



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La muerte de Fidel Castro en las redes sociales y en los medios masivos : un análisis de la circulación hipermediática

Autores (en el caso de tesis y directores):

Leandro Soto

Ana Slimovich, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2019

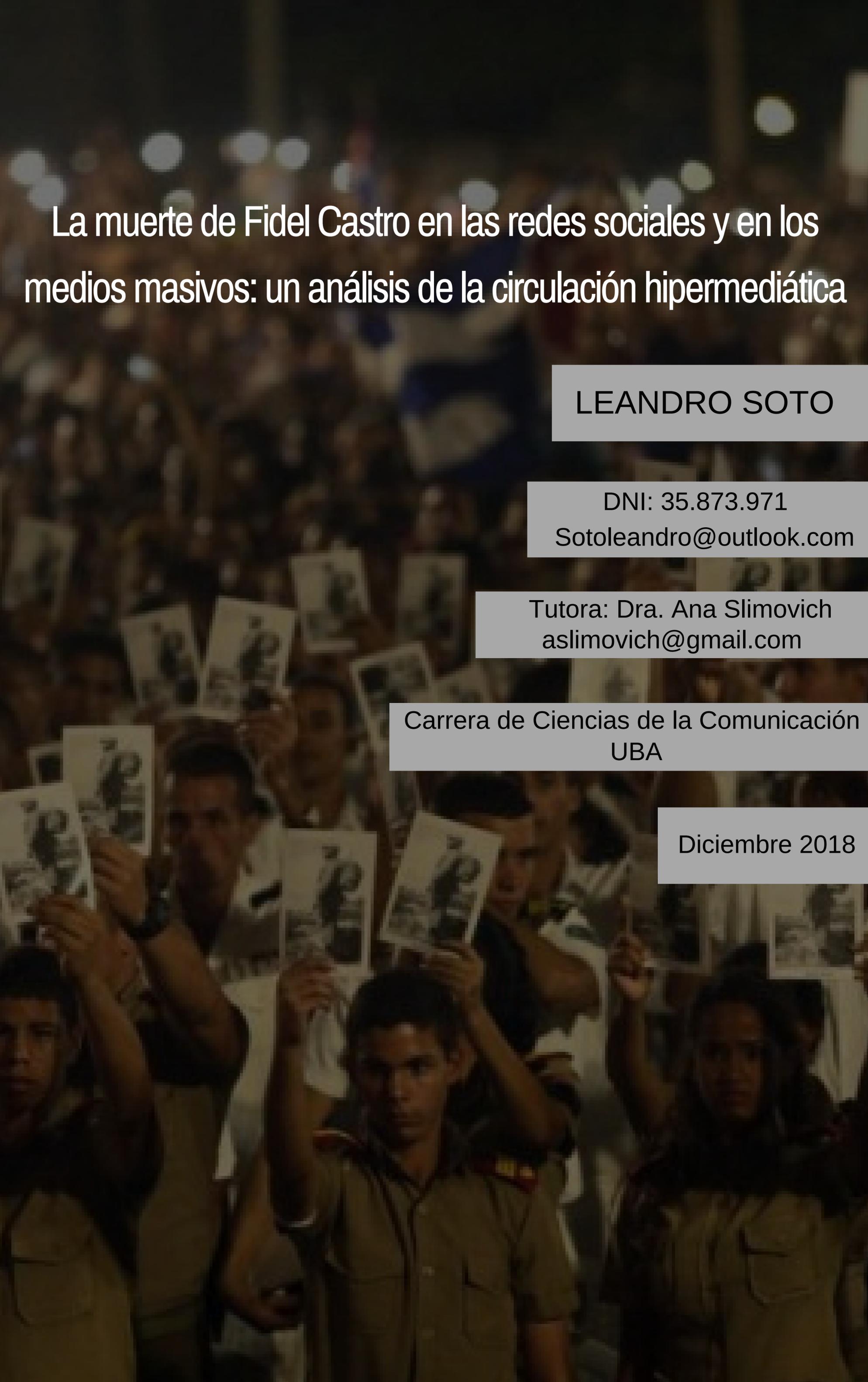
Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



A large crowd of people, many in military-style uniforms, holding up numerous small portraits of Fidel Castro. The scene is dimly lit, with the portraits being the primary light source, creating a somber and collective atmosphere.

