

EL LABERINTO DE LAS REDES SOCIALES



Colectivo de autores



Ciencias Sociales

Edición: María de los Ángeles Navarro González
Diseño: Yisel Llanes Cuellar
Composición: Yaneris Guerra Turró
Conversión a ebook: Amarelis González La O

© Colectivo de Autores, 2021
© Sobre la presente edición:
Editorial de Ciencias Sociales, 2021

ISBN 978-959-06-2369-1

Estimado lector, le estaremos muy agradecidos si nos hace llegar su opinión, por escrito, acerca de este libro y de nuestras ediciones.

INSTITUTO CUBANO DEL LIBRO
Editorial de Ciencias Sociales
Calle 14, no. 4104, entre 41 y 43, Playa, La Habana, Cuba
editorialmil@cubarte.cult.cu
www.nuevomilenio.cult.cu

ÍNDICE

LAS REDES SOCIALES, NUEVO MEDIO DOMINANTE

Ignacio Ramonet (*España*) / 5

LA INSOPORTABLE LEVEDAD DE LOS MONOPOLIOS DIGITALES

Rosa Miriam Elizalde (*Cuba*) / 14

MEDIOS Y MEDIACIONES

Florencia Lagos Neumann (*Chile*) / 24

EN REDES SOCIALES

Pepe Menéndez (*Cuba*) / 28

DIALÉCTICA DE LAS REDES SOCIALES

José Ernesto Novárez Guerrero (*Cuba*) / 33

SOCIAL MEDIA, UTOPIÁS SOCIALES Y ECONOMÍA GLOBAL

Enrique Amestoy (*Uruguay*) / 40

REDES Y DESAFÍOS

Laidi Fernández de Juan (*Cuba*) / 53

EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN CONTEXTOS POLÍTICOS

Julián Macías Tovar (*España*) / 58

LA SOCIEDAD ENREDADA HACIA UN CONCEPTO COMPLEJO

DE LAS REDES SOCIALES

Noel Alejandro Nápoles González (*Cuba*) / 66

ENREDADOS: LAS REDES SOCIALES Y LA “LIBERTAD” VIRTUAL

Héctor Bernardo (*Argentina*) / 72

LOS RIESGOS DE UN RÉGIMEN *CIBERCRÁTICO GLOBAL*:

LAS REDES SOCIODIGITALES COMO TERRITORIO DE DISPUTA

EN LA CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICACIONES

Isaac Enríquez Pérez (*México*) / 76

INTERNET, ENTRE ESPEJISMOS Y REALIDADES: DESAFÍOS PARA CUBA

Yasel Toledo Garnache (*Cuba*) / 84

REDES SOCIALES Y EDUCACIÓN HOY: APROPIARNOS DE ELLAS SIN QUE ELLAS NOS APROPIEN

Beatriz País Fernández (*Cuba*) / 93

¿REDES O TELARAÑAS SOCIALES?: UN ASUNTO ATRAPANTE

Javier Tolcachier (*Argentina*) / 106

URDIMBRE CON MULAS Y CORCELES

Luis Toledo Sande (*Cuba*) / 117

¿POR QUÉ LAS REDES SOCIALES SON EL NEGOCIO MÁS LUCRATIVO DEL CAPITALISMO MODERNO?

Bruno Sgarzini (*Argentina*) / 128

APRENDER, APRENDER Y APRENDER SOBRE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET

Iroel Sánchez (*Cuba*) / 135

LAS REDES SOCIALES COMO ESCENARIO PARA LA DIRECCIÓN POLÍTICA SOCIALISTA

Rafael Cruz Ramos (*Cuba*) / 144

DE LOS AUTORES / 153

LAS REDES SOCIALES, NUEVO MEDIO DOMINANTE

IGNACIO RAMONET (*España*)

Profundas consideraciones acerca de las repercusiones de las redes sociales en los ámbitos de la comunicación, la sociedad y la política.



“[...] aunque la revolución digital permitió una indiscutible democratización de la comunicación —objetivo que parecía absolutamente impensable— esa democratización provoca ahora una proliferación incontrolada y desordenada de los mensajes, así como ese ruido ensordecedor creado sobre todo por las redes sociales”. Ilustración: Brady Izquierdo.

El Internet moderno, la web, se inventó en 1989, hace treinta y dos años. O sea, estamos viviendo los *primeros minutos* de un fenómeno que llegó para quedarse durante siglos. Pensemos que la imprenta se inventó en 1440, y que tres décadas después casi no había modificado nada, pero acabó por trastornar el mundo: cambió la cultura, la política, la economía, la ciencia, la historia. Resulta evidente que muchos de los parámetros que conocemos están siendo modificados en profundidad, no tanto por la pandemia actual de covid-19, sino, sobre todo, por la irrupción generalizada de los cambios tecnológicos y de las redes sociales. Además, no solamente en términos de comunicación —¿se está muriendo la verdad?—, sino también en las finanzas, el comercio, el transporte, el turismo, el conocimiento, la cultura... Todo ello sin olvidar los nuevos peligros en materia de vigilancia y de pérdida de privacidad.

Ahora, con la web y las redes sociales, ya no es únicamente el Estado quien nos vigila. Algunas empresas privadas gigantes (Google, Apple, Facebook, Amazon, etc.) saben más sobre nosotros que nosotros mismos. En los próximos años, con la inteligencia artificial y la tecnología 5G, los algoritmos van a determinar más que nuestra propia voluntad el curso de nuestras vidas. Que nadie piense que esos cambios tan determinantes en la comunicación no van a tener consecuencias en la organización misma de la sociedad y en su estructuración política tal como la hemos conocido hasta ahora. El futuro es muy largo y los cambios determinantes apenas acaban de empezar.

Vivimos en un universo en el que nuestra privacidad está muy amenazada; estamos más vigilados que nunca mediante la biometría o las cámaras de videoprotección, mucho más de lo que imaginó el mismísimo George Orwell en su novela distópica *1984*. Además, la robótica, los drones y la inteligencia artificial amenazan con crear un ecosistema del que el ser humano podría acabar siendo expulsado; sin hablar de la “crisis de la verdad” —en materia de información—, sustituida por las *fake news*, la *posverdad*, las nuevas manipulaciones o

las verdades alternativas. En este punto el futuro podría estar acercándose más rápido de lo que pensamos a nuestro pasado más aterrador.

Sobre el aspecto emancipador de la actual revolución digital, lo más notable es la “democratización efectiva de la información”. Un ideal que constituía una reivindicación fundamental, y en cierta medida un sueño, desde la revuelta social de mayo de 1968 —es decir, el deseo de que los ciudadanos se apoderaran de los medios de comunicación y sobre todo de información— en cierta medida se ha realizado. Hoy en día con el equipamiento masivo de dispositivos ligeros de comunicación digital (teléfonos inteligentes, computadoras portátiles, tabletas y otros) los ciudadanos disponen, individualmente, de una potencia de fuego comunicacional superior a la que poseía, por ejemplo, en 1986, el primer canal de televisión de alcance planetario, Cable News Network (CNN). Es mucho más barato y fácil de operar. Cada ciudadano es ahora lo que antes se llamaba un *mass media*. Mucha gente lo ignora o no conoce el poder real del que dispone. Hoy, frente a las grandes corporaciones mediáticas, ya no estamos desarmados. Otra cosa es saber si estamos haciendo un uso óptimo del superpoder comunicacional del que disponemos.

¿Ha resuelto eso los problemas en materia de información y de comunicación? La respuesta es no, porque en la vida cada solución crea un nuevo problema. Es la trágica condición humana. Los griegos antiguos la ilustraban con el mito de Sísifo, condenado a empujar una enorme roca hasta lo alto de una montaña; una vez alcanzada la cumbre, la roca se le escapaba de las manos y se precipitaba de nuevo hasta el pie del monte. Entonces Sísifo tenía que volver a subirla a la cima, donde se le volvía a resbalar, y así hasta el fin de la eternidad.

En ese sentido, aunque la revolución digital permitió una indiscutible democratización de la comunicación —objetivo que parecía absolutamente impensable— esa democratización provoca ahora una proliferación incontrolada y desordenada de los mensajes, así como ese ruido ensordecedor creado sobre

todo por las redes sociales. Esto es precisamente lo que constituye el nuevo problema. Como dijimos, ahora la verdad se ha diluido. Si todos tenemos nuestra verdad, ¿cuál es entonces la verdad verdadera? O será, como decía Donald Trump, que la “verdad es relativa”.

Al mismo tiempo, la objetividad de la información (si alguna vez existió) ha desaparecido, las manipulaciones se han multiplicado, las intoxicaciones proliferan como otra pandemia, la desinformación domina, la guerra de los relatos se extiende. Nunca se habían “construido” con tanta sofisticación falsas noticias, narrativas delirantes, “informaciones emocionales”, complotismos. Para colmo, muchas encuestas demuestran que los ciudadanos prefieren y *creen más* las noticias falsas que las verdaderas, porque las primeras se corresponden mejor con lo que pensamos. Los estudios neurobiológicos confirman que nos adherimos más a lo que creemos que a lo que va en contra de nuestras creencias. Nunca fue tan fácil engañarnos.

Más que una “nueva frontera”, Internet, o sea, el ciberespacio o *digitalandia*, es nuestro “nuevo territorio”. Vivimos en dos espacios, el nuestro habitual, tridimensional, y el espacio digital de las pantallas. Un espacio paralelo, como en la ciencia-ficción o en los universos cuánticos, donde las cosas o las personas pueden hallarse en dos lugares al mismo tiempo. Obviamente nuestra relación respecto al mundo, desde un punto de vista fenomenológico, no puede ser la misma. Internet —y mañana la Inteligencia Artificial— dota a nuestro cerebro de unas extensiones inauditas. Ciertamente la nueva sociabilidad digital, acelerada por redes socializantes como Facebook o Tinder, está modificando profundamente nuestros comportamientos relacionales. No creo que pueda haber “vuelta atrás”. Las redes son sencillamente parámetros estructurales definitorios de la sociedad contemporánea.

También hay que tener conciencia de que Internet ya no es ese espacio de libertad descentralizado que permitía escapar de la dependencia de los grandes medios de comunicación dominantes. Sin que la mayoría de los internautas se haya dado

cuenta, Internet se ha *centralizado* en torno a algunas empresas gigantes que ya citamos —las GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon)—, que lo monopolizan y de las que ya casi nadie puede prescindir. Su poder es tal, lo acabamos de ver, que se permiten incluso censurar al presidente de los Estados Unidos cuando Twitter y Facebook le cortaron el acceso y *enmudecieron* al propio Donald Trump a principios de enero pasado.

No entendimos, a principios de los años 2000, que el modelo económico de “publicidad contra gratuidad” crearía un peligroso fenómeno de centralización, porque los anunciantes tienen interés en trabajar con los más grandes, con aquellos que poseen más audiencia. Ahora hay que conseguir ir en contra de esta lógica para *descentralizar* de nuevo Internet. La opinión pública debe comprender que la gratuidad conlleva una centralización tal de Internet que, poco a poco, el control se vuelve más fuerte y la vigilancia se generaliza.

En cuanto a esto, debemos precisar que hoy la vigilancia se basa esencialmente en la información tecnológica, automática, mucho más que en la información humana. Se trata de “diagnosticar la peligrosidad” de un individuo a partir de elementos de sospecha más o menos comprobados y de la vigilancia (con la complicidad de las GAFA) de sus contactos en redes y mensajes; con la paradójica idea de que, para garantizar las libertades, hay que empezar por limitarlas. Que se entienda bien: el problema no es la vigilancia en general, sino la *vigilancia clandestina masiva*.

En un Estado democrático las autoridades están completamente legitimadas para vigilar a cualquier individuo que consideren sospechoso, para ello se apoyan en la ley y hacen uso de la autorización previa de un juez. En la nueva esfera de vigilancia, toda persona es considerada sospechosa *a priori*, sobre todo si las “cajas negras algorítmicas” la clasifican mecánicamente como “amenazante” después de analizar sus contactos en redes y sus comunicaciones. Esta nueva teoría de la seguridad considera que el ser humano está desprovisto de verdadero libre arbitrio o de pensamiento autónomo. Es inútil,

por lo tanto, que para prevenir eventuales derivas se busque intervenir *retroactivamente* en el entorno familiar o en las causas sociales. Lo único que ahora se desea, con la fe puesta en los informes de vigilancia, es reprimir lo antes posible, *antes* de que se cometa el delito. Esta concepción determinista de la sociedad, imaginada hace unos sesenta años por el escritor estadounidense de ciencia ficción Philip K. Dick en su novela *Minority Report*, se impone poco a poco. Es el “predelito” lo que a partir de ahora se persigue, bajo el pretexto de “anticiparse a la amenaza”.

Con semejante fin, empresas comerciales y agencias publicitarias cachean nuestras vidas. Estamos siendo cada vez más observados, espiados, vigilados, controlados, fichados. Cada día se perfeccionan nuevas tecnologías para el rastreo de nuestras huellas. En secreto, los gigantes de la red elaboran exhaustivos ficheros de nuestros datos personales y de nuestros contactos, extraídos de nuestras actividades en las redes sociales mediante diferentes soportes electrónicos.

Sin embargo, esta vigilancia generalizada no impide el despertar de algunas sociedades mucho tiempo mantenidas en silencio y ahora interconectadas. Sin duda, lo que se llamó en 2011 la “primavera árabe”, igual que el “Movimiento de los indignados” en España y “Occupy Wall Street” en Estados Unidos, no hubieran sido posibles —en la manera en que se desarrollaron— sin las innovaciones comunicacionales aportadas por la revolución de Internet. Ello no solo se debe al uso de las principales redes sociales, que entonces estaban apenas extendiéndose —Facebook se crea en 2006 y Twitter arranca en 2009—, sino al recurso del correo electrónico, de la mensajería y simplemente del teléfono inteligente. El impacto de las manifestaciones populares provocadas por esas innovaciones comunicacionales fue muy fuerte ese año 2011, independientemente de la naturaleza de los sistemas políticos (autoritario o democrático) contra los que chocaron.

Claro, en el mundo árabe, “congelado” por diversas razones desde hacía medio siglo, la “sacudida” tuvo consecuencias espectaculares: dos dictaduras (Túnez y Egipto) se derrumbaron, y en otros dos países (Libia y Siria) empezaron dolorosas guerras civiles que aún, diez años después, no han terminado. También en el seno de sistemas democráticos —España, Grecia, Portugal, Estados Unidos— se produjeron ese año impactos considerables que modificaron definitivamente la manera de hacer política. Piénsese, por ejemplo, en España, donde al calor de ese movimiento surge un partido nuevo de izquierda, Podemos, que los electores acabaron por propulsar en 2019 hasta el poder, en coalición con el Partido Socialista Obrero Español. No es poca cosa.

Deseo añadir dos ideas. Primero, que esas innovaciones comunicacionales dieron muy pronto lugar a un uso político de las redes sociales. No podemos ser ingenuos. Hay manuales para usar las redes con intenciones subversivas. Se han usado contra Cuba un sinnúmero de veces, así como contra la Revolución Bolivariana en Venezuela y contra el gobierno del presidente Nicolás Maduro. Recordemos también que entre 2003 y 2006, de manera organizada y planificada, con financiamiento de poderosos intereses, se habían producido ya lo que se llamaron las “revoluciones de colores” en Georgia (2003), Ucrania (2004), Kirguistán (2005), etc.; con la intención no disimulada de romper las alianzas de estos países con Moscú y disminuir la potencia de Rusia.

En segundo lugar, comentaremos que, en el otoño de 2019, antes de que la pandemia de covid-19 se extendiera a todo el planeta, el mundo —de Hong Kong a Chile, pasando por Irak, Líbano, Argelia, Francia, Cataluña, Puerto Rico, Costa Rica, Colombia, entre otras naciones— estaba conociendo un reguero de grandes protestas populares impulsadas y acentuadas por el recurso de las redes sociales. Todos los gobiernos de esos países, teóricamente democráticos, no supieron, en la mayoría de los casos, cómo enfrentar este nuevo tipo de contestación social excepto con la represión brutal.

Así que podríamos, en efecto, decir que, por una parte, las redes sociales y las mensajerías de nuevo tipo (Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, Signal, Snapchat, WhatsApp, Zoom, TikTok y otras) han ampliado indiscutiblemente el espacio de nuestra libertad de expresión, pero a la vez han multiplicado al infinito las capacidades de manipulación de las mentes y de vigilancia de los ciudadanos. Es clásico. Podríamos afirmar, parafraseando a Marx, que la historia es la historia de las innovaciones tecnológicas. Cada innovación tecnológica aporta una solución a un problema, y a su vez, como ya subrayamos, cada solución crea un nuevo problema. O sea, siempre que se produce un salto hacia adelante en las tecnologías de la comunicación, nos hallamos efectivamente ante un progreso en materia de capacidades de expresión, y también, ante un peligro de confusión, de confrontación y de nuevas intoxicaciones mentales. Es normal. En ese aspecto no hay nada nuevo. Todo poder que posee el monopolio de la expresión pública se desespera ante cualquier aparición de una tecnología comunicacional democratizante que amenaza su uso solitario de la palabra. Piénsese, de nuevo, en la invención de la imprenta en 1440, y el pánico de la Iglesia y del trono ante una máquina que les arrebatava de repente el monopolio de la verdad.

Ante el dilema peligros *versus* ventajas, la pregunta sigue siendo ¿qué hacer? Depende de quién se plantee esa interrogación. Si son los ciudadanos, es previsible que deseen hacer uso inmediato de la excesiva potencia que les confieren las redes, sin tener la precaución de desconfiar del segundo aspecto: la manipulación de la que pueden ser objeto. Las decepciones, por ello, pueden ser fuertes.

Si quien se hace la pregunta es el poder, yo diría que debe guardar la serenidad; no puede soñar con que, por milagro, desaparezcan las redes que ya están aquí para siempre. Él también debe adaptarse a esta nueva realidad, a esta nueva normalidad comunicacional. La censura, la negación o la ceguera no sirven de nada, solo agravarían el problema, visto desde el poder. Lo rígido rompe, mientras que lo flexible

resiste. Por lo tanto, el poder debe entender que las redes son un nuevo espacio de debate y de confrontación, y constituyen quizás, en el campo político, el principal espacio contemporáneo de enfrentamiento dialéctico. Es el ágora actual, y es ahí, en gran parte —como lo fue en las páginas de los periódicos durante mucho tiempo—, donde se dirimen ahora los grandes diferendos y las principales polémicas. Quien no desee ser el gran perdedor de nuestro tiempo debe estar presente en este espacio central de los debates.

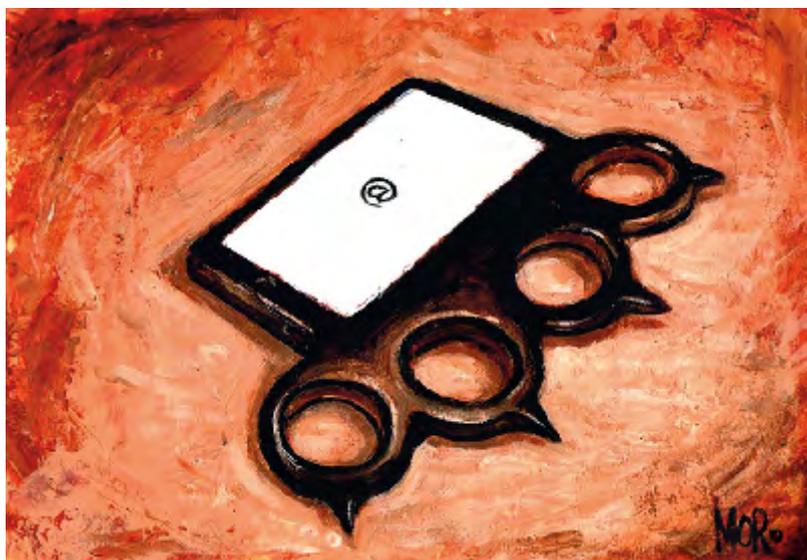
Sí, las redes sociales son el medio dominante hoy, como lo fueron en otras épocas la televisión, la radio, el cine o la prensa. Es una revolución considerable, como no la ha habido jamás en el campo de la comunicación. Repetimos, todo cambio importante en el ámbito de la comunicación acaba fatalmente por tener repercusiones decisivas en lo social y lo político. No hay excepciones. Desde la invención de la escritura hasta Internet, pasando por la imprenta.

En cualquier país, las redes obligan a todos los demás medios de masas (prensa escrita, radio, cine, televisión) a tener que repensarse. Hay un darwinismo mediático en marcha. El medio que no se adapte al nuevo ecosistema desaparecerá. Adaptarse no quiere decir que los otros medios deben hacer lo que hacen las redes. No. Las redes son también el territorio, ya lo dijimos, de la manipulación, de la intoxicación, de las *fake news*, de las “verdades emocionales”, de las “verdades alternativas”, de los relatos conspiracionistas. La prensa escrita, por ejemplo, debe concentrarse en sus cualidades: la calidad de la escritura, la brillantez del relato, la originalidad de la temática, la realidad del testimonio, la autenticidad de la información, la inteligencia del análisis y la garantía de la verdad verificada.

LA INSOPORTABLE LEVEDAD DE LOS MONOPOLIOS DIGITALES

ROSA MIRIAM ELIZALDE (CUBA)

Análisis de los mecanismos políticos que operan tras redes sociales como Facebook y Twitter.



Donald Trump, “como presidente, compartió mensajes de odio dirigidos a musulmanes y publicó contenidos en los que hablaba con desprecio de mexicanos y centroamericanos, una clara violación de las políticas de la plataforma”. Ilustración: Michel Moro.

El cierre de las cuentas de Trump llega demasiado tarde y no tiene el olor de claveles, sino de otra práctica discrecional de los monopolios privados en Internet, que actúan según soplen los vientos en Washington.

La expulsión de Trump del paraíso de las plataformas de redes sociales, como consecuencia del asalto al Capitolio el 6 de enero de 2021, se ha presentado como un triunfo de los demócratas y de millones de ciudadanos del mundo hartos de la bravuconería del mandatario, pero decenas de analistas han mostrado preocupación frente a la decisión conjunta de estas empresas privadas de bloquear a discreción a sus usuarios, sea un presidente o cualquier otro titular de una cuenta. Llevan años de prácticas monopólicas y un enorme estómago para tolerar todo el odio del mundo y multiplicar la extrema derecha hacia todos los confines.

Expertos en desinformación y defensores de derechos civiles han advertido durante mucho tiempo sobre el aumento de la retórica violenta en los sitios de redes sociales y sobre el papel de los políticos estadounidenses en operaciones de guerra psicológica, como las que se desataron en Gran Bretaña en los días del Brexit; en el Brasil que eligió a Jair Bolsonaro como presidente, o en Estados Unidos durante la llamada campaña permanente de Donald Trump por la presidencia, que comenzó en 2016 y aún no ha terminado. El denominador común de estos tres procesos tiene un nombre, Steve Bannon, exoficial de la Marina estadounidense y gurú de la llamada “derecha alternativa” mundial.

Antes de ganar la presidencia, Trump usó Twitter para amplificar su campaña racista afirmando, falsamente, que Barack Obama no nació en Estados Unidos. Como presidente, compartió mensajes de odio dirigidos a musulmanes y publicó contenidos en los que hablaba con desprecio de mexicanos y centroamericanos, una clara violación de las políticas de la plataforma. En junio de 2020 retuiteó a sus decenas de millones de seguidores un video en el que un acólito gritaba ¡“*White Power!*” (Poder Blanco). Alentó la violencia contra las protestas

del movimiento Black Lives Matter en un mensaje compartido en múltiples plataformas que incluía la frase “cuando comience el saqueo, que comience el tiroteo”.

El periódico británico *The Guardian* publicó en diciembre de 2019¹ una extensa investigación que demostraba que los algoritmos de Facebook y Youtube han actuado como árbitros de la política estadounidense durante años. Más allá del sesgo ideológico, estos gigantes han impuesto un sesgo tecnológico: sus algoritmos favorecen el contenido escandaloso, pues se comparte más y atrapa más a la audiencia, algo que da alas a las conspiraciones de la extrema derecha y a los linchamientos políticos. El 31 de enero de 2021 *The Wall Street Journal* destapó² los mensajes internos de Facebook que revelan que los directivos de la compañía tienen plena conciencia de que su modelo de negocio “explota la división” social en todo el mundo.

El escándalo de Cambridge Analytica, que utilizó los datos de los usuarios de Facebook para inducir comportamientos electorales, y el genocidio en Myanmar en 2018,³ tras una campaña deliberada de odio en esta plataforma, son fantasmas que han perseguido en los últimos años a la compañía del pulgar azul. Sin embargo, las denuncias no han tenido mayores impactos regulatorios y los ingresos de la multinacional tecnológica siguen alcanzando cifras de vértigo: se incrementaron en 22 % en 2020 con 85 965 millones de dólares, mientras que las ganancias netas aumentaron 58 % más que en 2019 al registrar 29 146 millones de dólares.⁴ Nunca han tenido más usuarios que ahora: 2 800 millones (12 % más que el año pasado), lo que

1 <https://www.theguardian.com/australia-news/2019/dec/06/inside-the-hate-factory-how-facebook--far-right-profit>

2 <https://www.wsj.com/articles/facebook-knew-calls-for-violence-plagued-groups-now-plans-overhaul-11612131374>

3 <https://www.nytimes.com/2018/10/15/technology/myanmar-facebook-genocide.html>

4 <https://www.efe.com/efe/america/economia/facebook-dispara-sus-beneficios-pero-alerta-ante-los-cambios-en-el-iphone/20000011-4451096>

implica que más de un tercio de la humanidad está conectada a Facebook.

Facebook, Twitter y Youtube están tratando de ponerse un manto de campeones de la libertad de expresión, pero la verdad es que son negocios, impulsados por los resultados trimestrales y el deseo insaciable de Wall Street de obtener ventas y ganancias cada vez mayores”, aseguró en enero el editorialista de *The New York Times*, Greg Bensinger.⁵

Hay muchas preguntas en juego, además de la certeza de que estas compañías tienen como principal horizonte sus propias ganancias. ¿Qué se necesita para que estas empresas tomen medidas significativas contra comportamientos similares a los de Trump en otras partes del mundo? ¿Cuándo actuarán para proteger a todos sus usuarios dentro y fuera de Estados Unidos? ¿Qué harán para evitar que los poderosos grupos políticos y las fuerzas de inteligencia utilicen las plataformas para desinformar, manipular y silenciar las opiniones inconvenientes para Washington?

La discrecionalidad de las plataformas

Poco después de que Twitter bloqueara a Trump, una red de centenares de cuentas falsas manipuló la conversación social sobre las elecciones de Ecuador, que tuvo lugar el domingo 7 de febrero de 2021. Un estudio elaborado por 13 investigadores ecuatorianos y españoles detectó la amplificación artificial del discurso del banquero Guillermo Lasso, candidato presidencial, mientras criticaba a su oponente de la izquierda, Andrés Arauz.

Según la investigación publicada por la Universidad Técnica de Manabí y la Universidad Rey Juan Carlos y alojada en el portal del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales,⁶ se

5 <https://www.nytimes.com/2021/01/13/opinion/capitol-attack-twitter-facebook.html>

6 https://www.alainet.org/sites/default/files/pdf_2439.pdf

utilizaron técnicas de *astroturfing*,⁷ que consiste en difundir un mensaje por las redes sociales para crear una corriente de opinión falsa haciéndola pasar por espontánea y popular. Utilizaron cuentas con imágenes robadas de otras plataformas y portales pornográficos, además de fotografías falsas creadas con sistemas de inteligencia artificial, como ocurrió en noviembre de 2019, durante el golpe de Estado contra el mandatario Evo Morales.

Muchas de las cuentas contra Arauz fueron creadas en enero, mientras que otras “se reciclaron de otros países o tenían un uso comercial como difundir contenidos de *reality shows*”, de acuerdo con el estudio. Los principales implicados en estas estrategias de desinformación no han sido penalizados por Twitter, a pesar del vínculo evidente con los principales actores políticos de derecha y las denuncias de usuarios e investigadores. La campaña “Vamos Guillermo”, que armó la ola de ataques en Twitter, invirtió más de 11 millones de dólares en Facebook para promocionar videos y propaganda a favor de Lasso entre cientos de miles de usuarios.

Sin embargo, esta laxitud no aplica para todos por igual. Durante la administración Trump, Twitter bailó frecuentemente al son de las disposiciones del Departamento de Estado en su guerra declarada contra Cuba. El 12 de mayo de 2020 la plataforma bloqueó 526 perfiles gestionados desde la isla, que compartían información de una comunidad conocida como #DeZurdaTeam. No explicó su decisión a los usuarios que vieron canceladas abruptamente sus cuentas, pero al día siguiente, el 13 de mayo, lo haría nada menos que Michael Kozak, subsecretario interino para Asuntos del Hemisferio Occidental, quien convocó una sesión informativa con periodistas e invitó a Lea Gabrielle, directora del Centro de Compromiso Global (GEC), también del Departamento de Estado.⁸

Mientras Twitter callaba las razones por las que había bloqueado a los cubanos, los funcionarios estadounidenses

7 <https://en.wikipedia.org/wiki/Astroturfing>

8 <https://cu.usembassy.gov/telephonic-press-briefing-with-ambassador-michael-kozak-u-s-special-envoy-lea-gabrielle/>

dijeron a la prensa que el Departamento de Estado había identificado “más de cuatro docenas de cuentas cubanas” —¡la agencia gubernamental, no la superempresa privada!—.

En esa reunión que divulgó con entusiasmo la embajada de Estados Unidos en La Habana se expresaron los ejes de actuación del Departamento de Estado respecto a países que identificaron como “actores malignos”: Rusia, China, Irán, Venezuela y Cuba. Explicaron la política del GEC para “contratar *influencers* locales y periodistas” que se dedican a “exponer y contrarrestar la desinformación”. A la par, “el Departamento de Estado ha desarrollado asociaciones con comunicadores locales clave que tienen el alcance y la resonancia con las audiencias objetivo”.

Casi dos meses después, el 2 de julio, *The Miami Herald* publicó⁹ los avances de esta estrategia contra la Isla, al presentar el sitio web www.lasciberclarias.com, gestionado desde la Florida, que tiene “las habilidades técnicas promovidas por el Departamento de Estado” para identificar cuentas falsas o con comportamiento inauténtico de Cuba.

Lea Gabrielle comentó al *Herald* los avances en la política presentada en mayo y alabó abiertamente el trabajo del Departamento de Estado con las empresas tecnológicas, que hacen un seguimiento a la red cubana, “tras detectar intentos de manipulación de las plataformas”.

“Tenemos un diálogo continuo con las empresas de tecnología y estamos trabajando con ellas para compartir nuestras ideas sobre los intentos de los actores estatales y no estatales de aprovechar sus plataformas para difundir desinformación y propaganda”, añadió Lea Gabrielle al *Miami Herald*.

En todos esos meses, Twitter no hizo ningún comentario sobre estas declaraciones del Departamento de Estado que demuestran la coordinación y dirección federal de las operaciones contra Cuba desde esa plataforma, pero —¡oh, sorpresa!— el 8 de octubre de 2020 publicó el informe sobre las 526 cuentas bloqueadas en mayo. Tardó cinco meses para

9 <https://www.miamiherald.com/news/nation-world/world/americas/cuba/article243927322.html>

dar una respuesta a los usuarios cubanos censurados y lo hizo a través de un informe del Stanford Internet Observatory,¹⁰ de la Universidad de Stanford, en California, al que le entregó todos los datos históricos de los “infractores”. No se limitó al momento en que se produjo la supuesta violación de la política de la plataforma, sino que puso a disposición de los investigadores de esa universidad privada estadounidense toda la actividad de nacionales cubanos desde 2010 hasta mayo de 2020, sin explicar qué legalidad sustenta la entrega a terceros de la información de centenares de personas que no viven en Estados Unidos ni se rigen por sus leyes.

