agresivos, somos intolerantes, para crearnos un historial y como Facebook funciona de forma automática, todos los días nos llegan reclamos de Facebook que nos dice que eliminaron un comentario por ser un discurso de odio, y no tenemos manera de apelar a eso. Se trata de personas que entran a la página, ni comentan ni postean, pero leen, y buscan, a la espera a que alguien diga «mierda», para denunciarte anónimamente, y eso va creando un precedente, porque mientras más denuncias se tienen hay mayor posibilidad de que tu grupo sea eliminado, de que lo cierren. Hace poco a un muchacho lo denunciaron porque usó la palabra «yanqui». Incluso, hay grupos a los que les han clonado las cuentas a los administradores, y les han creado un historial como *hate speechers*.

¿Puede verse habitualmente grupos contrarios a la Revolución y al gobierno cubanos que fomentan el odio y sin embrago no son denunciados?

Dentro de los grupos que tienen que ver con Cuba hay un amplio espectro, pero mayoritariamente son grupos agresivos. Cuando se comparte un contenido nuestro en estos grupos, comienzan los ataques, los compartimos ahí porque son grupos grandes, porque tiene 20 mil, 30 mil, 40 mil seguidores, y pensamos que nuestros contenidos deben estar ahí también. Pero ahí es donde vemos intolerancia. De hecho, en varios de esos grupos, solo nos publican los contenidos polémicos, los que puedan ser manipulados para decir «especialistas en gastronomía critican tal medida del gobierno».

En lo grupos hay agresividad de todo tipo, a mí me llegan mensajes privados con ofensas y hasta amenazas de muerte. Pero publico mi opinión política porque tengo todo el derecho

a poner en las redes lo que pienso. A mí, por llevar mi apellido, me tildan de indio, de infiltrado, me tildan de «que este no es cubano». Hablan de tolerancia, pero se les sale la xenofobia.

Lo de crear un estado de opinión contra una persona determinada es para que se rinda, porque cuando llegan al nivel personal es cuando la gente comienza tener miedo. Yo he recibido amenazas que me dicen: «Sabemos en qué lugar vives, te vamos a ir a buscar. Sabemos que pusiste una foto de tu hija en tu perfil personal, cuídala». Yo me siento muy seguro aquí, pero puede venir un loco a mi casa y hacerme un escándalo. Tal vez en el pasado tuve una infracción de tránsito o hice algo, y me lo sacan. Esa es la estrategia que tienen para las personas como nosotros, que no somos útiles a su agenda.

Nací en Chile. Uso el apellido de una de mis abuelas porque me siento orgulloso de mis ancestros mapuches. Vengo de los tiempos de la dictadura de Pinochet. He vivido en varios países, pero la mayor parte de mi vida la he pasado en Cuba. Estudié en este país, tengo mi trabajo y mi familia aquí. He vivido distintos periodos de la realidad cubana, conocí Cuba antes del Periodo Especial, viví los años difíciles de los noventa y lo que vino después. Estos últimos 20 años, que han sido de cambios y de transformaciones, de cosas muy interesantes y me he sentido parte del proceso. Participé activamente en los debates de los Lineamientos y de la Constitución, sigo activo en proyectos comunitarios digitales como *Espiral* y *La Manigua* donde junto a muchos jóvenes vivo en carne propia este irrepetible y único proceso revolucionario. Me siento un cubano más, muy patriota y con todo el derecho y deber de opinar sobre la realidad en que vivo. Para mí Cuba no es la misma que conocí por primera vez hace tantos años, pero su esencia, sus principios e ideales no han cambiado. Son irrevocables.

El pueblo sabe ver más allá de las redes

Entrevista a Arnaldo Rodríguez*

¿Qué valor han cobrado las redes sociales para la proyección personal de un artista?

Realmente casi todas las herramientas de amplificación, de promoción, y de intercambio con los seguidores ocurre a través de las redes. Esto, como todo mecanismo de promoción, tiene sus características, su manera propia de proyectar y crear clichés, de encasillar a los artistas. Depende de cómo tú utilices una foto en Facebook, cómo la promuevas, qué texto acompaña a esa foto. Todos estos elementos hacen que el público se haga determinada imagen de ti como artista, o logre captar el mensaje que quieres promover en ese momento.

¿Qué se siente al abrir el Facebook en la mañana y comenzar a ver publicaciones negativas contra ti?

Quizás antes un grupo de personas no coincidían en algunos aspectos e ideas, pero nadie se agredía o se atrevía a insultar a otro. Las redes han permitido que no solo emitas tu manera de pensar, sino que el que lo lee te responde de manera inmediata, ya sea de forma negativa o positiva.

* Arnaldo Rodríguez (Ciego de Ávila, 1974). Músico. Líder de la agrupación musical Talismán.

A gran parte de la gente en las redes sociales no le da pena ofender, o sacar sus sentimientos más negativos. Ya no es estar de acuerdo o no con lo que dices, sino «tú eres esto», «eres aquello», «te amenazo», «cuando te coja te voy a hacer...», y esos son fenómenos que hay que asumirlos, para los que de alguna manera también hay que crear estrategias a la hora de publicar en tus perfiles personales y en tus páginas.

¿Has sentido que alguien muestra una agresividad en las redes que no tiene en su comportamiento en el mundo físico?

Sí, me ha pasado, incluso me ha sorprendido ver a algunas personas que conozco, que quizás coincidimos en un espacio de trabajo o en un concierto, y luego en las redes son personas que se convierten en verdaderos elementos agresivos, que no te dicen lo mismo que en persona. Creo que todos los que usamos las redes sociales hemos ido madurando también con el tiempo. Al principio, cuando a mí una persona se me oponía o me enfrentaba de manera agresiva, me sorprendía mucho. Después uno va madurando, incluso, no las juzgo, porque en un ese contexto determinado, las personas pueden dejarse llevar por una publicación, por una dinámica, sin detenerse a reflexionar.

¿Cómo ocurre un linchamiento político en la red?

Son cosas de las que uno se va dando cuenta, cuáles son los mecanismos que usan los que te quieren ofender o descontextualizar para llegar a ese llamado linchamiento. En mi caso yo me he dado cuenta de que hay una constante y es escoger siempre fotos e imágenes mías que quizás no esté en una posición cómoda, que te veas barrigón, o que no te veas tan agraciado, y extraen de todo lo que tú puedas haber expresado sobre algo, una frase para descontextualizar el mensaje que tú quieres dar, y buscan el peor, el que incita a sacar los peores sentimientos de

las personas. Estos son elementos que yo he visto siempre en las publicaciones, que a veces quiero transmitir una idea, que es mi opinión, que es mi criterio, sin embargo, se descontextualiza la frase y ponen: «Miren lo que dice fulano...», «Fulano arremete...», porque tratan también de buscar la división entre los colegas, entre los compañeros de estudio.

¿Has visto cometerlo contra otras personas?

Sí, he visto a muchos colegas de la música popular, de distintos géneros musicales, ser víctimas de linchamientos, y en algunos casos he salido a emitir una defensa porque he visto la injusticia, la manipulación, la descontextualización. Porque todo esto tiene una influencia en el público. A veces el público se confunde cuando todas estas plataformas sacan de contexto lo que tú quieres decir, o tratan de bajarte el perfil, o distorsionar tu imagen como artista. Hay que recordar que los artistas nos convertimos de alguna manera en símbolos, en íconos de nuestros seguidores. Nos paramos en una plaza ante 5 000 personas y en ese momento somos los que discursamos, los que emitimos criterios y el que está delante está viendo qué dices, cuál es el pantalón que vistes, cuáles son tus valores, si eres una persona educada. Por eso cada artista, según su propuesta estética, tiene sus seguidores. Creo que también estas plataformas de linchamiento para los artistas tienen su influencia en el público. A veces uno trata de resolverlo, y lo que no puedes resolver, pues no se resuelve y uno sigue adelante.

¿Crees que es exagerado hablar de una «maquinaria de terror» político en la red?

No es exagerado. Todos estos elementos que estamos hablando no son acciones festinadas, no son acciones improvi-

sadas, creo que forma parte de un plan, y lo digo sin ser paranoico, porque para nada soy paranoico, ni extremista. Todo el mundo sabe cuánto dinero se emplea desde Estados Unidos en tratar de subvertir el orden en Cuba desde el punto de vista ideológico. Pocos países en el mundo se enfrentan a otro país, que puede ser su enemigo político o no, que aplique una partida de millones de dólares solo en eso. Bajo esas condiciones, estas acciones como los linchamientos no son improvisadas, no nacen de la espontaneidad, sino que son parte de un plan premeditado.

¿Qué crees que se persigue con eso?

En el caso de los artistas, atemorizar y tratar de mantenerlos en silencio. Tengo muchos compañeros de la música, muchos amigos de la música que a veces tienen miedo de decir lo que piensan por temor a un linchamiento en las redes sociales. Persigue justamente eso, que no digas: «Vivo en mi país feliz, me siento libre en mi país. Estoy en desacuerdo con algunas cosas que suceden, pero vivo orgulloso». Impedir que los artistas, que son portavoces de mayorías, se expresen así.

Sin embargo, esta campaña de terror y odio hace confundir conceptos a muchos artistas. Hace que la gente sienta miedo a expresar su patriotismo. Hay una teoría de la Inteligencia que siempre se menciona, de Allen Dulles, exdirector de la CIA, que es justamente eso, hacer que dejes de reconocer tus propios símbolos, tu propia bandera. Porque las personas pueden tener diversas posiciones políticas e ideológicas, pero aterrorizarte para que tú no ames a tu patria, para que no ames a los símbolos patrios, para que te sientas un miserable ¿qué es eso? Una maquinaria para desarmar a la gente, a la juventud, a los artistas.

He sentido incluso que a veces he llamado a algún músico a compartir una canción y me ha preguntado: «¿Pero dedicada a qué?». Porque tienen miedo de involucrarse en lo político, de parecer oficialistas. No juzgo a ningún artista, ni a ninguna persona que no quiera involucrarse, creo que es un derecho de las personas como es derecho mío a expresar lo que pienso a través de la música.

Tienen miedo a perder público y hay un momento en que entonces se convierte en una especie de progresismo disenter de lo oficial, parecer que eres moderno porque estás en contra de lo institucional. Eso le ha hecho ganar aplausos a muchos artistas, que han consolidado carrera, buscando un supuesto enfrentamiento a lo oficial, a lo político, al sistema, al gobierno. Hay gente que lo hace porque lo piensa honestamente, pero también conozco gente que han hecho carreras, han formado leyendas, y así se han convertido incluso en íconos de la juventud. Aunque tampoco los cuestiono.

Llega el momento en que hay artistas que publican en sus perfiles lo que saben que les interesa a los medios digitales antigubernamentales. ¿Crees que algunos han encontrado en eso una fórmula para publicitarse?

Sí, hay todo tipo de fenómenos, y no quisiera ser ofensivo porque estoy hablando de un criterio personal, no quiero tampoco hacer señalamientos, pero creo que también ha sido por búsqueda de protagonismo. Hay artistas que su forma de hacerse notar en las redes es justamente a la caza de pequeños problemas. Es una manera de siempre tomar una posición negativa.

También el victimismo es un fenómeno que descubrí en las redes sociales, como alguien haciéndose la víctima trata de que todo el mundo se dirija a quien le cuestionó.

Al ser un artista, y más siendo músico de género popular bailable, ¿has sentido que la gente considera que no debes emitir un criterio político o ideológico?

