

# Para pensarnos Cuba hoy (+Video)

Algunos conceptos son fundamentales para comprender el nuevo contexto sociopolítico que vivimos y que muy probablemente seguiremos viendo en los próximos tiempos. Mucho hablamos en estos días de guerra cultural, comunicacional y mediática. Pero, estos términos, ¿qué significan en realidad?

Autor: [Karima Oliva Bello](#) | [internet@granma.cu](mailto:internet@granma.cu)

21 de julio de 2021



**Foto:** Ilustración Boligán

Algunos conceptos son fundamentales para comprender el nuevo contexto sociopolítico que vivimos y que muy probablemente seguiremos viendo en los próximos tiempos. Mucho hablamos en estos días de guerra cultural, comunicacional y mediática. Pero, estos términos, ¿qué significan en realidad?

## EL CONTROL DE LAS VOLUNTADES Y LOS CORAZONES

El concepto de guerra cultural apunta a un fenómeno muy amplio y complejo que no se limita a la sociedad cubana. Se trata de la estrategia global de los centros de poder capitalista dirigida a la producción de subjetividades alienadas, funcionales a la lógica del capital.

¿Qué quiere esto decir? Se induce a las personas a que abracen un modo de pensar y sentir basado en el culto al individualismo, la meritocracia, la competencia, el consumo como medida de estatus y bienestar, la búsqueda de soluciones individuales a las crisis que son sistémicas, posturas acríticas respecto al capitalismo, de indiferencia ante la situación de precariedad que vive la mayor parte de la población mundial y ante el deterioro de la naturaleza.

Esa manera de percibir el mundo y el lugar que se ocupa en él, se presenta como obvia, o natural e inevitable. Cualquier criterio que no se acomode o que cuestione esa perspectiva, se rechazará, no ya porque será criticado, sino porque será inconcebible.

Compartiré un testimonio. En una universidad extranjera donde impartía clases realicé un ejercicio dentro de un curso de Psicología social. Solicité a los estudiantes, de entre 19 y 25 años, que me trajesen información sobre cualquier tema que les llamase la atención de la vida cultural y social del país. Podían elegir temáticas vinculadas al arte, la ciencia, la política, el deporte, el medioambiente, entre otras. Mi sorpresa fue que todos trajeron anuncios publicitarios sobre determinados productos: Coca-Cola, Jeans Levy's, Lancome, etc. El debate giró en torno a cuáles publicidades les habían parecido más interesantes y mejor logradas.

La reducción del mundo de intereses de las personas al ámbito de la publicidad y del consumo, en una etapa de la vida que, en teoría, se debiera caracterizar justamente por el desarrollo más pleno de la concepción del mundo, en una sociedad, además, de una gran riqueza cultural y una trama social muy compleja, en medio de un proceso de formación en el campo de las ciencias sociales, indica cómo los mecanismos de dominación cultural pueden ser efectivos en cuanto a controlar el espectro de deseos y motivaciones humanas. Se despolitiza la actitud ante la vida y las subjetividades se acomodan a las dinámicas del mercado, mientras un sinnúmero de cuestiones fundamentales quedan fuera de lo que la persona tan siquiera es capaz de ver.

Baudrillard va a señalar lo que es aún peor: la persona vive la ilusión de ser libre porque elige qué consumir, cuando esa elección es totalmente prediseñada, producida comunicacionalmente y destinada a cumplir una función muy específica dentro del sistema de producción y acumulación capitalista.

La guerra cultural tiene, como fin último, inducir la idea de que no hay mejor alternativa al capitalismo tal como lo conocemos. En este sentido, juegan un papel clave diversos agentes de socialización a escala global y local, como son las instituciones educativas, la industria cultural y del entretenimiento, determinadas iglesias (no podemos generalizar), por ejemplo, y todos aquellos actores sociales que cumplan la función de socializar valores.

Dentro de la guerra cultural, lo comunicacional es fundamental, y aunque no se reduce a los medios, porque la comunicación se da a través de canales que son diversos, como la comunicación cara a cara, por ejemplo, los dispositivos mediáticos desempeñan un papel clave, que en los últimos tiempos ha ganado realce dado el peso que adquieren los medios digitales y las redes sociales. Es por eso que estamos hablando de una guerra que es también comunicacional y que tiene, además, una dimensión mediática.

Los algoritmos digitales para tener la mente de las personas todo el tiempo «conectada» en plataformas virtuales atestadas de publicidad y ocupadas en ver cómo y qué comprar, son brutalmente efectivos. Para Naomi Klein hoy las personas hacen, incluso, publicidad de sí mismas, como si se tratase de una marca, acoplándose y reduciéndose a la lógica del mercado, la función y el contenido de muchos vínculos.

Más importante que experimentar, encontrarse, conocerse y compartir, es exhibirse en el «mercado» de las relaciones humanas, reduciendo estas a transacciones de *likes* mediadas por dispositivos electrónicos, sin cuestionar nada más de lo que acontece alrededor, haciendo que el sentido de la vida gire en torno a estas dinámicas de mercadotecnia del sí mismo.

