



:: [portada](#) :: [Conocimiento Libre](#) ::

28-06-2019

Comunicación política digital: Generar alianzas locales, regionales Y globales

FloR de Paz
Cubaperiodistas

Acerca de varias dimensiones que impactan en la comunicación política digital en una red transnacional que tiene efectos locales, y donde impera la ley de la selva, habló la Dra. Rosa Miriam Elizalde esta mañana en el I Foro Nacional de Gobernanza en Internet, que se desarrolla en el Palacio de Convenciones y concluye este jueves.

Antes de desarrollar su conferencia, la vicepresidenta primera de la Unión de Periodistas de Cuba, dijo que este es un foro excepcional, porque trasciende el enfoque sectorial con el que muchas veces se aborda el escenario digital. Entiende que la red es el corazón de una nueva ecología que impacta en la vida de todos los ciudadanos.

"El Foro Nacional de Gobernanza es un primer e importante esfuerzo para unir a la sociedad civil, al Gobierno y a profesionales de los distintos sectores involucrados en la producción de contenidos y servicios que requieren de las tecnologías de la información y la comunicación. Sin este esfuerzo interdisciplinar y multisectorial es imposible generar ciencia y soluciones colectivas para enfrentar la complejidad actual, donde nadie por sí solo tiene la última verdad y donde cada vez más necesitamos de la ética", dijo.

"La comunicación es un pilar estratégico de la política, donde hay reglas ajustadas con precisión de relojería para diseñar y controlar los procesos que definen la sociedad contemporánea. La visión de la Internet como un espacio esotérico, libre y espontáneo es infantil. Hay un gobierno totalitario en Internet decidido fundamentalmente por cinco compañías, la GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft), con algoritmos basados en secretos corporativos que hacen al mundo más desigual", añadió.

"Hay un cambio fundamental en comunicación. Mientras que antes la opinión pública se construía a partir de la opinión publicada, hoy se construye a partir de la opinión compartida, con nuevas reglas del juego. Sin embargo, no es menor el papel de los medios transnacionales, que siguen imponiendo las agendas", aseguró.

Explicó cómo hoy la comunicación se centra en las emociones antes que en las razones, con el fin de capturar un recurso cada vez más escaso: la atención. Entre otros elementos que han cambiado el panorama de la comunicación política citó el desplazamiento a la pantalla móvil, la sistematización de la escucha activa de la conversación social a partir de los datos que dejan los usuarios de las plataformas sociales y la hipersegmentación del mensaje para que llegue de



manera personalizada al destinatario.

El modelo de producción del capitalismo, basado ahora fundamentalmente en la información como materia prima, sigue dominando el escenario, con efectos encaminados a disolver lo local en lo global, reconfigurar las identidades y rediseñar el bloque hegemónico mediático, con la conjunción de los medios tradicionales, los medios digitales, los comunicadores, voceros y influenciadores en el periodismo y la industria cultural. "Los grupos en Whatsapp y los youtubers tuvieron un papel clave en el modelado del escenario que llevó a Bolsonaro a la presidencia de Brasil. Crearon a un presidente en dos meses con la ayuda de laboratorios internacionales de la derecha dedicados al marketing electoral."

Otra variable importantísima es la enorme jerarquía que tiene hoy en la comunicación política la estética y la arquitectura de sentimientos y emociones. "La manipulación a partir de generar reacciones primarias en los usuarios de la red ocurre todos los días de la mano de algoritmos que llevan a los individuos o grupos a una decisión o resultado esperado. Las "fake news" disparan esos resortes emocionales y hay estudios que demuestran que solo el 30 % de las personas sometidas a una fake news ven el desmentido", añadió.

El otro elemento esencial es el desplazamiento acelerado a la pantalla móvil que impone nuevos estándares y narrativas comunicativas. "Por ejemplo, hemos estado trabajando en la Upec en un proyecto denominado Dominio Cuba, que nos ha permitido estudiar los estándares técnicos, los colores, los referentes estéticos y comunicacionales que son necesarios para generar contenidos en dispositivos móviles. Han cambiado las narrativas en la comunicación: un video en un celular requiere tipografías y dimensiones específicas; en Facebook, por ejemplo, los vídeos se activan sin audio. No se puede desplazar mecánicamente un contenido de un canal a otro".

La sistematización de la escucha activa de la conversación social, una quinta dimensión, es explicada por Rosa Miriam Elizalde. "Las grandes compañías están dominando el control de la conversación que se ha desplazado de la superficie -el muro de Facebook o el timeline de Twitter- a los llamados [bosques oscuros] de Internet. La vida on line se ha retirado de la vista pública, a medida que crecen los espacios privados como los grupos de Facebook, los chats y los foros por invitación, donde los comportamientos y asociaciones suelen ser tribales con características e intereses singulares".

Ninguna campaña de comunicación estratégica comienza hoy por la difusión del mensaje, sino por el estudio de los intereses de estas tribus digitales, por el individuo cada vez más aislado, tribalizado, encerrado en las burbujas de confort en las que los encierran los algoritmos de las plataformas sociales.

Elizalde también habló de la hipersegmentación de los mensajes, la micro y nano segmentación del mensaje para llegar a grupos o individuos específicos, y sugirió la lectura del libro "El filtro burbuja", de Eli Pariser que demuestra cómo las plataformas sociales personalizan los resultados de búsqueda o las propuestas de información, a partir del procesamiento de enormes cantidades de



información sobre sus usuarios, de manera que se crea una infraestructura de vigilancia similar al Gran Hermano, una pesadilla para la privacidad y que tienen nocivas repercusiones políticas y sociales.

Puso como ejemplo el "fake news" de los supuestos ataques sónicos contra diplomáticos de Estados Unidos en La Habana, una campaña de laboratorio para reforzar los estereotipos contra Cuba en ciertos sectores de Estados Unidos, anclados en las lógicas de la Guerra Fría. Esta campaña ha servido de pretexto para hacer más denso y asfixiante el bloqueo a la Isla y reforzar las sanciones.

Al referirse a las enormes inversiones para la comunicación estratégica, recordó los presupuestos que suelen utilizarse en marketing electoral actualmente, con enormes partidas en las plataformas sociales. El "Proyecto Álamo", como se conoce la campaña de Donald Trump de las dos semanas previas a la elección de noviembre de 2016, costó 156 millones de dólares: para poder penetrar las burbujas en Facebook, Twitter e Instagram, donde se concentra casi el 94 por ciento de los usuarios de Internet en Estados Unidos, utilizaron los test de personalidad y crearon 146 000 mensajes diferentes de manera que se ajustaran como un guante a cada grupo individualizado. Estados Unidos invirtió en el 2018 más de 500 mil millones de dólares en publicidad digital.

Finalmente, comentó el desafío cultural que tiene por delante Cuba, los gobiernos revolucionarios del continente y los movimientos populares para comprender los cambios en curso y generar las alianzas locales, regionales y globales para enfrentarlos. "Una política local, por perfecta que sea, no es suficiente para enfrentar las enormes cámaras de eco que se organizan internacionalmente para satanizar a nuestros países y justificar toda suerte de sanciones e injusticias".

Flor de Paz es periodista y directora de *Cubaperiodistas*

Fuente:

<http://redh.uy/index.php/2019/06/27/comunicacion-politica-digital-generar-alianzas-locales-regionales-y-globales/>