La muerte de Fidel Castro en las redes sociales y en los medios masivos: un análisis de la circulación hipermediática

LEANDRO SOTO

DNI: 35.873.971

Sotoleandro@outlook.com

Tutora: Dra. Ana Slimovich
aslimovich@gmail.com

Carrera de Ciencias de la Comunicación
UBA

Diciembre 2018



ÍNDICE

Agradecimientos

1. Introducción ... 1

- 1.2 Objetivo general ... 2
- 1.3 Objetivos específicos ... 2
- 1.4 Metodología ... 3
- 1.5 Corpus ... 5

2. Mediatización de la política ... 6

- 2.1 El discurso político televisado ... 7
- 2.2 Los sujetos mediáticos ... 10
- 2.3 Modelo de la circulación hipermediática contemporánea ... 11

3. Política y redes sociales ... 13

- 3.1 Movimientos sociales hipermediáticos ... 15
- 3.2 Participación política en las redes ... 19
- 3.3 Los movimientos previos a Internet ... 20
- 3.4 Los movimientos sociales de la última década ... 21
- 3.5 La revolución en Egipto: las redes se expanden ... 21
- 3.6 El 15m España: la indignación a la calle ... 22
- 3.7 El movimiento Occupy: la culpa es de Wall Street ... 24
- 3.8 #8N y #7D: la grieta en la pantalla ... 26

4. La mediatización en Cuba ... 29

- 4.1 El inicio de la revolución cubana ... 29
- 4.2 El modelo político de Cuba en la actualidad ... 31
- 4.3 Cuba y el acceso a Internet ... 32
- 4.4 Nuevos actores: portales web y youtubers cubanos ... 34
- 4.5 Usuarios y contenidos en la red ... 34
- 4.6 Youtubers sin Internet ... 35

5. La muerte de Fidel Castro: #YoSoyFidel ... 39

- 5.1 Fase 1: se comunica la noticia ... 39
- 5.2 Fase 2: En busca de confirmar la noticia ... 40
- 5.3 Fase 3: cobertura en los medios ... 41
- 5.4 Fase 4: el homenaje póstumo ... 42
- 5.5 Fase 5: el acto final ... 42
- 5.6 Fase 6: el Aniversario de la Revolución ... 43
- 5.7 El lugar de los usuarios ... 44
- 5.8 La celebración de la muerte de Fidel Castro ... 45
- 5.9 La muerte del líder ... 46
- 5.10 Lo risible ... 47
- 5.11 La muerte del jefe de Estado ... 48
- 5.12 La falsa muerte ... 50

6. Los colectivos de internautas ... 51

- 6.1 Comentarios de lectores ... 51
- 6.2 El movimiento llega a las calles ... 56

7. Conclusiones ... 59

8. Bibliografía ... 64

9. Anexo entrevistas



AGRADECIMIENTOS

El proceso de producción que lleva a concretar esta tesis me condujo hacia una primera ponencia en el Congreso de Redcom (2018), a diversos intercambios académicos y a la participación en el Grupo de investigación de la carrera de Ciencias de la Comunicación: "Política y redes sociales" (2017). Todo ello fue posible por el necesario acompañamiento de Ana Slimovich a quien agradezco especialmente con enorme afecto.

Mi reconocimiento también a todas y todos los que acompañan mi paso por la Universidad de Buenos Aires. Como primer universitario de mi familia debo agradecer también a la educación pública. Quienes creemos en una educación inclusiva, plural y de calidad sabemos que la lucha por su defensa no se detiene.