Tenemos que comprender que ese sistema comunicacional, que funciona como una vía de pedagogización alternativa, en la medida en que forma determinadas motivaciones y valores sin ser una escuela, que responde a los intereses del mercado y no al proyecto de sociedad que deseamos construir, se hará cada vez más presente entre las generaciones más jóvenes en Cuba, en la misma medida en que tengan mayor conectividad a internet. Ese es un problema que se debe asumir y resolver creativamente.

## **MIREMOS DE CERCA LAS MATRICES DE OPINIÓN**

Ahora bien, la guerra comunicacional puede tener objetivos más específicos que la naturalización del culto al capitalismo. Ella se instrumentaliza también para atacar los sistemas políticos que se contraponen a los intereses de los centros de poder capitalista. En este caso, se fabrican matrices para incidir sobre la opinión pública en un sentido u otro, intervenir en el curso de determinados procesos políticos de manera conveniente a los intereses de Estados Unidos u otras potencias, deponer gobiernos, desplegar golpes blandos... Ambas formas de expresión de la guerra cultural se complementan, ya que mientras más alienadas estén las personas, más fácil es manipular los estados de opinión respecto a cuestiones políticas puntuales.

Una matriz de opinión es una representación parcial de la realidad de impronta ideológica que responde a los intereses de determinado grupo de poder y se fabrica con la intención de producir o mantener la hegemonía y dominar la opinión pública respecto a un tema. Las matrices de opinión intentan crear condiciones subjetivas favorables para intervenir o administrar los procesos políticos. Se gestionan tomando en cuenta las características de los públicos a los que van destinadas.

Veamos un ejemplo. La matriz de opinión que con más fuerza bombardea el escenario mediático nacional está dirigida a inducir la desesperanza y el resentimiento respecto a la Revolución y al socialismo. Ella no puede ser entendida sin la existencia del bloqueo, son un par estratégico. El bloqueo genera las condiciones objetivas de carencias y frustraciones que son amplificadas luego a través del discurso de odio y tedio en torno al sistema político, en sus disímiles tonalidades. El bloqueo produce el piso objetivo en el que se asientan las matrices de opinión contra el sistema. Con esto no estamos diciendo que los problemas que afrontamos no tengan también causas endógenas, que producen descontentos susceptibles de ser capitalizados.

¿Qué dicen las matrices de opinión fundamentales que operan en nuestra realidad? El socialismo cubano falló, la gestión del Gobierno y la institucionalidad están sobrepasadas (hay una crisis de gobernabilidad) y el Estado cubano colapsó: Cuba debe ser intervenida. Estas matrices de opinión intentan crear las condiciones subjetivas idóneas para un cambio de régimen.

En contenidos mediáticos de diversa índole de medios con una agenda contrarrevolucionaria, en los que se analiza la crisis económica que vive Cuba y sus impactos sociales, se desconocen la herencia de subdesarrollo de antes de enero de 1959, la existencia del bloqueo, tanto como los logros conseguidos. Se hiperbolizan las causas endógenas de los problemas; se equipara de manera acrítica y ahistórica la sociedad cubana con otras sociedades, para poder importar narrativas y formas de lucha liberales y/o anti-Estado; se elimina la categoría lucha de clases como norte fundamental para pensar el futuro de la nación, a la par que desideologizan las rutas de análisis y propuestas de soluciones a los problemas que vivimos.

## **UN CAMBIO DE ÉPOCA**

La victoria en este nuevo escenario pasará, en primera instancia, por comprender que la época es otra y los mecanismos de dominación a los que nos estamos enfrentando no son los mismos; que el territorio virtual tiene sus propias dinámicas y leyes de funcionamiento. No se trata de llevar las mismas narrativas ahora a un escenario virtual. Se trata de transformar por completo los métodos de trabajo, las formas de resistencia y de lucha.

A pesar de considerar que la guerra comunicacional que se nos hace debemos asumirla y vencerla, nuestro país cuenta con una fortaleza en ese sentido que no está en el territorio virtual, aunque parezca paradójico: podemos revitalizar nuestras organizaciones e instituciones para transformar los dispositivos para la participación y el debate político en las bases. Necesitamos impulsar espacios efectivos para el diálogo significativo sobre nuestra realidad, para la convivencia en medio de las circunstancias de vida que atravesamos, para la colaboración y para la búsqueda colectiva de soluciones ante las dificultades que se presentan.

Politizar el análisis sobre el futuro de Cuba marcará una diferencia: a mayor politización, menor manipulación de las subjetividades mediante los dispositivos empleados en esta guerra cultural.

Articular una estrategia educativa-comunicacional a gran escala, en extensión y en profundidad, para promover nuestras perspectivas y el derecho a construir, en condiciones de paz, un sendero nuestro, colectivo y soberano hacia más prosperidad, democracia y justicia social.

<https://youtu.be/TVornWcWTAg>

Fuente: Granma