A diferencia de los investigadores que documentaron las operaciones en redes contra Evo Morales y Andrés Arauz, el Observatorio de la Universidad de Stanford no encontró evidencias de uso de sistemas automatizados (*bots*) en las cuentas cubanas. Sin embargo, algunos detalles de esta historia que entrelaza al Departamento de Estado, Twitter y la universidad californiana son particularmente llamativos:

1. La muestra de la investigación de Stanford (526 cuentas o más de 4 docenas, como dijo Gabrielle) era conocida desde inicios de mayo por el Departamento de Estado, probablemente antes de que Twitter las bloqueara. Lea Gabrielle habla de ello 24 horas después de que la plataforma desactivara las cuentas cubanas, sin que Twitter notificara públicamente por qué lo hacía y, mucho menos, sin revelar el número de perfiles eliminados.
2. Twitter presentó este golpe a la red cubana como una actividad de rutina para detectar “operaciones de información respaldadas por un Estado”, y describió el bloqueo de cuentas dedicadas a la propaganda de otros cuatro gobiernos, además de Cuba (Irán, Arabia Saudita, Tailandia y Rusia). Ese mismo día Facebook anunció que había retirado una red de ultraderecha vinculada al grupo conservador Turning Point USA. Las agencias

10 <https://fsi.stanford.edu/news/twitter-takedown-october-2020>

titularon “Facebook y Twitter desmantelan redes falsas en EEUU y Cuba”.¹¹

3. Ni Twitter ni la Universidad de Stanford reconocieron que estas “operaciones de información respaldadas por un Estado” (*state-linked information operations*) ejecutaron órdenes de agencias gubernamentales estadounidenses para bloquear las cuentas cubanas, a pesar de las declaraciones previas de dos altos oficiales del Departamento de Estado que se atribuyeron tácitamente la operación. En el comunicado de Twitter del 8 de octubre solo se menciona esta subordinación cuando describe las cuentas rusas eliminadas. Se afirma que, en este caso, la plataforma “ha trabajado en colaboración con pares de la industria y el FBI”.
4. Las fuentes utilizadas por Stanford para incriminar al gobierno cubano en una operación de cibertropas en Twitter provienen de instituciones que reciben financiamiento público de agencias federales estadounidenses, como Freedom House y Cubanet. También, del Atlantic Council, un *think tank* que mal disimula sus vínculos con el Gobierno de Estados Unidos y la Organización del Tratado del Atlántico Norte y que coordina el Digital Forensic Research Lab, una especie de policía transnacional de Internet. También, del Open Observatory of Network Interference, con sede en Italia y vinculado igualmente al Atlantic Council.
5. Stanford aseguró que el comportamiento de las cuentas cubanas bloqueadas “indica que los usuarios pueden estar siguiendo patrones de Venezuela que han sido documentados por otros investigadores”. Los “investigadores” que referencia también son del Atlantic Council, cuya subordinación a las políticas más conservadoras en Estados Unidos han sido documentadas

11 <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20201009/facebook-twitter-redes-falsas-eeuu-cuba-8148601>

por décadas. Amenaza, como el Departamento de Estado, con mantener bajo observación la red cubana en Twitter: “A medida que el uso de las redes sociales por parte de los cubanos continúa creciendo y la conectividad aumenta, será interesante seguir atentos a las campañas coordinadas cuyo objetivo es promover un sentido de nacionalismo y unidad de los cubanos frente al ‘imperialismo yanqui’”.

6. Como ha hecho Twitter sistemáticamente, la investigación ignoró las evidencias de cibertropas organizadas contra el gobierno cubano desde laboratorios de intoxicación y desinformación en Estados Unidos, provistas de tecnología de última generación, cientos de sitios para contaminación de la red y trampas digitales cuyo propósito es robar datos personales para manipular a los cubanos.

La investigadora estadounidense Shoshana Zuboff, autora de un libro fundamental, *The Age of Surveillance Capitalism*, decía a propósito del ataque al Capitolio y las decisiones que han tomado las plataformas: “Hay un golpe del que no estamos hablando”,¹² y se refiere a la infinita capacidad que tienen estas empresas privadas para decidir quién tiene derecho a existir en la red y quién no, “aunque no fueron elegidas para gobernarnos”. “Esta es la esencia del golpe epistémico —añade—. Reclaman la autoridad para decidir qué sabe quién, se atribuyen los derechos de propiedad sobre nuestra información personal y tienen el poder de controlar los sistemas e infraestructuras críticas de información”.

Por supuesto, no es cualquier poder, sino aquel que avanza en la dirección en que sopla el viento desde Washington. Cuando se le preguntó cómo se adaptaría Facebook a un cambio político hacia una posible administración de

12 <https://www.nytimes.com/2021/01/29/opinion/sunday/facebook-surveillance-society-technology.html?action=click&module=Opinion&pg-type=Homepage>

Biden, un portavoz de la compañía, Nick Clegg, respondió: “Nos adaptaremos al entorno en el que estamos operando”.¹³ Y así fue. El 7 de enero, cuando quedó claro que los demócratas controlarían el Senado, las plataformas bloquearon indefinidamente la cuenta de Trump.

13 <https://www.bloomberg.com/news/features/2020-09-17/facebook-and-mark-zuckerberg-need-trump-even-more-than-trump-needs-facebook>

MEDIOS Y MEDIACIONES

FLORENCIA LAGOS NEUMANN (*Chile*)

No son propiamente las tecnologías en sí, son sus aplicaciones, sus puntos de referencia, sus diseños, sus procedimientos, en fin, es el sistema de mediación en su conjunto –que no es lo mismo que el sistema de medios–, el que ha tomado especial relevancia en las estrategias de dominación. Las posibilidades de control y de direccionalidad son mucho mayores, y se han incrementado las estrategias de uso.



“Los sujetos sociales, que tenazmente han resistido y han continuado perviviendo y abriendo brechas; los pueblos, como sujetos de identidad nacional [...], han resistido, pero es evidente que la ofensiva neoliberal y posmoderna persiste”. Ilustración: Michel Moro.

Creo que lo primero es situarnos en el contexto global en el que estamos viviendo, porque de aquello deviene el hecho de que hoy se haya tergiversado el rol de los medios de comunicación en la sociedad. Pero me refería a que debemos entender el contexto geopolítico en el que estamos viviendo y su principal contradicción, que es la disputa por la hegemonía mundial y, en este caso, la vemos reflejada en una de las guerras comerciales más grandes de la historia, la que libran Estados Unidos y China.

En respuesta al actual cuadro geopolítico mundial, el Gobierno de los Estados Unidos necesita a América Latina bajo su total dominio, y en la actualidad, en nuestra zona, en nuestro territorio geopolítico, el continente americano, la dominación y hegemonía estadounidense es un hecho, es una realidad. Esto es en especial intenso en el campo de la industrialización y mercantilización de la cultura; en la propiedad de los medios de comunicaciones existentes en realidad; en la cantidad y en la calidad de los mensajes que, mayoritariamente, inundan los territorios de nuestras naciones y pueblos. Pero es necesario hacer un poco de historia.

Tras la caída de los muros, del campo socialista, cuando el capital especulativo financiero se apropia de la economía mundial en corto tiempo (ciclo que Marx previó y pronosticó con extrema claridad), deviene simultáneamente el surgimiento de una estrategia paradigma político, cultural, comunicacional, que trata de imponer la idea de que la globalización generaría nuevas democracias en el campo del conocimiento, de las tecnologías, de las redes, de los saberes y de la Cultura.

El campo neoliberal se hizo fuerte con la idea y el paradigma de que este nuevo ciclo de la humanidad generaría grandes espacios horizontales y el surgimiento de diversidades múltiples; comunidades y aldeas globales diseñadas a pincel por teóricos y filósofos de ese mismo campo, como Fukuyama (El fin de la historia), Marshall McLuhan (El medio es el mensaje). Que, en el marco de esa globalización, los territorios para las identidades, las aldeas, los pueblos y naciones tendrían más espacio

para una imbricación con las grandes tendencias de la civilización, hegemonizadas en el autodefinido mundo occidental.

En rigor, más allá de nuevos formatos, lo que hoy existe es una tendencia predominante a la estandarización, a la homogeneidad; y las nuevas tecnologías y la sistematización de datos se usan en el contexto de las estrategias de dominación y de paradigmas de control y direccionalidad de conductas, y saberes. El tema es que ya no solo se definen las opciones del conocimiento y de la información... sino el qué pensar y cómo pensarlo.

La transnacionalización del sistema mediático (salvo excepciones como Cuba y los intentos de nuevos sistemas de medios en Venezuela, Argentina, Uruguay, Ecuador y Bolivia) es una tendencia creciente, y genera lógicas y dispositivos de mediano y largo plazos. Los sujetos sociales, que tenazmente han resistido y han continuado perviviendo y abriendo brechas; los pueblos, como sujetos de identidad nacional, también han resistido, pero es evidente que la ofensiva neoliberal y posmoderna persiste.

Este es, esencialmente, el territorio real en el cual se debe considerar una contracultura; la construcción de subjetividades e identidades populares y de mayorías nacionales, la batalla por incidir y hasta cambiar los espacios mediáticos y de control transnacional.

Roland Barthes, semiólogo proveniente del estructuralismo marxista francés, hace ya un buen tiempo develó que los procesos comunicacionales originados desde el sistema mediático, en especial, plantean el desafío de la construcción de mensajes en donde, propiamente, se pueden alcanzar grados de verosimilitud (que no es lo mismo que verdad ontológica y cognitiva) y que pueden cubrir el rango de una lógica: mentira-verdad; verdad-mentira.

Hoy, el campo de la mediación neoliberal y posmoderna ya ha desarrollado procedimientos, tecnologías, saberes que potencian para sus intereses y paradigmas lo que Barthes señalaba a finales del siglo pasado. No son propiamente las

tecnologías en sí, son sus aplicaciones, sus puntos de referencia, sus diseños, sus procedimientos, en fin, es el sistema de mediación en su conjunto, que no es lo mismo que el sistema de medios, el que ha tomado especial relevancia en las estrategias de dominación. Las posibilidades de control y de direccionalidad son mucho mayores, y se han incrementado las estrategias de uso. La denominada construcción de realidades, la tan mentada posverdad que, en definitiva y sin eufemismo, es la construcción verosímil de mentiras.

Son expresión de diseños y estrategias que inundan el sistema de medios, las redes, los territorios... en definitiva, el sistema global de mediación-dominación. Ciertamente, es urgente el diseño de estrategias de contracultura hegemónica. El punto es que estas estrategias deben, de manera necesaria, contar con soportes y dispositivos de poder. De poder político y comunicacional. Del mismo modo, ser expresión sustantiva de sujetos sociopolíticos que, en su accionar, deben apuntar a la disputa de las hegemonías culturales desde lo cotidiano. Las experiencias de Bolivia, de Cuba, de Uruguay, de otras naciones, muestran que el tronco identitario-histórico-cultural es la base, la raíz de un diseño de contrahegemonía.

La denuncia es muy relevante, pero en las actuales circunstancias, es insuficiente. La propuesta, entonces, es involucrar, en toda su complejidad, a los sujetos de la construcción de subjetividad, desde el campo llano, desde la comuna, desde el territorio. Si bien es necesario utilizar los medios de comunicación masiva, redes, prensa, etc., debemos tener claro que, en atención a lo que señalaba anteriormente —“La hegemonía mediática nos dirige qué mirar, qué pensar y cómo pensarlo—, esos mensajes solo llegarán a nuestros seguidores convencidos *a priori* de nuestros argumentos, por eso se hace imprescindible no abandonar el territorio, la calle, la construcción de subjetividad con los ciudadanos y ciudadanas como protagonistas de los procesos en vivo y en directo.

EN REDES SOCIALES

PEPE MENÉNDEZ (*Cuba*)

“No me inclino por legislar, sino por educar. Parece inevitable que el mundo vaya en su totalidad hacia lo virtual. Pronto las redes serán otra cosa, sin clic ni enter; estarán todo el tiempo delante nuestro, o dentro tal vez. Desde la educación debería ser posible “configurar” de otra manera a los hablantes para que mejoremos nuestra interacción, con todo lo provechoso que tienen las redes y preservando el valor del silencio. Porque la vida (de momento) sigue estando en otra parte”.



“Las redes sociales demandan atención y respuesta permanentes. Nuestra conducta se engancha pegajosamente a eso”.

Ilustración: Brady Izquierdo.

[inicio]

Todos hablan.

[enter]

Todos hablan. Escuchar ya es otra cosa.

[enter]

Es un modo nuevo de hablar, inesperado, con el cual nos hemos dado de bruces. En un inicio parecía que era sencillo, noble y sano. Todos conectados a micrófonos abiertos, sin horarios ni fronteras.

[enter]

Se dijo que era imprescindible que cada ser humano participara de esta fiesta democratizadora donde por fin nadie carecía del derecho a decir lo suyo. La libertad era hablar.

[enter]

Por *The social dilemma* sabemos con más certeza que la relación con las redes sociales puede ser adictiva, y que hay una intención —más o menos perversa, pero definitivamente consciente e interesada— de mantener al usuario enredado. Que quiera siempre, que abra el teléfono. Gente muy capaz y talentosa cobra mucho dinero por crear anzuelos digitales que debemos morder para que otra gente muy sagaz y ambiciosa gane descomunales cantidades de dinero.

[enter]

Yo sé de esto tanto como tú, soy un usuario simple. No soy muy social en el mundo real y poco social en las redes. Debuté con Facebook en 2009 y tengo solo 373 amigos. Entré a Instagram un ratito y no me quedé mucho. Tantas imágenes me aturden. “Eres un viejo”, dice mi hijo de 14 años. Estoy por cumplir 55. Él no tiene Facebook ni Instagram, pero ha jugado a ser youtuber y una parte sustancial de su cosmovisión la ha construido interactuando con internet en su celular.

[enter]

Tuve un malentendido con un amigo real por el uso del término amigo en el mundo virtual. Cuando dijo amigo, mi amigo se estaba refiriendo a otra cosa. En el fondo es solo

una palabra, qué más da. Los creadores de Facebook pudieron haber elegido otra. Enlace, por ejemplo. O vínculo.

[enter]

¿Cuántos vínculos tienes en Facebook? Suena raro, pero pudo haber sido.

En el mundo real, un amigo es algo importante. Sobre todo es algo medianamente exclusivo. Excepto Roberto Carlos, no es común que alguien tenga o aspire a tener un millón de amigos. Yo no tengo 373 amigos reales.

[enter]

Las redes sociales demandan atención y respuesta permanentes. Nuestra conducta se engancha pegajosamente a eso. Los amigos esperan nuestra reacción a sus *posts* con algo, aunque sea un *like*. No reaccionar está mal visto, se entiende como indiferencia. Y los *likes* se cuentan y nuestro estado de ánimo puede llegar a depender de los *likes* que recibimos, de las visitas que tenemos. Se enreda uno.

Estoy diciendo lo obvio. No merezco ni un *like*.

[enter]

Tantas imágenes me aturden. Cosa rara que un diseñador diga eso. Perdón, debí decir que me dedico al diseño gráfico. En las redes sociales uno “ve pasar” una cantidad de imágenes que resulta abrumadora. Al retornar en búsqueda de una que vimos apenas unos segundos atrás, deslizamos la pantalla con el dedo... fue ahorita mismo... debe estar cerca. No. No tanto: entre aquella y la más reciente hemos visto pasar muchas más de las que somos capaces de recordar. ¿Para qué tanto? ¿Qué hacemos con eso? ¿Qué nos hace eso?

[enter]

Me he descubierto posteando en Facebook como quien habla para la historia. Qué sensación tan rara. Uno tiene su verdad y quiere compartirla no con alguien en particular —que para eso haría una llamada, o tocaría un hombro o una puerta—, sino con el universo y con la historia. Creo que las redes nos vuelven presumidos. Hablamos y nos sentimos hablar. Estos megáfonos virtuales no son propicios para la modestia.

[enter]

El muro de Facebook, que es lo que yo conozco, es la promiscuidad misma. El que postea exhibe, el que pasa mira. Y pasa mucha gente. Un amigo reaccionó molesto a un comentario que creyó inadecuado señalando que el otro andaba “merodeando por su muro”. Algo así como ¿por qué te metes?

[enter]

En la esquina caliente beisbolera del Parque Central nadie puede ser señalado como intruso. Los del centro hablan, pero no siempre escuchan; a su alrededor los que escuchan, alientan y solo puntualmente aportan algo. Los del centro gritan su punto de vista y lo defienden como mejor les parece, con pasión desenfrenada y poca disciplina argumentativa. Esas son sus reglas. Uno entra si quiere, sale cuando quiere, o solo escucha. Es un foro abierto con un único tema.

[enter]

A veces las redes se calientan también.

[enter]

“Elegir tu verdad y enarbolarla”. Me parece recordar que así decía una parte del lema de La Voz de América, emisora que yo escuchaba en secreto siendo estudiante de secundaria. Elegir y enarbolar, no dialogar.

[enter]

Es complicado dialogar en las redes. La ausencia de información visual, en específico del rostro de los interlocutores, es caldo de cultivo para malentendidos. Las palabras pueden ser muy ambiguas y son los códigos no verbales los que asientan el sentido de lo dicho. La entonación, en primer lugar. Los gestos, la mirada, la postura corporal. Es complicado reemplazar eso con signos supratipográficos, con emoticones, o con *stickers* o *gifs* animados. Sigo diciendo lo obvio, pero terminaré la frase: las redes parecen la arena ideal para el debate, pero son demasiado movedizas.

[enter]

La verdad se ha vuelto movediza también. Nunca fue fácil enmarcarla; sin embargo, ahora es más sencillo que nunca

esquivar las preguntas y sostener castillos de naipes. En el reguero de voces los argumentos se diluyen.

[enter]

En 2010, antes de que todos tuviéramos acceso estable a internet, propuse a un grupo de amigos una modalidad de intercambio basada en el correo electrónico. A partir de un pie forzado y escribiendo siempre con copia a todos, hicimos varias rondas de comentarios, crítica o franca burla sobre lo que nos apasionaba, el arte del cartel. Cada ronda tenía un tema y los participantes nos tomábamos el tiempo para responder por escrito y muchas veces con imágenes. Lo llamé Paredón. La intención era practicar la reflexión y ejercer la crítica sobre nuestra propia obra, a camisa quitada y gatillo ligero.

[enter]

Destaco un elemento clave: el tiempo. Lo rudimentario del procedimiento propiciaba una lectura tranquila y la preparación (muchas veces elaborada) de la intervención propia. No era un entorno proclive a salidas tipo jajajajajaja.

[enter]

En las redes sociales todo es efímero. Ya fue.

[enter]

No me inclino por legislar, sino por educar. Parece inevitable que el mundo vaya en su totalidad hacia lo virtual. Pronto las redes serán otra cosa, sin clic ni enter; estarán todo el tiempo delante nuestro, o dentro tal vez. Desde la educación debería ser posible “configurar” de otra manera a los hablantes para que mejoremos nuestra interacción, con todo lo provechoso que tienen las redes y preservando el valor del silencio. Porque la vida (de momento) sigue estando en otra parte.

[enter]

Dice el cantor: Hay tantas luces en la sala, tanta gente que nos llama, que no se oye nada. Parece que es definitivo. Se rompe todo y todo vuelve a comenzar.

[reinicio]

DIALÉCTICA DE LAS REDES SOCIALES

JOSÉ ERNESTO NOVÁEZ GUERRERO (*Cuba*)

Las denominadas redes sociales no son solo herramientas comunicativas, sino también empresas privadas con un gran peso político y económico en el mundo contemporáneo. Además de entender sus dinámicas de funcionamiento interno, es importante comprender qué función desempeñan en la articulación del capitalismo contemporáneo. A ese objetivo apuntan las siguientes líneas.

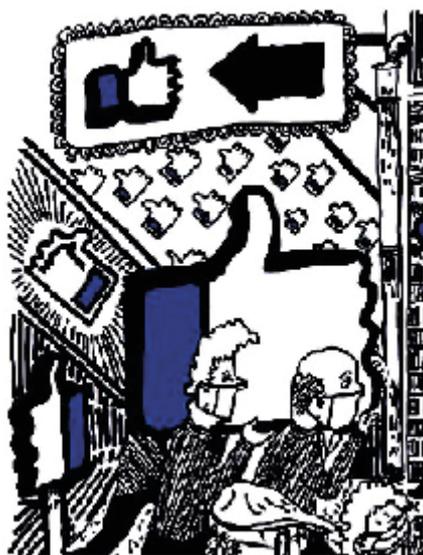


Ilustración: Brady Izquierdo.

La primera tesis que intentaré desarrollar es que las redes sociales son una prolongación de las industrias culturales tradicionales, cuyas características principales definen acertadamente Adorno y Horkheimer en su libro de 1944 *Dialéctica de la Ilustración*, particularmente en el capítulo titulado “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”. Las industrias culturales tradicionales comenzaron a gestarse en las décadas de los 30 y los 40 del siglo xx. La hegemonía estadounidense al final de la Segunda Guerra Mundial determinó la hegemonía de la industria cultural estadounidense por encima de las demás.

Uno de los objetivos fundamentales de dichas industrias es la producción de una cultura de masas, la cual debía actuar como un elemento homogeneizador que limara todas las aristas divergentes y contraculturales, y contribuir a la construcción de un individuo plenamente integrado en la sociedad capitalista.

Adorno y Horkheimer apuntan:

Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto —la armazón conceptual fabricado por aquel— comienza a dibujarse. Los dirigentes no están ya en absoluto interesados en esconder dicha armazón; su poder se refuerza cuanto más brutalmente se declara. [...] La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.¹

Las redes sociales funcionan como una prolongación de los contenidos de estas industrias culturales tradicionales. Con el añadido de la función comunicativa, actúan muchas veces como caja de resonancia, donde lo que más se divulga

1 Theodor Adorno y Max Horkheimer: *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, p. 166, Editorial Trotta, Madrid, 1998.

y consume está de alguna forma relacionado con estas industrias. Los perfiles más seguidos o los contenidos con más interacciones provienen por lo general de esta fuente, aunque las redes tienen su propia producción de contenidos en aquello que postean los usuarios. Algunas, como Youtube, han regularizado esta producción con los famosos “youtubers”, que a partir de un determinado nivel pasan a ser productores profesionales de contenido. Igual pasa en otras plataformas.

Las redes, al igual que las industrias culturales tradicionales, no solo contribuyen a la construcción de la hegemonía capitalista, sino que también cumplen una función de simplificación espiritual. Horkheimer y Adorno, llevando la terminología económica marxista al plano del espíritu, apuntan:

Inevitablemente, cada manifestación particular de la industria cultural hace de los hombres aquello en lo que dicha industria en su totalidad los ha convertido ya. Y todos los agentes de esta [...] velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no lleve en modo alguno a una reproducción ampliada.²

La segunda tesis de este artículo, que se desprende de la primera, es que las redes sociales, como prolongación de las industrias culturales tradicionales, se insertan como un momento más en el proceso de reproducción capitalista. En ellas se verifica la reproducción ideológica de las condiciones económicas y de dominación del capital, lo que Adorno y Horkheimer denominan la “reproducción simple del espíritu”, y que no es más que el acondicionamiento de la conciencia para la aceptación plena de las lógicas de funcionamiento capitalista. Su objetivo no solo es la rentabilidad económica, sino también la obtención de ese otro rédito simbólico imposible de cuantificar, pero imprescindible en la reproducción de cualquier sistema, eso que el marxista venezolano Ludovico Silva llamó la “plusvalía ideológica”.

2 Ob. cit., p. 172.

La hegemonía real del capital se debe sustentar sobre su hegemonía del espíritu. La aceptación de un modo de vida consumista implica la claudicación plena del individuo a esta lógica de dominación.

La tarea de estas herramientas de dominación subjetiva, por llamarlas de alguna forma, es la de conservar intacto ese culto misterioso a los productos del trabajo que Marx caracterizó como “fetichismo de la mercancía”.³ El trabajo humano presente en la mercancía aparece ante los hombres como trabajo abstracto, como algo que les es ajeno y los domina. El hombre deja de ver en el producto la materialización de trabajo humano y lo ve como algo distinto de sí mismo.

Someternos a la seducción de la mercancía, sea esta un par de zapatos, un disco o un cantante de moda, implica ocultarnos el contenido social que subyace detrás de ellas, las relaciones sociales de producción que las sustentan y que a la vez son sustentadas por ellas. Es invisibilizar las precarias condiciones de una talabartería en el sudeste asiático donde se hicieron los zapatos o toda la maquinaria prefabricada que produce artistas siguiendo guiones también preestablecidos, para vendernos a través de ellos nuevas mercancías y modos de vida.

Resulta curioso apuntar que en su análisis Horkheimer y Adorno todavía consideraban las empresas de la comunicación como actores políticos subsidiarios de la gran industria. El vertiginoso desarrollo de las comunicaciones y su peso político creciente en la configuración de las sociedades modernas han hecho que las grandes empresas de redes sociales, entre muchas otras, y a pesar de ser un fenómeno relativamente reciente (Facebook fue lanzado en 2004, Youtube en 2005, Twitter en 2006 y WhatsApp en 2009, por citar solo los ejemplos más populares), dejen de ser capitales subordinados y pasen a tener un papel central en la dinámica política con-

3 Carlos Marx: *El Capital. Crítica de la Economía Política*, t. 1, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1980. En específico en la Sección Primera, el epígrafe titulado “El fetichismo de la mercancía y su secreto”.

temporánea. Su influencia es tal que han desplazado capitales establecidos, como es el caso de la industria petrolera.

Basta con ver las cifras que publican anualmente de las ganancias que facturan. Según los datos más recientes disponibles, y atendiendo solo a las redes sociales “hegemónicas”, todas ellas empresas estadounidenses profundamente conectadas con la política interna y externa de ese país, en 2019 Facebook facturó 70 500 millones de dólares, Twitter más de 3000 millones en 2020, e Instagram unos 22 000 millones en 2020.⁴ Por contraste, una gran compañía del sector petrolero, como Chevron, facturó en 2019 “solamente” 2845 millones de dólares.⁵

La tercera tesis de este trabajo es que las redes sociales hegemónicas, como herramientas del capitalismo, son herramientas también de la derecha ideológica. El carácter de empresa privada capitalista determina el funcionamiento ideológico de los algoritmos, tendiente a neutralizar de diversas formas el pensamiento divergente contra el sistema, desde la invisibilización, el cierre de cuentas o el aislamiento en bolsones de los contenidos incómodos, hasta la irrestricta divulgación de aquellos que son consustanciales a la lógica de funcionamiento de la empresa que, como empresa privada, al fin y al cabo, estará a tono con la lógica de funcionamiento del capitalismo.

Sorprende cómo los algoritmos, que son bastante efectivos en la neutralización del pensamiento de izquierda, no lo son por el contrario con los contenidos de extrema derecha. Esto hace pensar en primer lugar que las redes, como herramienta de la derecha ideológica, tienen mayores dificultades para regular determinadas facetas de este pensamiento. También lleva a la reflexión el hecho de que las redes pueden ser el caldo de cultivo idóneo para el resurgimiento del fascismo,

4 Disponible en <https://es.statista.com>

5 Disponible en <https://www.efe.com/efe/america/economia/chevron-reduce-un-81-su-beneficio-en-2019-hasta-2-845-millones-de-dolares/20000011-4163389>

bajo la forma de nuevas ideologías excluyentes, supremacistas y xenófobas.

Dando un vistazo a la historia, la emergencia del fascismo fue posible por la crisis de la clase media burguesa europea en el período de entreguerras. La crisis económica y la pobreza de la Italia de la época y las onerosas condiciones impuestas a la derrotada Alemania impidieron la articulación estable de una república burguesa y posibilitaron el ascenso de actores políticos oportunistas que supieron capitalizar el descontento popular y que gozaron, al menos al principio, de un amplio apoyo en sectores mayoritarios de la sociedad.

Esa crisis de la clase media se replica en el mundo contemporáneo, a raíz del progresivo deterioro del modo de vida de amplios sectores de la población a causa de las políticas neoliberales aplicadas extensamente desde la década de los 80 del siglo xx. El peso social de esta clase, sumado a su influencia en los sectores más humildes de la sociedad, la dota de una alta capacidad de movilización. La crisis de la clase media por lo general implica también la crisis de las instituciones del estado burgués. Si una sociedad es educada ideológicamente para excluir la opción de la transformación revolucionaria del Estado por la izquierda, necesariamente, cuando es evidente una crisis del aparato estatal, emprenderá una transformación reaccionaria por la derecha.

La cuarta y última tesis de este trabajo es que las funciones ideológicas que satisfacen las redes sociales son independientes del grado de conciencia que puedan tener los dueños o trabajadores de estas empresas respecto a dichas funciones.

Marx se refirió en numerosas ocasiones a la necesidad de separar en el análisis la verdadera esencia de las cosas de las apariencias o representaciones que puedan existir de ellas. La apariencia es solo un momento, engañoso por demás. La única forma de comprender verdaderamente un objeto es llegar a la comprensión de las esencias que lo constituyen.

Las redes sociales, como todo producto de la sociedad del espectáculo, resplandecen y deslumbran. Sin embargo,

la verdad, como siempre, está más allá de las luces, en el sordo entramado de relaciones sociales, donde se negocian permanentemente formas de dominación y donde se busca no solo construir la dominación de la minoría sobre la mayoría, sino también desviar la atención de esta mayoría a temas secundarios; enajenarlos, aislarlos y lograr al fin que acepten, felices o resignados, el *statu quo* capitalista.

SOCIAL MEDIA, UTOPÍAS SOCIALES Y ECONOMÍA GLOBAL

ENRIQUE AMESTOY (*Uruguay*)

“[...] la batalla hoy, más que nunca, tiene que ser ideológica, la brecha entre ricos y pobres y la lucha de clases, la brecha entre quienes tienen y quienes no tienen acceso a la tecnología, la extrema pobreza, la concentración salvaje de capital y la lucha por el control de los medios hegemónicos de producción (la producción de contenidos en Internet es hoy uno de los más grandes), continúan siendo los ejes de lucha que nos deben acercar, encontrar o quizá reencontrar a todos aquellos individuos, sectores y organizaciones con una visión del mundo desde la izquierda”.



“Las GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) juegan el partido de ser ellas quienes controlan el mundo”. Ilustración: Brady Izquierdo.

La oficina de Global Social Media expande el alcance de la política exterior de los Estados Unidos a través de nuevos medios y tecnología de comunicación basada en la web. Así se define la misión de The Office of Global Social Media de los Estados Unidos de América.

No es para nada casual que el Departamento de Estado tenga una oficina dedicada al manejo y seguimiento de la *social media*, espacio mucho más amplio que las *social networks* en tanto abarca redes sociales, blogs, foros, geolocalización, entre otros tantos etcéteras. Es de suponer que la citada oficina tiene mucha tarea y su cometido no se limita simplemente a generar loables publicaciones de tuits o videos en Youtube del Departamento de Estado.

Estudiosos del *marketing* saben desde hace varios años que participar solo en redes sociales digitales no es suficiente, en tanto deja el proceso de *marketing* incompleto. Está claramente definido uno de los ejes centrales: la web es *marketing*, muchísimo dinero, pero sobre todo trillones de datos referidos a cada uno de quienes hacemos uso de la red de redes. Tal vez sea importante redefinir el campo de batalla hacia el *social media* y no limitarlo al de las redes sociales, como hasta no hace mucho tiempo algunos señalábamos.