INTRODUCCIÓN



El 25 de noviembre Raúl Castro realiza un anuncio en la Televisión Estatal de Cuba: "con profundo dolor comparezco para informar a nuestro pueblo, a los amigos de nuestra América y del mundo que hoy, 25 de noviembre del 2016 a las 22:29 horas de la noche, falleció el comandante en jefe de la Revolución cubana, Fidel Castro Rus"¹

El breve discurso, construido para ser televisado por cadena nacional, es rápidamente subido por diversos canales de noticias a la red social YouTube. En su mayoría los vídeos superan las doscientas mil reproducciones y poseen cientos de comentarios. Minutos después el vídeo llega a Twitter y a otras redes sociales. En el caso argentino los hashtags #FidelCastro, #Cuba y #Hastasiemprecomante permanecen como Trending Topic durante todo el día 26 de noviembre. También circulan convocatorias de agrupaciones políticas para manifestarse en el Obelisco de la Ciudad de Buenos aires. En Cuba #FidelCastro y #TributoaFidel permanecen activos desde que se da a conocer la noticia, hasta el final de las actividades anunciadas por el gobierno nueve días después. Los acontecimientos son informados por diversos soportes: agencias de noticias, medios y portales webs internacionales que también reproducen el anuncio en sus notas y cuentas. En el transcurso del 26 de noviembre de 2016 los principales referentes y mandatarios del mundo se hacen eco de los acontecimientos haciendo públicos sus saludos a través de sus cuentas.

En las redes circulan: imágenes y discursos históricos, recuerdos, críticas, reflexiones, fotos oficiales, vídeos y cartas abiertas. Al final del día, todo tipo de parodias sobre Fidel Castro, su llegada al paraíso y el encuentro con otros referentes. Los diferentes blogs y redes sociales de disidentes del gobierno tanto en Cuba, como fuera del país, adquieren importancia. Así el Blog *14 y medio* y la cuenta de Twitter @YoaniSánchez aumentan estrepitosamente sus visitas. Ofrecen coberturas y testimonios en tiempo real desde el momento del anuncio. Algunos de sus tweets se comparten más de dos mil veces. Entre otros medios tradicionales de Argentina, el diario La Nación, los emplean en sus notas tanto en la web como en la edición papel publicando *screenshots* de las cuentas.

Los eventos multitudinarios, el cortejo fúnebre y los diversos homenajes se transmitieron en directo por el portal CubaTV que ofrece compartir el link desde su página web a las redes sociales. Como parte de su transmisión actualiza la información sobre el estado de sus cuentas y opiniones de los usuarios. Se expanden coberturas de usuarios "amateurs" vía Periscope, que en muchos casos son tomadas por agencias de noticias. Posteriormente la actividad en las redes sociales retorna en Cuba con el hashtag #YoSoyFidel el 2 de

¹ Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oYwqMZP-Sbw>

enero para un nuevo aniversario de la Revolución. La muerte de Fidel Castro se traduce en extensos focos de debate y discusión en las redes sociales. Así es posible observar un fenómeno en el que diversos usuarios emplean las redes sociales desatando corrientes de circulación mediática frente a la muerte de quien ocupa el liderazgo de la revolución por casi 45 años y es un referente central de la misma junto a las figuras de Raúl Castro y Ernesto Che Guevara luego de su victoria contra Fulgencio Batista.

1.2 Objetivo general

Indagar en la mediatización del movimiento social cubano y argentino luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro.

1.3 Objetivos específicos

- Analizar la circulación hipermediática generada con posterioridad a la muerte de Fidel Castro.
- Analizar las producciones de sentido que los usuarios llevan a cabo en el foro de opinión de lectores de un artículo del diario La Nación.
- Establecer los colectivos políticos en base a los tweets de los internautas y el tipo hashtag al cual se asocian.