A veces se crean clichés sobre los artistas y la gente te encasilla. No conciben que un músico popular, alguien que canta por los pueblos de Cuba, que se sube en una carreta, que vino de un naranjal, pueda ser un intelectual que esgrima determinados conceptos, que defienda determinadas posiciones. Es que justamente esa es la Revolución, tener un origen humilde, llegar a la universidad, formarte, aprender, estudiar, cambiar.

Cuando no tenía dinero, cuando no tenía grandes posibilidades económicas, que vivía en un cuartico con barbacoa, defendía las mismas concepciones que tengo ahora y había gente que me decía: «Tú piensas así porque eres pobre». Después, cuando viajé, gané dinero, pagué mis impuestos y tuve una casa con jardín, entonces me decían: «Ah, tú defiendes eso porque vives bien». Entonces, al final, no son más que justificaciones para tratar de desacreditarte, para tratar de desprestigiarte como figura pública, como persona.

¿Cómo sientes que funciona la fabricación de la etiqueta «oficialista»?

Esto que te tilden de oficialista yo creo que no es un fenómeno nuevo, creo que le pasó a los primeros músicos que gestaron el Movimiento de la Nueva Trova, desde esa época, que además eran tiempos también con sus propias convulsiones. Siempre la etiqueta de oficialista comenzó a aparecer y creo que ahora en las redes, por supuesto, todo el mundo se cuida, los artistas, las personas que hablan, de que lo tilden de oficialista. Yo te digo a mí me pueden tildar de lo que quieran. Mi posición siempre es lo que yo pienso desde mi punto de vista personal.

¿Cómo funciona en cambio la etiqueta de alternativo?

Cuando yo escucho el término de «alternatividad» realmente lo cuestiono. Hay que decir también que todo el desarrollo de las tecnologías, de la informatización, ha democratizado los procesos. Cualquier persona se convierte en un generador de contenidos, en una persona que promociona. Antes teníamos que esperar el periódico, que se redactara, que se imprimiera y saliera al otro día, leer la noticia. Hoy cualquier persona tira una foto en una esquina y convierte eso en un notición. Esto ha llevado a que existan estos medios alternativos, alternativos a lo que ellos consideran oficial, a lo que consideran estatal, o a los medios que realmente tienen una estructura y un enfoque periodístico, porque cualquiera hoy puede crear una página en Facebook, decir que es un medio de noticias y que es un medio alternativo. Yo me imagino que ellos se califican en esa alternatividad respecto a aquello en lo que ellos no creen.

Vimos con Obama desarrollarse medios digitales «alternativos» para una política de simpatía, de seducción hacia los intelectuales y los artistas. Luego con Trump crecieron los medios con una línea más agresiva. ¿Como se siente esa diferencia en el contenido que vemos en las redes?

Creo que, en este objetivo de influir las mentes desde lo ideológico, se ha pensado en todos los sectores. Se trabajan todas las emociones y por eso, a veces veo un grupo de páginas, de sitios o de supuestos medios periodísticos que su tono es agresivo, hiriente, pero yo creo que justamente buscan ese tipo de público, esa gente que está llena de rabia, de frustraciones. Por otro lado está el centrismo, la confusión, la mano suave, para hablarle a los intelectuales que tienen un poco más de dominio. Y entonces ahí hay un doble juego con lo que dice un grupo de

medios y lo que dice el otro, pero el fin es el mismo, es una componenda con un mismo objetivo. Creo que cualquier persona que pueda discernir, que sea razonable, se puede dar cuenta fácilmente de que se están trabajando todos los sentimientos, las emociones y los grupos de personas de la sociedad cubana para cambiar las mentes e influir en la ideología.

La sociedad actual impone en gran medida el uso de las redes sociales y para un artista resultan imprescindibles para la promoción de su obra. Al mismo tiempo es necesario estar dispuesto a verse expuesto a todo lo que has mencionado. ¿Qué recomendarías a las personas que las utilizan?

Las maneras en que las personas se propongan usar las redes, quieran o no hacerlo, creo que son decisiones personales. A raíz de todos estos fenómenos y conflictos hay artistas que me han dicho: «Arnaldo, yo me retiro de las redes». Creo que nadie debe sentir miedo porque las redes sociales llegaron a todos nosotros y a muchos de mi generación un poco tarde; y pensamos que quizás era un elemento temporal; realmente nos hemos dado cuenta que internet y las redes sociales son el futuro.

Creo en la sabiduría popular, en el sentimiento de la gente que siempre es honesto, sincero, más allá de la televisión, más allá de la radio y más allá de las redes sociales, que es el nuevo escenario. Tiene que ver —y voy a referirme al pueblo cubano— con que somos un pueblo que por las características en las que hemos vivido, en que nos hemos desarrollado, ha creado un pensamiento colectivo que nos hace sentir unidos a pesar de las diferencias que existen, porque es un pueblo que se formó y desarrolló en condiciones especiales y únicas.

Una pelea cubana por la inteligencia y el razonamiento

Entrevista a Israel Rojas*

¿Qué importancia percibes que le dan las personas a la imagen que se tiene de ellos en las redes sociales?

La gente en redes sociales se proyecta de una manera que a veces se parece a lo que son, y otras, es una construcción social. Casi siempre la imagen que uno proyecta en las redes es como cree que debería verse, como le gustaría que los demás le vieran. Uno casi siempre comienza por la familia, por los amigos, sin darse cuenta de que si no lo configuras para que llegue solo a ellos, va a llegar a cualquiera. Eso te hace perder tu privacidad en cierto sentido, porque das material para que otros se hagan una imagen de ti y te estudien.

Yo he compartido con personas, pasando un rato súper agradable y a veces se enajenan del momento para proyectarlo en las redes sociales. Una foto, un selfie, le genera más placer que estar disfrutando ese momento.

* Israel Rojas (Guantánamo, 1973). Músico, líder del dúo Buena Fe. Su postura, tan crítica como comprometida con la Revolución Cubana, lo ha convertido en un importante referente de opinión dentro del debate político cubano.

A veces vemos que las personas ponen en sus redes sociales algo porque es la moda del momento, o hacen publicaciones y comentarios públicos en sintonía con esa corriente, pero en privado no emiten exactamente el mismo criterio. ¿Por qué crees que pasa esto?

Los seres humanos somos seres gregarios. Hay personas que tienen una posición más segura de sí mismos, más firmes, y hay personas que son más conducidas, que opinan según por donde vaya la mayoría. Las redes sociales van marcando una pauta, te dan un placer muy instantáneo, muy rápido, el *like*, el comentario, la alabanza fácil, que además se vuelve adictivo. Hay personas que necesitan eso constantemente. Va marcando un cierto consenso social, que además es aparente.

¿La construcción de ese consenso virtual puede ser una herramienta política en la sociedad cubana?

Sin duda, y la proyección de ese falso consenso social puede tener consecuencias sociales muy graves. Ya lo hemos visto en otros países donde se han fabricado estos escenarios, han sucedido desestabilizaciones, las revoluciones de colores, protestas masivas que se desinflan a la vuelta de la esquina.

También hemos visto movimientos que se han fortalecido gracias a la capacidad de la gente de conectarse en función de ideas nobles.

El impacto de las redes y de internet en la sociedad cubana es innegable y no se puede olvidar que este es un país que está sometido a una guerra cruel e injusta del gobierno de Estados Unidos, por un conflicto histórico que sobrepasa el 1ro. de enero de 1959, y sobrepasa, incluso, a Martí, y tiene una raíz histórica muy profunda.

Eso llega hasta nuestros días. Ignorar esa parte de la historia, y hacer cualquier análisis apartándose de esa realidad es

una enorme ignorancia y es no entender que estamos jugando en una cancha que no es la nuestra, estamos estableciendo relaciones sociales en unas plataformas que no se controlan en Cuba, que tienen algoritmos de inteligencia artificial que están desestabilizando sociedades, promoviendo marcas y estilos de vida en función del consumo.

Hay que asomarse a documentales como *El dilema social*,⁸ en el que se retrata todo esto muy claro y si las sociedades desarrolladas tienen motivos para estar preocupadas, imagínate nosotros. En un país en el que durante tantos años ha existido una línea política de confrontación al proceso revolucionario y que definitivamente es una línea política respaldada con recursos, que se ha ido adaptando a cada momento histórico, a las circunstancias. Cuando el tema fue el terrorismo, este país sufrió el terrorismo, y cuando fueron los medios de comunicación, ahí estuvieron Radio y TV Martí. Nuestros intelectuales han tenido en batallas por revistas y publicaciones que han intentado crear una hegemonía distinta a la del arte que se produce en Cuba. Pues ahora eso se traslada definitivamente a las redes sociales.

Quisiera leerte un fragmento de una entrevista que le realizó Russia Today al cantautor Amaury Pérez: «Hay gente que debería estar defendiendo cosas que antes defendía y no lo hacen porque están aterrorizadas, porque hay que tener el cuero muy duro para aguantar las cosas que te dicen en las redes sociales». ¿Crees que eso ha producido un cambio en el comportamiento político de una parte de los artistas cubanos?

He visto linchamientos a gente que ha quedado debajo de la piedra y ha dicho que no se mete en más nada. Gente que hasta el otro día decían: «Pa` lo que sea, pa` lo que sea», y un buen día preguntas: «¿Oye, y fulano?». Pero fulano no aparece. Esto

⁸ Documental estadounidense estrenado en 2021.

lleva estar preparado —no quiero hacerme el más fuerte que los demás—, pero esto lleva a veces decir: «Esto es lo que hay, al que le guste bien, y al que no, también».

Se está llegando a un punto en el que ya no es por lo que dices, sino por no decir nada. Por eso he alertado en mis redes sociales: «Artista, creador, no creas que con no meterte estarás ileso, no, te va a llegar tu momento». Porque cuando llegue un momento en que tu silencio o tu no participación, sean considerados ofensivos por no sumarte a la línea de pensamiento del odio y la perpetuación del conflicto, te atacarán despiadadamente igual que si te hubieses pronunciado. Es más, es preferible pronunciarse, te lo digo de corazón, porque por lo menos te respetan.

He muerto y renacido varias veces en este proceso. A mí me llegó incluso a afectar, llegó a deprimirme. Me sentí muy mal. Al principio, cuando comenzaron estos linchamientos mediáticos sí tuvo un impacto en mi salud, pero, por fortuna y con la ayuda de mis amigos y de la familia pude salir de eso. La respuesta más artística fue la canción *Pi 3, 14* y además un gran aprendizaje: que te intenten matar mediática y temporalmente no significan que puedan matarte. Esa fue la primera lección. Vuelves a renacer. Te matan cuando te callas, cuando te logran transformar, cuando te logran confundir. Cuando aprendes el discurso políticamente correcto que quieren escuchar de ti. Ahí es cuando te matan.

¿Has visto a esa misma maquinaria de medios que lincha a unos, premiar a otros?

¡Sí, cómo no! A cada ratito. Yo me doy cuenta, cuando uno tiene una posición crítica ante problemas que hay en Cuba y eres usado en función de sus intereses. Si tú haces una crítica

sobre las cosas que están mal aquí — como un sujeto de la realidad en la que incides, en la que quieres vivir — eres usado inmediatamente como portavoz para fortalecer y reafirmar esa línea de división, esa línea de confusión, de fomentar la oposición, el caos, porque el fomento es en este momento hacia el caos.

Las redes sociales borraron las fronteras hasta tal punto que encuentras artistas que hoy que tienen comportamientos alineados con intereses que no tienen su razón de ser en Cuba, pero que responden definitivamente a un discurso que legitima lo que esas plataformas quieren proyectar.