Podríamos citar al expresidente estadounidense Barack Obama como el primero en dar la batalla electoral con una campaña 100 % digital en 2012. La afamada revista *Rolling Stone* señaló, por aquel entonces, que la campaña de 2012 ha sido la madre de todas las campañas *online*. En el mismo año en Medio Oriente, las redes sociales digitales fueron factor fundamental y determinante en lo que conocimos como la Primavera Árabe. El análisis del impacto de *tuits*, publicaciones en Facebook, videos en Youtube, búsquedas en Google, incluso las cosas que decimos en el área de alcance del micrófono de nuestro dispositivo móvil y que el aparato “escucha” y decodifica en texto para saber cómo nos sentimos, qué cosa deseáramos comprar o con quiénes interactuamos, han sido desde entonces armas fundamentales para medir y determinar rumbos políticos y económicos.

No hace mucho tiempo que el mundo entero tomó conocimiento de que en el plebiscito por la salida del Reino Unido de la Comunidad Económica Europea en 2016, tuvo una incidencia determinante el trabajo de la firma Cambridge Analytics: empresa británica que se ocupaba de realizar minería y análisis de datos y que se convirtió a la comunicación estratégica para procesos electorales, utilizando datos brindados por Facebook que incluían millones de grafos y que podían determinar, por ejemplo, el estado de ánimo del usuario a la hora de mostrarle una publicación. Poco después supimos que la misma firma y con la misma estrategia, trabajó para la victoria electoral de Donald Trump. También existen indicios de que la campaña a la presidencia de Mauricio Macri en Argentina se apoyó en esas herramientas. Cuando desde distintos frentes se intentó investigar a Cambridge Analytics, la empresa literalmente desapareció.

Los hechos ocurridos a comienzos de enero de 2021, que tuvieron como protagonistas al expresidente estadounidense Donald Trump y a la red social Twitter, nos obligan a pensar mucho más lejos sobre la incidencia político-económica que las grandes empresas de tecnología tienen hoy día. Una empresa por sí y ante sí, se subrogó el derecho de borrar de un plumazo la presencia de un tuitero que tenía más de 88,5 millones de seguidores y era el presidente nada menos que de los Estados Unidos. Donald Trump y sus seguidores hicieron una movida rápida a una red social poco conocida globalmente —pero muy utilizada por grupos de extrema derecha en la Unión Europea— llamada Parler. Pocos días fueron necesarios para que otro gigante de la tecnología vetara esa movida a otro campo de batalla digital: Google quitó de su Play Store a la aplicación Parler y con esa jugada impidió la comunicación de Donald Trump por redes sociales digitales con sus seguidores. Esta última medida podría sonar contradictoria: fue la propia Google que en mayo de 2019 colaborara con el Gobierno estadounidense en su guerra comercial con China por detentar el control de la tecnología 5G, acatando la orden ejecutiva de

Donald Trump de suspender la venta y soporte de *software* a la empresa Huawei, nada menos que Android. Sin embargo, Google no mostró ningún tipo de reparo a la hora de impedir al propio Donald Trump el uso de la aplicación Parler.

Las GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) juegan el partido de ser ellas quienes controlan el mundo. Y no solo en términos de índices Forbes, donde hace más de tres años que ocupan los primeros lugares. Son las empresas que se ocupan de seleccionar lo que leemos o vemos, el orden en que nos llega la información, la segmentación (la información que nos llega por “grupos de afinidad” y nos da la sensación de que “todos ven lo mismo”) de información, o el bloqueo sistemático de lo que ellas entienden que cada uno de los usuarios no deberíamos leer, ver u oír. Son las que apoyan a un gobierno en una guerra comercial (Google y Huawei - EE. UU. y China), las que acallan voces (Twitter y Trump) pero también hacen que muchos celebren: todos los que veíamos a Trump como un demente, pudimos haber celebrado con satisfacción el hecho de que Twitter lo bloqueara. Twitter pasó a ser “uno de los nuestros”, para muchos y a simple vista. Pero en realidad se trató de una corporación bloqueando la voz de un usuario y, en particular, uno con más de 88 millones de seguidores en el mundo.

No existe legislación o regulación nacional o supranacional que impida que las corporaciones hagan lo que les parezca, ni legislaciones locales que permitan poner freno al incontrolable “hago lo que quiero” de los gigantes del mundo de la tecnología. Cuando un país intenta poner algún tipo de traba o legislación local a uno de los poderosos, como el reciente caso en Australia donde se le exigiría a Google pagar a los medios de comunicación “tradicionales” locales por mostrar parte de sus contenidos “privados” en las búsquedas, el gigante ha amenazado con irse del país; mientras que Microsoft afila sus colmillos por quedarse con 94 % del mercado detentado por Google con su buscador Bing y ya ha hecho ofertas formales al gobierno australiano. Si bien sobre

este punto no voy a detenerme en este artículo, quiero al menos comentar —a modo de titular— que esta lucha entre Google y el gobierno australiano tiene como ejes de discusión el rol de los medios de comunicación, la libertad de prensa y la libertad de expresión a nivel global. Nada menos.

No hay legislación global. Tampoco a nivel de bloques como la Unión Europea, Celac, Alba o Mercosur. En este último es poco previsible que se den estos debates en el futuro cercano, en tanto cada día se encuentra política y económicamente más desdibujado y con gobiernos intentando dar la estocada final o simplemente volverlo a sus orígenes de espacio de comercio, dejando atrás los avances durante los gobiernos de Kirchner, Mujica, Lula y Dilma. En Latinoamérica, Google es dueña de varias de las fibras ópticas subacuáticas. A finales de 2019 se estimaba en más de 120 000 km de fibra óptica subacuática mundial en manos de Google. De la misma forma, los grandes centros de datos están en manos de las GAFAM. Mientras los parlamentos y gobiernos latinoamericanos o sudafricanos se ocupan de graves problemas de desempleo, educación o alimentación, las GAFAM continúan controlando las comunicaciones y la *social media* a nivel mundial. Sin legislación que les señale claramente “hasta dónde ir”, los gigantes comerciales de la tecnología van a por todo. Dueños del dinero, centros de datos, tendidos de fibra, proveedores de internet.

Dueños de los sistemas operativos de los dispositivos móviles: la española STATISTA señalaba, a finales de 2019, que 86,1 % del mercado de sistemas operativos móviles lo detenía Android (Google) y 13,9 % quedaba en manos de IOS (Apple). También STATISTA informa que más de 90 % de los internautas utilizan el buscador de Google como su buscador predeterminado, y que su principal competidor es Bing, de Microsoft, con poco más de 2 %. Sin embargo, Microsoft se hace fuerte en los sistemas operativos de equipos de sobremesa, con 87,54 % (datos del primer semestre de 2020).

En otro orden y sin pretender ingresar en el debate referido a si la covid-19 es una enfermedad provocada por un virus cuya fuente sea animal, salido de un laboratorio,

financiada su creación, tratamiento o cura, por parte de las mismas GAFAM de las que hablamos antes, puedo ver que se nos demostró con muchísima claridad que el control social a nivel global es factible. Los medios tradicionales de comunicación y las redes hablando 90 % del día únicamente de ese tema. Agregue varias medidas de control social “real” como los toques de queda, la prohibición y represión de reuniones sociales o manifestaciones populares, y tendremos pueblos haciendo lo que gobernantes o la industria farmacéutica o tecnológica quieren que hagamos. Las ONG de mayor peso global, así como las nuevas iglesias de inmenso poder económico y político, también han hecho lo suyo, no tengo la menor duda.

¿Hubiera sido posible un manejo comunicacional tan eficiente sin la existencia de la *social media*? ¿Se hubiese logrado tener a casi 8000 millones de personas pendientes de un único tema? ¿Está la población mundial al tanto de que las muertes por covid no están dentro de las primeras diez causas de muerte determinadas por la OMS en el mundo entero? ¿Se ha preguntado por qué Bill Gates, cofundador de Microsoft y uno de los hombres más poderosos del mundo, es señalado por muchos de teorías conspirativas sobre la pandemia junto a George Soros? ¿Cuál es la explicación de que los resultados de búsqueda en Google de la palabra covid arrojen en Latinoamérica más de 6 270 000 000 (seis billones), en los Estados Unidos más de 5 730 000 000 (casi seis billones), en Europa más de 7 180 000 000 (siete billones) o más de 7 400 000 000 (siete billones cuatrocientos) en Japón? ¿Quién nos explica el porqué de que la “empresa del buscador” haya realizado *software* con alertas, estadísticas o gráficos y para ello, sin dudas, haya requerido de un ejército de informáticos y millones de dólares para esos desarrollos? ¿Es solo por la necesidad de informar a nivel global?

Hace tal vez diez años era contundente señalando que el *software* libre era (lo es) una condición necesaria pero no suficiente para la emancipación digital. Agregaba que era fundamental contar con *hardware* libre (a contrapelo del

cada vez más creciente control de China sobre el *hardware* de computadoras y celulares) y también con redes de comunicación (las de fibra óptica subacuáticas fundamentalmente) libres e independientes de gobiernos de turno o de corporaciones. De la misma forma los planteos de Rusia de poder continuar viviendo en el mundo digital con sus propias redes, en un hipotético boicot o corte de las comunicaciones con el resto del mundo, los veía con entusiasmo. China también avanzaba en la misma línea. También veía con entusiasmo la propuesta de Rafael Correa en Unasur de un “anillo de fibra óptica” del bloque, por citar algunos.

Hoy no tenemos Unasur, los países que la integraron se encuentran retrocediendo en sus procesos progresistas o, en el mejor de los casos, peleando por reconquistarlos. Argentina intentando rearmar todo lo desandado por el gobierno neoliberal de Macri, Bolivia retomando su vida democrática luego del golpe contra Evo, Piñera deshaciendo, literalmente, a Chile, Duque haciendo lo propio con Colombia, Uruguay con clara intención de romper el monopolio estatal de las comunicaciones y dar paso a Claro o Movistar, Bolsonaro desafiando la covid y responsable de más de 220 000 muertes por el virus. Claramente, la prioridad de los países latinoamericanos no parece ser la profundización de los avances en materia de *software* libre o *software* público. Menos aún en materia de redes físicas y lógicas de datos soberanas, y más importante incluso: libres de corporaciones. Lo urgente se come a lo importante: algo totalmente razonable y lógico para la mayoría o para la lógica en que hemos estado acostumbrados a manejarnos.

En paralelo, y probablemente en una lógica de “sálvese quien pueda”, los colectivos que bregaban por el *software* libre como herramienta para los gobiernos y usuarios en general, los que se ocupaban de generar grandes espacios y debate sobre estos temas, como lo eran, por ejemplo, el Foro Internacional de *Software* Libre (FISL) en Brasil u otras actividades en Latinoamérica como el CISL en Uruguay y las

Mingas por el *Software* Libre en Ecuador, desaparecieron o van en vías de desaparecer. En paralelo han aparecido colectivos que bregan por la libertad de expresión o la apertura de datos públicos en cada uno de los países. Si hurgamos un poco en cada una de estas organizaciones de la “sociedad civil” (saben quienes me conocen, han leído o escuchado, que es un término que no me gusta; “organizaciones sociales” entiendo que es el término que debemos usar) que se ocupan de tan importantes temas, tienen por detrás y como organizaciones encargadas de su financiación a la Open Society Foundation o la Ford Foundation. Algunas hacen uso de fondos cedidos por la Bill & Melinda Gates Foundation. Poco que agregar al respecto, ¿no es cierto?

Son muy pocas las certezas y la mayoría son interrogantes o malos augurios para el presente y futuro cercano. Quizá solo de algo puedo estar seguro: si en nuestra organización social, en nuestro partido, movimiento o sector político, en nuestro colectivo obrero o campesino, en nuestra organización estudiantil o barrial, estamos en la etapa de definir el nombre que pondremos luego del @ en la cuenta de Twitter, Instagram o Youtube; si no tenemos una estrategia comunicacional o —aun teniéndola— tenemos un par de miles de seguidores en nuestras redes sociales; si estamos analizando la conveniencia o no de integrar a nuestro movimiento a expertos en redes sociales o social media; si contraponemos en nuestras discusiones la importancia de dar las batallas en las redes o en las calles, la batalla de las ideas en el mano a mano con el otro en la calle, con los “pies en el barro” en contraposición con la batalla de ideas en el mundo etéreo de las redes sociales o la Internet toda; si alguno de los anteriores son parte del estado en que se encuentran nuestras organizaciones, estamos perdiendo: nos llevan más de diez años de ventaja quienes ya han probado con dinero, estrategias de *marketing*, metadatos, *big data* e inteligencia artificial, que en el trabajo en la *social media* está una parte fundamental, si de ganar batallas estamos hablando.

La Internet, los dispositivos que permiten el acceso masivo a redes y medios de comunicación, las corporaciones que detentan el control hegemónico de dispositivos e internet, no van a desaparecer. Por cierto: aumentará el uso masivo de dispositivos móviles y computadoras en el mundo entero. En un razonamiento lineal, aumentará la presencia de las GAFAM y el control de lo que buscamos, hacemos, mostramos y sentimos. Y seguirá habiendo empresas que se ocupen de manejar los millones de terabytes de información que cada uno de nosotros les cedemos, para orquestar campañas comerciales o políticas para su propio beneficio o para el que les pague más. No importa si nos venden un teléfono celular, una hamburguesa o un presidente. Si nos venden, ganan millones. Y quienes venden saben que la *social media* es el lugar en el que hay que invertir. La legislación casi inexistente hace que sea aún más simple la decisión de invertir en publicidad, para que las GAFAM segmenten muy fino de manera de que a quien diga “qué bonita planta” le llegue todo tipo de oferta de plantas y artículos o servicios asociados. Y a quien diga “inseguridad”, la oferta de armas, alarmas o aquel candidato que proponga “mano dura” o venda propuestas asociadas con solucionar el “grave problema de la inseguridad”. Sin duda alguna, a quien ponga “socialismo” o “*software* libre” se lo empujará a ver enlaces o publicidad que poco o nada tengan que ver con lo que buscaron. Cuando nos encontremos en redes sociales todos aquellos que queremos cambios en este sentido, es altamente probable que nos quedemos encerrados en una burbuja donde hablaremos “entre convencidos” y, sin duda alguna, las propuestas o soluciones no llegarán o no serán mostradas a la mayoría de los usuarios. El día que invitemos a una movilización de masas para empujar por nuestros ideales, posiblemente seamos redireccionados a *null* (término utilizado en informática para definir a la “nada”) o tendremos uno o dos *like* en nuestra publicación.

Finalmente señalo, con la certeza de que posiblemente no obtenga ningún *like*, gracias a los algoritmos de las grandes

corporaciones tecnológicas, sabiendo que mi propuesta no será mostrada por los buscadores en los primeros lugares: la batalla hoy, más que nunca, tiene que ser ideológica, la brecha entre ricos y pobres y la lucha de clases, la brecha entre quienes tienen y quienes no tienen acceso a la tecnología, la extrema pobreza, la concentración salvaje de capital y la lucha por el control de los medios hegemónicos de producción (la producción de contenidos en Internet es hoy uno de los más grandes), continúan siendo los ejes de lucha que nos deben acercar, encontrar o quizá reencontrar a todos aquellos individuos, sectores y organizaciones con una visión del mundo desde la izquierda. Y para dar la batalla en los espacios digitales, sin ninguna duda es necesario contar con *social media* soberana, redes sociales soberanas, *software* libre soberano, *hardware* libre soberano, redes descentralizadas, nubes soberanas descentralizadas, comunidades estratégicamente repartidas por los distintos espacios para generar masa crítica, enseñanza comunitaria para la utilización de todas y cada una de las herramientas, colectivos independientes de poderes económicos de cualquier tipo.

Caminemos: porque como dijo alguna vez don Eduardo Galeano, “La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. ¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar”.

Fuentes consultadas

<https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/bureau-of-global-public-affairs/office-of-global-social-media/>

https://www.researchgate.net/publication/228390633_An_Overview_of_Social_Networks_and_Economic_Applications

<https://ihsjournalism.online/2904/news/how-social-media-controls-our-lives/>

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/08/06/mercados/1596729079_487354.html

<https://www.jstor.org/stable/23324195?seq=1>

<https://bienpensado.com/que-es-social-media-y-su-diferencia-con-las-redes-sociales/>

<https://www.dw.com/es/twitter-suspende-cuenta-de-forma-permanente-a-donald-trump/a-56177497>

https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html

<https://www.forbes.com.mx/tecnologia-google-parler-twitter-seguidores-trump/>

<https://elpais.com/tecnologia/2021-01-08/twitter-suspende-permanentemente-la-cuenta-de-trump.html>

<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-55597840>

<https://www.nytimes.com/2021/01/08/technology/twitter-trump-suspended.html>

<https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-social-media-is-shaping-political-campaigns/>

<https://gs.statcounter.com/social-media-stats>

https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cuentas_de_Twitter_con_m%C3%A1s_seguidores

<https://www.benchmarkemail.com/es/blog/como-las-redes-sociales-crearon-la-primavera-arabe/>

https://elpais.com/internacional/2012/10/28/actualidad/1351444600_808266.html

<https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/the-obama-campaigns-real-heroes-119221/>

<https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/inside-obamas-campaign-2-231052/>

<https://hipertextual.com/2017/12/poderoso-mensaje-barack-obama-sobre-uso-redes-sociales>

<https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/que-esconde-facebook-sobre-el-brexit>

https://es.wikipedia.org/wiki/Refer%C3%A9ndum_sobre_la_permanencia_del_Reino_Unido_en_la_Uni%C3%B3n_Europea

<https://www.france24.com/es/20190520-google-trump-huawei-china-eeuu>

<https://computerhoy.com/noticias/tecnologia/google-puede-abandonar-australia-ocurriendo-realmente-tan-importante-804617>

<https://www.submarinemap.com>

<https://www.submarinenetworks.com/en/insights/complete-list-of-google-s-subsea-cable-investments>

<https://es.statista.com/estadisticas/664510/desglose-porcentaje-de-las-búsquedas-online-mundiales-por-buscador/>

<https://es.statista.com/estadisticas/576870/cuota-de-mercado-mundial-de-los-sistemas-operativos/>

<https://www.forbes.com/sites/chuckjones/2020/09/26/the-faamg-stocks-drive-the-markets/?sh=511d3a8f5439>

<https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/07/24/apple-microsoft-amazon-google-and-facebook-make-up-a-record-chunk-of-the-sp-500-heres-why-that-might-be-dangerous/?sh=6ea78ecf4f6b>

<https://www.forbes.com/sites/naeemaslam/2020/07/30/dow-jones-today-us-jobless-claims-apple-amazon-facebook-in-focus-fed-confirms-additional-support/?sh=5437b8ba6073>

<https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/08/28/us-tech-stocks-are-now-worth-more-than-9-trillion-eclipsing-the-entire-european-stock-market/?sh=1517be6b3e61>

<https://vientosur.info/datos-y-algoritmos-los-gafam-y-el-ocaso-de-la-democracia/>

<https://kaosenlared.net/datos-y-algoritmos-los-gafam-google-amazon-facebook-apple-y-microsoft-y-el-ocaso-de-la-democracia/>

<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1358/RLCS-paper1358en.pdf>

<https://www.cnet.com/es/noticias/apple-google-microsoft-amazon-facebook-forbes-2020/>

<https://www.cnet.com/es/noticias/apple-google-microsoft-amazon-facebook-forbes-2020/>

<https://www.statista.com/chart/18792/annual-lobbying-expenditures-of-major-tech-companies-in-the-us/>

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55406204>

<https://www.dw.com/es/oms-fuente-animal-de-virus-del-covid-19-sigue-sin-identificar-en-wuhan/a-56507843>

REDES Y DESAFÍOS

LAIDI FERNÁNDEZ DE JUAN (*Cuba*)

“Absolutamente todo lo que se publica persigue objetivos concretos, incluso un comentario como al pasar. No dejarnos provocar por bajezas y, a la vez, responder inteligentemente, con altura de pensamiento y solidez argumental, parecen ser instrumentos válidos para librar esta batalla contra la amoralidad”.



“Expertos recomiendan retirarse de ese mundo público, virtual, inapresable y movedizo. Sin embargo, una vez dentro, es difícil renunciar a dicha forma de comunicación”. Ilustración: Brady Izquierdo.

Para comprender el alcance y la importancia que implica interactuar a través de espacios virtuales —o sea, sus riesgos, sus beneficios, y la magnitud con la cual se inserta en nuestra vida la tecnología al servicio de la publicidad en todas sus variantes—, leamos una breve historia del surgimiento y desarrollo de las redes sociales.

Al parecer, el primero de los sitios web fue el classmates.com de 1995, al que le siguió, dos años más tarde, SixDegrees, activa hasta 2001. En el año 2003, surgen Friendster, LinkedIn y MySpace, y luego, el tan usado Facebook, creado en 2004 y activo en el presente. El conocido YouTube, surgido un año después, dio paso a Twitter (2006) e Instagram (2010), que permite compartir ya no solo fotos, como las plataformas anteriores, sino también videos. No contentos aún, cibernéticos en función del gran negocio de la comunicación dieron origen a Snapchat, para mensajería, y, sobre todo, a la popularísima WhatsApp, en 2014. Actualmente, se dispone también de TikTok, de origen chino, que permite crear videos para compartir. Hace apenas tres años, TikTok se fusionó con Musical.ly, para permitir mayor flujo de usuarios.

En otras palabras: presenciamos un multimillonario negocio, con el cual nos beneficiamos o sufrimos, agradecemos o maldecimos, para, en cualquier caso, definitivamente, no quedar indiferentes. Luego de las primeras acciones que nos facilitaron dichas redes, tales como el reencuentro con viejos conocidos, los diálogos fijos o dinámicos con familiares, amistades, colegas y admirados de todas partes del planeta, descubrimos que no bastaba. Entonces supimos que era posible intercambiar a otras escalas, actualizarnos del acontecer mundial (más allá de los afectos individuales), estudiar, aprender, transmitir conocimientos, y también, muy importante, disfrutar, entretenernos, acceder a materiales audiovisuales hasta entonces excesivamente distantes de nuestro alcance. Estos pasos graduales nos hicieron caer en la adicción que padecemos todos.

No dispongo de datos esclarecedores, pero es de suponer que con la llegada de la pandemia covid-19, y su aterradora

multiplicación exponencial, las redes sociales desplegaron las alas de un abarque descomunal, al convertirse en casi la única vía de estar presentes en escenarios privados y públicos. Si ya venían instalándose como espacio polémico, ahora, con el confinamiento de la humanidad, las “redes sociales” dejaron de ser meras palabras, para cumplir exactamente lo que dicta el diccionario: redes (en términos de malla, de colchón, de espacio ya no tan imaginado ni de visita ocasional, sino real, y al cual se acude muchas veces al día) y sociales (entendiéndose como sitio para socializar, como una nueva forma de vivir, e inclusive eficaz para conferencias, sostener encuentros, cumbres, congresos, eventos en general).

Mirándolas desde el buen sentido, son, también, casi el soporte exclusivo para trabajar actualmente, de forma que sea posible mantenernos en actividad productiva y sigamos obteniendo dinero compensatorio. Como era de esperarse, dichos espacios, desde el inicio de la pandemia, son ocupados por avalanchas de informaciones más o menos científicas, sean fundamentadas o no, generadoras de pánico, o tranquilizantes. De manera incontrolable, la llamada “info-media”, perjudicial como sabemos, se cuela por los intersticios que deja expuestos la ciencia, hasta llegar al increíble mundo de la dudosa veracidad de cuanto leemos.

Asistimos, pues, a la falta de ética en todos los campos. Y a las falsas noticias, muy bien pensadas para el mal. Ello no solo es altamente preocupante, sino, peor aún, la perfidia humana nos vapulea, nos demuestra la vulnerabilidad a que somos sometidos. Imposible comprobar si tal o más cual información procede de fuentes confiables o, al menos, fuentes existentes. Sucede todo aquello que pertenece al campo de la sordidez humana: robo de identidades, suplantación de perfiles, nombres falsos, tergiversación de datos, manipulación de estadísticas, solicitudes de dinero. En este tejido incierto y peligrosísimo —además, controlado por determinados algoritmos que reciclan o eliminan noticias—, se censura, se exalta, se estimula o se reprime, al punto de provocar revueltas populares. El descrédito se apodera de los mismos mecanismos que

fueron creados, al parecer, con el objetivo de lograr interacciones beneficiosas entre internautas.

La jurisprudencia debe tener pocos recursos para estos casos. Aunque se denuncian ciertos ataques, casi todo cae en el terreno de la incertidumbre, al resultar imposible ubicar con exactitud el origen de la calumnia. Es la ciencia de la computación al servicio de la maldad, la tecnología reverenciadora de lo peor, y como tal, altamente sofisticados son sus métodos. Esto explica que muchos entusiastas que se incorporaron jubilosamente a las redes, hayan decidido replegarse. Expertos recomiendan retirarse de ese mundo público, virtual, inapresable y movedizo. Sin embargo, una vez dentro, es difícil renunciar a dicha forma de comunicación, que permite, entre otras acciones, compartir duelos (forma curiosa de fragmentar dolores); mostrar el trabajo que se continúa haciendo a pesar de la adversidad del momento; compartir chistes, memes, burlas, ingeniosidades que contribuyen a paliar el miedo colectivo; solicitar ayuda (de medicinas, de asistencia, de consejos prácticos), de manera que las redes sociales sustituyen las formas tradicionales de la prensa conocida. Incluso la radio, el cine, los soportes para series, materiales audiovisuales, propagandas educativas, sanitarias: todo cabe en las redes, en estas mallas que nos apresan, y de las cuales sacamos provecho, muy a pesar de los inconvenientes.

En términos prácticos, la cultura no queda rezagada. Cantores, narradores, artistas plásticos, cineastas, humoristas, bailarines, dramaturgos: todos se incorporan de forma altruista (o no) en aras de mostrar sus quehaceres artísticos. El propósito de tales exposiciones, más allá del ego personal e inevitable que impulsa a reclamar espacios, es no quedarse en el limbo de la inactividad. Es ser, es estar, es contribuir al deleite espiritual que proporciona el arte en sus seguidores, a la vez que transmitir mensajes optimistas o, en cualquier caso, menos descorazonadores que los de la realidad. Sin

embargo, emitir y recibir los códigos de dicha forma de expresión no puede, de ningún modo, asumirse de forma acrítica.

Así como la pseudociencia se adueña del lugar que deja vacío la investigación científica, la desideologización aprovecha la indiferencia para introducir confusión, desánimo y catastrofismo a través de falsas informaciones. El arte, quiérase o no, es siempre transmisor de ideología, revisitando la definición de esta última: “Conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época”, y, por tanto, intenta la toma de consciencia, de posturas bien definidas, y con intencionalidad, emerge en estas novedosas plataformas. Un chiste, por ejemplo (según Lope de Vega, avanzadilla de la verdad), encierra en sí mismo no solo el propósito de causar risa, sino que el receptor se posicione, ya sea a favor o en contra, que se movilice de alguna manera. Un chiste racista —pongamos por caso— generará gracia a racistas y, a la vez, indignación entre quienes reconocen su maldad. Lo mismo ocurre con los chistes homófobos, xenófobos, discriminatorios de la mujer, etc. No intento originalidad alguna, me limito a señalar la insoslayable función del arte como herramienta social.

Resulta de una ingenuidad pasmosa creer que de veras se puede ir por la vida asumiendo posturas apolíticas, que no existen. Parecería que no es este el momento idóneo para abordar la eticidad en las redes sociales, mientras estamos abocados a una tragedia de alcance mundial. Sin embargo, es ahora, precisamente ahora, debido a que visitamos como nunca antes esos terrenos fantasmagóricos, cuando debemos llamarnos a abandonar trivialidades, y dejar de suponer que es posible la inocuidad de un mensaje. Absolutamente todo lo que se publica persigue objetivos concretos, incluso un comentario como al pasar. No dejarnos provocar por bajezas y, a la vez, responder inteligentemente, con altura de pensamiento y solidez argumental, parecen ser instrumentos válidos para librar esta batalla contra la amoralidad. Como siempre, de toda la vida.

EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN CONTEXTOS POLÍTICOS

JULIÁN MACÍAS TOVAR (*España*)

La reordenación del uso de las redes sociales, los cambios de algoritmos, las estrategias de desinformación y polarización a través del odio han ido ganando terreno hasta convertir un espacio de libertad y contrapoder al relato oficial, en un avance de las posiciones de la élite.



La estrategia usada por la extrema derecha está diseñada en clave destructiva del rival, y para ello determinan varios elementos de narrativa, que son comunes internacionalmente, como carril de su “batalla cultural”. Ilustración: Zardoyas.

La aparición de las redes sociales a partir de 2004 fue un elemento más de la democratización del acceso a la información que ya había traído el Internet, pero en el que se sumaba la capacidad de ser emisores universales de contenidos audiovisuales y mensajes, dando una suerte de contrapoder a los medios de comunicación tradicionales controlados por grandes grupos económicos. Seguramente esta situación fue un elemento importante para que se dieran procesos aglutinadores populares de movilización contra las élites económicas, como pudieran ser la Primavera Árabe o el movimiento del 15M en España, donde la ciudadanía se autorganizaba y hacía contrapoder comunicativo al relato oficial que los medios de comunicación contaban. Es más que posible que esta situación cogiera a contrapié durante unos años a estas élites económicas que tenían controlado el relato a través de la mayoría de medios de comunicación masivos. La reordenación del uso de las redes sociales, los cambios de algoritmos, las estrategias de desinformación y polarización a través del odio fueron ganando terreno hasta convertir un espacio de libertad y contrapoder al relato oficial, en un avance de estas posiciones de la élite, pero a través de mensajes de propaganda donde el uso de mentiras, odio y cuentas falsas cada vez está más presente.

Un punto de inflexión de estas estrategias llevadas a la contienda electoral de grandes potencias fue la presencia de Steve Bannon en 2016 como director de campaña de Donald Trump, que finalmente venció llegando a la presidencia de los Estados Unidos. Junto a Bannon se usó el despliegue de su empresa Cambridge Analytica, que formaba parte de una empresa matriz llamada SCL, la cual trabajaba para los servicios de inteligencia de los Estados Unidos, el ejército y el Pentágono desde varios años atrás. La intervención de Cambridge Analytica no solo fue en los Estados Unidos, sino en varios procesos electorales de otros países destacados, donde miembros de la empresa reconocieron la participación y asesoramiento de Palantir, la empresa de Peter Thiel, ex-CEO de PayPal y socio capitalista de muchas de las grandes empresas del *social media*

afincadas en Silicon Valley. Tras el gran éxito electoral de estas estrategias, el método Bannon fue haciéndose cada vez más presente en la fauna digital que habitamos.

El método Bannon o MOB (mentiras, odio y *bots*) utiliza la ciencia psicológica para disputar relatos que conecten emocionalmente con las personas siguiendo el planteamiento de la posverdad. Una vez conectadas, cualquier contenido que refuerce esa emoción, que genéricamente está asociada al odio hacia algún colectivo, ideología o persona, reforzará este odio y tiene una mayor probabilidad de ser compartido, independientemente de que sea verdad o no.

La estrategia usada por la extrema derecha está diseñada en clave destructiva del rival; para ello determinan cinco o seis elementos de narrativa como carril central de su “batalla cultural”, que son comunes internacionalmente y pueden implementar alguno en particular por la idiosincrasia de la ultraderecha de cada país.

Estos frentes en los que basan la construcción narrativa en base a la repetición de ciertos mantras serían:

- Lucha contra el feminismo y los derechos y avances que ha traído, como la emancipación, igualdad salarial, derecho al aborto, al divorcio, libertad sexual, etc. Este frente tiene bastante vinculación con las organizaciones ultracatólicas o sectores provida, principalmente en lo que concierne al derecho al aborto y los derechos LGTBI vs. la familia tradicional.
- Anticomunismo: Simplificación de mantras contra cualquier ideología progresista o de izquierda, denominándola como comunismo o narcodictaduras chavistas, y repetición de clichés como la muerte de cientos de millones de personas a mano de los comunistas, el Che Guevara asesinaba a gays porque era homófobo, el comunismo empobrece a sus países, la hipocresía de gente de izquierda que usa teléfonos móviles, come en restaurantes y duerme en hoteles a costa de engañar a sus votantes, asociación con autoritarismo o dictaduras,

aunque hayan sido elegidos democráticamente, lo privado funciona mejor que lo público, no deberían existir subvenciones que promuevan la vagancia, estigmatización del sindicalismo, etcétera.