1.4 Metodología:

La metodología empleada para este desarrollo es la perspectiva semiótica de Verón sobre el análisis de los discursos (1987) y el dispositivo analítico de la circulación hipermediática contemporánea (Verón, 1987, 1997; Carlón, 2012, 2015, 2016a; Carlón, Fraticelli, Slimovich y Jiménez, 2016) Por otra parte se retoman los aportes de la mediatización de lo político (Verón 1983, 1986, 1998) y del estudio de la política y las redes (Slimovich 2012, 2016, 2018; Gobbi, 2017). Desde la teoría veroniana los fenómenos sociales constituyen una red significante infinita. Los discursos cristalizados por el analista para su estudio constituyen un corpus de análisis sobre el cual se puede reconstruir en parte los procesos de producción de sentido que dieron origen a dicho discurso. Es posible entonces identificar marcas que al estar asociadas a las condiciones de producción se constituyen en huellas. Los discursos, producidos socialmente, poseen condiciones de producción y de reconocimiento. Es decir, otros discursos que operan como condición de

existencia y límite de expansión, y con discursos en reconocimiento, otros discursos que funcionan como lectura y efecto. Para este desarrollo se emplea la metodología del análisis de la circulación hipermediática y su dispositivo analítico (Carlón, 2015, 2016; Carlón, Freticelli, Slimovich y Jiménez, 2016). En cuanto a la perspectiva de la circulación hipermediática contemporánea es necesario en primer lugar observar como se hizo público el caso. Es decir, indagar el discurso de origen. Con posterioridad rastrear repercusiones y movimientos comunicacionales observando los cambios de fase que se generan luego de los diversos puntos de encuentro entre los sistemas mediáticos: el de los medios masivos y el de las redes sociales. Es decir que se trata de “un cambio de escala en la mediatización y, generalmente, de un cambio en la dirección comunicacional” (Carlón, 2016 :18). Por último, es necesario reconstruir los colectivos de actores individuales que se conforman en cada fase teniendo en cuenta que los discursos que “ascienden” desde las redes sociales generan repercusiones que alcanzan los medios masivos. Los usuarios generan discursos que alcanzan el espacio público (Carlón, 2016). Por lo tanto, el análisis se realiza desde el momento del anuncio por cadena nacional la noche del 25 de noviembre de 2016 hasta el 4 de diciembre cuando finalizan los actos y disminuye la intensidad pública de los discursos. Es posible observar una reactivación para el día 2 de enero de 2017 al celebrarse el aniversario de la Revolución Cubana. El corpus está conformado por el discurso oficial sobre la muerte de Fidel Castro en dos sistemas mediáticos: el televisado por cadena nacional y luego subido a las redes sociales como Youtube y Twitter. En este punto es preciso tener en cuenta que tal como sostiene Carlón (2015) la sociedad hipermediatizada está caracterizada por dos sistemas mediáticos: el de los medios masivos - en crisis- y el de las redes sociales. Es ese desarrollo también se emplean las cuentas oficiales de líderes internacionales como: @evoespueblo, @MashiRafael y @mauriciomacri, entre otros. Todas durante el 25 y 4 de diciembre de 2016 en Twitter y la cuenta de Twitter de la periodista cubana Yoani Sánchez durante el mismo periodo. Artículos online de La Nación en Argentina y los comentarios de usuarios. En todos los casos es tenido en cuenta el contenido que los diversos usuarios producen en torno al acontecimiento y el modo en que se agrupan los usuarios empleando Hashtags : #TributoAFidel ; #FidelCastro ; #-YoSoyFidel y #Hastasiemprecomandante. Debido a la trascendencia política se generaron diversos focos de debate y se encausaron todo tipo de referencias al respecto del anuncio, gran parte de ellas se intentaron resumir en el corpus. Por otra parte se realizan una serie de entrevistas cualitativas a los Youtubers

cubanos youtuber 1 , youtuber 2 y youtuber 3. Todo ellos poseen más de 200 usuarios en sus respectivas cuentas. También se incluyen en las entrevistas a dos medios online medio 1 y medio 2. Ambos actores fundamentales al respecto del uso de Internet en Cuba en la actualidad¹.