Hoy por hoy, ser un titular positivo en *CiberCuba*, en *Cubanet*, o en *Cubanos por el mundo*⁹ o cualquiera de esos medios, hay artistas que lo consideran como un logro, te abre puertas comercialmente. Dolorosamente se ha impuesto esta percepción, en mucha gente que lo increíble es que no tiene nada que ver con lo que buscan esas plataformas. Pero te puedo garantizar que hay creadores que tienen en cuenta estos mecanismos para proyectar su trabajo. Calculan hasta donde les conviene que los promocionen en *Juventud Rebelde*¹⁰ y salir en la Televisión Cubana, o hasta donde les conviene más estar en esas otras plataformas, que te van a usar hasta un punto determinado, y después si les conviene sacrificarte, te van a sacrificar. Si hoy eres titular para vender lo que les interesa, te van a usar y unos meses después pueden hacer de ti un titular con algo negativo, pues también te van a usar. No hay un discurso coherente. Hay, eso sí, una línea de mensajes que es: divide, confunde y vencerás.

⁹ Son medios digitales financiados por el gobierno de Estados Unidos.

¹⁰ Diario cubano y uno de los periódicos más leídos del país. Perteneció a la Unión de Jóvenes Comunistas.

¿Cómo sientes que funciona el temor a ser tildado de oficialista?

Creo que con cierta efectividad se ha logrado, yo mismo una vez dije: «Soy un revolucionario, no un oficialista retrógrado». Y eso te demuestra hasta qué punto puede llegar a calar ser tildado de oficialista. Para algunos creadores, y para unos cuantos intelectuales, es como ser tildado de brazo del diablo.

Lo mismo pasa con hablar de democracia en Cuba, si te refieres al gobierno cubano, a nuestra realidad como una democracia distinta, una democracia participativa con otras características, estás muerto, tienes que decir que es una dictadura, cualquier otro análisis sobre ese tema pre condiciona todo lo demás.

Entonces, esa línea de ser o no oficialista presupone una visión, un tratamiento, un entrecomillado, y hoy por hoy, ser tildado de oficialista, para alguna gente es un estigma.

Claro, como todos los estigmas es algo que no necesariamente tiene que tener base real, no tiene que tener raíz, sencillamente es un cartel que te pusieron: Fulano es oficialista. Creo que esa etiqueta de oficialista, en mi caso tienen que ver con mi identificación con un ideario, no con que verdaderamente yo tenga una relación gubernamental, no soy un asalariado del gobierno. Eso no importa, si te ponen la etiqueta tiene que ver con una línea de pensamiento político, no con una realidad laboral ni nada por el estilo.

Todas esas son etiquetas, de estigmas, son marcas que se han establecido para el lenguaje político contemporáneo que hoy circula en nuestro país. Cuando alguien viene con esas etiquetas en su vocabulario, ya tú sabes por donde viene. Aquí «alternativo» es una manera de pensar, alternativo verdaderamente es entender que las cosas como están pueden ser de otra manera y también puede ser alguien alternativo que piense que

las cosas que se están haciendo son las correctas y que deberían mantenerse. Y está el término «oficialista»... Bueno, ¿oficialista con respecto a qué?

Son construcciones que algunos sectores han establecido como atajos al pensamiento, para que la gente rápidamente se ubique en lo que se está hablando, pero nada de eso tiene que ver necesariamente con la realidad o con la fuerza que generan los cambios que hacen falta verdaderamente. Lo que está pasando en esos sectores es un desespero tremendo porque nada de lo que está cambiando en este país está cambiando por obra y gracia de su labor, está cambiando porque las estructuras democráticas de Cuba, en análisis democráticos que se han hecho, de cambios en la legislación, de cambios en la Constitución, de cambios en las estructuras empresariales, se han hecho de manera oficial, gubernamental, correcta, orgánica, sin trauma, sin caos, que es exactamente lo que no quieren, por eso hay desespero y lo que están dando es patadas de ahogado.

Creo que este es un momento importante para los que hacen comunicación en Cuba y puedan utilizar la historia reciente como muestra, fíjate, por comparativa: ¿Cuál era el discurso dominante en 2011 en todas estas plataformas?, ¿qué pasó en 2013?, ¿a quién asesinaron mediáticamente en el 2015?, ¿qué pasó en el 2017? ¿Qué se proyectaba, cuáles fueron las principales líneas de información de 2018 a 2020? Y en 2021 resulta vital. ¿Cuáles eran las líneas de mensaje en la era Trump y qué pasó después? Eso deberían estar haciendo los periodistas cubanos, eso debería estar haciendo alguien, diciéndole a la gente: «Toc, toc, toc, ¿Te acuerdas de cuando decían esto?».

Ahora entramos a la era Biden, que llega después de un gobierno muy duro para los cubanos como el de Trump y que vivimos ya la experiencia

de la estrategia diplomática con Obama. ¿Qué efecto crees que tenga en ese ambiente mediático un posible retorno presidencial al softpower?

Sin duda se van a retomar. Cuando te hablo de desespero te hablo de los que quemaron las naves por la era Trump porque pensaron que iba a ser de ocho años, y se han dado cuenta que cometieron un error porque viene una era de confrontación, pero de confrontación más *light*, que necesita incluso legitimar a la contraparte para poder conversar.

Volveremos a tener los mismos conflictos que teníamos en la era Obama, de debatir entre nosotros mismos. Líneas de pensamiento que vendrán con nuevas intenciones, y personas en Cuba que le verán las malas intenciones, a veces infundadas. Y nos tragaremos píldoras que creemos que son buenas y por dentro tienen mala intención.

Pero como bien sabemos es preferible lidiar con eso, que lidiar casi con el borde de una invasión. Ya con Trump casi que la alternativa que quedaba era la militar. Entre ese tipo de guerra y la otra, preferimos esta otra, porque, además, podemos lograr un entendimiento, y creo que cualquier entendimiento es una victoria.

La visita de Obama a Cuba fue una gran victoria para la generación de mis padres, que Obama hubiera dicho que estaba en Cuba y que le pusiera una ofrenda floral a Martí, es una victoria para la generación de mis padres que tuvieron que aprender a usar las *cuatrobocas*.¹¹ Oye, de las *cuatrobocas* a ponerle flores a Martí hay una gran diferencia. Yo lo entendí así. No

¹¹ Forma popular cubana de referirse a un tipo de ametralladora antiaérea de fabricación soviética que tiene cuatro cañones. Su uso remite a episodios históricos de carácter bélico entre Cuba y Estados Unidos en los inicios de la Revolución, como fueron la Invasión de Bahía de Cochinos o la Crisis de los Misiles en la década del 60.

significa que se acabaron los retos, pero son retos de otro corte. Habrá que enfrentarlos, habrá que asumir al enemigo y encontrar dónde están las malas intenciones, y denunciarlas.

Hay gente valiosa que se han encontrado con un burócrata de turno, que no supo comprender que el tipo era valioso, y lo lanzó de cabeza para los «alternativos» que le van a pagar mejor. Que lo que quieren es un discurso de una gente herida y dolida. Si los otros seducen, tampoco cometamos el error de regalarle nuestra mejor gente. Porque también pasa eso.

Sigo creyendo que la evaluación del enemigo la tenemos más clara que la organización de nuestras fuerzas. El gran problema es cómo nos organizamos para dar esa batalla; y así como estamos desorganizados estamos fritos, *brother*. Mira, no estamos fritos porque tenemos un pueblo ahí que cuando tú menos te lo esperas saca una reserva, de tanta onda, que es admirable, y que te hace recordar de donde tú vienes, pero eso no significa que las cosas se estén haciendo bien. Hoy el tema comunicacional está en disputa, hay una verdadera guerra, que, si no lo queremos ver, y los comunicadores cubanos no entienden de que va esto, vamos a perder muchísimo.

Lo digo de corazón, esta pelea no solo es ganable, sino que bien organizada es un paseo por el prado. Porque es la pelea de la inteligencia y el razonamiento, y este es el país que más inteligencia y razonamiento ha sembrado en su gente. Con poner las cosas claras, probablemente volvamos a poner de moda la pasión, la fe, las ganas de echar pa` lante, todo eso que necesitamos como agua de mayo, y es ahora, no mañana.

NOS PUEDES ENCONTRAR EN DIFERENTES LIBRERÍAS EN LA HABANA

Prado N° 553, e/ Teniente Rey
y Dragones, Habana Vieja.

f **LibreríaAbrilCuba**



LIBRERÍA CUBA VA

Calle 23 esq. a J,
Vedado.



PUNTO DE VENTA

San Rafael y Galeano.

Parte 2

Arrebatarle las armas al enemigo

Atilio Boron*

La Jiribilla, 8 de junio de 2021.

La dictadura del algoritmo se trata de un documental excelente, y quienes me conocen saben que no soy dado a exageraciones. Es en verdad muy interesante e ilustrativo porque ofrece un análisis muy exhaustivo del mundo de las redes digitales y su utilización para «formatear», valga la metáfora, la conciencia de las sociedades contemporáneas de modo tal que profundice la sumisión a los dictados de las clases y grupos dominantes. En pocas palabras, un contenido impecable, sólido desde el punto de vista de la teoría social y política, e ilustrado con bellas imágenes e intervenciones muy claras y sucintas de destacadas personalidades.

Dicho lo anterior debo agregar que la agresión que están sufriendo en Cuba se reproduce con distintos matices en toda Latinoamérica y el Caribe. Por supuesto, que la beligerancia demostrada en los mensajes dirigidos a la población de la

* Atilio Boron (Buenos Aires, 1943). Sociólogo, politólogo, y escritor argentino. Doctor en Ciencias Políticas por la Universidad de Harvard. Profesor Consulto de la Universidad de Buenos Aires. Autor de libros como *Tras el Búho de Minerva. Mercado contra democracia en el capitalismo de fin de siglo* (2000) y *Socialismo siglo XXI ¿Hay vida después del neoliberalismo?* (2008).

Isla es muy superior a la que se comprueba aún en casos de países que también son víctimas del bloqueo, como Venezuela y Nicaragua. Cuba, como sabemos, es una espina clavada en la garganta de Tío Sam desde hace más de 200 años, y cunde la desesperación porque a pesar de 60 años de bloqueo y ataques de todo tipo (sabotajes, atentados terroristas, sanciones económicas, etcétera) la Revolución Cubana prosigue su marcha e inclusive, en tiempos de pandemia, será el único país, no solo de Latinoamérica sino de la periferia, capaz de producir una vacuna endógenamente generada, lo que no es el caso de India, que fabrica vacunas producidas por otros países.

Ante la falta de efectividad de todas estas agresiones perpetradas contra Cuba, pese al enorme daño infligido a su pueblo y los elevadísimos costos económicos del bloqueo, los estrategas norteamericanos se han volcado a estudiar todas las posibilidades que le abre el llamado «poder blando». En el documental se aporta una muy detallada descripción de cómo opera uno de los instrumentos de este «poder blando»: las redes digitales, que no son sociales porque crean «comunidades imaginarias» o, como dice Rosa Miriam Elizalde, «burbujas de confort» que solo por excepción dan nacimiento a conjuntos sociales reales. Pero, como se demuestra muy bien en el documental, la eficacia de esta tecnología reposa en la calidad y precisión de los algoritmos creados para, desde ellos, interpelar a los sujetos reales con discursos y exhortaciones concretas, con llamados a la acción y casi recurriendo al *bullying* contra quienes desoyen esas convocatorias y no salen a protestar contra el gobierno, la revolución, el socialismo. El reverso de esta medalla es la ridiculización de los que siguen en una onda —caracterizada como anacrónica, tal vez arcaica— anclada en una «vetusta» crítica a la sociedad

norteamericana o a los crímenes del imperialismo. Este proceso está muy bien retratado en el documental.