- Punitivismo y defensa del uso personal de armas: También asociado a tratar con mano dura a los delincuentes, sin tener en cuenta la carta universal de los derechos humanos, ataque al “buenismo”, conexión con lo emocional para pedir cadena perpetua o pena de muerte, y si no lo defiendes te conviertes en cómplice del delincuente. En Estados Unidos está muy consolidado el derecho a portar armas para defender a tu familia y tus propiedades, y aunque en otros países no está instalado en la cultura popular, existe una estrategia global en defensa de su uso. También esta estrategia está asociada a la defensa de las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado; el uso de la fuerza y la represión de movilizaciones o protestas, incluso la defensa de golpes de estado militares.
- Nacionalismos: Uno de los elementos más populistas de esta estrategia es toda alegoría a la nación como elemento de superioridad respecto a otras, usando elementos nacionales como el himno o la bandera como conector emocional para articular el odio hacia las personas o ideologías, con el argumento de que quieren invadir o destruir el país. Una de sus expresiones es la xenofobia, que puede tener un grado superlativo de ataque o eliminación de cualquier derecho de una persona por ser extranjera, o referencial, teniendo prioridad y mayores derechos las personas que nacieron en un país, en comparación con las que emigran. Otra de sus expresiones es el ataque a ideologías independentistas o regionalistas de territorios históricos, como puede ser el caso de Cataluña o País Vasco en España; pero también contra aquellas ideologías que plantean el respeto a la autonomía y elementos culturales e idiomáticos

diferentes, como pueden plantear algunas formaciones nacionales de izquierda.

- Cristianismo y antislamismo: La generación del odio hacia la cultura árabe y el islam es una vuelta de tuerca al elemento anterior, asociándolos al terrorismo, la falta de cultura, el machismo, la violencia, la falta de higiene y la falta de adaptación a otras culturas. Recurrentemente, se usa el temor por una invasión o reconquista de Europa que hay que frenar y está presente en la batalla cultural en muchos productos como videojuegos, personajes de Disney o películas de Hollywood donde los personajes que representan el mal son árabes o tienen estos rasgos. En ciertas ocasiones existe una defensa del cristianismo como espejo de lo contrario, representando el bien, lo tradicional, lo español, lo europeo.

Para articular la batalla cultural en estos frentes, usan una versión 2.0 de los principios de Goebbels utilizados en la propaganda nazi:

1. Principio de simplificación y del enemigo único. Adoptar una única idea, un único símbolo. Individualizar al adversario en un único enemigo.
2. Principio del método de contagio. Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.

Los dos primeros principios podrían englobarse en la estrategia de llamar comunista a cualquier ideología progresista, llamar terroristas a los musulmanes o enemigos de la patria a ideologías independentistas, y llamar feminazis a las feministas.

3. Principio de la transposición. Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos. En este caso es muy habitual el victimismo acusando de controlar los medios, o

de corrupción desde los espacios que los controlan, o el uso de *fake news* o *bots* quienes los usan por sistema.

4. Principio de la exageración y desfiguración. Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave. Este principio es muy usado, por ejemplo, para exagerar el hecho de que una persona de izquierda tenga un iPhone, coma en un restaurante o tenga un reloj de pulsera como una traición a los que representa, o que una felicitación del ramadán por parte de un político significa que quiere acabar con la cultura cristiana y quemar iglesias o prohibir la Semana Santa.
5. Principio de la vulgarización. “Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida”.
6. Principio de orquestación. La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, de aquí viene también la famosa frase: “Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad”. Este principio es de los más evidentes: si vemos intervenciones de políticos y medios o mensajes en redes, notaremos que hay conceptos y frases que se repiten hasta la extenuación.
7. Principio de renovación. Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que cuando el adversario responda el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones. Este principio es el que hace que un bulo tenga más difusión que la rectificación, y cuando pasas a justificarlo o demostrar su falsedad, lanzan otro bulo o ataque que vuelva a llamar la atención más que la rectificación del bulo anterior.
8. Principio de la verosimilitud. Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias. Un ejemplo

podría ser construir el bulo de que Podemos quiere prohibir la Semana Santa, previa difusión y distorsión de pedir una educación laica sin la asignatura de religión.

9. Principio de la silenciación. Acallar sobre las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen al adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.
10. Principio de la transfusión. Por regla general, la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente relacionado con hechos recientes o históricos. Por ejemplo, la extrema derecha o VOX habla de la reconquista de España expulsando a los árabes y extranjeros, usando el mismo término referido a la expulsión de los musulmanes de España en el siglo xv.
11. Principio de la unanimidad. Llegar a convencer a mucha gente de que se piensa “como todo el mundo”, creando impresión de unanimidad. Este hecho es muy visible en las estrategias de astroturfing, repitiendo en comentarios de una publicación una misma idea. Por ejemplo, durante un tiempo la mitad de los comentarios en las publicaciones de Podemos era muy similar a este: “Qué decepción, os he votado, pero nunca más volveré a hacerlo”.

Es importante señalar que esta estrategia es multicapa, articulándose sinérgicamente en tres vectores:

- Estrategia civil: Articulada en la sociedad civil, espacios políticos, empresariado y cualquier organismo o representante que tenga un peso cuantitativo por la capacidad de que su mensaje llegue a un gran número de personas, o cualitativo, si lo que representa o a las personas que llega tienen una situación estratégica, como pueden ser economistas, juristas y asociaciones de derechos humanos.

- Estrategia mediática: Sin duda, las televisiones en primer lugar, pero también las radios y los periódicos, son los que mayor trascendencia tienen, no solo para marcar agenda y el tema del que se va a tratar, sino cómo se abordan estos asuntos tanto en el tono como en las conclusiones.
- Estrategia digital: Esta es la más reciente y en la que más esfuerzos e inversiones está haciendo la ultraderecha para desarrollar su estrategia, aprovechando que la conectividad con dispositivos digitales es cada vez mayor y durante más tiempo, sobre todo desde que la gran mayoría de la población tiene un smartphone al que está conectada todo el día con acceso a Internet y a redes sociales.

LA SOCIEDAD ENREDADA HACIA UN CONCEPTO COMPLEJO DE LAS REDES SOCIALES

NOEL ALEJANDRO NÁPOLES GONZÁLEZ (*Cuba*)

La espada es la mente
KENDO

Las redes sociales “desde lo económico, aceleran y frenan; desde lo político, edifican y demuelen; desde lo social, acercan y alejan; desde lo ideológico, comunican e incomunican; desde lo científico, liberan y esclavizan. Y en esta condición altamente paradójica radica la clave de su dinámica lógica y de su vitalidad histórica”.



Sobre la base del neoimperialismo “Se producen guerras en 3D, esto es, por conquistar territorios, mercados y mentes. El acento en la esfera cultural obedece a un axioma neoimperialista: quien controla las mentes penetra los mercados y accede a los territorios”. Ilustración: Michel Moro.

Uno

I. Las redes sociales son comunidades de usuarios que se relacionan virtualmente a través de las plataformas de Internet. Pero esta definición simple no es suficiente para comprender en todo su alcance y profundidad un fenómeno tan complejo. Zafar este nudo gordiano requiere un abordaje dialéctico, es decir, a la vez histórico y lógico.

Dos

II. Históricamente, las redes sociales surgen en el marco del neoimperialismo. A partir de la revolución tecnológica en los medios de comunicación, producida desde inicios del siglo xx, tienen lugar cuatro mutaciones en la estructura del imperialismo clásico descrito por Lenin, que son particularmente visibles a partir de la segunda mitad de la centuria:

1. El capital financiero (industrial + bancario) se fusiona con el comercial y surge el capital global, cuya personificación es la oligarquía global.
2. Los monopolios ordinarios se transforman en monopolios de la información, los cuales no solo controlan la oferta, sino que fabrican la demanda.
3. Estos monopolios de nuevo tipo, además de mercancías y capitales, exportan ideas, modelos ideológicos.
4. El reparto del mundo no es solo territorial y económico sino cultural.

III. El neoimperialismo es la época del capital global, en la cual la oligarquía homónima exporta su ideología a través de los monopolios de la información para repartirse el mundo culturalmente.

IV. Sobre esta base surge una superestructura nueva que viene a reforzarla:

1. Se producen guerras en 3D, esto es, por conquistar territorios, mercados y mentes. El acento en la esfera cultural obedece a un axioma neoimperialista: quien controla

las mentes penetra los mercados y accede a los territorios.

2. Surge el empirismo comunicativo, paradigma gnoseológico que, a fuerza de potenciar los sentidos y la comunicación en detrimento de la práctica y la razón, propicia la exportación de ideas mediante la creación de receptores pasivos de información.
3. Los monopolios de la información permiten construir la hegemonía política del capital, la cual enmascara su dictadura.
4. El capital global tiende a la globalización capitalista. Dicho en pocas palabras, el neoimperialismo es el proceso histórico mediante el cual el capital global se transforma en la globalización capitalista.

V. Los medios de comunicación no solo están en el origen del neoimperialismo, sino que forman parte de su naturaleza más íntima, ya que actúan como catalizadores de la metamorfosis del capital global en globalización capitalista. Los medios de comunicación son el alfa y la omega del neoimperialismo: empiezan globalizando al capital y terminan capitalizando al globo.

VI. El desarrollo de los medios de comunicación llevó a la computación, la computación condujo a la Internet y la Internet derivó en las redes sociales. Al principio, los sitios web solo permitían la comunicación en un solo sentido; luego, al surgir la web 0.2, fue posible la comunicación biunívoca, aumentó el nivel de interacción y aparecieron las redes sociales. Hoy existen 3 000 millones de usuarios activos en las redes sociales *online*, cuya evolución puede resumirse, hasta el 2016, como sigue:

- 1995. **Classmates** (EUA): primera red social de la Historia.
- 1997. **Six Degrees** (EUA): añade perfiles, publicaciones y chat.
- 1999. **QQ** (China): 807 millones de usuarios (# 7).
- 2002. **Friendster** (EUA): su propósito es hallar pareja.

- LinkedIn (EUA): conecta profesionales, 303 millones de usuarios (# 13).
2003. My space (EUA): destrona a Friendster.
2004. Facebook (EUA): es la mayor de las redes, más de 2 320 millones de usuarios (# 1).
2005. Youtube (EUA): 1 900 millones (# 2).
Reddit (EUA): 330 millones de usuarios (# 11).
QZone (China): 532 millones de usuarios (# 8).
Douban (China): 320 millones de usuarios (# 12).
2006. Twitter (EUA): 330 millones de usuarios (# 11).
2007. Tumblr (EUA).
2008. Messenger (EUA): pertenece a Facebook, 1 300 millones de usuarios (# 4).
2009. Weibo (China): 462 millones de usuarios (# 10).
Whatsapp (EUA): pertenece a Facebook, 1 600 millones de usuarios (# 3).
2010. Instagram (EUA): 1 000 millones de usuarios (# 6).
Pinterest (EUA)
2011. Snapchat (EUA)
Google + (EUA): pertenece a Google.
We Chat (EUA): 1 098 millones de usuarios (# 5).
2013. Telegram (Rusia).
2016. Tik tok (China): 500 millones de usuarios (# 9).

FUENTE: Statista.

VII. Tomando en consideración el componente histórico, es decir, el marco en el que surgen y su evolución, las redes sociales no son espacios neutros que conectan personas de manera desprejuiciada; sino que se montan sobre plataformas de Internet que son, en su mayoría, monopolios de la información propiedad de la oligarquía global. De las 23 citadas, por ejemplo, 17 son estadounidenses, cinco son chinas y una es rusa.

Tres

VIII. Lógicamente, las redes sociales contienen una paradoja económica que se reproduce a escala política, social, ideológica y científica, cual si se tratase de un juego de matrioshkas.

IX. Las redes sociales son la tecnología más revolucionaria de las comunicaciones en manos de la clase más reaccionaria de la Historia. He aquí un ejemplo contemporáneo del conflicto económico entre las fuerzas productivas y las relaciones de producción del que hablaba Marx. Este es el punto más importante a tomar en cuenta a la hora de valorarlas.

X. A nivel político, las redes sociales permiten construir y destruir hegemonías. A través de ellas, el poder construye el consenso a favor de la clase dominante, la hace dirigente (Gramsci). Pero aquí entran también las tácticas para fabricar “primaveras” o “revoluciones de colores”, transformándose así de instrumento hegemónico en dictatorial. En ambos casos las redes sociales se treznan con los servicios especiales para obtener información y ejercer influencia.

XI. Mientras más crece la comunicación por aparatos más decrece la comunicación entre las personas. Las redes sociales acercan lo lejano y alejan lo cercano. Nunca el prójimo ha estado tan lejos, ni el extraño tan inmiscuido en nuestra intimidad. Este contrapunto, que se da a escala social y que termina polarizando a la técnica y al ser humano, trae a la memoria algunas de las advertencias de Adorno sobre los medios de comunicación masiva y el hecho de que la humanidad aplica medios racionales a fines irracionales. Sin embargo, en manos de los artistas y en condiciones de aislamiento como las impuestas por la pandemia del coronavirus, los medios (incluidas las redes) son una herramienta fundamental para mantener la comunicación humana.

XII. El conflicto anterior encuentra su expresión ideológica en la paradoja posmoderna, que enfrenta a los enfoques semiótico y existencialista. A más comunicación técnica, menos comunicación humana. Los centros de poder desarrollan sus teorías y sus técnicas para conectar a la gente, ya que se

trata de un negocio sumamente rentable, a la vez que profundizan el abismo que engendra la alienación humana. Somos cimas conectadas pero separadas por simas insondables. La conexión en la realidad virtual es cada vez más paradisiaca —no hay dudas—, pero en la realidad concreta el otro sigue siendo el infierno. La semiótica, que es la ciencia para explicar la mentira (Eco), colisiona con el existencialismo, que es un humanismo (Sartre).

XIII. Las redes sociales —y los medios en general— enfatizan el rol de la comunicación en el proceso de conocimiento, cosa que constituye un aporte a la gnoseología, a la vez que imponen el empirismo comunicativo, con el fin de crear consumidores pasivos de información. *Conocen* la comunicación, pero comunican el desconocimiento. En un mundo cada vez más interconectado es natural que la importancia de la comunicación vaya en aumento, pero fundar el conocimiento social en la comunicación y los sentidos, degradando la razón y la práctica, conduce a la escolástica. La posmodernidad, en este sentido, es un Medioevo robotizado.

XIV. Desde el punto de vista lógico, las redes sociales contienen una paradoja que se manifiesta a todo lo largo y ancho de la formación económico sociocultural.

Cuatro

XV. Las redes sociales son comunidades de usuarios que se relacionan virtualmente a través de las plataformas de Internet, que constituyen, en su mayoría, monopolios de la información empleados por la oligarquía global para exportar su ideología y gobernar el planeta, todo lo cual indica que dichas redes encarnan una paradoja que se reproduce a todos los niveles: desde lo económico, aceleran y frenan; desde lo político, edifican y demuelen; desde lo social, acercan y alejan; desde lo ideológico, comunican e incomunican; desde lo científico, liberan y esclavizan. Y en esta condición altamente paradójica radica la clave de su dinámica lógica y de su vitalidad histórica. Ante el nudo gordiano de las redes sociales, la espada de Alejandro Magno es la dialéctica.

ENREDADOS: LAS REDES SOCIALES Y LA “LIBERTAD” VIRTUAL

HÉCTOR BERNARDO (*Argentina*)

Solo el rigor profesional y el compromiso con la verdad pueden propiciar el acceso a información fidedigna y a una verdadera libertad de expresión.



«Ante un bombardeo constante, “la verdad” se transforma lisa y llanamente en aquello que las personas quieren creer, no importa cuál es la fuente y la vía por la que recibieron la información». Ilustración: Zardoyas.

“Me extraña, dijo la araña, que siendo mosca no me conozcas”. Así reza un viejo dicho popular que bien podría tener grabado en un pulóver —seguramente con un *hashtag* (#) delante— el creador de Facebook y dueño de WhatsApp, Mark Zuckerberg.

El avance de las tecnologías y el surgimiento de las redes sociales representan un arma de doble filo. En la actualidad es casi imposible encontrar a un joven o a un profesional que no tenga cuentas en Twitter, Facebook e Instagram, o que no comparta información general o personal a través de sus “estados” en WhatsApp y otras redes sociales.

Romance, entretenimiento, trabajo, información, todo parece accesible con solo “entrar” en una de estas redes. Personas solitarias pueden tener miles de contactos que Facebook define como amigos. Los seguidores y los “me gusta” califican la “popularidad” de una persona y su nivel de influencia social. Hasta el más desinformado puede dar una opinión contundente sobre los temas más complejos, en un acto que genera la ilusión de garantizar la “libertad de expresión” de una manera “horizontal” a través de una virtualidad “sin restricciones”.

Justamente esa es una de las palabras clave: virtualidad. La Real Academia Española define el término virtual como aquello que “tiene existencia aparente y no real”, lo cual no es un dato menor.

Las expresiones de odio también tienen su lugar en esa virtualidad. Sería bueno preguntarse: ¿Quién tuvo —y tiene— el poder de censurar al entonces presidente de la potencia más poderosa del mundo, Donald Trump, cuando este convocó a través de sus cuentas de Twitter a actos contra la institucionalidad de Estados Unidos? ¿Quién permitió que esa misma persona convocara “libremente” a desestabilizar gobiernos de otros países (Venezuela, Cuba y Nicaragua, por ejemplo) a través de la misma red social?

Las redes sociales nos brindan una virtual “libertad” de expresión a cambio de todos nuestros datos personales; que confesemos —consciente o inconscientemente— nuestros gustos e inclinaciones culturales y políticas; que brindemos

nuestros contactos más cercanos, aquello que consumimos, nuestra situación crediticia y nuestro estado civil; que mostremos cómo cambia nuestra cara en distintos momentos para que un amable programa realice un “reconocimiento facial”; que demos a conocer cuáles son los lugares que más visitamos o dónde nos encontramos exactamente, entre muchas otras informaciones que por masividad y precisión no podrían recabar ni las mejores agencias de Inteligencia. No podemos pasar por alto las denuncias realizadas por Edward Snowden al demostrar que entidades como la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos (NSA, por sus siglas en inglés) vigilaban los celulares y redes sociales de miles de millones de personas.

Esa virtual “libertad” de expresión y de acceso a la información suele estar regulada por algoritmos que hacen que siempre veamos las publicaciones de las mismas personas, o que solo un grupo reducido vea lo que solemos compartir. El avance de estas tecnologías de la comunicación tiene ese doble filo. Para los periodistas se vuelven herramientas indispensables, aunque no sustituibles por el rigor, el uso preciso del idioma y el compromiso con la verdad y con los más vulnerables.

El público y los profesionales se encuentran ahora frente al desafío de lidiar con la sobreinformación, que oculta entre miles de noticias y opiniones lo trascendente y lo urgente. Predominan las noticias falsas (muy conocidas como *fake news*) para crear un sentido común funcional a los intereses de los poderosos de siempre. Noticias falsas que son las bases para la persecución política a líderes y movimientos populares a través de los medios hegemónicos de comunicación —que se potencian con las redes— y sectores del poder judicial (en lo que se conoce como *lawfare*).

Ante un bombardeo constante, “la verdad” se transforma lisa y llanamente en aquello que las personas quieren creer, no importa cuál es la fuente y la vía por la que recibieron la información. A la vez, profesionales y público en general

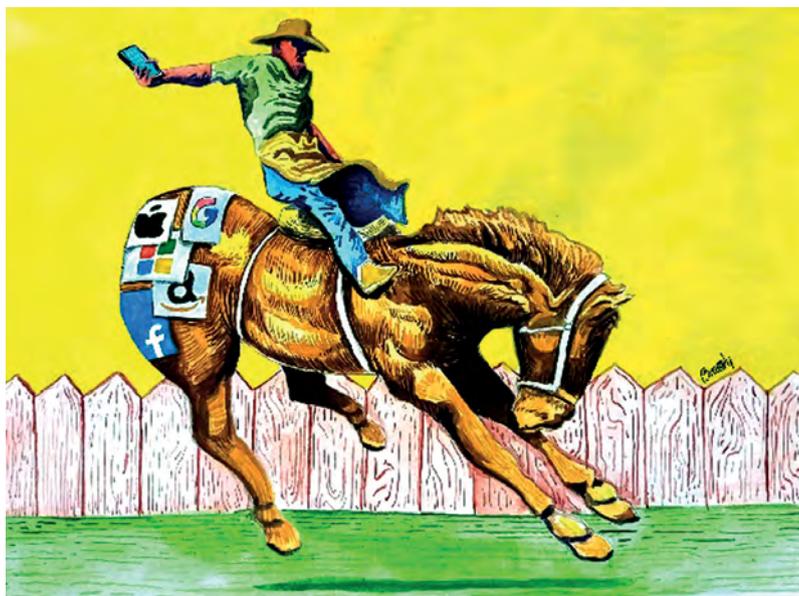
pueden seguir “sin intermediarios” a líderes políticos, artistas admirados y formadores de opinión, así como conocer sus ideas y posturas sobre temas que son discutidos casi a diario.

El periodismo tiene un gran desafío. Cuando lo virtual se confunde con lo real el camino se vuelve nebuloso. Solo el rigor profesional y el compromiso con la verdad pueden propiciar el acceso a información fidedigna y a una verdadera libertad de expresión.

LOS RIESGOS DE UN RÉGIMEN *CIBERCRÁTICO* *GLOBAL*: LAS REDES SOCIODIGITALES COMO TERRITORIO DE DISPUTA EN LA CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICACIONES

ISAAC ENRÍQUEZ PÉREZ (*México*)

Aunque las redes sociodigitales dan forma a la era de la información, facilitan la vida en las sociedades humanas y acercan las interacciones sociales, también imponen desafíos a la misma convivencia social, al despliegue de la intimidad, a la formación de la ciudadanía y a la praxis política en su conjunto.



“Las redes sociodigitales se erigen como una especie de tribunal de la santa inquisición que, a través de la censura, limitan —de manera convenida— la libertad de expresión. Pero esta censura, hay que decirlo, es selectiva y mediada a partir de ciertas preferencias políticas”. Ilustración: Brady Izquierdo.

¿Quién regularía las redes sociodigitales y la *ciudad virtual* que en ellas se despliega? Si miles de millones de seres humanos dedican parte de su vida —sea por asuntos laborales, (des)informativos, o simple esparcimiento y ejercicio de la intimidad— en esos ámbitos de las tecnologías de la información y la comunicación, es necesario reivindicar la institucionalidad del Estado y de la acción colectiva global para construir y adoptar mecanismos de regulación y de protección de los derechos ciudadanos, y no dejar esa esfera de la realidad social en manos de entes privados que defienden intereses creados y posturas tendenciosamente dirigidas.

Cabe puntualizar que la tecnología no es neutral, sino que su uso está mediado por relaciones de poder y por la estratificación de las sociedades. Más aún, cuando los frutos del progreso técnico son retenidos en las naciones y corporaciones más dinámicas del norte del mundo, la tecnología es parte de las estructuras de poder, riqueza y dominación. Dejadas a su libre arbitrio y discrecionalidad, las corporaciones del *big tech* —conjuntamente con los mercados bursátiles y los grandes fondos de inversión que las controlan— son la expresión más acabada del *fundamentalismo de mercado*. Y aunque le dan forma a la *era de la información*, facilitan la vida en las sociedades humanas y acercan las interacciones sociales, imponen desafíos a la misma convivencia social, al despliegue de la intimidad, a la formación de la ciudadanía y a la praxis política en su conjunto.

Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft (GAFAM) y Twitter son grandes corporaciones de origen estadounidense que, en su conjunto y en condiciones que violentan las legislaciones antimonopolio, pretenden controlar la producción y circulación de publicidad en línea, el comercio minorista, la mensajería instantánea y el desarrollo de *software* y *hardware*. El poder de mercado de estas empresas se extiende al llamado *big data*, o bien al negocio de la recopilación y comercialización de información proporcionada de manera voluntaria por sus usuarios. Y, aunque el BATX —que

comprende las corporaciones chinas Baidu, Alibaba, Tencent y Xiaomi— gana terreno y se expande aceleradamente por el mundo, el GAFAM, a lo largo de la década pasada y hasta antes de la pandemia, alcanzó la siguiente capitalización de mercado: Apple 1 224 billones de dólares (bdd) al cierre de 2019 (mientras que en el año 2010 logró 191 bdd); Microsoft 1158 bdd (269 bdd en 2010); Google 932 bdd (197 bdd en 2010); Amazon 865 bdd (60 bdd en 2010); y Facebook 577 bdd (104,2 bdd en 2012). Twitter, por su parte, alcanzó una capitalización de 43 000 millones de dólares. De ahí que la *era de la información* y la sociedad del conocimiento sean corporativamente controladas y dirigidas, tanto por el GAFAM como por los megabancos y los fondos de inversión (Vanguard, BlackRock, State Street, Fidelity), y el complejo militar/industrial —en particular, el Defense Innovation Board radicado en el Pentágono—. De ahí su adhesión a los proyectos del capitalismo globalista, aperturista, rentista y financiarizado, piloteados por una facción de las élites plutocráticas estadounidenses, cuya cara visible es ahora Joe Biden (<https://bit.ly/3bGyfJ9>).

Más allá de las preferencias y de las simpatías o no, el proceso de *defenestración mediática de Donald Trump* iniciado desde 2016 y que tuvo como puntos de quiebre la censura de las principales televisoras ante el discurso denunciante de fraude electoral el pasado 5 de noviembre de 2020 y el silenciamiento de las redes sociodigitales del entonces presidente en funciones a partir del 6 de enero de 2021, no son eventos aislados. Se inscriben en la construcción de un consenso despótico de los *mass media* y de las redes sociodigitales a partir de la instauración de una especie de totalitarismo ciberocrático, bajo el supuesto ilusorio de que Facebook y Twitter estarían contribuyendo a evitar la instigación de actos violentos en Estados Unidos. Mark Zuckerberg justificó el apagón digital de Trump con el argumento de que este intentaría obstruir la transición pacífica y legal del poder ejecutivo a su sucesor (<http://bit.ly/39tfqHW> y <http://bit.ly/2Y5H1sk>).

Las redes sociodigitales se erigen como una especie de tribunal de la santa inquisición que, a través de la censura, limita —de manera convenida— la libertad de expresión. Pero esta censura, hay que decirlo, es selectiva y mediada a partir de ciertas preferencias políticas. Mientras estas corporaciones permiten el tránsito de innumerables campañas negras y de odio por sus autopistas, no les interesa contener las expresiones más pulsivas que asaltan cotidianamente a la vida pública mediante discursos maniqueistas, siendo correas de transmisión de mentiras, rumores (*fake news*) e ideologías conspiranoicas en el curso mismo de la *era de la postverdad*. De ahí que contribuyan de manera decisiva a la *ignorancia tecnologizada* (<https://bit.ly/2BMr039>). Ante ello, no existe una *institucionalidad global* —emanada de la acción colectiva y de la cooperación internacional— que regule estas omisiones interesadas de las corporaciones al mando de esas redes sociodigitales. La gran cantidad de comentarios diversos y sin fundamento en torno a la pandemia es un claro ejemplo de ello (<https://bit.ly/36d82iJ>).

Por los cauces de las redes sociodigitales se despliega un entreverado andamiaje desde donde se apuesta a construir significaciones en torno a la representación de la realidad social. Y esas significaciones son, las más de las veces, sesgadas, interesadas y parciales. En tanto arena donde se disputa esa construcción de significaciones y cosmovisiones, desde ellas se abona la perpetuación de las estructuras de poder y riqueza y se afianzan discursos —sean verídicos o faltos de fundamento— que se tornan funcionales a ellas.

En ese sentido, las corporaciones de las redes sociodigitales rompen con los entramados institucionales de las sociedades nacionales y se erigen en un poder simbólico/desinformativo de amplias magnitudes por encima de los mismos Estados. Aunque también evidencia la ausencia o la limitada densidad de legislaciones en la materia en aras de contener la arbitrariedad, la discrecionalidad y las atribuciones metaconstitucionales que despliegan estas corporaciones privadas. Entonces cabe preguntarse, ¿por qué las legislaturas permiten que el

voluntarismo de estas corporaciones estipule reglas que atentan selectivamente contra libertades ciudadanas? El *big tech* es capaz de dictar reglas y de imponerse a las mismas instituciones públicas tras usurpar sus funciones y dirigir desde sus púlpitos la opinión pública y las opciones políticas de los ciudadanos.

Las redes sociodigitales conforman una *arena pública digital* que expresa el sentir, las emociones, las cosmovisiones y las formas de pensar de la ciudadanía. Por ellas se filtra la expansión de la *sociedad de los extremos* (<https://bit.ly/3oWfhIT>) y la misma crisis de la política (<https://bit.ly/2OdSmBL>) como praxis para la deliberación de ideas y la construcción de posibles soluciones ante los problemas públicos más acuciantes. De ahí que en las redes sociodigitales pueda germinarse un verdadero asalto a la *ilusión de la democracia* si no se moderan las tentaciones autoritarias de sus corporaciones que —en esencia— son tentaciones políticamente selectivas e interesadas.

Más todavía: redes sociodigitales como Facebook proceden con total simulación e hipocresía al sancionar aquellas posturas, críticas o no, que no son parte de la agenda globalista/financiera; pero se muestran complacientes con las redes de prostitución y pornografía infantil que tienen alcances globales y que, sin límites, deambulan por esa plataforma; lo mismo ocurre con las ejecuciones y cuerpos masacrados cometidos, fotografiados o filmados por el crimen organizado y el aparato securitario del Estado en México. En el caso de YouTube sobresalen las ideologías de la conspiración y los videos con contenidos seudocientíficos que se difunden a escala planetaria y que gozan de total impunidad en su andar por la red. Si estas redes sociodigitales son capaces de censurar y de silenciar posturas políticas incómodas, entonces son enteramente corresponsables de lo nocivo y falso que es difundido en ellas.

Esta simulación se fusiona con una postura de lo políticamente correcto, sin seguir más norma que el criterio arbitrario y discrecional de los empleados y operadores de estas corporaciones digitales, más allá de los poderes ejecutivo, legislativo

y judicial, así como de las normatividades propias de organismos internacionales. Se trata de un poder fáctico altamente centralizado en sus decisiones, concentrador de información y de datos personales, y con importantes recursos financieros e influencia política. No hay que perder de vista que estas redes sociodigitales se nutrieron del fenómeno Trump, tal como lo hacen con todas aquellas posturas políticas que descalifican, intimidan y ningunean desde esa *plaza pública digital*. Estos dispositivos tecnológicos hicieron de la política una montaña en la cual solo se escala con tácticas cercanas al odio y alejadas de toda civilidad.

La regulación de las redes sociodigitales no solo se limitaría a la unilateralidad, la tendenciosidad y la manipulación con la cual proceden sus ejecutivos como censores, sino que se extiende al imperativo de la ganancia privada y el pago de impuestos en las naciones donde se establecen transnacionalmente sus oficinas. Como corporaciones que operan en condiciones monopólicas, no se rigen ni respetan las estructuras jurídicas de aquellos países donde se establecen y ofrecen sus servicios digitales. Con 3 960 millones de usuarios en el mundo, corporaciones como Facebook (sumados Instagram y WhatsApp), Alphabet (que incluye a Google y YouTube), Twitter, Snapchat y LinkedIn, alcanzan un valor de 2,5 billones de dólares en la Bolsa de Valores de Nueva York (algo así como 13 % del total de este mercado bursátil). Para tener una proporción del poder económico de las corporaciones digitales, ese valor es más del doble del PIB de una economía como la de México (sobre estos datos véase <http://bit.ly/2OqYPg2>).