Las «burbujas de confort» crean una falsa sensación de universalismo: «todos piensan esto», se dice a sí misma la persona que está siendo ametrallada por estos mensajes. No se sabe, pero se supone; y ahí opera el temor a ser la oveja negra de un paciente rebaño que sigue las instrucciones que emiten quienes controlan plataformas como Facebook o Twitter, sin ir más lejos. Nada más engañoso que suponer que esos son espacios de ilimitada libertad, como algunos creyeron cuando estas tecnologías hicieron su irrupción en las sociedades contemporáneas. ¡Vaya si hay control, si hasta al propio expresidente Donald Trump se permitieron sacar del Twitter, donde tenía 83 millones de seguidores, porque los dueños de esa plataforma consideraban inapropiados los mensajes que posteaba el magnate neoyorquino!

Resumiendo: Este magnífico documental describe y explica el funcionamiento de esta nueva arma de dominación neocolonial. Es muy poderosa, más no invencible. Nosotros también podemos hacer uso de ella. No será sencillo, pero si apelamos a nuestra imaginación, si elaboramos un minucioso plan de contrataque, si lanzamos las consignas o palabras adecuadas y con el estilo comunicacional de nuestro tiempo: sencillo, breve, apelando a las pasiones y no solo a la argumentación racional, todo en pro de una buena causa, estoy seguro que podremos contrarrestar la ofensiva del imperio. Al fin y al cabo, esa es la historia de la internet: inventada por el Pentágono se les escapó de las manos. Es instrumento de opresión, pero también, bajo ciertas circunstancias, de liberación. Hosni Mubarak, 30 años dictador de Egipto sostenido por Estados Unidos e Israel, sucumbió ante el uso inteligente y masivo que hicieron los jóvenes que

se manifestaron más de un mes en El Cairo. Lo mismo ocurrió en Túnez, acabando con la tiranía de Zine El Abidine Ben Ali. Las luchas populares en Colombia y en el Chile de nuestros días — así como las que se libraron en Ecuador en 2019 — son coordinadas y repotenciadas en su efectividad por la utilización de las redes sociales. Sí, la dictadura de los algoritmos y sus creadores existe, pero eso que he dado en llamar «asociativismo digital» puede ser un arma poderosísima en manos de los pueblos. No olvidemos una enseñanza de la guerrilla de la Sierra Maestra, y lo que tantas veces dijo Fidel: «teníamos unas pocas armas, pero nos equipamos con las armas que le arrebatábamos a nuestros enemigos». Lo mismo hizo el Viet-Cong: apoderarse de las armas de las tropas de Estados Unidos y derrotarlas con ellas. Ahora se trata de hacer lo mismo; derrotar al imperio, volviendo en su contra sus propias armas.

Los algoritmos de la posverdad

Enrique Ubieta Gómez*

Juventud Rebelde, 5 de junio de 2021.

Un excelente y útil documental fue exhibido recientemente por la televisión cubana. Se trata de *La dictadura del algoritmo* (2021), de Javier Gómez Sánchez, producido por RCTV Comercial y el Ministerio de Cultura; un material audiovisual ágil, construido para un espectador inteligente capaz de dialogar, durante 51 minutos, con el saber colectivo de un grupo de especialistas cubanos, en su mayoría jóvenes, que desentraña el funcionamiento de las redes sociales en general, y de las redes sociales en «la batalla de Cuba» en particular. No es que «descubra» aspectos nunca antes revelados, es que la articulación de saberes y la eficaz edición de las reflexiones individuales, ofrece la mirada integral que necesitábamos. Sin didactismos, y sin eludir la autocrítica, el documental cumple a cabalidad su función didáctica. Porque la guerra que se nos hace, parafraseando a Martí, transita por las redes, y apela a las emociones (las más

* Enrique Ubieta Gómez (La Habana, 1958). Ensayista e investigador cubano. Director de la Revista *Cuba Socialista*. Fundador del proyecto Videoteca contracorriente. Autor de libros como *La utopía rearmada. Historia de un viaje al nuevo mundo* (2002), *Venezuela rebelde* (2006) y *Cuba: ¿Revolución o reforma?* (2012).

elementales); ganémosla pues a emociones (sin renunciar al pensamiento).

El control que ejercen las redes no está concebido para ningún país en particular, y sí para todos. Se produce en varios planos. El primero, lo propiciamos nosotros. Cada foto, cada amigo seleccionado o rechazado, cada «me gusta» contribuye a conformar nuestro perfil psicológico. El Gran Hermano no es necesariamente una persona que escucha nuestras conversaciones, o nos ve mediante cámaras ocultas, aunque esos viejos métodos sigan practicándose (recuérdese que la llamada Ley Patriótica, adoptada después del atentado a las Torres Gemelas en 2001, autorizaba al gobierno estadounidense a utilizar esos recursos contra sus ciudadanos ante cualquier atisbo de sospecha, palabra sujeta a las más caprichosas interpretaciones); es una base de datos —programada desde una ideología con pretensiones hegemónicas— que organiza la información de lo que somos y queremos, y la manipula mediante algoritmos.

Los otros planos tienen que ver con esa manipulación. Facebook nos envuelve en una burbuja de confort: los algoritmos manejan la información y nos acercan personas, eventos, y declaraciones que coinciden con ella. Por muy banal o absurda que sea una opinión, hace que nos parezca universal. Si los amigos que nos han seleccionado —y no me refiero solo a los que aceptamos como tales, muchas veces sugeridos por la «máquina», sino a los pocos con los que en definitiva esos algoritmos permiten una interacción real con nosotros—, repiten una idea o afirman algo verosímil pero falso, lo certificamos como «verdad». La verdad en los supuestos tiempos de la posverdad, no se mide por su coincidencia o fidelidad a los hechos que describe o nombra, sino por su efecto emocional, por la cantidad de veces que es repetida (Goebbels). Por eso

es muy común topar con personas muy aferradas a opiniones «propias» que fueron previamente sembradas en sus cabezas. Incluso, hay quienes se asientan en el pantano del cinismo: si se demuestra que, por ejemplo, nunca se produjo una aludida huelga de hambre, responden, «a mí no me importa que sea verdad o mentira». Los algoritmos son algas de río. Se enredan en tus pies y no te dejan nadar. Mientras más braceas, más te sujetan.

Algunos se ahogan, y creen (de verdad creen) que la Revolución Cubana tiene los días contados, o que la mayoría del pueblo —no cuenta el 86% que certificó la Constitución socialista en voto secreto y directo— se opone a ella. Cualquier evidencia contraria es ignorada. Más aún, cualquier evidencia contraria es acallada, mediante artilugios tecnológicos o acciones represivas. Porque Facebook se parece a su amo: puede ser un espacio de seducción que nos mantenga «cómodos», «queridos», sin que sintamos la «necesidad» de pensar; o puede ser una maquinaria de terror, que nos haga caer al vacío de la incomodidad, si persistimos en seguir nuestro rumbo. La zanahoria y el garrote. El terror es virtual —las ofensas son un recurso—, pero tiene consecuencias en la vida real: ya sea la pérdida de contratos para músicos o artistas escénicos, por ejemplo, o la siembra de una duda plausible que afecte el prestigio del emisor rebelde («el asesinato del carácter» puede basarse en hechos reales o ficticios, pero siempre deja la sombra de la duda), e incluso la agresión física en la calle, como recurso extremo. Puede provocar en un joven la sensación de aislamiento del grupo de amigos, lo que para él o ella es difícil de sobrellevar. Pero en realidad, como afirma Israel Rojas en una de las tomas del audiovisual, «te matan cuando te logran callar».

El documental presenta los testimonios de Israel Rojas y de Arnaldo Rodríguez, dos talentosos y populares músicos cubanos que sufrieron el ataque de las redes, y no se callaron. Porque callarse es un primer paso que certifica la muerte del sujeto. Pero no lo «libera». El terror es carroñero: necesita que el vencido se pronuncie en sentido opuesto a sus convicciones. El documental nos invita a reflexionar, pero también a actuar. A preservar nuestra identidad, y a crear formas novedosas, capaces de tocar resortes emocionales y racionales en defensa de la verdad, la que coincide con los hechos. Lo recomiendo.

La dictadura del algoritmo: Ideas para una revolución cibersemiótica

Fernando Buen Abad*

La Jiribilla, 8 de junio de 2021.

En el documental *La dictadura del algoritmo* se cursa un periplo semántico que no prescinde de cierta tradición didáctica de referencia para saltar rápidamente a las profundidades, incluso más intrincadas, de una definición y una función claves en la vida política e ideológica de internet (y de las «redes sociales») que inundan nuestras vidas hoy. Es un documental con una coartada narrativa sencilla y con ambiciones políticas —en su sentido más amplio—, estratégicas, indispensables. Definido con simpleza de diccionario, quizás siempre ingenua, un algoritmo es: 1. m, conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema: 2. m. Método y notación en las distintas formas del cálculo. Diccionario de la Real Academia. Pero el asunto es más complejo. Veamos.

Protagonizan el «relato guía» del «documental» (veremos más adelante si le pertenece tal caracterización) personalida-

* Fernando Buen Abad (Ciudad de México, 1956). Doctor en Filosofía, y profesor de la Universidad Nacional de Lanús, Argentina. Autor de los libros *Filosofía de la comunicación* (2001) y *Filosofía de la imagen* (2003). Integra la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad.

des emparentadas con las más diversas sapiencias: académicas, políticas, tecnológicas. Se conforma así una propuesta audiovisual afirmada en la experiencia de los testimonios que terminan siendo una carga semántica poderosa, y un repertorio de vivencias directas, cuya solvencia y hondura son una garantía de calidad informativa. No hay duda sobre la seriedad o autoridad de los testimonios y los enunciados.

Es un relato construido, además, por protagonistas de la experiencia tecnológica llamada internet que son, al mismo tiempo, usuarios y críticos, comprometidos en describir en una secuencia de argumentaciones, acaso injustamente lineal, encadenada (como cadena sintagmática) bajo el formato de entrevistas (excesivamente limitadas por un solo plano) que sirven de transporte al desarrollo de un análisis crítico —y una denuncia— sobre los usos y abusos de los «algoritmos» bajo el imperio de la dominación ideológica burguesa. De hecho, cada intervención de los protagonistas por sí misma podría ser una unidad semántica independiente y autosuficiente, como estrategia de divulgación para introducir, fraccionadamente, a personas no familiarizadas. Pero eso es otra virtud en la ingeniería de esta obra audiovisual.

No deja dudas sobre las necesidades y los retos de luchar contra las maquinarias productoras de «algoritmos» hegemónicos y nuestras relaciones asimétricas ante las tecnologías que, siendo grandes avances del conocimiento, simultáneamente son armas de guerra ideológica contra los pueblos. Todo dicho, además, con una magnífica calidad y nitidez de imagen y un soporte recurrente de símbolos abstractos alusivos a redes y puntos en movimiento. Estética de la tecnología hoy puesta de moda.

¿A quién le hablan las voces protagónicas en *La dictadura del algoritmo*? Seguramente a sus pares, a personas enteradas de

algunos vocabularios afines o conexos, a estudiantes avanzados, a líderes sociales familiarizados con los entresijos de la cibernética... No parece ser un proyecto de interlocución con el común de los usuarios que no tuvieran acceso a algún método crítico. El documental demanda atención y posesión léxica no del uso común. Y eso está muy bien porque es exigente aunque construya barreras provisionales en algunos escenarios semánticos o semióticos. Es una experiencia audiovisual con fuerza intelectual idónea para territorios de enseñanza. Se aprende mucho.

Eso no implica que sea incomprensible y que no pueda, o deba, exhibirse con destinatarios no especializados o distantes a los andamios de las intimidades internautas. Pero reclama el despliegue preliminar de advertencias para aprovechar al máximo la experiencia de verlo y disfrutarlo. Algunos le pediríamos más dinámica narrativa, no como «anzuelo» en el sentido mercantil del relato audiovisual, sino como despliegue de cajas de resonancia epistemológicas capaces de interactuar con las palabras en planos semióticos simultáneos. No como ornatos ociosos. No como ilustraciones ni como decorados estériles, sino como evidencias concluyentes y comprensibles, por la sola visibilización de su ser y su modo de ser en consonancia con los conceptos de los testimonios. Semejante petición es de todo un trabajo de investigación específica.

Le pediríamos menos linealidad y más esteticidad, no de joyería banal sino de proyecto estético propio, necesario acaso para entrelazarse con la calidad y complejidad de un tema que se aborda poco desde una mirada crítica y dialéctica. Este documental es, por eso, un territorio de exploración que avanza de la mano de los testimonios vertidos y exige expansión de los recursos narrativos pertinentes a la novedad y verdad de los

fenómenos aludidos y a la complejidad social y política de la geo-semiótica que cursa.

Le pediríamos liderar, con lo que tiene de potencia crítica, una batalla crucial hacia la comprensión de las amenazas y también una invitación a la apropiación de las metodologías y las tecnologías que hagan sitio a una generación de producciones algorítmicas, esta vez, para la emancipación de los pueblos. Completar pues, el aporte diagnóstico con una llamada a la praxis de los cambios, apropiándonos de las herramientas. Hacer dialéctica de la dictadura de los algoritmos transformada por la revolución de las conciencias. Está en pantalla.

Documental cubano

La dictadura del algoritmo:

o cómo pasar del ataque al contrataque

Pedro Santander Molina*

La Jiribilla, 4 de junio de 2021.

Quienes observamos con atención los procesos políticos de América Latina sabemos que muchas cosas están cambiando, pero también sabemos que hay una que se mantiene igual: Cuba siempre nos sorprende.

Efectivamente, a pesar del criminal bloqueo, del acoso permanente, de la agobiante asfixia y los más variados ataques que esta pequeña nación ha debido soportar por décadas, una misteriosa energía que pareciera ser su recurso natural inagotable hace que la Isla siempre nos dé sorpresas. Sorpresas que, a menudo, se convierten en ejemplos a seguir.

Ha vuelto a ocurrir: Cuba nos asombra desde ahí mismo desde donde más la han agredido. Esa es otra constante de la Isla, de donde más la atacan surgen los mejores contrataques;

* Pedro Santander Molina. Intelectual chileno. Doctor en Lingüística y profesor de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Auto del libro *La batalla comunicacional: Defensa, ataque y contrataque en América Latina* (2020).

es la impronta de Fidel. Por ejemplo, le niegan la posibilidad incluso de importar una aspirina y se responde con medicina y biotecnología de nivel mundial, capaz de mostrar los mejores índices de manejo sanitario en esta crisis pandémica, el más bajo número de fallecidos del continente, e incluso el desarrollo de cinco candidatos vacunales contra la COVID-19.

Y una de las más peligrosas y constantes agresiones que la Isla debe soportar en la actualidad, ocurre en el terreno comunicacional. Tanto Raúl Castro como el presidente Díaz-Canel lo han advertido con claridad: después del ataque económico, el comunicacional, promovido y financiado por Estados Unidos y sus servicios de inteligencia, es el más peligroso al que se enfrenta este territorio libre de América.

Los protagonistas de estos ataques comunicacionales contemporáneos son los medios digitales y las redes sociales; y la doctrina que orienta sus métodos es la llamada Guerra de Cuarta Generación (G4G). Se trata de una mezcla peligrosa. Las redes sociales son hoy la mayor fuente de información de amplios segmentos de la población; su atractivo hace que, sobre todo los jóvenes y niños pasen gran parte del día en ellas. La batalla se libra en la palma de la mano, donde los dispositivos móviles nos muestran tendencias, modas, famas efímeras y popularidad que se despliegan en las redes sociales, todas ellas en manos de pocas corporaciones con asiento en Estados Unidos; son los «gigantes tecnológicos».

La G4G los necesita y los usa. Se trata de un tipo de guerra cuyo campo de batalla no es el frente militar, sino la sociedad en su conjunto, con predilección en atacar sus dimensiones culturales. El objetivo es claro: promover un colapso interno, psicológico, moral de las personas; es decir, socavar por dentro. Hacer la guerra de este modo es una forma de expandir la agresión a

todo el espectro de la vida cotidiana. Para ello se emplean, entre otros métodos, operaciones psicosociales ejecutadas a través de los dispositivos de comunicación, como los medios digitales o las redes sociales.

En esa lógica, decenas de medios, activistas, *bots*, *trolls*, *cyborgs* y *fake news* se encuentran en movilización permanente para tensionar, inventar, exagerar y distorsionar la realidad cubana. La operación de San Isidro es un botón de muestra.

Pero, como decíamos, Cuba siempre sorprende, y más aún cuando se reacciona en lógica de contrataque. Y el contrataque revolucionario en el plano tecnocomunicacional ha comenzado y lleva en sus entrañas las marcas de una Revolución: audacia, educación, profesionalidad y creatividad.

El lanzamiento del documental *La dictadura del algoritmo* se inserta en este contrataque. Bien lo sabe Cuba: hay que educar para resistir y triunfar. Y en esta excelente e interesantísima pieza audiovisual de 52 minutos, producida por un equipo de profesionales cubanos y cubanas, dirigida por Javier Gómez Sánchez, vemos una realización con un alto valor didáctico para toda audiencia. A lo largo de casi una hora y en el marco de un impecable y destacable trabajo de edición, nos enteramos por la boca de cubanos y cubanas del rol que la actividad automatizada, los algoritmos, las redes sociales, las *fake news* y las comunidades virtuales juegan hoy en esta batalla por la verdad que se libra en la Isla.

En la variedad de estos testimonios radica una parte importante del valor de este documental: escuchamos a expertos y expertas en el tema, tanto en cuestiones relacionadas con la infraestructura tecnológica como con el uso político de las redes. No puede uno dejar de asombrarse de la claridad y del conocimiento que tienen estos y estas profesionales acerca de

lo tecno-digital, a pesar del bloqueo tecnológico sobre Cuba. También vemos testimonios de isleños que han sido víctimas de lo que se conoce como el troleo en redes sociales, es decir, la publicación masiva, acosadora, de mensajes ofensivos, degradantes y provocadores contra comunicadores revolucionarios, en el marco de ataques coordinados y aupados por plataformas y medios digitales financiados desde Miami.

Pero el documental no se queda solo en la denuncia. También observamos una autocrítica directa y sin maquillaje al modo y a la tardanza en el cómo el campo revolucionario ha enfrentado esta variante del ataque contrarrevolucionario. Es una deuda que se tiene y se llega con atraso a saldarla, debido, a menudo, a rigideces conservadoras e improductivas que la fuerza de los hechos nos obliga a revisar y derrumbar.

Ese camino que ya se inició en Cuba, los discursos de Raúl y de Díaz-Canel en la apertura y en el cierre del VIII Congreso fueron, en ese sentido, claros, críticos y autocríticos: debemos hacerlo mejor que hasta ahora y reaccionar en la dimensión comunicacional de la batalla con agudeza, firmeza y creatividad. Lo podemos hacer porque Cuba siempre da sorpresas.

Pase a ver *La dictadura del algoritmo* y déjese sorprender.

Retos/invitaciones de *La dictadura del algoritmo*

Kenneth Fowler*

Bufo Subversiva, 5 de junio de 2021.

Acabamos de ver en toda Cuba, y buena parte del mundo, el documental *La dictadura del algoritmo*, del realizador Javier Gómez Sánchez. Para otros más letrados en labores de crítica quedará ese ejercicio de análisis cinematográfico, artístico y comunicacional que permita diagnosticar fallas y aciertos del producto. No obstante, me permito esta oración para felicitar a todo el equipo que tuvo que ver con la obra, y a los entrevistados.

Ahora, más allá de la pertinencia — mucha, a mi entender — de la temática abordada, más allá de concordancias o discrepancias en torno al abordaje de la misma, toca preguntarse después de consumir el documental, a qué nos está invitando.

¿Y ahora qué?

Defiendo el criterio, plasmado de manera magistral por Israel Rojas, de que realizar este ejercicio intelectual es la «parte

* Kenneth Fowler (La Habana, 1995). Licenciado en Química en la Universidad de La Habana. Es colaborador de los blogs cubanos *Bufo Subversiva*, *La Tizza*, *Cimarronas*, y coordinador de la plataforma de debate Malas Compañías.

fácil» —y aun así no siempre lo hacemos y de ahí la importancia meridiana del documental—. Lo «difícil» es la segunda parte de la ecuación, esa donde tenemos que sobreponernos a adversidades técnicas, a gigantes comunicacionales e ideológicos que libran la batalla en las redes, para llevar los rasgos de nuestra política innovadora a esos espacios. Porque a nadie puede caberle dudas de que la política de la Revolución, amén de estancos o desaciertos, ha sido históricamente innovadora; pues a innovar en el ciberespacio.

Sobre esto —a mi gusto una de sus virtudes— el documental deja más preguntas que respuestas, pero me gusta considerarlas mejor como un reto (otro más), una invitación a pensar, y a pasar entonces del plano de denuncia al plano propositivo.

Se habló de reformas educacionales. ¿Existen programas especializados en el uso de las redes sociales, sus aspectos éticos, en nuestra educación general? ¿Acompaña la escuela el proceso de aprendizaje tecnológico de un infante de la mejor manera? ¿Están capacitados todos nuestros maestros y maestras —y cualquier otro miembro del personal docente— para lidiar con los nuevos problemas que las redes conllevan y que cambian el escenario educativo y de convivencia desde edades tempranas?

¿Estamos creando y difundiendo contenidos de valor que puedan llegar a los estudiantes en los espacios virtuales que ellos moran? ¿Debe ser toda la apuesta a soluciones tecnológicas propietarias? ¿Existe una contradicción entre la búsqueda de soberanía tecnológica y el necesario (y algunas veces largo y tortuoso) periodo de asimilación ante otras plataformas ya impuestas?

No podemos pecar de ingenuos ni injustos al hacer estas valoraciones pues mucho se hace hoy en el país para acercar a

los niños a las nuevas tecnologías de una manera responsable. No obstante, entre factores objetivos, como la disponibilidad de hardware en las escuelas, hasta subjetivos, como la falta de preparación de educadores en estos temas, el estudiante transita un terreno yermo en sus años de educación general que genera vacíos solo llenables por familias que no necesariamente tienen cubiertas esas lagunas.

Se habla de prensa, se habla del ecosistema de medios subversivos y su alta capacidad de articulación alrededor de un discurso. ¿Hacemos lo mismo nosotros? ¿Se aprecia el mismo nivel de articulación entre los medios estatales?

¿Puede existir esa articulación también entre medios estatales y esfuerzos comunicacionales verdaderamente independientes (entiéndase aquí aquellos que no se enmarcan en la lógica mercenarista del ejército de medios subversivos financiados de una u otra manera para atacar al país y al proyecto social)? Si es el caso, ¿qué tipo de relación debe/puede existir?

¿Cómo llega nuestra prensa a las redes sociales? ¿Todas las estrategias de comunicación son realmente efectivas? ¿Decimos todo lo que debemos, cuando debemos, a quien debemos y cómo debemos?