Lo que se experimenta es un vacío legislativo que evidencia la *ausencia y postración de los Estados* en torno al papel y despliegue de las redes sociodigitales. Por sí mismas estas corporaciones no se regularán, pues se precisa que el Estado adopte decisiones orientadas a obligarlas para que cumplan con las legislaciones nacionales en rubros como la recaudación de impuestos —que estos se paguen, sin más, en los países donde se establecen—, las relaciones laborales, las

contienda electoral y el propio de las telecomunicaciones. ¿Por qué aceptar que si existiese algún litigio entre un usuario y estas corporaciones se resolvería únicamente en los tribunales alrededor de San Francisco (California) y no en el país donde se presentase la incidencia o el conflicto?

Si se presenta alguna restricción a la libertad de expresión —o, mejor dicho, al libertinaje— tendría que provenir del mismo Estado y sus instancias judiciales y recaer sobre aquellas expresiones pulsivas, violentas, que incentivan el odio y la destrucción de toda posibilidad de convivencia comunitaria y medianamente respetuosa. La manifestación y la denuncia de un posible fraude electoral no es suficiente razón para ser objeto de sanción; es, en sí, un derecho político expresar que lo hubo. Quienes no estén de acuerdo con ello tendrían que gestar una contrargumentación, y desplegar el oficio del periodismo de investigación para fundamentar esos argumentos que desmientan o desmonten planteamientos infundados.

El *silenciamiento digital de Trump* sienta un precedente que no es preciso obviar y pasar por alto. Abrirá una nueva era en el despliegue de la libertad de opinión y en la politización de las decisiones corporativas que segregan a ciudadanos discriminados y sin mecanismos de defensa ante la arbitrariedad y discrecionalidad. Si eso se emprendió contra un presidente en funciones —con 200 millones de seguidores en sus distintas plataformas—, cualquiera podría ser víctima de esa virulencia cibernética que prohíbe la comunicación en torno a problemas públicos, pero ello sería como prohibir —absurdamente— que algún ciudadano indeseable transite por la vía pública o disfrute de algún parque ciudadano. Frente a todo esto, los Estados están obligados a ejercer su soberanía en el rubro, y las redes sociodigitales tendrían que pensarse como *bienes públicos globales* al servicio del debate público y la formación de la cultura ciudadana. Si esta posibilidad no se construye, será lapidario el despliegue de una *jaula de hierro punto com*, que hace de la política

un espectáculo o una parodia que trivializa los problemas públicos más lacerantes. No es un tema menor, pues en él se esconde la necesidad de soberanizar amplias porciones de las decisiones públicas.

Sin esa infraestructura y tecnologías propias, los países se extraviarían en el mar del mercado y de los intereses creados por estas redes sociodigitales corporativas y estarían sujetos a las arbitrariedades de sus ejecutivos y de los megabancos y fondos de inversión que les controlan. El *asalto a la democracia* no se trazó con la toma del Capitolio el 6 de enero de 2021 por parte de una turba que no sabemos, a ciencia cierta, si fue parte de una operación de falsa bandera o verdaderamente instigados por Trump en su ingenuidad de denunciar el fraude electoral; sino con el despliegue de un dispositivo de silenciamiento de voces que no coinciden con los intereses de la conjura secreta —entre las grandes compañías digitales, sindicatos, activistas, los filantropocapitalistas, el *Deep State* y el Partido Demócrata— que se urdió contra el ahora expresidente (<http://bit.ly/3rKf06C>).

INTERNET, ENTRE ESPEJISMOS Y REALIDADES: DESAFÍOS PARA CUBA

YASEL TOLEDO GARNACHE (CUBA)

“La izquierda internacional tiene también en las redes una oportunidad tremenda para fortalecer vínculos y trazar caminos de conjunto. Líderes de movimientos sociales y otras personas progresistas de todo el planeta pudieran mantenerse comunicados por esa vía e impulsar más acciones colectivas. Sin dudas, Internet es fuente o reflejo de realidades, pero también de espejismos construidos en correspondencia con objetivos específicos, de lo cual debemos estar conscientes siempre”.



“En las redes pululan los jóvenes y adolescentes. A los códigos hipermediales se suman también los predominantes en esas etapas, elementos importantes a la hora de concebir y compartir contenidos”.
Ilustración: Michel Moro.

El ser humano, jinete y no corcel del destino, impulsa el desarrollo industrial y tecnológico hasta los límites de lo impensable. El dominio absoluto de los medios tradicionales es polvo en el camino del olvido. Internet y las nuevas tecnologías imponen una nueva realidad. ¿Te incluyes o pereces? Esa es la máxima en la contemporaneidad de internautas y amantes de lo digital. La huella de la tecnología asoma por todos lados, como símbolo ubicuo de universalidad con diversos rostros, receptores convertidos en disparadores de información, redes sociales, naciones en hemisferios diferentes a la distancia de un clic, abruman o motivan sonrisas, dividen al planeta en tecnófilos o tecnófobos. Otros, los menos, intentan mantenerse al margen, lo cual resulta casi imposible.

La red de redes es un país gigantesco, con miles de millones de usuarios, sitios web y perfiles. El idioma inglés campea, con la mayor cantidad de contenidos, seguido del chino y el español. Nadie se queda como estatua frente a los dispositivos. Cada quien recibe y emite información, incluso sin pretenderlo. El simple *hobby* de compartir fotos, videos, poemas, libros... forma una especie de biblioteca borgeana dentro de la pantalla, pero poco depurada. Posicionar los contenidos es cada vez más difícil, porque la competencia crece, lo mismo desde una oficina en las alturas que desde una PC en la sala de cualquier casa, a lo cual se suman otras particularidades.

Internet estremece los cimientos de los medios tradicionales. Rompe paradigmas de comunicación y hace años terminó con el “nosotros hablamos, ustedes escuchan”. Esos cambios requieren el desarrollo de habilidades. No basta con impulsos, páginas oficiales de medios ni instituciones.

Todo esto forma también una especie de selva digital en lo ideológico, campo de batalla o cancha deportiva moderna, en que los internautas más inteligentes, preparados, intencionales, rápidos y con los recursos materiales indispensables tienen ventaja. Muchas de las estrategias políticas tienen como escenarios principales esas plataformas, con gran influencia en la conciencia de la gente; por eso toda la

ética y formación moral y profesional de los ciudadanos será siempre base importante de cualquier comportamiento en las plataformas hipermediales.

Más allá de lo novedoso tecnológicamente, esos espacios virtuales se sustentan en particularidades de las relaciones entre los seres humanos, por lo que varios investigadores, incluidos Samuel Martínez, José Luis Orihuela e Ignacio Ramonet, coinciden en definirlos como comunidades digitales.

Verdaderamente los cibernautas se agrupan según gustos, conversan mediante chats y foros e intercambian fotografías y videos. Con frecuencia, planifican encuentros en espacios físicos y hasta acciones en beneficio o no de la sociedad.

El carácter empírico o no de internautas y la atracción por el intercambio y la información caracterizan al nuevo entorno. Lo cultural y los recursos tecnológicos influyen en la fuerza que pudiera alcanzarse. Internet constituye un sistema complejo, que no alcanza total autorregulación porque es sensible a la información de medios tradicionales y de la sociedad en general.

Debemos estar conscientes de que suministrar constantemente información personal, incluida la psicológica, implica muchos riesgos, pues facilitamos nuestra propia manipulación con fines económicos, políticos o de otro tipo. Internet es también una megaempresa y una plataforma sin precedentes para recopilar datos y lograr grandes impactos en la política y la cultura. Es preocupante que sus hilos sean dirigidos mayormente desde los Estados Unidos (donde fue creada y permanece la mayor cantidad de servidores y otros soportes), cuyos gobernantes reconocen el propósito de terminar con la Revolución cubana y destinan cada año millones de dólares a la subversión con ese fin, especialmente mediante las redes.

¿Cuáles son las peculiaridades en nuestro país? ¿Cuánto se potencia la participación ciudadana en esos espacios? ¿Cuáles son las dinámicas de debate? ¿Cuánto más podemos aprovechar las particularidades de los blogs y las redes sociales para tomar decisiones y trazar estrategias gubernamentales,

para construir entre todos y enriquecer las agendas mediáticas y políticas? ¿Cómo contrarrestar la campaña de descrédito e intimidación que se impulsa contra Cuba especialmente desde Estados Unidos?

La navegación en el ciberespacio ya forma parte de la cotidianidad de las mayorías aquí. Los niveles de acceso rebasan 80 % de la población. Las personas se conectan mediante redes wifi, datos móviles, navegación en escuelas, hogares y centros laborales...

Verdaderamente, Internet pudiera contribuir a la construcción de sociedades más democráticas, como socializadora de experiencias, expresión de ideas cotidianas y de sentimientos de los pueblos, reveladora de la opinión pública, especie de imprenta y papel en época digital, en manos de muchos.

Varios internautas exponen sus criterios y refieren su desacuerdo con políticas gubernamentales mediante análisis profundos y pleno conocimiento de las problemáticas o desde el ímpetu, la inconformidad y el propósito de crear caos. Economistas, juristas, cineastas, historiadores del arte, ingenieros, campesinos, amas de casa, literatos... están en esa amalgama emitiendo y recibiendo ideas, informaciones, historias...

Pero cuidado, esa aparente democracia suele ser espejismo, pues esas plataformas y redes tienen sus propios algoritmos de funcionamiento, los cuales suelen privilegiar la hegemonía capitalista, con mayor alcance de sus contenidos. Quienes tengan más dinero poseen también una ventaja indudable con la posibilidad de pagar para que sus publicaciones sean vistas por millones de internautas con las edades preferidas, países y hasta ciudades determinadas. Sin embargo, otros contenidos pueden ser encerrados en burbujas digitales específicas.

Con buscadores como Google pasa similar, al poderse pagar por el posicionamiento web. Así, por ejemplo, un post cualquiera desde otra nación podría ser configurado para que sea visto por millones de personas en diferentes

provincias de Cuba, mientras que otro con una visión diferente del suceso podría ser limitado hasta el punto de ser prácticamente invisible.

En la situación de nuestro archipiélago influyen muchos aspectos desfavorables, incluida la deficiente infraestructura. Otra de las desventajas es que el posicionamiento de nuestros sitios web, páginas y perfiles es solamente natural, o sea, fruto del trabajo, por eso resulta fundamental comprender mejor las dinámicas de las diferentes plataformas, conocer su funcionamiento y las maneras de llegar a sectores de internautas más diversos, a partir de lo atractivo de las publicaciones y alternativas sin pagos para rebasar nuestras burbujas, en lo cual las formas creativas y sugerentes son primordiales.

El país enfrenta obstáculos adicionales. Rema desde hace más de medio siglo contra problemas de diversas índoles y recibe altas dosis de castigo por su herejía revolucionaria. Como parte del bloqueo económico, desde 1962 se le prohibió el acceso a las telecomunicaciones y a equipos de computación de cualquier compañía o subsidiaria estadounidense. Solo a partir de 1996 se permitió el uso de Internet con fines de penetración ideológica y subversiva, como resultado de la Ley Torricelli. A eso se unen dificultades económicas para invertir en grandes dimensiones en la tecnología y el acceso a la red, más allá de todos los avances.

Tenemos mucho por hacer. Aquí ninguna página o perfil institucional en redes llega, por ejemplo, al millón de seguidores. A eso sumamos que muchos de esos contenidos suelen lograr débil alcance en otras regiones, y son consumidos casi totalmente por el público cubano, aunque resulta justo reconocer las buenas experiencias impulsadas en el sector de la cultura, especialmente durante los meses más recientes, con conciertos *online* y una presencia más intencional en el mundo hipermedia.

Debemos continuar diseñando más y mejores campañas comunicacionales también para el exterior, realizar más alianzas con artistas y organizaciones de otras partes del

mundo que nos permitan llegar más lejos. Es preciso compartir más contenidos en otros idiomas, además del español, analizar estadísticas y readaptar el trabajo en función de lo que queremos, tener en cuenta los horarios más pertinentes para publicar según la hora a la que acceden nuestros públicos... En correspondencia con nuestros objetivos, se pueden tener en cuenta otros elementos como sus edades, sexo, ciudad donde residen..., información que brindan con facilidad las administraciones de páginas en las redes.

En todo ese contexto la fuerza de los argumentos y las formas atractivas de presentar los contenidos son indispensables. Desafortunadamente, en el caso cubano suelen apreciarse dos bandos opuestos, en el que algunos responden, sobre todo, con ofensas y visiones catastróficas y otros con criterios triunfalistas. Algunos hasta reciben dinero de fondos federales de los Estados Unidos para lanzar su veneno.

Proyectos gestionados y sustentados económicamente desde el exterior, incluidos diferentes sitios web con sus correspondientes extensiones en redes sociales, mantienen una activa labor alejados de la ética que debe acompañar siempre el ejercicio periodístico y comunicacional en general. Empeñados en mostrar una Cuba negra, tergiversan la realidad y presentan partes hiperbolizadas en su afán de cumplir una agenda impuesta sobre todo desde aquella nación nortea.

Son muchos los ejemplos de mentiras, ofensas y hasta amenazas en las redes contra líderes, artistas u otros profesionales. Nadie tiene el derecho de asumir ese tipo de actitudes en plataformas digitales, como tampoco en espacios físicos. La crítica, el debate o el criterio diferente nunca debieran ser confundidos con la bajeza ni el propósito de dañar.

Poco a poco, deberán ser más crecientes las estrategias de participación, gobierno y control popular en línea aquí, lo cual tendrá que ser acompañado por mayor infraestructura y un pensamiento más distante de lo tradicional.

Las ideas y los modos de hacer deben seguir renovándose, según los nuevos retos. El continuar atados, de forma excesiva,

a ciertos convencionalismos es negar las nuevas potencialidades. La web y todo lo que implica se unen a viejos desafíos, que exigen pasos seguros, pero valientes. Tampoco se trata de intentar correr, sin tener la base necesaria.

Resulta esencial formar una mayor conciencia crítica sobre las dinámicas y formas de funcionamiento de las redes sociales, lo cual debe comenzar desde edades tempranas. Nuestros planes de estudios y todo el sistema de enseñanza en la nación debieran tener en cuenta esos elementos.

Conscientes de las campañas realizadas desde esas plataformas en contra del país, se necesita un protagonismo siempre creciente de los intelectuales, artistas, maestros, profesores universitarios, másteres y doctores en ciencias, periodistas, historiadores..., que aporten con sus criterios. Los medios tradicionales, con gran impacto en la sociedad, deben mostrar análisis cada vez más coherentes y desenmascarar con inmediatez los *shows* que suelen montarse de manera intencionada en esos espacios contra Cuba y algunos de sus hijos.

Aquí, como en todo el mundo, resulta necesaria la implementación de leyes para sancionar conductas en el entorno digital, teniendo en cuenta que las restricciones de las propias redes suelen ser indefinibles en muchos casos o demasiado generales. El hecho de que los comportamientos ocurran en esos espacios no exime a nadie de cumplir la ley en su nación-Estado. Si bien al principio muchos defendieron el criterio de que el ciberespacio sería capaz de conformar su propia estructura regulatoria con eficacia, no ha sido así, en cierta medida por las dinámicas de funcionamiento que lo caracterizan.

Desde 1998, el investigador Jack Goldsmith indicó que los problemas legales planteados en Internet son en esencia iguales a los presentes en el espacio físico, los que además han sido solucionados por el campo jurídico, por lo tanto, el tratamiento no debe ser diferente. En ese sentido, varias naciones tienen sus marcos regulatorios definidos. ¿Acaso se

permitiría un crimen, solo porque sea mediante Internet? ¿Por qué permitir entonces ofensas, amenazas y ataques a las personas o lo que representan, lo cual podría provocar daños de diversas índoles? Cualquier paso en ese sentido debe ser con mucha inteligencia, flexibilidad y fruto de la construcción de las amplias mayorías.

En las redes pululan los jóvenes y adolescentes. A los códigos hipermediales se suman también los predominantes en esas etapas, elementos importantes a la hora de concebir y compartir contenidos. Algunos internautas reflejan lo personal casi sin límites, de manera consciente o no, al compartir o consumir imágenes, música, videos..., sus momentos o motivos de más alegría y tristeza, y a la vez suelen segmentarse a partir de esos gustos, amigos en común y actitudes como en comunidades, a veces con muchas de las mismas personas que comparten en espacios físicos. Las explicaciones de por qué ocurre eso están en las propias dinámicas sociales y en los aspectos generales y particulares de los individuos. Facebook, por ejemplo, para muchos suele convertirse en una especie de barrio digital, con todo lo que eso implica en cuanto a comportamientos, reacciones, opiniones...

Resaltamos que los criterios de los ciudadanos en el mundo hipermedial, incluidos no solo los comentarios, deben ser tenidos en cuenta para el desarrollo de políticas en el país o su perfeccionamiento. Es posible continuar incrementando los canales de comunicación entre los diferentes niveles de dirección y los ciudadanos.

Para Cuba, Internet es también la posibilidad de aplastar mentiras y mostrar a internautas de todo el mundo su realidad. Eso no se logra con solo estar. Es importante situarse en la parte superior del *iceberg*.

Necesitamos articular estrategias a nivel de país con ese objetivo, incluyendo el aporte de la mayor cantidad de personas posible. La izquierda internacional tiene también en las redes una oportunidad tremenda para fortalecer vínculos y

trazar caminos de conjunto. Líderes de movimientos sociales y otras personas progresistas de todo el planeta pudieran mantenerse comunicados por esa vía e impulsar más acciones colectivas. Sin dudas, Internet es fuente o reflejo de realidades, pero también de espejismos contruïdos en correspondencia con objetivos específicos, de lo cual debemos estar conscientes siempre.

REDES SOCIALES Y EDUCACIÓN HOY: APROPIARNOS DE ELLAS SIN QUE ELLAS NOS APROPIEN

BEATRIZ PAÍS FERNÁNDEZ (*Cuba*)

La vida cotidiana está siendo cada día más absorbida por la interacción virtual a través de las redes sociales y Cuba forma parte de esta realidad.



“Las nuevas generaciones han nacido bajo el imperio de Internet y se han socializado en entornos atravesados por las TIC”.
Ilustración: Zardoyas.

El mundo está en Internet al alcance de todos y en tiempo real. Para nadie es un misterio que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) constituyen el agente de socialización y de transferencia cultural más importante en este nuevo milenio. El estar conectado a las redes se ha convertido en una necesidad, en un mecanismo a través del cual las personas adquieren conocimientos e información sobre su entorno social y construyen su perspectiva del mundo y de lo cotidiano. El efecto de las redes se ha vuelto tal que no interactuar en ellas prácticamente es considerado un sinónimo de “no existir”. Estar *online* implica en esencia estar visible, y esta visibilidad es lo que garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable (Winocur, 2009).

Disímiles han sido los cambios que ha suscitado la irrupción de las redes sociales, reconfigurando mapas mentales, concepciones, lenguajes y formas de interacción; pero, sin lugar a dudas, uno de los más notables ha sido el de erigirse como la base de exhibición de contenidos asociados a la vida privada. La propia forma en que están constituidas como espacios de intercambio de todo tipo de información personal genera un móvil para que sus consumidores se sientan motivados a mostrar la mayor cantidad de referentes posibles y añadir el mayor número de contactos. Es decir, su propia dinámica de funcionamiento enuncia un deseo de evasión de la intimidad, una tendencia de presentarse ante los otros y de forzar voluntariamente los límites de lo que es mostrable y lo que no.

Contrario a lo que ocurre en la vida cotidiana, donde ciertos ámbitos y tiempos nos indican dónde comienzan y terminan los espacios público y privado (como el de adentro o afuera de la casa, las puertas de las habitaciones, el cuerpo desnudo o vestido), en la realidad marcada por la virtualidad estos ámbitos han perdido su eficacia simbólica para establecer los límites. A diferencia de los espacios *offline*, en donde el sujeto se traslada en un medio social específico

y sincrónico, en el área virtual el tiempo y el espacio no son simultáneos, y hacen que los individuos puedan moverse en escenarios diacrónicos y sincrónicos, divergentes y convergentes, únicos y múltiples a la vez. Consecuentemente, para las nuevas generaciones, los secretos, los estados anímicos, los pensamientos ocultos, los momentos de introspección, las decisiones personales y los actos pudorosos ya no denotan una separación estricta y dicotómica entre lo público y lo privado.

Un factor que ha influido en que la línea entre lo que es de interés para todos y lo que solo concierne al individuo se vuelva cada vez más delgada y frágil ha sido la globalización neoliberal. Precisamente las redes sociales de Internet constituyen uno de los principales vehículos de este fenómeno. La globalización ha afectado los marcos de referencias para pensar, construir y actuar en la esfera pública. La mundialización de los estándares de moda, de los estilos de vida de las figuras públicas, de imaginarios ligados a músicas e imágenes, ha generado cambios en las percepciones de los consumidores en cuanto a qué mostrar de sus propias vidas. La desterritorialización de las fronteras físicas y culturales se ha traspulado a las propias representaciones subjetivas individuales y colectivas. O sea, la transgresión de lo local y lo nacional a escala general también ha tenido un impacto en cómo se entiende y se vive lo público y lo privado a nivel particular, lo cual se ve reflejado en la información que se publica y comparte en las redes sociales.

El escenario descrito hasta aquí alerta sobre la importancia de recalcar que el uso de estos medios no solo tiene beneficios de comunicación e intercambio entre individuos, sino también origina problemas de privacidad y falta de confianza en la veracidad de las informaciones. Entre los riesgos más comunes asociados al uso de las redes se destaca el incremento de pederastas y delincuentes, la subversión política-ideológica contra otros países, la comercialización por las transnacionales de datos personales de sus usuarios,

así como el empleo de estos con fines militares por agencias como la CIA (Agencia Central de Inteligencia) y el FBI (Buró Federal de Investigaciones) (Castillo, 2013). En el plano individual, uno de los principales peligros que evidencian las redes sociales actuales es la manipulación de perfiles de usuarios. La información pública en Internet está disponible para todo aquel que decida llegar a ella, eso supone muchas ventajas, pero también incide en tomar precaución para así proteger la privacidad de la información y no sufrir las consecuencias negativas de un uso inadecuado de la red.

Sin embargo, el plano tecnológico no es el único en el que se aprecian los resultados perniciosos de un mal manejo de las TIC y de las redes sociales específicamente. No son pocos los autores que han advertido sobre los efectos negativos que genera en los propios usuarios el uso excesivo de dichos canales (Hernández, 2013; Arab y Díaz, 2015; Mejía, 2015; Cueva, 2015; Peñafiel, 2016, entre otros). Según los expertos en la temática, la adicción a las redes sociales es producto de males emocionales como el aburrimiento, la soledad, la ira, la falta de aceptación, entre otros. Este fenómeno incide en el descuido de las actividades importantes como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio y el cuidado de la salud (Echeburúa y de Corral, 2010).

Hay argumentos a favor y en contra de la tecnología, pero es evidente que el exceso de esta tiene una influencia perjudicial, ya que reduce las habilidades de comunicación cara a cara, la interacción social, la productividad y, por lo tanto, las personas pasan menos tiempo *offline* con sus semejantes, experimentando más estrés, depresión, sentimientos de soledad y ansiedad (Bermello, 2016). Es decir, se convierte en un círculo donde tratar de lidiar con emociones indeseadas a través del refugio en las redes de Internet solo genera un aumento de lo que se intenta superar. En este sentido, los jóvenes y adolescentes constituyen el grupo social que ha captado el mayor interés y preocupación de los científicos sociales en el abordaje del impacto de los usos de las redes sociales en la vida del sujeto, en tanto es el período en el que el individuo se

desarrolla hacia la adquisición de la madurez psicológica, a partir de construir su identidad personal, lo que la hace una de las etapas más susceptibles de sufrir conductas adictivas u otros trastornos psicológicos relacionados con la exposición excesiva a alguna de las aplicaciones de las nuevas tecnologías.

Uno de los ámbitos principales en que se ha visto reflejado lo antes expuesto es el educativo. Si bien las redes sociales pueden funcionar como herramientas integradoras que complementen el sistema educativo, en tanto contribuyen en el autoaprendizaje (brindan acceso a múltiples recursos y materiales educativos en cualquier tiempo y lugar, lo que permite una mayor flexibilidad de estudios, además de motivar la iniciativa en la profundización de temas trabajados o la búsqueda de otros nuevos que sean de interés para los estudiantes), fomentan las competencias en el dominio computacional, facilitan la comunicación tanto entre alumnos como entre alumno-profesor, reducen el tiempo de aprendizaje en comparación con el proceder tradicional, potencian la socialización y retroalimentación del conocimiento, favorecen el acceso a otras fuentes de información que apoyan e incluso facilitan el aprendizaje constructivista y colaborativo y posibilitan el contacto e intercambio cognitivo con expertos, haciendo que el proceso de enseñanza se desarrolle en un ambiente más dinámico. También hay que ser sumamente cuidadosos con los usos y los tiempos de interacción que sostienen los adolescentes y jóvenes en las redes sociales.

El mal uso de dichos canales puede generar efectos nocivos en el rendimiento académico. Los comportamientos de apego a los celulares, tabletas o computadoras, absorben gran parte del tiempo que los estudiantes deberían dedicar a sus estudios y tareas escolares, reduciendo su eficiencia educativa y sus habilidades de intercambio social en la escuela. La gravedad del incorrecto manejo de las redes sociales es ilimitada, porque no solo llega a afectar en su comportamiento al alumno, sino también los procesos cognitivos, al enfrentarse a problemas académicos: desmotivación, desinterés,

falta de concentración, bajo desempeño, disminución de las calificaciones, inasistencias a clases, etc., lo cual provoca un deficiente nivel educativo (Morocco: 2015).

Cuba no se ve exenta del impacto de esta realidad. A pesar de sus limitaciones, el gobierno cubano ha realizado enormes esfuerzos por mantenerse a la par de los adelantos tecnológicos que han surgido a escala global (Morejón *et al.*, 2019). En febrero de 2020 el ministro de Telecomunicaciones Jorge Luis Perdomo Di-Lella expuso los avances alcanzados en el proceso de informatización de la sociedad, el cual constituye una política de Estado que queda reflejada en los documentos del VII Congreso del Partido y en los Lineamientos. El funcionario destacó que en 2019 se alcanzaron más de 6 millones de suscriptores de telefonía celular, de los cuales utilizaron el servicio de Internet a través de datos móviles alrededor de 3,4 millones de usuarios. En ese mismo año, crecieron en 229 las áreas colectivas de acceso a Internet, llegando a exceder las 1500 zonas Wifi y las 650 salas de navegación (Figueredo, 2020).

En este contexto social y tecnológico, en el que las vías y el cúmulo de información a las que se tienen acceso se multiplican y diversifican, los adolescentes cubanos hallan nuevas formas de interacción y encuentran el ciberespacio como una dimensión comunicativa que día a día va ganando en preferencia (Castillo *et al.*, 2019). Los adolescentes de hoy son los futuros profesionales de mañana, y depende de su formación el relevo en este proceso de construcción de una mejor sociedad, formada en valores y en la adecuada gestión de conocimiento. Es por ello que los investigadores sociales cubanos también han orientado sus esfuerzos al análisis de los usos que hacen sus adolescentes y jóvenes de las redes sociales, así como sus ventajas y desventajas en la vida académica. Referente a ello, algunos de los resultados obtenidos han sido:

- La red *online* más usada por los adolescentes y jóvenes cubanos es Facebook.

- La motivación principal que exponen en el acceso a esta red es para estar en contacto con amigos y familiares que no ven con frecuencia.
- Los fines académicos quedan relegados a un plano secundario. De manera general, el intercambio de fotos, música, videos y juegos son los usos más frecuentes que hacen de las redes sociales. Es decir, se emplean preferentemente para el entretenimiento.

Por otra parte, cuando el punto de mira se traslada a la Universidad, se puede apreciar que esta institución constituye un espacio de socialización que responde a las demandas del mercado de trabajo y a la formación de competencias en función de las necesidades económicas, políticas y sociales del país. Entre las capacidades competitivas que se forman en dicho ámbito encontramos la innovación, el uso intensivo del conocimiento y el manejo y control de las tecnologías e Internet. No obstante, la exigencia en el nivel terciario de estas habilidades puede llegar a constituir un arma de doble filo, generando desigualdades en cuanto a la tenencia de medios tecnológicos indispensables para adecuarse a una Educación Superior altamente digitalizada, pero que no cuenta con los recursos básicos para soslayar las diferentes condiciones de partida de su estudiantado; lo que a su vez coloca en una situación ventajosa a determinados grupos sociales por su composición socioeconómica en la permanencia en este nivel educativo.

De este panorama no se puede excluir la educación en Cuba, donde si bien el ingreso a las instituciones es gratuito, existe un conjunto de servicios que han de ser satisfechos para que los jóvenes puedan desarrollarse académicamente, entre ellos el acceso a recursos tecnológicos e Internet. Según investigaciones recientes, un requerimiento indispensable para que el estudiantado logre acceder a la información es poseer medios tecnológicos, ya que el mayor cúmulo de contenidos actualizados se encuentra en formato digital y/o debe ser descargados de Internet, mientras que la bibliografía física no satisface la demanda o bien es arcaica. Asimismo, nuevas

tendencias como la conformación de grupos de WhatsApp u otras redes sociales para el estudio y la socialización de la información van cobrando auge como alternativas de comunicación alumno-alumno, alumno-profesor. La universidad, para tratar de lidiar con esta necesidad, posee laboratorios de computación en todas las facultades, con acceso a Internet y correo electrónico; no obstante, su funcionamiento es ineficiente: se mantienen cerrados, las computadoras no funcionan por falta de mantenimiento, la oferta de ordenadores no satisface al número de alumnos consumidores, la red Wifi se pasa largas temporadas sin brindar servicio, etcétera (País, 2018).

Es de esta forma que el acceso a la tecnología y a las redes sociales se erige como un elemento de desigualdad en la permanencia del estudiantado. Aquellos jóvenes cuyas familias no son capaces de sufragar gastos en tecnología y acceso a Internet se encontrarán en una situación desventajosa para culminar sus carreras, implicando un mayor número de esfuerzos tanto por parte de ellos, como de sus familias. La igualdad en las oportunidades de ingreso a estudios superiores es necesaria, pero no condición suficiente para asegurar la equidad al interior del sistema de educación universitaria. La desigual distribución y disponibilidad de las TIC por parte del estudiantado se erige como mecanismo perpetuador de esta situación, afectando a las capas más pobres donde se concentran mayores proporciones de personas no blancas. Estudios en los últimos años han brindado inferencias sobre la racialización en el acceso y empleo de las redes sociales, condición atravesada a su vez por la variable de nivel económico de las familias (País, 2019; Domínguez y Rego, 2012). La mayor presencia de personas negras y mestizas con menor estabilidad económica y, consecuentemente, condiciones de vida más desfavorables ha sido ampliamente argumentada (Zabala Argüelles, 2015; Tejuca *et al.*, 2015).

A juicio de las autoras de estos artículos, el escenario descrito demuestra la pertinencia de realizar análisis integrales que no solo tengan en cuenta la institucionalidad de la Educación Superior, sino también su interacción con los desafíos

sociales, económicos y tecnológicos imperantes en la sociedad. Es decir, si bien las políticas orientadas al nivel terciario de la enseñanza tienen un impacto en el funcionamiento de sus instituciones, es importante tener en cuenta cómo el resto de las políticas económicas y sociales, así como el avance tecnológico y digital, también influyen en las dinámicas y procesos en el sector universitario, fundamentalmente en las posibilidades para aprovechar las oportunidades de acceso.

En resumen, lo expuesto hasta aquí permite apreciar que el empleo de las redes sociales en relación con el ámbito educativo no tiene una connotación positiva o negativa intrínseca a su naturaleza, sino que es el estudiante (en función de las oportunidades objetivas de acceso con que cuente) quien decide los beneficios o desventajas, de acuerdo al uso y la frecuencia con que acude a estas plataformas para ponerlas en favor de su desempeño académico. La clave del correcto uso radica en la autorregulación que el alumno tenga de este tipo de herramientas de comunicación y la supervisión efectiva por parte de los padres y tutores, especialmente en edades críticas como la adolescencia. El profesor y la familia efectúan una mediación pedagógica en una ósmosis de vida y de trabajo con los adolescentes y jóvenes, lo que hace relevante el papel que deben cumplir el docente y los familiares, requiriendo de capacitación, actualización permanente y dominio de los medios tecnológicos para guiar de manera efectiva la utilización de las redes sociales en favor de un mejor rendimiento. De lo anterior se plantea la necesidad del desarrollo de seminarios y cursos (tanto para docentes como para alumnos) en escenarios educativos que aborden temas como la seguridad informática y la importancia de un empleo responsable y ético de las TIC; y donde se les brinde información sobre las principales redes sociales con fines académicos a las que acceder y los usos educativos que pueden hacer de ellas.

Hay que tener en cuenta que la juventud de hoy no es la misma que aquella que conoció la sociedad anterior al triunfo revolucionario; nuestros jóvenes han vivido en las condiciones excepcionales del período especial, son parte

de un contexto mundial de globalización neoliberal (el cual impone nuevos retos en función de la sedimentación de una ideología socialista), poseen un elevado nivel cultural y escolar, son portadores de una mayor preparación y de competencias tecnológicas (generaciones “net”) y, en este sentido, sus sistemas de expectativas, necesidades e intereses están en constante transformación. Teniendo en cuenta lo anterior, lograr un mayor involucramiento de la juventud cubana en las disímiles esferas de la praxis (dígase académica, política, ciudadana, profesional), requiere de superiores niveles de creatividad, sistematicidad y diferenciación, en el que las redes sociales, las cuales se han vuelto parte de su cotidianidad, se constituyan en fuentes de socialización, potenciando sus ventajas y siendo cautelosos con las consecuencias perjudiciales que su excesivo empleo puede producir.

La idea no es satanizar las redes sociales; estas, en la proporción adecuada, permiten conectar con personas que por barreras físicas, sociales, geográficas o por discapacidades no podrían interactuar en el espacio físico. A través de las redes se consolidan relaciones ya establecidas en el mundo real y se conforman nuevos lazos sociales, afectivos, profesionales, académicos, etc. Ambos mundos, tanto el *online* como el *offline*, se encuentran de manera estrecha vinculados y se retroalimentan. Por tanto, lo ideal sería verlas y experimentarlas como un complemento de los espacios físicos (el trabajo, la cafetería, la escuela, etc.) y no un suplente de estos. (Aguilar y Said, 2010:10). Por consiguiente, las redes sociales, sumadas a iniciativas de actividades cognitivas abiertas, pueden desempeñar un papel clave en la integración social y en la cohesión a través de la transmisión del conocimiento, a nivel intergeneracional, regional e internacional. La utilización de estas redes sociales en la educación puede ser fuente valiosa de información y favorecer la interacción de los estudiantes con su medio, lo que consecuentemente beneficiará los resultados académicos (Pavón 2015; Ticona, 2017).

Referencias bibliográficas

- AGUILAR, D. Y SAID, E. (2010). “Identidad y Subjetividad en las redes sociales: Caso de Facebook”, *Zona Próxima*, 1: 190-207.
- ÁLVAREZ, E. Y MÁTTAR, J. (orgs.). (2004). Capítulo III: “La Educación”, en *Política social y reformas estructurales: Cuba a principios del Siglo XXI*. México: CEPAL/INIE/PNUD.
- ARAB, E. Y DÍAZ, A. (2015). “Impacto de las redes sociales”, *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1). Disponible en <http://www.elsevier.es/es-revista-re-vista-medica-clinica-las-condes-202-articulo-impac-to-las-redes-sociales-e-S0716864015000048>
- CASTILLO, R. (2013). “Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el estudio universitario de alumnos de antiguo y nuevo ingreso de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Sede San Salvador”. Trabajo de cátedra sobre métodos y técnicas de investigación. San Salvador: Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Francisco Gavidia.
- CASTILLO LEDO, I.; TORRES LUGO, D. J.; ROJAS DÍAZ, I.; ÁGUILA FALCÓN, N. (2019). “El desarrollo socioemocional del adolescente ante los retos y desafíos de la informatización”, *Norte de salud mental*, XVI (61): 35-45.
- CUEVA, P. (2015). “Las Redes Sociales y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes del primer y segundo año de bachillerato de la Unidad Educativa Gonzanamá en el período marzo-octubre 2015”. Tesis previa a la obtención del título de Psicólogo Clínico, Universidad Nacional de Loja.
- DOMÍNGUEZ, A. R. (2019). *Participación política y juventud desde una perspectiva sociológica*. La Habana: Universidad de La Habana.
- DOMÍNGUEZ, M. I. Y REGO, I. (2012). “Los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Su papel en la socialización de adolescentes y jóvenes”. Informe de Investigación, La Habana: Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas.

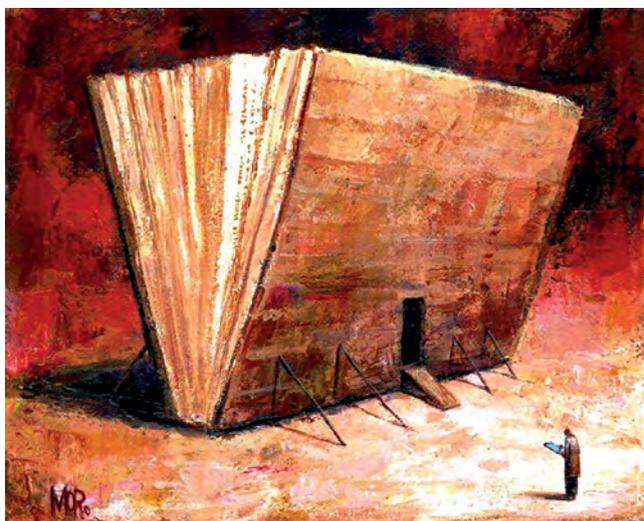
- ECHBURÚA, E Y CORRAL, P (2010). “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”, *Adicciones*, 22(29) pp. 91-96.
- FIGUEREDO REINALDO, O. (2020). Ministro de Comunicaciones: “El reto está en crear una cultura en el uso y desarrollo de las TIC”.
- FRANCESS, E. (2016). “Bologna y las TIC: de la docencia 1.0 al aprendizaje 2.0”, *La cuestión universitaria*. Cátedra UNESCO de Gestión y Política Universitaria, 60-61. Disponible en <http://poli-red.upm.es/index.php/lacuestionuniversitaria/article/view/3337>.
- HERNÁNDEZ SANABRIA, E. (2013). “Influencia de redes sociales en hábitos de estudio de universitarios de primer año”. *Foro educacional* no. 22, pp. 131-148.
- MEJÍA, Z. V. (2015). “Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del cantón Yaguachi”. Tesis de licenciatura en Comunicación Social. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- MOREJÓN CONCEPCIÓN, M.; PÉREZ RODRÍGUEZ, J; VARELA RODRÍGUEZ, Y. C. (2019). “Las tecnologías de la información y las comunicaciones: una mirada a la realidad de los jóvenes cubanos”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- MOROCCO, P. M. (2015). “Uso del Facebook y su incidencia en el rendimiento académico de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano”, Tesis de pregrado. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- PAÍS FERNÁNDEZ, B. (2018). “El acceso a la Educación Superior en el contexto cubano actual: un análisis interseccional de la composición social de una cohorte de estudiantes en la Universidad de La Habana”, Tesis de Licenciatura. La Habana: Universidad de la Habana, Facultad de Filosofía, Historia y Sociología.
- PAVÓN MALDONADO, M. A. (2015). “El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto San José, el progreso, Yoro-Honduras”. Tesis de pregrado. Campus Central Guatemala de la Asunción.

- PEÑAFIEL, L. (2016). “Las redes sociales en el aula y su incidencia en el inter-aprendizaje de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato”. Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- TEJUCA, M., GUTIÉRREZ, F., Y GARCÍA, O. (2015). “El acceso a la educación superior cubana en el curso 2013-2014: una mirada a la composición social territorial”, *Revista Cubana de Educación Superior* (42-61), La Habana.
- TICONA F., (2016). “Influencia de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios de la macro región sur del Perú”, *Revista de investigaciones de la escuela de posgrado*, 6: 329-336, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
- WINOCUR, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*, Siglo XXI editores, UAM I, México.
- ZABALA ARGÜELLES, M. DEL C. (2015). “Desafíos para la equidad social en Cuba. Razones para un debate”. En Zabala Argüelles, M. C., Echevarría León, D., Muñoz Campos, M. R. y Fundora Nevot, G. E. (comps.): *Retos para la equidad social en el proceso de actualización del modelo económico cubano*, pp. 1-13, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

¿REDES O TELARAÑAS SOCIALES?: UN ASUNTO ATRAPANTE

JAVIER TOLCACHIER (*Argentina*)

“(…) es preciso regular el accionar de las plataformas digitales hegemónicas desde los Estados y a través de mecanismos de integración regional, mientras se van creando o fortaleciendo herramientas similares de carácter soberano. Este accionar debe ser integrado en el marco de proyectos políticos de base amplia, cuyos programas contemplen a las nuevas tecnologías, y en especial, a los canales digitales como vías de emancipación y no de enajenación cultural o económica”.



Con las redes sociales “la voracidad capitalista engulló cualquier atisbo de sociabilidad humana, salvo en su propaganda”. Ilustración: Michel Moro.

La red Internet, como hoy la conocemos, tiene apenas 30 años. Si bien sus orígenes se remontan a un proyecto de carácter militar de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados (ARPA) del Departamento de Defensa de los Estados Unidos en los años 60 —cuyo objetivo era crear un sistema de comunicación capaz de resistir un ataque nuclear—, los protocolos HTML, HTTP y URL serían escritos recién en octubre de 1990 por Tim Berners-Lee, por entonces ingeniero de software en el Centro Europeo para la Investigación Nuclear (CERN) de Suiza.

La intención en esa nueva etapa fue la de conectar y facilitar el acceso al conocimiento existente en distintos lugares. El enorme potencial de esta genialidad enciclopedista se desataría a través de la gratuidad de sus códigos base. Como lo señala el mismo Berners-Lee: “Si la tecnología fuera propietaria y estuviera bajo mi control total, probablemente no habría despegado. No se puede proponer que algo sea un espacio universal y al mismo tiempo mantener el control”.¹

En 1997, el abogado Andrew Weinreich lanzaría con su grupo de jurados la que sería la primera red social digital, cuyo nombre, Six Degrees, hacía referencia a la tesis de los seis grados de separación a través de los cuales una persona puede llegar a cualquier otra en el mundo.

Sin embargo, lo que en sus inicios significó construir puentes desde un esquema abierto para facilitar la relación entre cercanos y para acercar lejanías, fue derivando en el actual sistema concentrado, dominado por unas pocas corporaciones.

Contextos tecnológicos, geoeconómicos y geopolíticos

Ningún fenómeno escapa a la estructura contextual que lo rodea. De este modo, es preciso acompañar el análisis con la visibilización de algunos de los distintos vectores que acuñaron la situación presente. El más obvio es el vertiginoso crecimiento de la penetración global de Internet, que de un

1 History of the web. Web Foundation. <https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>

millón de computadoras conectadas en 1992 llega en la actualidad a más de 4 600 millones de usuarios conectados (2020), alrededor de 60 % de la población global.

Asimismo, en la posibilidad de intercambiar volúmenes de información a gran escala influyó el incremento de las velocidades de conexión, aunque en ello la disparidad mundial se hace presente de manera dramática: mientras la media de 29 países de Europa Occidental muestra una velocidad de 81.19 Mbps,² y los Estados Unidos de 71.3, hay varios países de África que apenas bordean 1 Mbps. Aun así, de la mano del reemplazo de los pares de cable de cobre por la fibra óptica y otras mejoras tecnológicas, hay avances en todas las regiones, aunque la brecha de velocidades continúa agrandándose.

Junto a ello, la invención y el relativo abaratamiento de teléfonos celulares con funcionalidades cada vez mayores, las mayores capacidades de almacenamiento de datos, el desarrollo de innumerables aplicaciones y los avances de la inteligencia artificial, han hecho de la red una suerte de universo electrónico que avanza de manera imparable sobre el mundo físico.

Por otra parte, la red Internet acompañó y creció a la vera de la premisa de globalización neoliberal, constituyéndose en una herramienta primordial del comercio electrónico y de la especulación financiera. Los inversores de capital de riesgo hicieron crecer el valor de bolsa de las empresas del sector (las punto.com) en base a las expectativas de rédito rápido, lo cual inyectó billonarias sumas de dinero que permitieron que en un lapso no mayor de una década desplazaran de los índices bursátiles a las petroleras, mineras, aseguradoras, compañías fabricantes de aviones, entre otras habitualmente situadas en los primeros puestos de este *ranking* de dudoso prestigio moral.

El capitalismo en su conjunto encontró así un nuevo nicho expansivo y los jóvenes emprendedores de estilo casual (en realidad competidores tan despiadados como sus anteceso-

2 <https://www.cable.co.uk/broadband/speed/worldwide-speed-league/>

res de abultada barriga y sombrero de copa) comenzaron a constituirse en los protagonistas centrales del acaparamiento virtual.

La táctica fue la de cualquier monopolio: hundir o comprar a la competencia. En ambos casos, para hacerse con sus mejores talentos y desarrollos. Así decía Mark Zuckerberg, quizás exagerando un poco, en 2010: “No hemos comprado ni una vez una compañía por la compañía misma. Compramos compañías para obtener personas de excelencia”. Desde la formalización de su dominio facebook.com en 2005, la corporación hizo 82 adquisiciones, entre las que se destacan en los últimos años redes como WhatsApp e Instagram.

De este modo, la voracidad capitalista engulló cualquier atisbo de sociabilidad humana, salvo en su propaganda.

Otro factor fundamental en la reconversión instrumental de Internet y las redes sociales ha sido el aspecto geopolítico. Con la unipolaridad alcanzada por Estados Unidos en el transcurso de una cruzada que parecía definitiva (al menos según sus propios gurúes), Internet y sus fenómenos conexos sirvieron (y sirven todavía) no solamente para la captación y mercantilización de nuevos espacios, sino también como ariete de penetración cultural de primer orden.

Sin embargo, la emergencia de un multilateralismo opuesto a aquella pretensión imperial, junto a estrictas normas de control, barreras electrónicas y un imponente financiamiento estatal, dio lugar a la aparición de emporios de tecnología digital en China, Rusia e India, entre otros países, que se han constituido en severa competencia a los conglomerados digitales estadounidenses.

La batalla por el predominio tecnológico digital ha trasladado al espacio telemático la lucha por la preeminencia de poder en el espacio internacional. La ciberguerra en curso es expresión menos visible de las tradicionales contiendas armadas y, sin embargo, está profundamente imbricada con ellas.

Más allá de la contrapolaridad surgida en las últimas décadas, la estructura de la red de Internet conserva todavía las trazas hegemónicas, estando en territorio estadounidense

siete de los 13 servidores DNS raíz que constituyen el centro del sistema. Los otros seis están divididos físicamente y dispersos geográficamente.

Extractivismo digital

Al entrar el vector productivo del capitalismo en una crisis relativa de rentabilidad, este ha desplegado una fase financiadora extrema afectando gravemente no solo cualquier posibilidad de estabilidad social o de vida digna, sino también llegando a desequilibrar de modo cada vez más crítico los límites de los sistemas medioambientales.

Ante esta encrucijada de crisis, la tecnología digital y, en particular, una de sus variantes más vistosas, las llamadas redes sociales, se ofrecen como la posibilidad para el capital usurero y sus adláteres de apropiarse de bienes no tangibles, erigiéndose incluso como benefactores y agentes morales de un *salvacionismo* ecológico.

Al enorme daño producido por el *extractivismo* material ilimitado para exclusivo consumo de las minorías primero, y el encadenamiento afiebrado de las mayorías después, se agrega ahora un *extractivismo* digital, que hace de la información que brinda cada usuario con un consentimiento engañoso su principal *commodity*. Esta información, reelaborada a través de matrices de análisis de inteligencia artificial, será vendida luego al mejor postor. De este modo, el usuario de las redes sociales es transformado en producto.

La calidad predictiva de los datos acumulados, sin embargo, mejora y aumenta, por tanto, su valor, en la medida en que los hábitos del conjunto escrutado coinciden con la información provista a terceros. Por lo que las redes sociales no solo apuntan a mostrar probabilidades, sino a construir de manera persuasiva aquel modelo que se predice. Así, el usuario se convierte también, idealmente, en arcilla moldeable en manos del poder digital.

El modelo de negocios en su esquema primario se completa con el negocio de la publicidad (siempre dirigida a través

de la apropiación de los datos del usuario). Las redes son también enormes carteleras publicitarias, que ofrecen espacios de manera dirigida y segmentada, para que los interesados, pago mediante, hagan visibles sus mercancías.

De una manera similar a la de los amañados sistemas de *rating* televisivo, el precio de la publicidad aumenta según la permanencia del usuario en la plataforma, por lo que los talentosos informáticos desperdician su ingenio en inventar atracciones y distracciones para que no logres salir de la telaraña.

A estas alturas es preciso separar la paja del trigo. Hay redes sociales corporativas más agresivas que otras, como Facebook, para la que se estima en 2020 una ganancia neta de 21 000 millones en publicidad. Instagram, propiedad de aquella, ha crecido fuertemente, llegando ya a los 500 millones de usuarios diarios y proyectando ganancias por 12 000 millones en el mismo rubro. En el caso de Twitter, la compañía ha declarado el año finalizado como muy exitoso, totalizando 1 290 millones de ganancia.

De manera global, la publicidad en las redes sociales se ha duplicado en solo cuatro años (2017-2021), pasando de 54 604 millones de dólares a una cifra proyectada para 2021 de 110 600 millones.

Las notificaciones, solicitudes de “amistad” no solicitada, la acumulación de seguidores, los recordatorios de cumpleaños, las etiquetas, la elección de diversos tonos de “me gusta”, las historias y muchas otras estrategias son solamente recursos efectivos para captar la atención. Pero el principal recurso son tus verdaderos amigos, tus familiares y compañeros, los que temes no sepan de ti si no participas de la red. Es por ellos que te dejas atrapar.

Un sistema de inteligencia planetaria

No hay mejor sistema de inteligencia que aquel en el que el propio sujeto vigilado abre el cofre de sus ideas, conductas y recuerdos de modo “voluntario”. Un sistema que además

no descansa, sino que acopia, analiza, clasifica segundo a segundo volúmenes de información difícilmente imaginables.

La cercanía efectiva de las plataformas digitales con el estrecho tejido conformado por el sector militar, las agencias de inteligencia y la industria, tanto en Occidente como en Oriente, hace que la filtración de datos no sea la excepción sino la norma.

El dato estadístico se ha transformado en dato individualizado y el número en imagen, pudiendo hoy individualizarse a cada persona en movimiento mediante la tecnología satelital y el crecimiento rasante de las aplicaciones de reconocimiento facial.

Minuto a minuto, el incauto usuario agrega materia prima a los sistemas de aprendizaje automático, que reconocerán luego cada imagen similar en su archivo para trazar el sistema de relaciones de cada individuo.

En su informe *Surveillance Giants* (“Gigantes de la vigilancia”, 2019) Amnesty International muestra cómo el modelo empresarial, basado en la vigilancia, de Facebook y Google es intrínsecamente incompatible con el derecho a la privacidad y representa un peligro sistémico para diversos derechos más, como la libertad de opinión y de expresión, la libertad de pensamiento y el derecho a la igualdad y a no sufrir discriminación.

A lo que agrega de modo terminante: “Para proteger nuestros valores humanos básicos —dignidad, autonomía y privacidad— en la era digital es necesaria una transformación radical del modo en que las grandes empresas tecnológicas desarrollan sus actividades a fin de dar paso a una Internet basada en los derechos humanos”.

Entretenimiento vs. conocimiento

En un ensimismamiento difícil de romper, los seres humanos nos entretenemos por la ventana de las redes. Inspeccionamos la vida ajena a través de sus perfiles desarrollando un grado no encomiable de voyeurismo digital, jugamos a los cientos de juegos interconectados que cada red nos ofrece,

miramos series, buscamos videos y memes graciosos. La vida pasa y se nos pasa en las redes sociales.

En 2019, según el Global Web Index, las personas entre 16 años y 24 años de edad pasaron cerca de tres horas al día en redes. Actuales proyecciones estiman que un ser humano que utiliza redes sociales pasará en promedio cinco años de su tiempo vital total enchufado a este imán virtual.

Según la misma fuente, en general, y en proporción descendente, las personas usan las redes para “encontrar contenido divertido”, “pasar el tiempo”, “estar al día con noticias y eventos”, “mantener el contacto con lo que hacen mis amigos”, “compartir fotos o videos con otros”, “trabajar con otros”, “buscar cosas para comprar”, “conocer nuevas personas” y “compartir mi opinión”.

Probablemente la encuesta haya soslayado la opción o quizás figure en la estadística en los márgenes descartables, lo cierto es que los menos parecen buscar conocimiento a través de las redes sociales digitales.

Impacto político

Nada nuevo agregaremos señalando el enorme volumen de información manipulada que circula a través de estos dispositivos y la utilización nefasta que habitualmente las derechas hacen de ello, estimulando el discurso de odio y la violencia. Las “noticias falsificadas”, bulos, rumores, campañas de desprestigio, la artillería de los ejércitos de troleo, circulan aquí por una ancha avenida.

Sin embargo, desinformar de manera interesada, sembrar sospechas, descontextualizar expresiones o acciones, no es nada nuevo, ni característica exclusiva de estas redes, sino práctica habitual del género periodístico de nuestros días en los medios manejados por el capital. Incluso, y, sobre todo, en sus secciones más “serias”, la mentira y el amarillismo son moneda común.

Lo mismo sucede con la interesada censura de ideas que adversan el sistema capitalista y con la promoción descarada de aquellas que lo defienden.

¿Qué cambia entonces con las redes? Nada y todo. Nada, porque la clasificación, discriminación, deformación y censura de la información según sea su tinte político, continúa existiendo, trasladando sus formatos a la arena digital. Todo, porque la manipulación se introduce de manera permanente a través de dispositivos que nunca dejamos a más de un metro de distancia y que, como colmo del cinismo, anuncian de manera sonora o vibrátil su intromisión. Y también, porque el tipo y cantidad de información almacenada sobre cada quien, permite enviar misiles teledirigidos de desinformación perfectamente segmentada, en tiempo real y de manera continuada.

El lado brillante de la luna

Con todas estas lacras, ¿será posible encontrar algo de interés en estos instrumentos, algún atisbo de comunicación creativa y positiva? Por supuesto.

Las personas, a pesar de todos los filtros y desvíos mercantiles, logran conectar con otras a distancia a través de redes de mensajería que consiguen abaratar y estimular el diálogo fluido e instantáneo, aun a costa de la exposición de macrodatos sensibles en aquellas donde la encriptación es apenas una pantalla.

Ante la fragmentación del tejido social agudizada por el individualismo y el debilitamiento de las formas gregarias tradicionales por la transición a un mundo posindustrial, las redes cumplen una función sucedánea, intentando compensar la progresiva desconexión de los conjuntos.

Al mismo tiempo, y a sabiendas de la censura intencional que las corporaciones digitales ejercen con sus algoritmos para que nadie escape del redil conservador, la comunicación alternativa, comunitaria, revolucionaria, organiza buena parte de su esfuerzo de difusión a través de ellas, permeando en general al menos franjas contiguas de sensibilidad.

Así, se multiplican las transmisiones, los encuentros virtuales, las convocatorias de eventos y movilizaciones, la

difusión periodística, el contrapunto a las pesadas formas unidireccionales.

Lejos de ser ingenua, la efectividad de esta acción despierta las alarmas de la *pax romana* digital de las plataformas, comenzando estas su despiadada cacería contra las cuentas herejes, inmolándolas de inmediato con un clic. Esta censura procede habitualmente contra las opciones de la izquierda global, aunque más recientemente, después de mucho tiempo de dejar que el odio supremacista las inunde, también han procedido a desmontar algunos canales de la ultraderecha. De este modo, los Torquemada del Valle Siliconado exhiben su verdadero rostro censor, abandonando todo vestigio de defensa de la libertad de expresión.

El ciberactivismo ha sido decisivo en la ola de movilización generacional masiva posterior a la crisis bursátil de 2008, movilización que desde Túnez y Egipto llegó a los indignados del 15M español, al *Occupy* estadounidense, al Taksim turco e incluso fue emulado en su metodología en la protesta contra la gobernadora de Hong Kong.

Claro está que, en ocasiones, detrás de una legítima dialéctica impulsada generacionalmente a través de las redes, detrás de agitaciones y protestas de carácter justo, hay móviles reaccionarios que preparan y foguean levantamientos cuyos objetivos nada tienen que ver con posturas de evolución social. En estos casos, las redes suelen abrir compuertas de manera interesada a las corrientes que mejor pagan y más provechosas son para sus fines, y cerrarlas cuando los propósitos de la facción globalista del capitalismo se ven contrariados. Pensar que las corporaciones digitales son neutras es de una ingenuidad absoluta, de graves consecuencias.

Corolario

¿Se puede vivir sin estar en las redes sociales? ¿Se puede prescindir de ellas en la acción ideológica y política? ¿Cómo aprovechar su alcance sin alimentar el monstruo avaro que

vive en su interior? ¿Son las redes alternativas, federadas, libres, una ficción de minorías? Estos son interrogantes a los que se enfrentan los movimientos sociales críticos, cuestionamientos que ya han rebasado el círculo de un estricto y algo hermético activismo digital.

En América Latina y el Caribe, viene creciendo desde hace un par de años la iniciativa Internet Ciudadana, que exhorta firmemente a articular los distintos sectores para abordar de manera transversal, conjunta y con anclaje territorial real este desafío, hacia la democratización y descolonización del sistema digital.

Entre sus primeras propuestas, el espacio propone acometer la sensibilización masiva sobre la problemática, efectivizar el acceso a Internet como derecho humano implementando al mismo tiempo la alfabetización digital con sentido crítico. Del mismo modo, promueve el uso de tecnologías libres sin abandonar los campos centrales de disputa comunicacional con la producción de contenido informativo contrahegemónico de calidad desde y para los sectores populares.

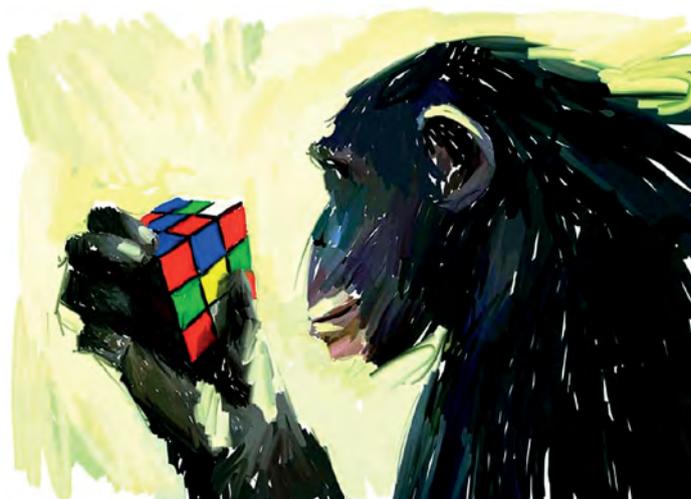
Por otro lado, como bandera prioritaria de lucha se proclama la necesidad de establecer un régimen de potestad y protección sobre los datos que ilegalice su apropiación. Asimismo, es preciso regular el accionar de las plataformas digitales hegemónicas desde los Estados y a través de mecanismos de integración regional, mientras se van creando o fortaleciendo herramientas similares de carácter soberano. Este accionar debe ser integrado en el marco de proyectos políticos de base amplia, cuyos programas contemplen a las nuevas tecnologías, y en especial a los canales digitales como vías de emancipación y no de enajenación cultural o económica.

En definitiva, para que la tecnología sirva a la liberación humana y a la evolución de la vida, debe ser reconocida como lo que en realidad es: un bien común, acuñado colectivamente en el proceso histórico de la experiencia humana.

URDIMBRE CON MULAS Y CORCELES

LUIS TOLEDO SANDE (*Cuba*)

El aluvión de contenido en las redes no tiene solamente dimensiones favorables, sanas y productivas para el decoro y el bien humanos. También puede ser desinformativo y malvado, y calzar las pretensiones de los poderosos de atiborrar las mentes para impedirles llegar a conclusiones opuestas a los diseños con que ellos capitalizan los caminos por donde circula la mayor cantidad de datos.



“Las mentiras que pululan en las redes podrían considerarse contingencias o fruto de la ignorancia, si no fuera por lo aviesamente manejadas que son en rejugos para los cuales se aplican sin pudor alguno los avances de la ciencia y la tecnología”. Ilustración: Zardoyas.

Mientras Donald Trump fue presidente se despachó a sus anchas en las redes sociales. No tuvo límites —y nadie se los puso— para sus fanfarronadas y venenos belicistas, xenófobos, racistas, homófobos, misóginos... supremacistas. Explayarse contra todo lo que percibiera contrario a su megalomanía y a sus pretensiones de hacer “grandes a los Estados Unidos”, o hacerlos “grandes otra vez”, fue su manera de berrear “*I can!*”.

Pero bastó que perdiera la reelección para que algunas redes sociales se anotaran el mérito de bloquearlo. Hasta aplausos cosecharon con el gesto, recibido con simpatía desde muy diversas perspectivas: de izquierda a derecha, y viceversa. ¿Merecía tanto entusiasmo? Trump fue bloqueado cuando perdía su condición de César, y en su afán por seguir siéndolo ponía en peligro la estabilidad del sistema que había presidido.

No lo hacía porque su pretensa cualidad de electrón ajeno al *establishment* lo tornara potencialmente revolucionario, como en torno a su elección en 2016 se afirmó desde cierta bobaliconería “de izquierda”, luego inclinada a defenderlo en sus ansias de ser reelecto a toda costa. Con ribetes patológicos, su codicia se afincaba en desmedidas ambiciones personales, y en el engreimiento de creerse predestinado a devolverle a su país la hegemonía que cada vez le va quedando más lejos.

Con su mal disimulada convocatoria a una sedición de la que dio señales alarmantes el asalto al Capitolio Nacional por hordas que lo seguían, propició lo que podía percibirse como el conato de una guerra civil. Si no llegaba a tanto, por lo menos abría el camino hacia una ingobernabilidad contraria a la potencia que sigue creyéndose hecha para gobernar el mundo. Urgía ponerle freno, y los dueños de vías “informativas” que representan al sistema cumplirían su papel, sentando todo un precedente.

Hasta entonces, si de redes sociales se trataba, era usual el bloqueo de cuentas de revolucionarios indóciles, salpimentado con limitaciones impuestas a personas que podían considerarse díscolas o mostraban maneras que parecería bien podar en nombre de la decencia. Pero con Trump caído del

poder, aunque aún en la Casa Blanca, los dueños de redes se dieron el gusto de proclamar con hechos: “Somos poderosos”.