Son muchos los retos/invitaciones que deslinda el documental, debemos convertir también las redes en espacios de emancipación, donde se comparta lo mejor de nuestra cultura, de nuestro pensamiento, donde se visibilicen y, más importante, se desarrollen acciones de formación, de diálogo, de participación verdadera. Las redes deben ser también un espacio de participación política popular, nuestros cuadros deben estar en las redes, nuestra asamblea debe estar en las redes, nuestra juventud, nuestro partido deben participar en las redes. Las redes deben ser espacios de rendición de cuentas, de consenso,

de buscar colectivamente la resolución de los problemas. Y no es que los «cómo» estén ahí escondidos a simple vista, hay que buscarlos, hay que luchar por ellos.

Pero, ¿qué es la lucha para un revolucionario si no su destino último?

Son muchas preguntas, casi infinitas; son tantas preguntas que quizás entorpecen la lectura —mis disculpas por eso— y hacen que parezca un trabalenguas o un laberinto. Empecemos a andar para encontrar algunas respuestas y quizás el próximo texto sea menos enredado.



CONTEXTO LATINOAMERICANO

Una revista de Ocean Sur

www.contextolatinoamericano.com
f ContextoLatinoamericano

La versión digital de Contexto Latinoamericano actualiza semanalmente cada uno de sus espacios dedicados a la actualidad, la opinión y el debate, al tiempo que ofrece una síntesis diaria del acontecer noticioso en América Latina y el Caribe.

PROYECTO EDITORIAL CHE GUEVARA

www.cheguevaralibros.com
f LibrosCheGuevara

Los títulos publicados en español e inglés propician el conocimiento de la vida, el pensamiento y el legado del Che a través de un ordenamiento temático por medio del cual se accede íntegramente a sus múltiples facetas.



Por una industria cultural contrahegemónica y transnacional. Reflexiones a tenor del documental cubano *La dictadura del algoritmo*

Jon E. Illescas*

La Jiribilla, 14 de junio de 2021.

Los niños y adolescentes son muy inteligentes. Más de lo que parecen. No hacen lo que los adultos les dicen que hagan en tanto individuos particulares, sino que imitan lo que el conjunto social realmente hace. Es decir, ante discursos antagónicos prima el conjunto de la praxis social sobre los individuos. Si su profesor les dice que es bueno que lean, pero él no da ejemplo, desde luego no les animará a leer. Pero incluso si ese profesor en realidad lee y no hace sino más que proponerles lo que honestamente considera una de las mayores curas para el alma

* Jon E. Illescas (Orihuela, España. 1982). Doctor en Sociología, DEA en Comunicación Audiovisual y Licenciado en Bellas Artes. Autor de tres libros, el segundo de ellos publicado en Cuba: *Nepal, la revolución desconocida. Crisis permanente en la tierra de Buda* (2012), *La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados* (2015;) y *Educación Tóxica. El imperio de las pantallas y la música dominante en niños y adolescentes* (2020).

(la luz del conocimiento); si la mayoría de la sociedad no lee: la mayoría de los niños tampoco leerán.

¿Y quién educa hoy a los menores? Por supuesto, su familia, sus profesores y las organizaciones o asociaciones donde puedan desarrollarse. Claro que sí. Pero faltan otros importantes pedagogos, quizás los más importantes en los tiempos que corren: las pantallas. Efectivamente, en un país de capitalismo supuestamente desarrollado como en España, con un 60% de su sistema domiciliario de internet de fibra y con una imparablemente creciente cobertura móvil en 5G, un alumno de 14 años, consume, promedio, 9 horas de su día frente a la pantalla (63 horas semanales).¹ Solo contando el ocio, descontando las tareas que el profesor pueda mandar que requieran del ordenador, ¡9 horas de pantallas en su tiempo libre!, ¡más de lo que dedica al sueño!²

Hace siglo y medio, Marx escribió en su célebre prólogo a la *Contribución a la crítica de la economía política* (1859) que el desarrollo de las fuerzas productivas era el que condicionaba las relaciones económicas entre los sujetos,³ es decir, el modo de producción, junto a la lucha de clases. Cuando las tecnologías paridas por el incremento de las fuerzas productivas llegaban a un cierto punto de desarrollo eran incompatibles con el modo de producción existente y por tanto era necesario cambiarlo. Y eso implicaba una revolución social.⁴ Sin embargo, dentro de las fuerzas productivas Marx y Engels contaron la ciencia, es

¹ CIA. The CIA World Factbook (2020). Estados Unidos (no se especifica la ciudad): Carlile Intelligence Library. Volumen III, p. 206.

² Jon E. Illescas: *Educación Tóxica. El imperio de las pantallas y la música dominante en niños y adolescentes*, El Viejo Topo, Barcelona, 2020.

³ Las relaciones de producción.

⁴ Tras que Marx escribiera este prólogo vimos que las clases dominantes aprendieron la lección y aprendieron a hacer revoluciones desde

decir, la naturaleza humanizada objetivada dentro de nosotros. ¿De qué sirve tener mucha tecnología (naturaleza humanizada fuera de nosotros) si nuestra capacidad de controlarla es paupérrima? ¿De qué sirve tener el 60% de la población con una estupenda conexión a internet si en su mayoría la emplean viendo contenidos de ínfima calidad creados a partir de los objetivos de obtener la máxima rentabilidad y controlar políticamente a la población trabajadora ignorando por completo los mejores valores que la humanidad ha forjado a lo largo de su evolución?

¿Qué valor tiene que casi todas las familias españolas (incluidas algunas que pasan hambre y tienen a sus hijos por debajo del nivel de pobreza) tengan un *smartphone* o una *tablet* si malgastan sus días enganchados a videojuegos violentos, escuchando música industrial que promueve valores como el sexismo, la agresividad, la violencia, el desprecio a la cultura, el culto a la riqueza o el individualismo más egoísta? ¿Para qué tanto internet si cada vez más niños todavía siendo menores le quitan la tarjeta de crédito a sus padres para hacer apuestas deportivas *online* o consumir pornografía sin tener capacidad de asimilar lo que están viendo? ¿Para qué tanto control sobre la naturaleza externa si no somos capaces de controlar nuestra propia naturaleza interna, nuestro ser consciente?

Sumado a ello hemos de anotar que cuando uno mismo no ejerce control consciente sobre sí, está siendo controlado por otros factores u otras personas. Porque al igual que cuando un sujeto no es capaz de controlarse y come más de lo que su cuerpo necesita es esclavo de su gula (o ansiedad), generando con ello problemas de salud como sobrepeso, obe-

arriba como la Meiji en Japón (iniciada en 1868) para evitar las revoluciones desde abajo, mucho más peligrosas para sus intereses.

alidad e incluso obesidad mórbida en el peor de los casos; del mismo modo puede ocurrir que aquel niño o adolescente que no puede separarse de la pantalla de Facebook, Instagram o YouTube esté contribuyendo con su adicción a que otros forjen su cultura e ideología acorde a sus propios intereses. Primero, porque está permitiendo que otros recopilen sus datos más personales que dejan su huella en el ciberespacio para venderlos a terceras compañías; segundo, porque está exponiéndose a contenidos que otros (de muy distinta clase social) sufragan para que ellos los consuman y, tercero y último, porque está intercambiando su atención por los contenidos con los cuales las empresas transformarán su atención en mercancía que las empresas venderán a los anunciantes.

Comencé hablando de niños y adolescentes. Lo hice para enfatizar que son los más indefensos y que tenemos una responsabilidad con ellos, pero a partir de este párrafo del artículo incluyámonos todos. ¿O es que cada vez más los adultos no andamos pendientes de las pantallitas? ¡Si hasta mi abuela de 92 años anda medio enganchada al WhatsApp! El otro día me dijo que le gustaba más la foto que me había puesto de perfil, más que la otra quería decir, que no le gustaba nada (no me atreví a preguntarle el porqué). ¡Y gracias a Dios que casi no me cambio la foto porque me lo dijo apenas a los cinco minutos de hacerlo! En ese momento comprendí que el mundo se enfrentaba a una disyuntiva civilizatoria. Si le pasaba eso a mi abuela, ¿qué no les pasará a los menores? ¿Qué les podemos pedir si nosotros no damos ejemplo?

La tecnología en abstracto puede ser neutral pero en concreto jamás lo es. Es buena o mala, punto. Cuando con el cuchillo cortamos el pan y nos hacemos un bocadillo bien sabroso es buena o cuando el cirujano con su bisturí nos salva la vida

de una letal enfermedad. Pero es mala, peligrosa, en manos de un asesino, de un ladrón o de una persona que sufra una enfermedad mental que lo enajene de su personalidad real. Hoy tenemos que preguntarnos quién controla la tecnología que nos tiene pasando tanto tiempo de nuestras vidas frente a esas pantallas.

¿Quién están detrás de su fabricación, gestión, producción y difusión de contenidos? ¿Quién decide qué mensajes o contenidos prevalecen por encima del resto? ¿El Espíritu Santo del capitalismo? ¿La «mano invisible del mercado» que diría un Adam Smith deformado por los neoliberales actuales que se quedan con lo que les interesa y ocultan sus diversas críticas al capitalismo? ¿Quién es el dueño de la mano que mece la cuna de tantas horas de nuestros días? ¿Quién y dónde habita?

Por eso creo que el documental cubano *La dictadura del algoritmo* de Javier Gómez Sánchez es de obligada visión y difusión. En él diversos especialistas y artistas nos dejan reflexiones de calado y nos facilitan que esa maraña de datos tras la cual se ocultan los dueños de nuestros medios parezca un poco menos tupida. Es necesario que este documental llegue a los jóvenes, a las aulas, a docentes y discentes, que los conciencie y haga que las autoridades y el pueblo en permanente diálogo constructivo sepan a qué enemigo se enfrentan. Porque no está afuera, está muy dentro. Tan dentro de nuestras fronteras que ya ha invadido nuestras casas, sus hogares, con una sonrisa y se ha colado incluso en nuestros espacios más íntimos.

En un país como Cuba donde ya 4,2 millones de habitantes de una población de poco más de 11 millones tiene acceso a internet,⁵ cada vez más los problemas anteriormente apunta-

⁵ Datos del documental referido y del censo oficial del gobierno cubano.

dos requerirán una respuesta lo más inteligente y contundente posible para enfrentar sus efectos adversos (luego pasaremos a enumerar los positivos que todos conocemos pero rara vez verbalizamos). Estos efectos hostiles, si ya son negativos en los lugares donde son los capitalistas los que controlan el país de un modo directo a través de su economía (como por ejemplo en España donde solo el 13,51% de los trabajadores activos están contratados por el Estado)⁶ o indirecto mediante sus representantes políticos pagados por grandes capitales que permiten y dan la luz verde a la aparición de sus rostros en los medios de comunicación de su propiedad y por tanto sustentan la partidocracia entre la población; estos mismos efectos negativos pueden ser desastrosos para un país donde la mayoría de su dirigencia política quiere caminar hacia la construcción del socialismo y la mayor parte de trabajadores labora para el Estado. Un país de 11 millones de habitantes que sufre un embargo de más de 60 años de parte del desagradable vecino de 330 millones que de modo mafioso penaliza a cualquier país del mundo que quiera comerciar con Cuba, un enemigo que pese a su lento pero inexorable declive todavía es la mayor potencia militar del planeta y el segundo país con mayor producto interior bruto del mundo.⁷ Nadie querría tener un vecino así.

⁶ El 13,1% de la clase trabajadora activa, 11,35% de la clase trabajadora incluida la no activa que consta como que está buscando empleo activamente (hay otra parte de la clase trabajadora que no está registrada por ser paro estructural de larga duración o lumpen, datos cruzados de la presidencia del gobierno español y el Instituto Nacional de Estadística, partiendo de la población activa y en paro en el primer trimestre de 2021 y el número de empleados públicos facilitado en nota de prensa oficial el 14 de febrero en la web de la presidencia del gobierno de España).

⁷ Desde 2014 según el propio FMI.

Así pues, ¿qué efectos tendrá sobre la conciencia de millones la exposición continua a estas redes y sus algoritmos controlados por la clase dirigente estadounidense que está deseando que Cuba abandone la senda de la construcción socialista y se incorpore plenamente a la dictadura capitalista mundial? Dictadura de cuya lógica no se puede, evidentemente, desembarazar por completo pues como sugirió con ironía Fidel: «Cuba no vive en otro planeta».⁸ Por eso mismo, a largo plazo, Cuba necesita la revolución socialista mundial en los países más adelantados en el desarrollo de las fuerzas productivas externas y los revolucionarios de los países capitalistas más desarrollados necesitamos que en Cuba siga existiendo un pueblo con un desarrollo cultural (fuerzas productivas internas al ser humano) tan fuerte como el cubano. Porque con todas sus limitaciones, nos sigue enseñando que otro mundo mucho más humano todavía es posible. ¿Qué ocurriría si como dijo Engels en 1847 en *Principios del comunismo* la revolución triunfara simultáneamente en los países más desarrollados? ¿Cómo viviríamos todos (incluidos los cubanos) si Estados Unidos, la Unión Europea, la India o Japón fuesen socialistas? No solo ganaríamos en bienestar económico, en desarrollo tecnológico y en intercambio cultural sino también en democracia. Los unos y los otros.

Confieso que tras casi un año del inicio de la pandemia mundial del Covid-19, mientras en mi país capitalista «desarrollado» las víctimas eran mucho mayores cada 100 000 habitantes

⁸ Declaraciones efectuadas en el documental *Looking for Fidel* que Fidel Castro grabó junto al cineasta estadounidense Oliver Stone, producido por la productora española Morena Films. Las palabras de Fidel fueron: «Estados Unidos nos bloquea, todos los socios de Estados Unidos. Entonces, yo le preguntaría a Estados Unidos, ¿con qué planeta y con qué país vamos a comerciar?» ante la pregunta de Stone de por qué comerciaban con países con gobiernos como el de Irán.

que en Cuba con un porcentaje de 2 frente 137 muertos,⁹ sentí una envidia buena, de compañeros, de cómo se gestionaba la crisis sanitaria en Cuba. Cómo, pese a todas las carencias y los obstáculos, se ponía el valor de cada una de las personas por encima del dinero mientras aquí en España con un «supuesto» gobierno «de izquierdas» (PSOE, Más Unidas Podemos) se intentaba hallar un imposible equilibrio entre economía y salud que siempre acababa desplazándose a la preminencia del poder del dinero, del capital, sobre la salud de la población. O lo que es lo mismo: libertad para los negocios, muerte para las personas. Y en esas seguimos.

Mientras Cuba tiene una industria farmacéutica pública desarrollada, mi país «desarrollado» esperaba a que otros les vendieran sus vacunas porque aquí la industria farmacéutica ni es pública ni especialmente desarrollada. De hecho, por la competencia de esas farmacéuticas privadas que nos iban a vender sus vacunas y su intención de pugnar por el mercado capitalista mundial ante una pandemia global (sufrimiento humano + capitalismo = pingües beneficios), a quien les escribe le pusieron la primera dosis de dos necesarias de una marca y tras una extraña campaña de desprestigio mediático de la misma en razón a unos efectos secundarios que sufrieron algunas personas; ahora mi gobierno, todavía no sabe si nos pondrá la segunda (prometida) vacuna de la misma empresa privada, de otra o nos dejará solo con la primera y por ende con un nivel de protección inferior frente al virus. Cosas de la anarquía del «libre» mercado y ese capitalismo tan generador de riquezas como destructor de las mismas.

⁹ Datos de la Universidad John Hopkins de Maryland, en febrero de 2021.

¿Ese es el sistema al que quieren que Cuba se dirija? No quiero pensar cómo quedaría situada Cuba si en un futuro próximo abrazara ese capitalismo internacional si los habitantes de España con cuatro veces su población y 14 veces su PIB vivimos como vivimos (uno de cada tres niños pobres).¹⁰ ¿Cuál sería el destino de la mayoría de los cubanos? Sin duda alguna, unos pocos bien situados, se harían más ricos (si entendemos tan pobremente la riqueza como para igualarla a la cantidad de dinero que posea cada sujeto, ya saben, aquella mercancía con la que todas las demás se compran y suele acabar colonizando la mente de su poseedor), pero (repito), ¿cuál sería el destino de la mayoría de los cubanos? ¿Y cuál el de la cultura que hoy se promueve desde las instancias públicas? Yo se lo adelanto: sería barrida. En España, uno de cada cinco niños de 9 a 12 años no saben que la capital de su país se llama Madrid.¹¹

Si Cuba no se defiende produciendo unos contenidos que pugnen contra la industria cultural capitalista que les acecha desde la intimidad de sus hogares, estará perdida. Absolutamente perdida. Y nosotros en nuestro mundo capitalista más desarrollado estaríamos más perdidos sin su ejemplo de lucha y resistencia humanista. Y para ello de nada sirve la censura, es imposible porque solo hace más apetecible el producto prohibido que será obtenido sin grandes problemas en el mercado negro o con los contactos con los familiares emigrados a Estados Unidos o a Europa. No se le pueden poner puertas al mar. Además de que quien les escribe, quitando casos extremos que

¹⁰ Datos del Banco Mundial y el Eurostat (de la Unión Europea), respecto a la llamada tasa AROPE sobre riesgo de pobreza y exclusión social.

¹¹ Jon E. Illescas: *Educación Tóxica. El imperio de las pantallas y la música dominante en niños y adolescentes*, El Viejo Topo, Barcelona, 2020, p.69.

ponen en peligro la integridad de las personas, está en contra de toda censura del florecimiento que supone la libertad individual para una sociedad que camina la senda del socialismo. La mejor sociedad la construyen en armonía la suma de sus mejores individualidades. Solo desde el convencimiento se conquistan las mentes y los corazones, no mediante imposiciones legales que, a veces, hipócritamente son infringidas por los mismos que las promulgan y permiten el florecimiento de mafias y mercados negros. ¿Alguien se acuerda de Al Capone y La Ley Seca o cómo el mercado negro y sus mercaderes acabaron tragándose a la URSS? ¿Acaso Cuba está inmunizada a que no le afecten ninguno de estos males que algunos revolucionarios valientemente han denunciado y acertadamente designado a sus autores como «pichones de oligarcas»?¹² Habrá que estar muy atento, porque los malos pájaros, si se les deja, crecerán de prisa y volarán muy alto.

La dictadura del algoritmo capitalista que rige las redes sociales y las industrias culturales donde cada vez más jóvenes cubanos se sociabilizan, no es solo peligrosa para ellos sino también para sus padres y los propios dirigentes. El coronel del Ejército de Tierra y Diplomado del Estado Mayor Pedro Baños, experto español de contrainteligencia en la reserva, comenta cómo una parte de los líderes soviéticos fueron seducidos por los cantos de sirena capitalistas mediante series norteamericanas tan nimias como *Falcon Crest* (1981-1990). El «efecto Falcon Crest» demuestra, según el coronel Baños, «que nadie escapa al influjo de lo que ve en los medios de comunicación».¹³ Cuando

¹² Iroel Sánchez: *Cuba frente al buen vecino. Entre el contrato y la herejía*, Ediciones Abril, La Habana, 2019, pp. 53-59.

¹³ Pedro Baños: *El domino mental. La geopolítica de la mente*, Editorial Ariel, Barcelona, p.31.

uno está cansado de pisar la tierra que siempre ha pisado, del duro sabor a la realidad y desde el cielo le ofrecen un sabroso fruto que promete librarle de todos sus problemas bajo una atractiva forma es fácil tirar la toalla. Imagínese que en un combate de boxeo, el púgil duramente golpeado con dificultades de levantarse fuera tentado por una atractiva mujer que le dijera: no te levantes, deja que pase el tiempo que después yo te llevaré a casa, te cuidaré y te daré mimos. ¿Cuántos boxeadores no hubiesen colgado los guantes?

La solución no es taparnos los ojos y no ver las pantallas, porque esa tecnología también nos trae oportunidades maravillosas: la posibilidad de contactar y acercarnos a personas de diferentes países enriqueciendo nuestro conocimiento de este planeta que todos compartimos, la disponibilidad de leer una cantidad de libros que antes no estaban ni en la mayor biblioteca del mundo, de disfrutar música y arte, de compartirla, de aprender a tocar un instrumento o a manejar un programa de ordenador o incluso reparar el motor de un coche averiado. Por eso Marx afirmaba que la misión histórica del mercado capitalista era poner a todos los seres humanos del globo en mutua interdependencia.

¿Cuántas cosas no podemos aprender si nosotros controlamos a la máquina y no somos controlados por su algoritmo? Pero hay un problema: no podemos conformarnos con pedir a la mayoría de la población esa capacidad de autocontrol. No es cómodo tener que estar constantemente luchando contra el algoritmo y los productos, los sonidos o las imágenes con las que nos tienta. Sería una quimera. Esa guerra cultural, política, la perderíamos. Hemos de ir un paso más allá. Hemos de construir una industria cultural contrahegemónica, socialista, internacional que cree contenidos tanto o más atractivos que los

que la industria cultural hegemónica del capital nos ofrece. Pero que lo haga promoviendo la cultura, el humanismo y la fraternidad entre los pueblos. Llevo más de cinco años pidiéndolo y el documental de Javier Gómez Sánchez me ha vuelto a recordar su imperiosa necesidad.¹⁴

Es la única posibilidad de que mañana el mundo sea socialista y no más bárbaro de lo que es hoy. Es la única posibilidad de que en Cuba el capital no vaya ganando espacio en la economía y en los sueños de sus habitantes. Y para construir esa industria cultural «del bien» necesitaremos muchos recursos, mucha unión y visión internacionalista. Cuba no puede enfrentarse a YouTube. Cuba perderá frente a YouTube. Es honesto reconocerlo. Perderá si no hacemos nada. Los algoritmos promoverán los contenidos contra el gobierno cubano, exagerará sus fallas y se inventará otras que jamás haya cometido. Lo bueno no aparecerá más que a los ya convencidos. Pero a convencidos y no convencidos le aparecerá todo lo malo (lo inventado, lo real y lo exagerado). Y eso día tras día hace mella. Desgasta, multiplica la duda, debilita, hace que colguemos los guantes.

Para construir esa industria cultural contrahegemónica, Cuba necesita al mundo y el mundo a Cuba. Sincera y humildemente creo que el gobierno cubano debería contactar con todos los gobiernos del mundo que estén interesados en apoyar esta industria cultural como hizo con los medios como Telesur (pero aprendiendo de los errores). Debe crear esa industria con todos los gobiernos y las organizaciones internacionales que compartan un mínimo común múltiplo de humanismo, respeto a la vida, la fraternidad, la solidaridad y luche contra la otra

¹⁴ Jon E. Illescas: *La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados*, El Viejo Topo, Barcelona, 2015.

industria del beneficio privado. Pero para hacerlo tiene que proponerlo, realizando un esfuerzo económico proporcional según la riqueza de cada país y los miembros de las organizaciones socialistas y comunistas internacionales que la apoyen. Con los recursos intelectuales y materiales de Cuba, por muchos que sean los primeros en relación a sus habitantes, no bastará.