Personas desprevenidas podían ilusionarse con la posibilidad de que hubiera aparecido un demiurgo capaz de poner orden en el caos. Solo que tal esperanza olvida que los redentores participan de la posesión de capitales imperialistas, a los que a la vez sirven de guardianes. Entre otros textos resulta útil leer un artículo de Pascual Serrano (<https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2021/01/los-que-mandan-sobre-el-hombre-mas-poderoso-del-mundo/>).

Pero ese sentar precedente no nació de las divinas redes sociales, ni es seguro que acabe en ellas. Sin olvidar el fulminante “bloqueo” a John F. Kennedy en Dallas, abundan ejemplos extraredes, como la captura de un oficial que había dejado de complacer a la CIA y fue apresado por medio de un asalto que causó una cifra todavía indeterminada de muertes en el pueblo panameño. O la invasión de Irak so pretexto de que su gobierno tenía armas de destrucción masiva, lo que se sabía y luego se proclamó que era falso. O la destrucción de Libia y la agresión contra Siria. Añádase que, con apoyo explícito, en los dos últimos casos por lo menos, de figurones de una real o pretensa izquierda.

¿Y el arresto, en Londres, de un Pinochet ya inútil para la potencia imperialista y la oligarquía que lo habían usado en el golpe —antesala del neoliberalismo no solo en Chile— contra el gobierno de la Unidad Popular? En nombre de la “jurisprudencia global sobre los crímenes de lesa humanidad”, y con posible participación de personas bien intencionadas, la puesta en escena podría parecer un triunfo de la justicia, y luego usarse para legitimar secuestros de líderes revolucionarios satanizados por el imperio.

Las redes sociales no existen al margen de los designios del juego imperante, y el hecho de que personas y fuerzas contrarias a ese juego las usen con fines ajenos a ese juego no merma el peso de tal realidad. Las redes han agilizado procesos y propiciado recursos, y grados y divulgación de saberes, que

hace apenas lustros podían parecer ciencia ficción. Aun así, con ellas el mundo no ha partido de cero, ni se ha rehecho por completo.

La insistencia en hablar de “nuevas tecnologías” rinde culto al salto cualitativo y cuantitativo que ellas han representado, pero lo que tienen de novedad no es cuestión edénica. Con maravillas y crímenes en el camino del ejercicio del poder y la dominación por parte de sucesivas clases sociales dominantes se vinculan desde monumentos de la literatura oral y antiguos códigos —fueran cuales fueran sus soportes—, pasando por los frutos de la imprenta, que tanto ayudó a la evolución del mundo, hasta las más deslumbrantes conquistas tecnológicas de hoy, que son, ni más ni menos, una etapa en el asimétrico devenir científico y tecnológico de la humanidad.

¿Seguirá hablándose de “nuevas tecnologías” cuando ya sean mucho más añosas que ahora? Quizás quienes tuvieron la feliz iniciativa de bautizar una importante editorial con el nombre de Siglo XXI no calcularon que duraría tanto y el rótulo perdería el aroma de la futuridad.

Hace pocas décadas se preparaba la reproducción digital de una importante revista y, a la hora de diseñar la cubierta, alguien que participaba en el proyecto —y no carecía precisamente de ingenio, formación cultural y avidez cognoscitiva— preguntó qué se debía imprimir al pie del título, si *CD-ROM* o *DVD*. Otra persona presente le preguntó si en la cubierta de *El son entero*, de Nicolás Guillén, sería necesario acuñar *Libro*.

El actual desarrollo de la tecnología fascina, con razón. Solo que su riqueza informativa no se produce al margen de los intereses de quienes, material y legalmente hablando —la ética es otra cosa, y no parece que los anime especialmente—, son sus dueños. Google no sustituye a los referencistas, mucho mejores cuanto más sabios y honrados, que se desempeñaban en bibliotecas y hoy, si existen, van quedando relegados.

El aluvión de contenido en las redes no tiene solamente dimensiones favorables, sanas y productivas para el decoro

y el bien humanos. También puede ser desinformativo y malvado, y calzar las pretensiones de los poderosos de atiborrar las mentes para impedirles llegar a conclusiones opuestas a los designios con que ellos capitalizan los caminos por donde circula la mayor cantidad de datos.

He ahí un término clave, *datos*: al pragmatismo, que no es mero y sano sentido práctico, sino la ideología del sistema capitalista —aunque lo ignoren personas que deberían tenerlo presente y claro—, le conviene que lo empírico ocupe el lugar del razonamiento, lo nuble o lo impida.

Noam Chomsky, ejemplo de cómo la lingüística es tanto más fértil cuanto más acertada y conscientemente se inscribe en la lucidez sociológica, ha escrito: “La idea básica que atraviesa la historia moderna y el liberalismo moderno es que el público debe ser marginado. El público en general es visto no más que como excluidos ignorantes que interfieren, como ganado desorientado” (<https://www.bloghemia.com/2021/02/tres-problemas-enfrentar-en-el-2021-por.html>).

Ya José Martí —viendo el mundo y hablando desde las entrañas del monstruo en que esa historia se cocinaría de manera determinante de entonces para acá— denunció la actitud de los poderosos de los Estados Unidos sobre aquel pueblo: “creen que el sufragio popular, y el pueblo que sufraga, no son corcel de raza buena, que echa abajo de un bote del dorso al jinete imprudente que le oprime, sino gran mula mansa y bellaca que no está bien sino cuando muy cargada y gorda y que deja que el arriero cabalgue a más sobre la carga”. De ese rotundo modo lo expresó en crónica fechada el 19 de enero de 1883 y difundida el 18 de marzo siguiente en *La Nación*, de Buenos Aires; pero no fue la única vez que resueltamente repudió esa realidad.

Si se tienen en debida cuenta las relaciones de poder y las “leyes” de la hegemonía en el funcionamiento general de la sociedad, se estará en condiciones de ubicar con acierto el papel que en ella les corresponde a internet y a los servicios que esta ha hecho posible. No se trata de ignorar que puede

ser usada —lo es, y debe seguir siéndolo— al servicio del desarrollo científico y de distintas causas justas. Lo que está en el centro del debate es la orientación predominante que le imprimen —cómplices mediante— quienes la capitalizan con las prerrogativas de la propiedad privada.

El escritor estadounidense Nicholas Carr, autor, entre otras obras, del libro *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*, se irguió “hace un par de lustros” como un “agua-fiestas” —cualidad que puede ubicar en un linaje prestigioso a quien la tenga—, al preguntarse: “¿Nos está volviendo Google más estúpidos?”, y recientemente ratificó esa preocupación, pero ya como certidumbre: “Por desgracia, mis predicciones sobre internet se han cumplido y son incluso peores de lo que esperaba” (<https://www.bbc.com/mundo/noticias-55856164>).

El título del libro se ha traducido con variantes como *Superficiales: lo que está haciendo internet con nuestras mentes*; pero la equivalencia de *shallows* a *bajíos* propicia recordar una frase que ha circulado también en las redes y aquí se cita de memoria: “No tengo tiempo de explicarle a un charco lo que es la profundidad”.

Vale para resumir los efectos de lo banal aupado como patrón de vida contra los peligros que para los poderosos representa el pensamiento de las mayorías bien encauzado. Las mentiras que pululan en las redes podrían considerarse contingencias o fruto de la ignorancia, si no fuera por lo aviesamente manejadas que son en rejuegos para los cuales se aplican sin pudor alguno los avances de la ciencia y la tecnología.

En su fase culminante, el imperialismo —en decadencia, pero aún con capacidad para prolongarse quién sabe hasta cuándo—, el sistema capitalista insufla el empirismo y el positivismo más empobrecedores en las mayorías que procura estupidizar, para manipularlas como a mula mansa y bellaca. Pero en sus maniobras de dominación procura ser lo más orgánico posible, actuar y proyectarse *como el sistema que es*.

Hace unas décadas hubo un desplazamiento de centros académicos de Europa a universidades estadounidenses, donde se

formaba, y se forma, una alta cifra de intelectuales de nuestra América y de otros pueblos integrantes de la llamada periferia, o tercer mundo. Fue un acto estratégico de gran envergadura, con el cual el poder imperialista se aseguraba recursos para vestir de elegancia y academia sus planes de perpetuar su dominio sobre todo el mundo. Incluía e incluye a una Europa que fue incapaz de ganar un poco más de autonomía aprovechando la debacle del llamado socialismo real y la desintegración, para abrazar el capitalismo, de la Unión Soviética.

Al margen de la utilidad explicativa que pueda habersele visto o se le haya querido ver en algunas áreas del conocimiento, el término *posmodernidad* —acuñado con *imposturas intelectuales* que denunciaron en un libro así titulado los científicos Alan Sokal, estadounidense, y Jean Bricmont, belga— le ofreció al poder central del sistema un escudo para autovalidarse, y condenar a ir tras él, como recua, a los demás pueblos. Muchos de ellos ni siquiera podrían considerarse modernos: en otras palabras, se les había ido el tren, y no les quedaba más remedio que atarse al que iba muy por delante de ellos y se anunciaba en marcha sobre rieles seguros hacia el paraíso.

Con la tarea, heredada de los conquistadores de antaño, de imponer nombres a cosas, personas y pueblos, todo se rebautizó y reordenó según los nuevos rótulos. Se acuñaron términos-conceptos como *estudios culturales*, y se dio por sentado que los estudios de la cultura válidos se habían iniciado en universidades estadounidenses por aquellas décadas, en especial desde los años 80 del siglo xx.

Nada valioso existió antes, era el dictamen, y obras como las que podían iluminar la emancipación de pueblos quedaban “académicamente” silenciadas o devaluadas, reducidas, si acaso, a proto-obras del pasado. En el caso de nuestra América daba igual que fueran las contribuciones de Simón Bolívar y José Martí, o las de José Carlos Mariátegui y Aníbal Ponce.

Sería difícil ningunear legados como el de Fernando Ortiz, digamos; pero casualmente una enciclopedia digital que para

algunos parecía surgir como suerte de *catecismo posmoderno*, se interrumpió cuando, para saber algo del gran sabio, había que ver lo recogido en la entrada sobre Lydia Cabrera. El valor de esta autora no se debe ignorar, y tampoco olvidar su ubicación, con el debido orgullo de su parte, dicho sea de paso, en la estela del maestro Ortiz (<https://luistoledosande.wordpress.com/2010/10/24/encarta-sobre-la-mesa-boton-de-muestra/>).

La Academia imperialista “fundamentaba” no solo que la ocasión de alcanzar la modernidad estaba cancelada para muchos pueblos, sino que daba por terminada la historia, considerándola, si acaso, mero relato o simulacro, no realidad, no sucesión orgánica de hechos. Se buscaba despojar a esos pueblos del acervo al que podían asirse para interpretar su pasado y proponerse un futuro digno basado en la independencia.

Por si eso no bastaba, se establecía que nada era sagrado ni merecía esa consideración. La herencia emancipadora que subsistiera en el imaginario de los pueblos podía terminar descalificada como tradición carente de sustento científico: léase *positivista* o *pragmático*. No asombre, pues, que los ardidés de la posmodernidad lleven a que la noción de mentira devenga otra expresión de lo relativo llevado al absurdo, o carente de peso para merecer elucidaciones vitales. Así, tan igualmente válido es infamar símbolos y realidades de la jerarquía de José Martí, y adulterar groseramente sus textos, sus ideas, como propalar dolosamente “noticias” ajenas a la realidad.

La mentira se rebautiza, curiosamente en inglés —suele pasarse por alto que en esa lengua *web* significa *telaraña* y *maraña de mentiras*—, y adquiere indumentaria de salón al devenir *fake*. Lo que valía refutarse por ser una campaña difamatoria, se edulcora con el rótulo de *fake news*, y puede pasar a ser un recurso o arma de más valor agregado que la verdad, aterida en las consideraciones de la historia como simulacro.

De ahí también —sin olvidar el *lawfare*, otro integrante de tales patrañas— que se vaya aupando la llamada *posverdad*, en la que caben todas las mentiras y tergiversaciones. Y si hubo y acaso perduran leyes dirigidas a castigar difamaciones cometidas en publicaciones impresas, en las digitales se actúa con la más desfachatada impunidad.

Basta leer las calumnias que se difunden —es solo un ejemplo— contra Cuba. Irrita y pasma ver con qué cinismo algunas voces las hacen suyas como si rezaran un *Padre nuestro* o un *Avemaría*. Principalmente sucede, si de Cuba se trata, en sectores de la emigración, que requiere seguir siendo objeto de estudio (<https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2021/02/mera-nota-sobre-la-emigracion-cubana-hoy>).

Pero el hecho va teniendo manifestaciones internas, azuzadas y financiadas desde el exterior, y asumidas dentro por personajes que, si son mimados por el imperio, será porque este, que es el mayor y más burdo vivero de infundios, necesita fabricar “adalides” y no podría encontrarlos entre personas decentes y de consistencia intelectual. Dígase sin descartar excepciones, así como para poner las cosas en claro no es necesario retacearle a nadie el nivel profesional que tenga, porque, salvo la de infame, ninguna profesión otorga patente de corso para cometer infamia.

Embridando pasiones por muy justas que sean, podrá tocarle a Cuba —con la medida necesaria para tampoco hacerles la promoción protagónica que persiguen— poner en claro la calaña de personajes sombríos. Pero hay esclarecimientos aún mayores, y el país debe asumirlos sin pausa y con inteligencia, y libre de concesiones ocasionistas.

Quien esto escribe presenció una discusión en torno a una crónica que recordó el ilegal papel del encargado de negocios —embajador en funciones— de los Estados Unidos en Cuba, quien el año pasado sirvió hasta de chofer a mercenarios en La Habana (<https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2021/02/washington-derriba-el-tablero/>). Pero alguien se pronunció contra el texto. Abogó, en síntesis, por no rozar ni con el pétalo de una margarita a quien era representante

de la administración Trump en el momento de los hechos, y por ahora lo es aún de la administración Biden, a quien no se debe dar pretextos para mantener los extremos de rabia anticubana de su predecesor.

Por mucho peso que tenga la razón de Estado, no será una crónica personal —estupenda, eso sí— lo que dificulte eventuales y deseables pasos del nuevo presidente de los Estados Unidos con respecto al país bloqueado durante más de seis décadas, y con saña reforzada en medio de la pandemia, para que el coronavirus haga lo que no han conseguido agresiones militares y económicas: aplastarlo. En ningún caso debe Cuba caer —*ni parecer que cae*— en la trampa que le tendió Barack Obama con su política de seducción y zanahoria para cosechar lo que tales agresiones no han logrado.

Cuando en La Habana el entonces presidente de los Estados Unidos declaró que la historia de su país y Cuba “abarca revolución y conflicto; lucha y sacrificio; retribución y, ahora, reconciliación. Es ya hora de dejar atrás el pasado”, cabía pensar que de hecho la proclamada y no conseguida “normalización de relaciones” exigiría no estancarse en el pasado. Pero sobran razones, que perduran, para preguntarse cómo podría Cuba desentenderse del pasado, *de la historia* —pese al gran daño que le ha causado la nación imperialista—, en busca de que el agresivo y poderoso vecino cambie de táctica hacia ella, *sin renunciar al afán de doblegarla*, propósito que Obama no ocultó.

Recientemente J. Ángel Téllez Villalón publicó en Facebook un argumentado artículo que confirma las pretensiones de Obama y —mientras el imperio sea imperio— cabe suponer que las de sus sucesores, aun los de intenciones menos bestiales. “Obama, su ‘Modelo Myanmar’ para Cuba y el periodismo dependiente de Soros” (https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1303298820048156&id=100011041510492) no solo concierne al modo como el César asumía las pretensiones de su país con respecto a Cuba y a Myanmar, sino también a Irán, historia cuyas implicaciones están a la vista. El texto merece atenta lectura, aunque les diga poco o nada a quienes

no se detengan a pensar ni estén dispuestos sino a repetir *fake news* y *posverdades* —más claramente dicho: mentiras— que han aprendido de memoria.

Se deben tener en cuenta textos como la crónica —de la experimentada periodista Rosa Miriam Elizalde— que suscitó la discusión aludida. Revolucionarias, serias y responsables, integradas al funcionamiento estatal de la nación cubana, la diplomacia y la prensa coincidirán en fines, pero tienen sus propias tareas y sus respectivos caminos. Ninguna de las dos sustituye a la otra, y sería penoso que, en vez de mantenerse vivo en toda la población revolucionaria, fuera necesario que el pensamiento de Fidel resucitase para escribir, en lo que podría ser un futuro más o menos cercano, “El hermano Biden”.

Para decirlo con todas sus letras, no hay que renunciar a que la actual administración estadounidense, sin dejar de ser lo que es y cabe esperar de ella como encarnación del poder imperialista, asuma posiciones que le propicien a Cuba, si no la soltura a la que tiene derecho, al menos un poco de respiro para mejorar la vida de su pueblo. Tampoco se olvide que, al margen de los desplazamientos de influencia que se den entre ellos, los mayores propietarios del imperio continúan siendo básicamente los mismos, y mandan.

Cuando el autor de estos apuntes planeaba el punto final, por azar una amiga le recordó vía WhatsApp una cita que circula en internet, en inglés y en español, con la firma de Malcolm X. Es sabido que él se refirió en particular a la prensa —“*If you’re not careful, the newspapers will have you hating the people who are being oppressed, and loving the people who are doing the oppressing*”—, y la sintética traducción, conceptualmente fiel, extiende la idea a los medios en general: “Si no estás prevenido ante los medios de comunicación, te harán amar al opresor y odiar al oprimido”.

¿POR QUÉ LAS REDES SOCIALES SON EL NEGOCIO MÁS LUCRATIVO DEL CAPITALISMO MODERNO?

BRUNO SGARZINI (*Argentina*)

Con millones de personas manipuladas, se hace más fácil vender productos como si cumplieran los deseos de los usuarios. Esto en lo político ha cambiado por completo el escenario de disputa entre Estados, corporaciones y diversos actores no estatales. Se generan, por ende, nuevas subjetividades políticas hechas a medida (...). Se vende el cambio político de la misma forma que unas zapatillas.



“Según una reseña de BBC Mundo, su objetivo [el de las redes sociales] es ofrecer los datos de sus clientes a grandes empresas, universidades y hasta políticos y gobiernos, que les permitan vender mejor sus ‘productos’”. Ilustración: Zardoyas.

Las redes sociales son hijas de la Internet, inventada en 1969 por el Departamento de Defensa. Por aquel entonces, el objetivo de los científicos, pagados por el Departamento de Defensa,¹ era crear una red que permitiese comunicarse en caso de una guerra.

Por lo que pusieron a trabajar a su Agencia de Proyectos para la Investigación Avanzada con el fin de conectar la primera red de computadoras, entre cuatro universidades de Estados Unidos.

Los estudiantes de estas instituciones, por supuesto, protestaron contra la posibilidad de que el conocimiento informático se usara para crear una nueva arma de Estados Unidos. Eran tiempos de Guerra Fría y protesta contra el conflicto en Vietnam.

Así que el Departamento de Defensa continuó con sus esfuerzos hasta crear Arpanet, la primera red conocida, años más tarde, como internet cuando fue usada para fines comerciales.

De ahí nacieron Microsoft, IBM y Apple en el lucrativo negocio de las computadoras. Lo demás es cuento viejo y lleno de polvo.

Por lo que las redes sociales hoy son un desarrollo, más de 50 años después, de una primera red destinada, en su origen, a comunicarse en caso de una guerra.

Muchas personas, 6 820 millones, las usan para mantenerse en contacto con sus amigos y familiares, informarse o entretenerse. En una gran mayoría a través de Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter o YouTube,² sin que exista una regulación estatal que prohíba que cuatro de ellas sean propiedad de una misma empresa, Facebook.

Como si rigiera en el ámbito de la internet una especie de capitalismo salvaje.

1 <https://www.rtve.es/noticias/20090517/internet-nacio-proyecto-militar-estados-unidos-guerra-fria/276608.shtml>

2 <https://www.nextu.com/blog/top-10-redes-sociales/>

Las redes sociales y el comercio de las emociones

Una de las grandes revelaciones para la población mundial sucedió en 2020 cuando Netflix estrenó el documental *El dilema de las redes sociales*, de Jeff Orlowski. Su trama confirmó el sentido comercial de las redes, según los propios ejecutivos y trabajadores de empresas como Facebook, Google o Amazon.

Según una reseña de BBC Mundo, su objetivo es ofrecer los datos de sus clientes a grandes empresas, universidades y hasta políticos y gobiernos, que les permitan vender mejor sus “productos”.

Para esto, empresas como Facebook necesitan que sus usuarios se mantengan el mayor tiempo posible conectados a su red para generar más datos acerca de sus elecciones, que luego son recopilados y organizados mediante algoritmos que mapean sus me gusta y comentarios.

Y la mejor forma para concretar esto es un sistema de premios y castigos que mantenga cautivo al usuario. De esta manera, se estimula que la experiencia del usuario sirva solo para que sea aprobado por otros.

Lo que capacita a “toda una generación de individuos para que, cuando se sienten incómodos, solos o asustados, recurran a «chupetes digitales» para calmarse”, de acuerdo a Tristan Harris, exingeniero de Google.³

Para los empleados de las redes sociales se ha creado un puente entre la psicología y la tecnología, que estimula la circulación de dopamina en los usuarios. Función que se cumple a través del sistema de premios y castigos en forma de me gustas y comentarios.

La dopamina es un neurotransmisor, o un mensajero químico del cerebro, relacionado con las motivaciones que sentimos para hacer las cosas.

3 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54385775>

Según Joshua Berke, profesor de neurología y psiquiatría en la Universidad de California, en San Francisco;⁴ “la liberación de dopamina puede ser provocada por una variedad de estímulos externos, especialmente eventos sobresalientes e inesperados”.

Las redes sociales, por ende, les dan a hechos cotidianos de la vida de una persona, como comer, juntarse con amigos o mirar una película, el carácter de sobresalientes e inesperados, listos para ser publicados.

Una técnica de manipulación diseñada para mantener “despierto y activo” a las personas, mientras entregan, sin resistencia, los datos de su vida.

El uso de las emociones en un mundo de “autorrealización”

La experiencia en red está diseñada para buscar la excitación continua, pasando de un tiempo presente a otro, sin racionalizar el pasado, según Manuel Cruz, catedrático de filosofía de España.⁵

Para el pensador Byung-Chul Han, la vida de los usuarios se organiza alrededor de sus notificaciones, dirigidas a captar su atención, como si todos los momentos fueran iguales y se destruyera la “experiencia de la continuidad”. Un fenómeno que califica como “shock del presente”.

“Ser ya no es importante si no eres capaz de exhibir lo que eres o lo que tienes. Ahí está el ejemplo de Facebook, donde para capturar la atención, y se te reconozca un valor, tienes que exhibirte, colocarte en un escaparate”, afirma el autor de *La expulsión del distinto*.⁶

4 <https://www.elmostrador.cl/generacion-m/2020/01/07/que-es-el-ayuno-de-dopamina-que-esta-de-moda-en-silicon-valley-y-como-puede-ayudarte-a-tener-una-mejor-vida/>

5 https://verne.elpais.com/verne/2018/02/09/articulo/1518186464_156425.html

6 <https://www.latercera.com/aniversario/noticia/byung-chul-han/752448/>

Esta dictadura del posteo de forma permanente genera también personas emprendedoras de sí mismas que solo buscan optimizarse. “Vivimos en una sociedad del rendimiento de autoexplotación, ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose. Si no se hace siempre todo lo que se puede, y si no se triunfa, es culpa tuya”, remarca.

Esta exposición constante, además, genera que los usuarios se relacionen, mediante premios y castigos, como si también pudiesen controlarse entre ellos.

El filósofo surcoreano califica a esto como una especie de “panóptico digital”, en referencia a la teoría creada por Michel Foucault en el libro *Vigilar y castigar*, porque de alguna forma unos vigilan a otros, incluso en algunos momentos dando lugar a “linchamientos virtuales” cuando alguien opina distinto a las corrientes de pensamiento dominantes en las redes.

Cómo las redes descentralizan el poder de las corporaciones

Con millones de personas manipuladas, se hace más fácil vender productos como si cumplieran los deseos de los usuarios. Esto en lo político ha cambiado por completo el escenario de disputa entre Estados, corporaciones y diversos actores no estatales.

Desde las primaveras árabes en 2010, las redes sociales han sido catalizadores de protestas e incluso cambios de gobierno o régimen. Los medios tradicionales han sido sustituidos por Facebook, Twitter o WhatsApp como fuentes de información, y sentido, para justificar las plataformas políticas de los últimos años.

Si bien Estados Unidos, a través de su Agencia de Seguridad Nacional (NSA), tiene su propio buscador de palabras en Internet, Prisma, para espiar y manipular personas,⁷ la utilización de las redes ha sido más efectiva para granjearles cambios de régimen.

7 https://elpais.com/internacional/2013/08/23/actualidad/1377272049_738995.html

En Siria, por ejemplo, una legión de fundamentalistas islámicos fue formada como activistas online por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).⁸ Las operaciones de prensa se transformaron en inocentes barbudos que denunciaban la brutalidad del régimen de Bashar Al Assad con videos de celulares, compartidos por Twitter.⁹

Se contrataron agencias de publicidad para que, a través de millones de cuentas falsas, se propagaran matrices de opinión, relacionadas con las denuncias de estos “activistas”, para formar una corriente de pensamiento sobre el conflicto en Siria. “Assad debe irse” fue la consigna principal que arropó a todo este amplio espectro.¹⁰

Como sucede con las técnicas de las redes para captar la atención, las campañas de “cambio de régimen” se diseñaron para provocar emociones intensas en las audiencias, como indignación y condena, para provocar un paso a la acción. De esta forma, se crearon atmósferas de consenso y movilización para encubrir golpes de Estado en países como Ucrania, Bolivia y Venezuela.

En 2016, se conoció la existencia de la empresa Cambridge Analytica por el uso que hizo de una aplicación de Facebook para sacar datos a electores de Estados Unidos y Gran Bretaña.¹¹ Su objetivo fue utilizarlos para desarrollar campañas de segmentación para bombardear a potenciales electores con sus matrices de opinión.

Al popularizarse esta técnica de manipulación, los privados contrataron a empresas, como Cambridge Analytica, para forzar la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea en un referéndum, o convertir en presidente a Donald Trump.

8 <https://www.telesurty.net/bloggers/La-oscura-historia-de-los-cascos-blancos-20170310-0002.html>

9 <https://sputniknews.com/columnists/201612141048547481-aleppo-atrocities-media/>

10 <https://www.amazon.com/Management-Savagery-Americas-National-Security/dp/1788732294>

11 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>

Los últimos registros de actividades de este tipo se han visto con campañas contra las cuarentenas, ordenadas por la pandemia del coronavirus, cuando las cuentas difusoras se vincularon a organizaciones de la Fundación Atlas, financiada por los hermanos Charlie y David Koch, de la industria de extracción de recursos naturales.¹²

Desde el otro lado del espectro político en Estados Unidos, donantes del partido demócrata, como George Soros, han pagado por campañas contra la Administración de Donald Trump y a favor de políticas de libre mercado que le favorecieran.

Así una parte de las corrientes de pensamiento dominantes surgen de las redes sociales, a través de cuentas de *influencers* y legiones de *bots*. Los usuarios se apropian de sus mensajes, como si fueran suyos, y vigilan a quienes lo cuestionen.

(Y las corporaciones se dedican a censurar y perseguir ideas de países disidentes como Cuba, Rusia, China y Venezuela).

Se generan, por ende, nuevas subjetividades políticas hechas a medida, que logran penetrar en el debate público de los países y el mundo, como si fueran modas pasajeras. Se vende el cambio político de la misma forma que unas zapatillas.

Y en esto se encuentra la razón de que las empresas de Silicon Valley, como Google y Facebook, sean la rama más rentable del capitalismo moderno. En otros tiempos, el sistema se oxigenó con el descubrimiento de América Latina, o la entrada de nuevas zonas de explotación antes vetadas para la actividad económica.

Ya casi al límite de explotar todo el planeta, las redes sociales abrieron al capitalismo una nueva zona que no es ni física, ni ocupa un espacio. Convirtió el alma de los seres humanos en un fantástico negocio, sin regulaciones, ni límites para su comercio.

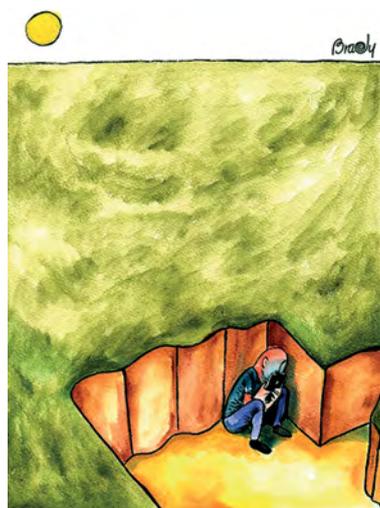
De ahí, el éxito en las bolsas.

12 https://medium.com/@brunosgarzini_2697/qui%C3%A9n-empez%C3%B3-con-el-movimiento-anticuarentena-a1ebf9ff6209

APRENDER, APRENDER Y APRENDER SOBRE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET

IROEL SÁNCHEZ (CUBA)

La brecha digital se ha venido cerrando a una velocidad mucho mayor que la radial o televisiva, pero eso, lejos de significar una diversificación del consumo cultural, ha profundizado el abismo entre el núcleo de producción de contenidos y servicios en poder de unas pocas empresas estadounidenses y el resto del planeta, provocando una creciente homogeneización.



“La contradicción entre la socialización cada vez mayor del trabajo y la concentración creciente del capital, propio de la sociedad contemporánea, se expresa ahora entre la expansión imparable del tiempo de permanencia en la red de redes y la apropiación cada vez por menos manos de los metadatos que esta genera”.
Ilustración: Brady Izquierdo.

El primer capítulo de la primera temporada de la distópica serie británica *Black Mirror*, que la televisión cubana transmitió hace ya más de un año en un horario cercano a la madrugada, cuenta cómo el primer ministro del Reino Unido es obligado desde presiones en las redes sociales de Internet a tener sexo con un cerdo a cambio de la libertad de la princesa de Gales que ha sido secuestrada. Al final sabremos que el secuestrador solo pretendía documentar un *performance* a presentar en la Bienal de Venecia y ahí termina todo: con la princesa liberada, incluso antes de que se cumpla el plazo del ultimátum dado al *premier*, pero nadie se percata porque el país entero contempla por televisión e Internet a su líder humillándose ante el mundo con los pantalones abajo.

Ese no es el único problema que desde la distopía tecnológica nos plantea inquietantemente Charlie Brooker, el guionista de *Black Mirror*: el de la intervención de la realidad desde el mundo virtual y la imposición en ella de un objetivo minoritario que —manejando hábilmente la psicología social— logra convertirse en pasión de masas y conflicto político. Hay al menos dos capítulos más que abordan ese impacto: uno sobre el modo en que el linchamiento desde las redes de una periodista afecta profundamente su vida y la de su entorno, y otro sobre el control del comportamiento y su relación con la estratificación social aparentemente basada en la premiación virtual por hacer lo que se percibe como correcto, pero castiga lo justo y produce la paradoja de que el único lugar donde las personas se sienten realmente libres es en la cárcel, despojadas de sus dispositivos móviles y el acceso a Internet.

Son distopías, pero, como buenas distopías, iluminan el aquí y el ahora de nuestro mundo. Lo sorprendente es que en un país como Cuba, que se propone una sociedad alternativa a la dominante en este planeta, un país sometido a una estrategia en la que se intenta utilizar la Internet como herramienta de agresión externa, una serie como *Black Mirror* pase sin penas ni glorias, sin análisis en los medios de comunicación, sin debate entre quienes integran y dirigen

sus instituciones y sin aprovechamiento en su sistema educacional. Y no es que la serie sea la Biblia del tema ni mucho menos, sino que su recepción entre nosotros sirve para iluminar el nivel en que nos encontramos en una de las tareas más importantes que debería tener todo nuestro sistema educativo, mediático y cultural: convertir al pueblo cubano en el mejor preparado para analizar críticamente los contenidos y el funcionamiento de Internet, a la vez que fomentar sus capacidades para su participación activa en ese escenario, creando y posicionando masivamente productos mediáticos de calidad, aprovechando el enorme potencial que abre la red de redes para el acceso prácticamente infinito al conocimiento, la facilitación del trabajo y el aprendizaje, así como la elevación de la calidad de vida de los ciudadanos.

Aunque solo en estos tiempos de uso cada vez más generalizado de Internet se ha popularizado el término que antes era únicamente común entre sociólogos y otros profesionales de las ciencias sociales, las redes sociales existen desde que existen los colectivos humanos. Incluso, otros colectivos no humanos funcionan también como redes; para percatarnos basta observar un hormiguero, un panal de abejas, el modo en que caza una manada de lobos o leones, o el desplazamiento de los delfines y las aves migratorias. Su funcionamiento resulta decisivo en el acceso a la alimentación, la protección contra otras especies, la reproducción y para compartir información imprescindible relacionada con esas actividades vitales.

En las sociedades humanas cada individuo pertenecía ya a redes familiares, de amistades, de vecinos, de compañeros de trabajo o de estudio, de profesionales, muchas veces superpuestas, desde muchísimo antes que espacios como Facebook o Twitter se volvieran cotidianos.

Sin embargo, la llegada de Internet ha vuelto tangible, e incluso capitalizable, lo que antes era invisible. Al quedar registrados en las memorias de potentes computadoras llamadas servidores cada búsqueda, cada intercambio, cada publicación de texto, video o fotos y los que interactúan con ellas, así como los metadatos que las acompañan (fecha, hora,

sexo, tema y ubicación geográfica de los participantes, entre otros), en un espacio donde cada minuto se producen miles de millones de esas acciones, el desarrollo actual de herramientas informáticas para correlacionarlos permite encontrar y conectar afinidades a una velocidad antes impensable.

Así han surgido las empresas conocidas como “gigantes de Internet” o de la tecnología, cuyo potencial se apoya precisamente en capitalizar esos intangibles. Ofreciendo a sus usuarios como mercancía para la publicidad de otras empresas, con una efectividad que hace pocos años no era posible imaginar, Facebook y Google han llegado a cotizarse en bolsa por cientos de miles de millones dólares. Ya son cada vez menos los que llegan a una información tecleando la dirección en el navegador, lo más común es que se navegue a través de lo que un buscador como Google o el algoritmo de Facebook nos ponen delante. Más que navegar nos relacionamos con aplicaciones de Internet que seleccionan para nosotros respuestas virtuales a partir de hegemonías del mundo real que pagaron por ello.

Para la mayoría de los internautas que usan esas dos herramientas la mayor parte de su tiempo de conexión, Internet es Facebook y Google, al igual que sistema operativo es sinónimo de Android o Windows.

El 18 de mayo de 2012 una declaración conjunta de un grupo de organizaciones de la sociedad civil de cara a la reunión de Naciones Unidas en Ginebra para la “Cooperación mejorada sobre cuestiones de políticas públicas relativas a Internet” apuntaba que “lo que fue una red pública de millones de espacios digitales, ahora es en gran medida un conglomerado de espacios de unos pocos propietarios”. Seis años después, muchos hablan de GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) como el gigante que controla desde un solo país el espacio digital global.

Más allá de las denuncias sobre su uso con fines de dominación política y militar en consecuencia con lo que ya reveló el exanalista de la National Security Agency, Edward Snowden, la efectividad que adquieren en los mercados nacionales las

empresas transnacionales que pueden pagar por ser publicitadas, microlocalizando los públicos de acuerdo a sus características, gustos y necesidades, traspasando las fronteras nacionales, es arrasadora. Con más de 4 000 millones de usuarios de Internet, la batalla que se libra entre Google y Facebook por gestionar la conexión de los 3 000 millones de terrícolas restantes con “internet.org” (entiéndase acceso gratuito a los servicios de esas empresas, pero cobrado al salir de esos espacios) está en pleno auge. Las políticas que penalizan en la corporación de Mark Zuckerberg los enlaces externos, volviéndolos prácticamente invisibles, mientras premian el contenido que no obliga a salir de la red social para accederlo, son una manifestación de esa obsesión por tener a los usuarios todo el tiempo en el espacio donde cada acción produce metadatos para la empresa.

La contradicción entre la socialización cada vez mayor del trabajo y la concentración creciente del capital, propio de la sociedad contemporánea, se expresa ahora entre la expansión imparable del tiempo de permanencia en la red de redes y la apropiación cada vez por menos manos de los metadatos que esta genera.

Indiscutiblemente la brecha digital se ha venido cerrando a una velocidad mucho mayor que la radial o televisiva, pero eso, lejos de significar una diversificación del consumo cultural, ha profundizado el abismo entre el núcleo de producción de contenidos y servicios en poder de unas pocas empresas estadounidenses y el resto del planeta, provocando una creciente homogeneización.

En América Latina, de los 100 sitios más populares, solo 26 % es de origen local y menos de 30 % (<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2015/05/desarrollo-de-contenidos-locales-de-internet-aumenta-la-adopcion-de-banda-ancha/?parent=2614>) está en idioma local; incluso buena parte de este último, aunque esté en castellano, es de procedencia estadounidense.

Es un hecho cotidiano que un anunciante puede hoy microlocalizar en una red como Facebook o en los resultados de un

buscador como Google, el destinatario de un mensaje a partir de la edad, el sexo, la ubicación geográfica y perfil profesional, ya sea para posicionar un producto o una noticia, sin importar si esta es veraz o no, solo tiene que tener el dinero para pagar por ello. Se trata de algo absolutamente legal y de uso muy común que nada tiene que ver con los recientes escándalos por la utilización de datos derivados de la actividad personal en Facebook para crear perfiles políticos de los usuarios, asociados a la empresa Cambridge Analytica.

Son pocos los países cuya masa crítica demográfica y lengua propia les permite desarrollar alternativas, como es el caso de China y Rusia. El experto y profesor de la Universidad de Stanford, Evgeny Morozov, para nada sospechoso de admiración por algunos de esos dos países, apuntaba con ironía en 2015 (<https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/jan/04/internet-freedom-china-russia-us-google-microsoft-digital-sovereignty>): “Noten la diferencia crucial: Rusia y China quieren poder acceder a los datos generados por sus ciudadanos en su propio suelo, mientras que los Estados Unidos quieren acceder a los datos generados por cualquier persona en cualquier lugar, siempre y cuando las empresas estadounidenses los manejen”.

Es una perogrullada recordar que procesos como el Brexit, la elección de Donald Trump o la respuesta al referéndum sobre la paz en Colombia han sido impactados por estas realidades. Las guarimbas del primer semestre de 2017 en Venezuela, la derrota de la consulta para la reelección de Evo Morales en Bolivia, el despliegue instantáneo de la violencia en Nicaragua (<https://lapupilainsomne.wordpress.com/2018/04/24/aspectos-clave-de-la-revolucion-de-colores-en-curso-en-nicaragua-por-william-serafino/>), o el reciente intento de golpe blando en Cuba han contado con millones de dólares invertidos en las redes sociales de Internet.

Ya no se puede decir que la mentira tiene las patas cortas, sería más apropiado plantear que viaja a la velocidad de la luz en la fibra óptica que enlaza los servidores de Internet. En los tiempos en que Joseph Goebbels se ocupaba de la

propaganda hitleriana solía decir que una mentira repetida muchas veces puede convertirse en verdad, pero debía esperar a que saliera al aire el próximo noticiero radial, se proyectara el siguiente resumen cinematográfico de noticias, o se imprimieran los periódicos matutinos o vespertinos para hacerlo. Hoy en un segundo los tuits del presidente de los Estados Unidos alcanzan millones de reiteraciones. Un poderío que el silencio impuesto a Donald Trump por la concertación corporativa de Facebook y Twitter en los días finales de su mandato no ha hecho más que confirmar.

Internet no es el problema, sino la asimetría económica y social con que las hegemonías del mundo real se trasladan al espacio virtual, dinero mediante. Tim Berners-Lee, creador de la *world wide web*, expresaba en ocasión de cumplirse 28 años de su invención en marzo de 2017 sentirse “cada vez más preocupado por tres nuevas tendencias” de la *web*: Hemos perdido control de nuestra información personal, es muy fácil difundir información errónea en la web y la publicidad política en línea necesita transparencia y entendimiento.

En 2016, Jonathan Albright, profesor de la Universidad de Elon en Carolina del Norte, publicaba un mapa en el que mostraba cómo a partir del dominio del algoritmo de las búsquedas de Google la extrema derecha estadounidense colonizó el espacio digital mucho más efectivamente que la izquierda liberal. El mapa de Albright, que siguió un millón trecientos mil hipervínculos, muestra cómo un sistema “satelital” de noticias y propaganda de derecha rodeó el sistema de medios de comunicación dominantes justo en el año en que Donald Trump llegó a la Casa Blanca. Preguntado por el diario *The Guardian* acerca de cómo detener ese proceso, Albright respondió (<https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/04/google-democracy-truth-internet-search-facebook>): “No lo sé, no estoy seguro de que pueda ser, es una red, es mucho más poderoso que cualquier actor”. “¿Entonces casi tiene vida propia?”, le preguntaron. “Sí —respondió el científico— y está aprendiendo. Todos los días se hace más fuerte”.

Apliquémonos un mapa similar donde estén todas las fuentes que generan *fake news* hacia Cuba y la prensa cubana, que recibe un dólar de presupuesto por cada cuatro que invierten los primeros. ¿Qué solución hay ante eso para un país pequeño que pretende no ser dominado por la hegemonía estadounidense? ¿Huir de las redes sociales de Internet, que ya forman parte de la vida cotidiana de miles de millones de personas, de la mayoría de los jóvenes y de un creciente número de cubanos? ¿Crear, sin masa crítica demográfica, espacios nacionales excluyentes como hace China, que tiene más internautas que Estados Unidos y Europa juntos? ¿Hacer como Vietnam, que acaba de sancionar a penas de cárcel a varios de los que aquí se hacen llamar “periodistas independientes”, sin que la política de Estados Unidos haya respondido con amenazas de sanciones? No parece ser viable, nuestra alternativa pareciera estar en poner en red nuestros valores, en preguntarnos si los cubanos portadores de ellos son los que más facilidades tienen para acceder a Internet, en hacer que nuestros medios de comunicación y nuestras escuelas fomenten una cultura del uso de esas tecnologías que permita no ser manipulado y que los liderazgos institucionales, académicos, políticos y sociales estén presentes y se articulen en la red a partir de una información oportuna y de calidad que guarde relación con las expectativas y necesidades de los cubanos. Tal vez por ahí haya un camino consecuente con aquello que tanto se repite y una vez nos dijo Fidel: “Internet parece inventada para nosotros”.

¿Somos hoy ese “nosotros”, dicho en aquel contexto de lo que Fidel llamó “Batalla de ideas”, en lucha por el fomento de una “cultura general integral” y por convertirnos en el “pueblo más culto del mundo”? ¿Propicia esos objetivos una articulación de medios de comunicación, escuela, organizaciones e instituciones de todo tipo presentes en nuestra sociedad en un entorno como el actual?

¿Qué puede hacer un país pequeño, con una cultura joven y agredido por el país hegemónico en Internet, con las redes sociales digitales si quiere seguir siendo independiente y a la

vez desarrollarse, sino aprender, aprender y aprender sobre las redes sociales de Internet? ¿Y cuáles son los medios para eso, sino su extendido sistema educacional, universal y gratuito, su sistema de medios de comunicación públicos y el tejido institucional y comunitario que abarcan sus organizaciones sociales? Aprovechar todas las oportunidades posibles para el aprendizaje masivo, dar respuestas más culturales que administrativas, contar siempre con la inteligencia y la cultura política del pueblo cubano y movilizarlas desde el conocimiento es lo que está en la tradición de las victorias revolucionarias en Cuba; vale que sea también nuestra guía en esta guerra que es tecnológica, pero primero que todo cultural.

LAS REDES SOCIALES COMO ESCENARIO PARA LA DIRECCIÓN POLÍTICA SOCIALISTA

RAFAEL CRUZ RAMOS (*Cuba*)

Lead: “El escenario digital implicó nuevos desafíos para el proceso inédito de la transición socialista”. “Las redes sociales digitales son un espacio de deliberación, construcción de consenso, defensa de los valores y del enorme capital simbólico con que cuenta la Revolución”. “Internet como un instrumento revolucionario (...) algo que debemos saber usar”.



“Los relatos de las personas están allí circulando en las redes digitales, el enemigo los toma para dañarnos, la práctica de dirección política de la revolución los necesita para articular la construcción colectiva de la decisión”. Ilustración: Michel Moro.

El 10 de octubre del 2018 el presidente de la República de Cuba redactaba su primer *tweet*:¹ “Estamos en #LaDemajagua, el lugar donde con mayor suma de sentimientos patrios #Somos-Cuba y #SomosContinuidad” (Díaz-Canel, 2019). El post inaugural de su cuenta en *Twitter* apenas superaba el centenar de caracteres de los 280 permitidos por la plataforma. Un texto breve, pero emotivo, redactado con cierta poesía. Un texto que podía ser imaginado en la voz del ser humano que lo lanzaba a la red. El 19 de noviembre del 2018 el estadista cubano anunciaba por la misma vía que todos los ministros del gobierno revolucionario se encontraban presentes en esa plataforma. Se iniciaba con ello una singular etapa en la comunicación política para Cuba.

El primer post del presidente cubano fue, sin dudas, una pauta, un acontecimiento. En primer lugar por ser la máxima figura de un país en transición socialista, ubicado en el corazón del occidente —cultural e históricamente hablando— que se establecía como usuario en la red, y, en segundo lugar, porque las prácticas comunicativas de la máxima dirección del Gobierno y el Estado cubanos, habituales en los intercambios directos con el pueblo en las calles, los campos, las fábricas, ahora convertían la plataforma digital en un nuevo y potencial escenario para relacionarse con los ciudadanos² de Cuba y de otras naciones.

Sin embargo, ¿qué oportunidades puede tener el relato de los cuadros revolucionarios en un espacio irreverente y hostil como lo pueden ser las redes sociales digitales? ¿Es viable el uso de esas plataformas para acompañar la dirección política de la sociedad cubana actual?

El escenario digital implicó nuevos desafíos para el proceso inédito de la transición socialista, mucho más para Cuba por razones vinculadas a la lucha por el sostenimiento del poder

1 Utilizamos aquí los términos originados de la palabra inglés *Twitter*: *tweet*, *retweet*, etcétera.

2 El ciudadano es aquel que participa activamente en los procesos socio-políticos de la sociedad. Se corresponde con el sujeto colectivo masivo de poder.

político bajo agresión cultural, militar, económica de Estados Unidos y todo su sistema de dominación imperial. Sin embargo, las oportunidades del nuevo ámbito comunicativo prometen ser superiores a las amenazas en tan singular espacio de interacción.

Las redes sociales digitales desafían al sistema de comunicación socialista para la gestión de la participación ciudadana en el proceso de la toma de la decisión, cuya relación principal es el intercambio sujeto a sujeto. No obstante, ese sistema es capaz de apropiarse de las oportunidades interactivas, establecer canales horizontales de comunicación, y a través de ellos trazar circuitos deliberativos y dialógicos con las personas.

El escenario es complejo, no hay dudas, pero es ineludible. El presidente cubano indica que el dirigente no puede “seguir anclado en formas de comunicar anteriores a la era digital” (Díaz-Canel, 2020), porque de lo contrario aparecerán nuevas y apremiantes tensiones o brechas en la gestión de las demandas políticas.

Sobre esas tensiones aludía en la introducción del libro *Tecnopolítica* el periodista y bloguero español Ignacio Escobar (2013), al considerar que los procesos deliberativos de los siglos XIX y XX, sustentados en el acto de votar en las urnas o de llenar encuestas en papel, eran procesos de larga duración y complejo procesamiento.

En la actualidad, las relaciones de poder y comunicativas³ aparecen segmentadas en dos grandes espacios: el tradicional mundo de las relaciones no mediadas, o mundo tridimensional,⁴ que no necesita de dispositivos digitales de info-comunicación⁵

3 “Toda comunicación mediatizada hoy es digital (...) El modelo clásico uno-a-muchos es desplazado por las formas reticulares muchos-a-muchos” (Scolari, 2013).

4 Se refiere al espacio fuera del ámbito digital, de los escenarios virtuales indistintamente como espacio o escenario no virtual o tridimensional (debido a la perspectiva visual del espacio no virtual).

5 Todo dispositivo electrónico, digital, que permite a sus usuarios establecer algún tipo de comunicación —en ambas direcciones— con otros

para interactuar directamente en él y el “mundo” de las relaciones de comunicación virtual que sí depende de esos dispositivos, en una red global sin fronteras geográficas conocida como Internet, donde “las grandes redes de comunicación con sus flujos ‘invisibles’, forman ‘territorios abstractos’ que escapan de las viejas territorialidades” (Mattelart, 2010: 46).

Esas redes no son ni abstractas ni imparciales: existen físicamente en los servidores de las empresas transnacionales,⁶ circulan por canales físicos propiedad de esas empresas, sus gestores y desarrolladores, empleados, no dudan ni dudarán un segundo en ponerse del lado del dueño. Son empresas cuyas ganancias se obtienen de nuestra lúdica, sistemática, compulsiva y animosa actividad social.

Una herramienta de comunicación, propiedad de una transnacional es, como se ha comprobado, un lugar hostil para el pensamiento emancipador. Ante esa realidad no queda de otra que acudir al principio guerrillero de tomar las “armas del enemigo” para utilizarlas en la propia lucha. Dicho en las palabras de un guerrillero real, Fidel Castro: “Internet como un instrumento revolucionario (...) algo que debemos saber usar” (Castro, 2020). No pocos han comparado las redes sociales digitales con una selva. Las revoluciones que sobreviven al colapso de los noventa, como la cubana y la vietnamita, triunfaron en las selvas. Esa experiencia, más imprescindible que romántica, tiene en las tecnologías de la informática y las comunicaciones un ejemplo actual y urgente.

En el aparente caos selvático digital transcurre una expansión de la opinión pública. Es, contrario a caótico, un ecosistema

dispositivos, permitiendo el paso en tiempo real de información y que usualmente se conectan a una red digital, particularmente a Internet.

6 Twitter, Inc. En una multinacional cuya casa matriz se encuentra en San Francisco, Estados Unidos. En el conjunto del año 2019 *Twitter* registró un beneficio neto atribuido de poco más de 1,465 millones de dólares (1,331 millones de euros), lo que equivale a un incremento de 21,6 % con respecto al año anterior. En las elecciones de Estados Unidos del 2020 la red social manejó abiertamente sus posturas políticas con censuras y toma de partido, lo cual puso en el centro del debate el papel de las plataformas digitales en las pujas políticas.

donde se puede seguir en tiempo real el tránsito de las opiniones. Son como un organismo vivo. Los comentarios circulan de un lugar a otro, se automodifican enriqueciéndose con los aportes de cada usuario que las consume y las comparte, se expresan a través de recursos hipermediales, crecen y decrecen a ritmos alucinantes, nacen y mueren.

Opiniones que provienen de las fuentes más diversas, y abordan todos los temas de la sociedad, la economía y la vida en general. Opiniones que podrían ser bien comprendidas como una extensión, digamos digital, de los mecanismos del control popular. El ciudadano utiliza sus cuotas de poder —otorgadas por la Revolución— y desde las plataformas de redes sociales digitales alerta, denuncia, cuenta sus vivencias de la realidad del país, propone ideas sobre lo que se está “cocinando” en la toma de la decisión, esa persona está expresando su confianza en la Revolución y asume públicamente el compromiso de ser parte de ella.

Ciertamente las redes sociales están contaminadas con las *fake news*, los *trolls*, las agresiones plagadas de ofensas y otras marginalidades. Son el teatro de operaciones de guerra de cuarta generación. También en esa selva cazan, pescan, colectan información los centros de inteligencia enemiga y se ponen a prueba los experimentos de guerra psicológica destinados a confundir, desmovilizar, destruir la confianza de la gente en sus líderes y derribar la Revolución.

Los relatos de las personas están allí circulando en las redes digitales, el enemigo los toma para dañarnos, la práctica de dirección política de la revolución los necesita para articular la construcción colectiva de la decisión. El pueblo no se los da al enemigo, quien tiene que robarlo, distorsionarlo, falsificarlo. El ciudadano utiliza la red para ofrecerlo a quienes gestionan en nombre del pueblo el poder.

Se ha demostrado que los escenarios comunicativos, mientras más horizontales y dialógicos sean, mientras más multitudinarios y abiertos, menos confort comunicativo y más ruido portarán. Sin embargo, despejando la redundancia negativa, las redes sociales digitales son un espacio de

deliberación, construcción de consenso, defensa de los valores y del enorme capital simbólico con que cuenta la Revolución.

Ante el desafío, ¿qué hacer? ¿Escapar? Primero, es imposible, segundo, no está en la naturaleza del revolucionario cubano huir del combate. Entonces cómo gestionar ese caudal de opiniones en una red social digital en particular, o en todas y que esa gestión resulte favorable a la construcción de consenso. Cada cual debe articular los recursos más próximos a sus posibilidades y necesidades, pero es posible establecer tres grandes conjuntos de ideas:

En primer lugar, más competencias profesionales, más capacidad de argumentación, menos sobresaltos ante el debate público y al salir de la zona de confort comunicativo. Conocimiento es cultura general integral integrada a la cultura digital. El mejor ejemplo que tenemos los cubanos es Fidel, que hizo su práctica cotidiana del estudio permanente en las relaciones con el pueblo a través del diálogo. El Comandante exploraba los múltiples caminos del saber con preguntas insistentes, una y otra vez, a las personas, fueran eruditos o no. Articulaba con las personas un tema de interés común y con ello construía colectivamente la estrategia mayor. Dialogaba desde la tribuna en la plaza, en un batey remoto entre campesinos o en una calle apedreada por personas soliviantadas por la propaganda enemiga. En los últimos años de su vida, también en el espacio digital desde sus “Reflexiones”. Estudio y diálogo fueron siempre parte de su sistema de trabajo.

En segundo lugar, más ciencia e investigación, que sostenga desde la interdisciplinariedad las políticas y las actuaciones. El ámbito digital transcurre tan velozmente que los estudios sobre él van siempre detrás de las demandas de la realidad. A las relaciones de poder les ocurre otro tanto, solo que ellas ya tienen más de tres siglos de ciencia acumulada. Investigación y pensamiento; los encantamientos y las compulsiones que promueven las redes sociales digitales no son felices para la comunicación política. Se necesita pensamiento incluso bajo

los apremiantes desafíos de la sincronía digital, donde suceso y noticia son casi simultáneos.

En tercer lugar —o acaso el primero—, la participación en valores; valores humanistas revolucionarios, emancipadores, que sostengan las prácticas comunicativas y sus principios, esos obtenidos del crisol donde se forjó la nacionalidad y la independencia patria. Modelados en la fragua de la resistencia y la lucha popular por el desarrollo en las últimas seis décadas de la nación; los valores de la cultura son el arma principal frente al caos y la malsanidad imperial.

El presidente cubano, usuario habitual de *Twitter*, indica una ruta de práctica para que la estructura de dirección se permitiera convertir los contenidos de las plataformas de redes sociales digitales, y las opiniones en general, en recursos valiosos para la dirección de la sociedad:

Como Gobierno, por supuesto, nos corresponde escuchar, atender, diferenciar la crítica honesta y la sugerencia valiosa del acto malicioso y la propuesta impracticable; y nos toca responder, explicar, argumentar y aplicar todo cuanto aporte. Solo así se gana la confianza de las mayorías y se prueba que todo lo que hacemos, lo hacemos para salvar al país y para avanzar (Díaz-Canel, 2020).

La sociedad socialista, sobre todo en sus etapas primarias o transicionales, necesita inevitablemente la participación consciente de las personas, se puede augurar la perentoriedad de asumir activamente toda posibilidad previsible de articulación de las relaciones de poder político, especialmente aquellas donde se construya y reconstruya el consenso activo. Una visión de sociedad como la que describe la doctora Susana Acea (2012):⁷

El socialismo proyecta la democracia desde el protagonismo popular y la participación sobre el conjunto de la

7 La Dra. en Filosofía Susana Acea fue por más de ocho años presidenta del Poder Popular en Centro Habana, diputada a la Asamblea Nacional y profesora de la Escuela Superior del Partido Níco López.

vida social y no solo sobre la esfera propiamente política. Esta democracia participativa y protagónica tiene que sustentarse en la ética de la generosidad, la dignidad y la autonomía de los sujetos sociales (Acea, 2012).

La profesora Acea fue, en sus muchos años de lucha, ejemplo de cuadro integrado directamente con el pueblo. La vida no le alcanzó para construir en las redes digitales, esas prácticas de relaciones permanentes con la gente que construyó en un espacio tan complejo como el del municipio Centro Habana.

Es cierto, finalmente, que en Internet la soberanía real es aún una utopía, tampoco es el Ara de los griegos, (paradigma de democracia idealizado por algunos) pero, como espacio dinámico de interacción política, requiere ser transformado para las fuerzas revolucionarios en un escenario de resistencia activa, de protagonismo popular, de participación ciudadana, una extensión colaborativa y vigilante del pueblo y la esfera institucional.

El sistema de comunicación cubano, sea en los espacios virtuales o tridimensionales de la realidad, se articulan bajo los principios de la resistencia, la lucha y el conocimiento para juntos construir un país mejor.

Bibliografía

- ACEA, S. (2012): “Significados éticos y políticos de la participación popular en los gobiernos locales en Cuba”. Tesis en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Filosóficas. La Habana: Instituto de Filosofía.
- CABALLERO, F. S. (2016): *Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Madrid: Gdisa S.A.
- CASTRO, F. (6 de febrero de 2020): <http://www.fidelcastro.cu/es/articulos/fidel-e-internet>. Obtenido de Granma digital: <http://www.fidelcastro.cu/es/articulos/fidel-e-internet>

DÍAZ-CANEL, M. (13 de marzo de 2019): *Tweet del autor*. Obtenido de Twitter: <http://twitter.com/diazcanel/>

_____ (17 de diciembre de 2020): Palabras pronunciadas en reunión del Consejo de Ministros, el 16 de julio de 2020. Obtenido de Presidencia.cu: <https://www.presidencia.gob.cu/es/presidencia/intervenciones/palabras-pronunciadas-en-reunion-del-consejo-de-ministros-el-16-de-julio-de-2020/>

SCOLARI, C. (12 de febrero de 2013): *Hipermediaciones. Elementos para un Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, Galicia, España.

DE LOS AUTORES

IGNACIO RAMONET (España). Catedrático, periodista, historiador, escritor y analista político. Doctor en Semiología e Historia de la Cultura. Dirigió la edición francesa y española de *Le Monde diplomatique*. Cofundador de la organización no gubernamental Media Watch Global (Observatorio Internacional de los Medios de Comunicación). Fundador de la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad. Entre sus libros destacan *Cien horas con Fidel* (2006), *Hugo Chávez: mi primera vida* (2013) y *El imperio de la vigilancia* (2018). En 2012 la Universidad de La Habana le otorgó el título de doctor Honoris Causa.

ROSA MIRIAM ELIZALDE (Cuba). Periodista y editora cubana, doctora en Ciencias de la Comunicación y profesora de la Universidad de La Habana. Es vicepresidente primera de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC). Ha recibido en varias ocasiones el Premio Nacional de Periodismo Juan Gualberto Gómez. Fundadora de *Cubadebate* y su editora jefa hasta enero de 2017. Columnista del diario *La Jornada de México*. Integrante de la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad.

FLORENCIA LAGOS NEUMANN (Chile). Analista internacional y corresponsal de *Crónica Digital*. Integrante de la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad.

PEPE MENÉNDEZ (Cuba). Diseñador, profesor, coordinador de proyectos y curador de exposiciones cubano especializado en la creación de carteles y el diseño editorial destinados principalmente al sector cultural. En dos ocasiones ha sido distinguido con el Premio Nacional de Curaduría que otorga el Ministerio de Cultura de Cuba.

JOSÉ ERNESTO NOVÁEZ (Cuba). Escritor y periodista cubano. Licenciado en Periodismo, graduado del Centro de Formación Literaria Onelio Jorge Cardoso y miembro de la Asociación Hermanos Saíz (AHS). Autor del libro de relatos *Hijos del polvo* (2014).

ENRIQUE AMESTOY (Uruguay). Redactor, columnista, docente de programación, redes y seguridad informática. Especialista en soberanía tecnológica, software, hardware y cultura libre. Exasesor en materia de TIC en el MRREE de Uruguay. Integrante de la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad.

LAIDI FERNÁNDEZ DE JUAN (Cuba). Médico y narradora cubana. Miembro de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC). Escribe para la columna A maneras de cartas en el portal Cubaliteraria. Tiene publicados cerca de diez libros, entre los que destacan Clemencia bajo el sol (Gran Premio Cecilia Valdés, 1996), Oh vida (Premio Uneac, 1998), La Hija de Darío (Premio Alejo Carpentier 2005). En 2004 recibió la Distinción por la Cultura Nacional.

JULIÁN MACÍAS TOVAR (España). Especialista en redes sociales, coordinador del sitio Pandemia digital, un observatorio contra la desinformación digital.

NOEL ALEJANDRO NÁPOLES (Cuba). Graduado del Instituto Superior de Relaciones Internacionales Raúl Roa García (ISRI) en la especialidad de Relaciones Políticas Internacionales. Desde 1995 ha trabajado vinculado a las artes visuales, como representante artístico, curador, galerista y crítico. Es colaborador habitual de varias publicaciones cubanas.

HÉCTOR BERNARDO (Argentina). Periodista y docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina (UNLP).

ISAAC ENRÍQUEZ PÉREZ (México). Investigador y académico de la Universidad Nacional Autónoma de México.

YASEL TOLEDO GARNACHE (Cuba). Periodista, ensayista y narrador, vicepresidente de la Asociación Hermanos Saíz (AHS). Egresado de la Universidad de Holguín (2014) y del Centro de Formación Literaria Onelio Jorge Cardoso.

BEATRIZ PAÍS FERNÁNDEZ (Cuba). Licenciada en Sociología en la Universidad de La Habana (2019), donde se desempeña como especialista en la Dirección de Formación del Profesional.

JAVIER TOLCACHIER (Argentina). Investigador en el Centro Mundial de Estudios Humanistas y comunicador en la Agencia Internacional de Noticias Pressenza. Integrante de la Red de Intelectuales en Defensa de la Humanidad.

LUIS TOLEDO SANDE (Cuba). Escritor, poeta y ensayista cubano. Doctor en Ciencias Filológicas y autor, entre otros libros, de Cesto de llamas, biografía de José Martí con cerca de una decena de ediciones en Cuba y el extranjero, reconocida con el Premio de la Crítica. Le ha sido otorgada la Distinción por la Cultura Nacional. Mantiene el blog <http://luistoledosande.wordpress.com/>

BRUNO SGARZINI (Argentina). Analista e investigador, integrante de Misión Verdad, Premio Nacional Simón Bolívar en 2019.

IROEL SÁNCHEZ (Cuba). Editor, periodista y analista político cubano. Fundador de la revista cultural La Jiribilla. Edita el blog La pupila insomne. Miembro de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC). Dirige el programa de televisión La pupila asombrada.

RAFAEL CRUZ RAMOS (Cuba). Profesor de la Escuela Superior del Partido Comunista de Cuba Níco López y colaborador de medios como Cubadebate, Granma y La pupila insomne, entre otros.