Eso sí, y esto es muy importante: esta industria contrahegemónica no puede transformarse en un instrumento de propaganda sin más. Si lo hace, fracasará. No puede no dejar espacio para la autocrítica y la crítica de los pueblos a sus gobiernos, porque si ellos no fomentan la crítica el pueblo la buscará en los medios y la cultura del capital. Es clave retener esto. Los revolucionarios no pueden ocultar la verdad aunque duela porque la verdad siempre es revolucionaria. Y por eso esa industria cultural debe ser un lugar donde haya espacio para el debate y se pueda cuestionar lo que hace desde el presidente de la República al Papa o el presidente de un país amigo. Todo desde el respeto y la educación. Pero si no hay espacio para la crítica, las estructuras se esclerotizan y acaban estallando (Rumanía) o colapsando (la URSS). Y no basta con hacerla en los lugares adecuados, a veces es necesario hacerla públicamente y darle la voz a un pueblo del cual no nos podemos divorciar so pena de que tarde o temprano nos abandone.

Así que además de fomentar todo lo que intenta destruir la industria del capital y los algoritmos a su servicio, esta nueva industria cultural transnacional que hemos de construir debe permitir e incluso fomentar la sana autocrítica. No para fomentar una lucha cainita sino para demostrar que somos capaces de construir juntos siendo críticos los unos con los otros y de este modo ir superando nuestros errores. Dicen que los buenos amigos se dicen la verdad. Lo fácil es ocultarla y evitar el con-

flicto. Mis mejores amigos siempre me han dicho cuándo ellos han considerado que he hecho algo mal y yo he sabido valorar su consejo, estuviera de acuerdo o no, como un ejemplo de amistad, de fidelidad, de amor. Nadie que no sea tu enemigo y te quiera, callará si ve que estás haciendo algo que considera erróneo, que te puede dañar. Nadie que te ame lo hará a no ser que sea un cobarde o un cínico.

El pueblo cubano y el resto del mundo socialista, comunista, tienen dos opciones: o que el algoritmo de YouTube y las otras redes del capital poco a poco o mucho a mucho los venza o hacer nuestro propio YouTube, nuestro propio Facebook y que su algoritmo les venza a los que ahora claman victoria. Que libremente los pueblos del mundo decidan si prefieren sus contenidos humanistas, socialistas, a los otros.

La decisión es sencilla, su aplicación requerirá de gran determinación, muchas conversaciones y muchos esfuerzos además de una gran celeridad. Cada día que pasa es un día perdido para la causa. Quien les escribe es profesor y youtuber marxista y lo sabe. Tengo un canal de YouTube desde el que intento difundir desde hace un año de un modo divertido, divulgativo, el pensamiento marxista. Pese a mis 39 años, la mayor parte de mi público tiene entre 25 y 34 años aunque hay un importante porcentaje de entre 15 y 24 años, lo que me hace muy feliz. Sin embargo, como no entro en el juego capitalista de YouTube de monetizar mis vídeos para transformar la atención de mis espectadores en mercancías que YouTube pueda vender a los anunciantes, YouTube promueve menos mis vídeos. Mientras tanto los youtubers de derecha se ven propulsados hasta alcanzar la vista de todos sus usuarios: tanto de izquierda como de derecha. Los míos no. El algoritmo de YouTube me ignora. ¿Porque

le caigo mal? No, el algoritmo no tiene personalidad, simplemente al «pobre» lo han programado así.

Algún lector de buena voluntad podría decirme, Jon, no sea usted tan intransigente y monetice sus videos. Hágalo por la causa. Al fin y al cabo usted está haciendo un trabajo no remunerado del que YouTube se aprovecha para capturar público que ya recibirá publicidad en otros canales que sí se monetizan y el algoritmo los redirija tras acabar de ver unos de sus videos. Claro, además, según YouTube el algoritmo dirigirá a mis espectadores a un contenido similar que les pueda interesar. Por supuesto, esta es la teoría, muy bonita. ¿Sabe cuál es la realidad? La realidad es que en mi canal tengo un programa llamado «Tu youtuber marxista» que como podrá imaginar no se dedica a hablar de lo maravilloso que es el capitalismo y curiosamente ya son muchos los que me han dicho (y yo mismo lo he vivido) que al acabar de ver uno de mis vídeos, han reportado que el algoritmo «celestial» e «inmaculado» de YouTube les ha iniciado la reproducción de uno de los vídeos del periodista y escritor anticomunista español Federico Jiménez Losantos, conocido por escribir libros con nula rigurosidad histórica donde poco menos que compara a Marx y el resto de comunistas con sedientos asesinos en serie. Ya saben, «contenido similar», según YouTube.

A ese mismo lector de buena voluntad, también le podría decir que si monetizara mis videos y pusiera la palabra «capitalismo» en uno de ellos, YouTube me pagaría menos porque los anunciantes (capitalistas) huyen de esos contenidos. Y YouTube, evidentemente, se lo pondría menos a su público porque ellos no recibirían el dinero de los anunciantes. ¿Y cómo voy a criticar al capitalismo sin nombrarlo? Y así con muchas palabras más. Por tanto, nadie puede ganar a YouTube desde

YouTube, con sus reglas. Sería igual que si alguien quisiera hacer la revolución socialista jugando al Monopoly. No, no están diseñados para eso sino para lo contrario.¹⁵ Por eso necesitamos nuestros propios medios y nuestra industria cultural.

¿Sabía que tras acabar la Segunda Guerra Mundial la mayoría de los franceses pensaba que la clave de la victoria contra el III Reich de Hitler había sido de la URSS y que ahora en el siglo XXI piensan, tras cientos de películas hollywoodienses que sobrescriben la historia mundial en las mentes de generaciones y generaciones que el papel clave fue el de Estados Unidos? De hecho, una parte importante de la gente joven, más allá de sus miserias (que sin duda las tuvo y no en grado menor) piensan que la URSS, los soviéticos y los nazis eran aliados y que incluso su ideología era muy parecida sino prácticamente calcada. Una alumna de preuniversitario (en España, bachillerato) me aseguró en una clase que los nazis eran de «izquierdas». A esto hemos llegado. Y el camino hacia el infierno de la ignorancia supina es infinito.

Quizás dentro de unas décadas la mayoría de los cubanos piensen que Fidel, el Che y Raúl eran en realidad unos ambiciosos capitalistas que montaron una guerrilla para quedarse con todo el terreno cultivable de Cuba y venderle azúcar a los terratenientes colombianos a cambio de cocaína con la que evitaban que la población se rebelase. Sumado a ello, en realidad la invasión por Bahía Cochinos podría acabar siendo una iniciativa

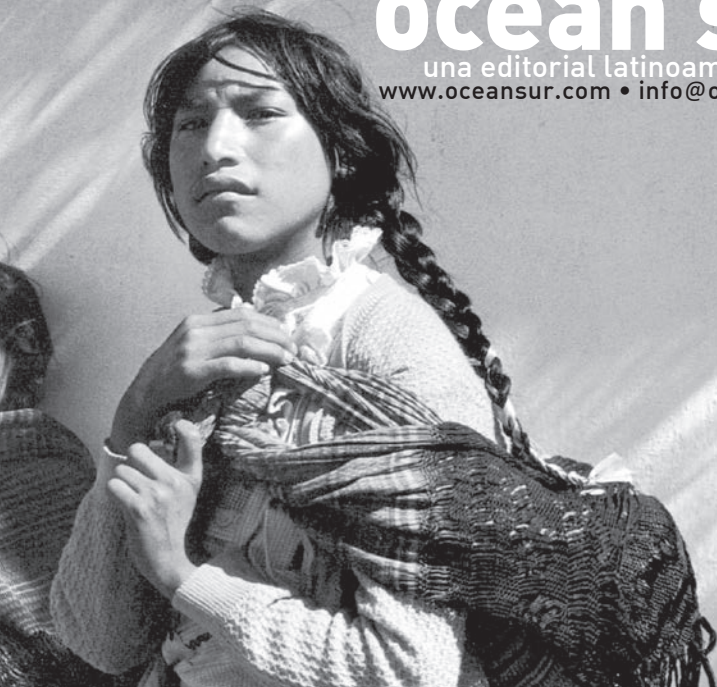
¹⁵ Por eso el profesor Bertell Ollman inventó en los setenta un juego de mesas que fue un éxito en Estados Unidos llamado «Lucha de clases», la antítesis del «Monopoly», pero desgraciadamente, ¿adivinen qué? Pese a vender mucho, el mercado capitalista y sus empresarios desde sus diferentes resortes de poder acabaron quebrando la empresa del profesor Ollman y sus socios, comprando su juego que pronto dejó de comercializarse.

del bueno de Kennedy para restaurar la democracia de la que gozaban los cubanos con Batista y su propio asesinato en Dallas seguramente ordenado a algún francotirador «castrista» por Fidel. O quizás por Lenin, o Marx, ¿quién sabe? Puede que en la futura NeoHistoria, controladas por sus fuentes y sus algoritmos, en 1964 todavía siguieran vivos.

Todo es posible cuando la memoria se impone y la cultura se apaga, cuando las pantallas se encienden y los libros se cierran, cuando el algoritmo controla nuestras vidas y nuestra voluntad se entierra. De nosotros dependerá vencer al algoritmo del capital o hacernos sus súbditos. Industria cultural transnacional y contrahegemónica o barbarie. Palabra de profesor, palabra de youtuber, palabra de revolucionario.

ocean sur

una editorial latinoamericana
www.oceansur.com • info@oceansur.com



Ocean Sur es una casa editorial latinoamericana que ofrece a sus lectores las voces del pensamiento revolucionario de América Latina de todos los tiempos. Inspirada en la diversidad étnica, cultural y de género, las luchas por la soberanía nacional y el espíritu antiimperialista, desarrolla múltiples líneas editoriales que divulgan las reivindicaciones y los proyectos de transformación social de Nuestra América.

Nuestro catálogo de publicaciones abarca textos sobre la teoría política y filosófica de la izquierda, la historia de nuestros pueblos, la trayectoria de los movimientos sociales y la coyuntura política internacional.

El público lector puede acceder a un amplio repertorio de libros y folletos que forman sus doce colecciones: Che Guevara, Fidel Castro, Revolución Cubana, Nuestra América, Cultura y Revolución, Roque Dalton, Vidas Rebeldes, Historias desde abajo, Pensamiento Socialista, Biblioteca Marxista, El Octubre Rojo y la Colección Juvenil.

Ocean Sur es un lugar de encuentros.

«*La dictadura del algoritmo* ofrece un análisis muy exhaustivo del mundo de las redes digitales y su utilización para “formatear”, valga la metáfora, la conciencia de las sociedades contemporáneas de modo tal que profundice la sumisión a los dictados de las clases y grupos dominantes». —**Atilio Boron**

«No deja dudas sobre las necesidades y los retos de luchar contra las maquinarias productoras de “algoritmos” hegemónicos y nuestras relaciones asimétricas ante las tecnologías que, siendo grandes avances del conocimiento, simultáneamente son armas de guerra ideológica contra los pueblos». —**Fernando Buen Abad**

«Nos invita a reflexionar, pero también a actuar. A preservar nuestra identidad, y a crear formas novedosas, capaces de tocar resortes emocionales y racionales en defensa de la verdad, la que coincide con los hechos. Lo recomiendo». —**Enrique Ubieta Gómez**



DIÁLOGOS
EN CONTEXTO



www.oceansur.com
www.oceanbooks.com.au

ISBN 978-1-922501-34-9