El anuncio de la muerte de Fidel Castro genera en Cuba y en diversos países del mundo, gran cantidad de producciones y extensos focos de debate. Las nuevas condiciones de circulación mediática (Carlón 2016) posicionan a los usuarios de redes como productores de contenidos. Es por eso que, para el análisis del panorama comunicacional actual, resulta vital observar la producción de los discursos sostenidos en la emergencia de nuevos sujetos y prácticas sociales. Siguiendo a Carlón con la implosión de los tradicionales medios masivos y la emergencia de "nuevos medios" con base en Internet se constituyen nuevas condiciones de circulación discursiva. Los sujetos administran sus propios medios de comunicación y pueden hacer públicos sus discursos cuando lo desean. En este contexto "la circulación alcanza tal complejidad que la imprevisibilidad se ha instalado definitivamente en la vida social" (Carlón, 2016 :30).

En el análisis se aborda el anuncio llevado a cabo por Raúl Castro la noche del 25 de noviembre del 2016 por el canal Estatal de Cuba. En este sentido es necesario retomar la perspectiva sociosemiótica de Verón (1984,1987,1998) para observar la mediatización del discurso político. En este punto resulta central observar que en la actualidad Cuba es un terreno incipiente para el análisis sobre la expansión de Internet y el uso de las redes sociales. Al respecto se retoman diversos abordajes como el de Jenkins (2006) y Scolari (2008). Si bien resulta evidente que la expansión de Internet no se limita solamente a Cuba, sino que se produce como un fenómeno global constante, la isla reúne diversas condiciones que la vuelven un terreno virgen al momento de evidenciar el pasaje de los medios tradicionales a los medios con base en Internet.

Principalmente producto de las negociaciones que el actual gobierno de Miguel Díaz-Canel lleva adelante con Estados Unidos para mejorar el acceso a la red desde los hogares y abrir la conexión desde todos los dispositivos móviles por medio de 3g y 4g, una forma de conexión aún inexistente en el país. Al mismo tiempo nuevos usuarios, sobre todo jóvenes y adolescentes, buscan generar y compartir contenidos desde sus propias redes sociales. En este sentido se realizan para este desarrollo entrevistas a los "nuevos Youtubers" de Cuba. Es preciso evidenciar que la crisis de los medios masivos y el surgimiento de un nuevo sistema de medios con base en la digitalización afectan también a la política. En este sentido "las prácticas políticas se ven influenciadas por las

¹ Los nombres reales de los medios y youtubers han sido reemplazados con fines académicos.

nuevas condiciones de la circulación de los discursos” (Slimovich, 2017 :13).

Se observan nuevas formas de democracia y de ejercer ciudadanía (Slimovich 2012, 2014, 2016). En muchos casos se establecen “espacios de contacto entre los líderes políticos y los ciudadanos sin necesidad de la mediación de los periodistas” (Slimovich, 2017b :190). Las redes sociales son también instrumentos para la apropiación del espacio público y se convierten en zonas de tensión. Al respecto es necesario abordar diversas perspectivas teóricas en relación a los movimientos sociales como las de Touraine (1997), Castells (2012) y Gladwell (2010) al respecto del ciberactivismo y la tecnopolítica. Así como también Fillieule y Tartakowsky (2015) en relación a la construcción del espacio público virtual. Se trata en este desarrollo de abordar en parte, uno de los panoramas posibles sobre el actual escenario virtual de la comunicación en relación a la producción y circulación de sentido.

1.5 Corpus

Se tienen en cuenta para el armado del corpus el discurso de origen, la primera materialización sobre la muerte de Fidel Castro, así como sus repercusiones posteriores en medios masivos y redes sociales. En este sentido para el análisis se emplean los comentarios de usuarios de la red social Twitter desde el 26 de noviembre de 2016 hasta el 2 de enero de 2017 y las opiniones en el foro del diario La Nación sobre una nota publicada el día 28 de noviembre de 2012.

Se realizan además una serie de entrevistas a Youtubers cubanos y dos medios on line. Para la selección se tiene en cuenta a los Youtubers con mayor cantidad de usuarios y visualizaciones. Los mismos deben ser mujeres y hombres menores de 30 años que actualmente viven y producen sus contenidos en Cuba. En función de las categorías son seleccionados: youtuber 1 (8000), youtuber 2 (3000) y youtuber 2 (1500). En cuanto a los medios on line son elegidos: medio 1 y medio 2. Ambos funcionan solamente a través de un portal web y de diversas redes sociales. El target al que dirigen sus producciones se trata de jóvenes cubanos que responden a la franja etaria seleccionada en el caso de los Youtubers. Cada una de las entrevistas fueron pautadas y realizadas por medio de redes sociales e intercambio de emails durante los meses de marzo y mayo de 2018.

MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA



2. Mediatización de la política

En diversas partes del mundo grandes movimientos sociales se aglutinan en las calles en torno al uso de Internet. Son inmediatos, multiformes, colaborativos y en apariencia sin líderes. Gran parte de los mismos se traducen en reivindicaciones que logran perdurar, mutar o incluso extinguirse con inmediatez. Todos los sentidos que adoptan los movimientos en red deben ser tenidos en cuenta en el terreno complejo de las redes sociales y la política. Según el abordaje realizado por Verón (1984, 1987) en la sociedad mediatizada los medios masivos poseen capacidad para construir acontecimientos. Los conflictos, las tensiones, los procesos políticos son pensados y se estructuran en relación directa con la existencia de los mismos.

En términos de Verón (2008) la problemática al respecto de la mediatización de la política puede ser observada desde las formas de emisión y como "se configuran nudos complejos basados en el entrecruzamiento de estrategias vinculadas al dispositivo de cada institución mediática y al posicionamiento específico en el campo de los medios" (Verón, 2008 :223). Es decir que para observar la circulación de los mensajes y el lugar de los usuarios se deben tener en cuenta también las posibilidades y restricciones inherentes a cada dispositivo mediático.

Verón (1986) sostiene al respecto de los nuevos medios, la creación de nuevos espacios imaginarios que "encuentran su especificidad, articulan reglas que le son propias, devienen lugares de producción evenmencial de lo "real" social, administran interfaces y negociaciones entre diferentes juegos de discursos" (p.185). Cada soporte mediático posee reglas y sus formas de construir espacialidad.

Por otra parte es preciso tener en cuenta que en términos de Verón (1987) los discursos son configuraciones espacio temporales de sentido que tienen anclaje social. En este sentido para abordar la semiosis social por medio del análisis, resulta central tener en cuenta que existen reglas de generación y reglas de lectura. Es decir, los dos puntos de vista desde los cuales es posible abordar cualquier conjunto discursivo.

En este contexto operan reglas capaces de dar cuenta de la generación de los discursos o reglas que permiten comprender los efectos de sentido. En cada caso tienen lugar la gramática de producción o las gramáticas de reconocimiento. Las reglas que componen estas gramáticas describen operaciones de asignación de sentido. Estas operaciones consisten en la búsqueda de marcas presentes en la materia significativa. Se habla de *marcas* cuando la relación entre las propiedades significantes y sus condiciones

productivas no es clara; en cambio, se habla de *huellas* cuando la relación queda claramente establecida. Estos aspectos son centrales al momento de analizar las gramáticas de reconocimientos en torno a la producción de los usuarios en las redes.

Finalmente Verón problematiza en su artículo de prensa, el nuevo contenido semántico de la palabra revolución en las redes sociales. En este sentido destaca que se relaciona con "la ocupación masiva, durable y sin violencia, de los espacios urbanos de las ciudades, ocupación que siempre termina encontrando, a pesar de la censura, un camino para entrar en el ciberespacio" (Verón, 27 de febrero de 2011, Perfil, ¿Una nueva metodología?). Desde la visión del autor las redes podrían constituir, la nueva metodología para hacer las revoluciones en los espacios públicos del siglo XXI.

2.1 El discurso político televisado

En primera instancia resulta fundamental recuperar una definición elemental al respecto de lo que Verón (1987b) define como medio de comunicación social: un dispositivo tecnológico de producción reproducción de mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes. Esta caracterización resulta elemental ya permite observar el campo de la historia social de las tecnologías de comunicación que es entonces, para el autor, una historia de los medios. En referencia a esa historicidad, la relación de los medios de comunicación y de las sociedades permanece en continuo cambio. Siguiendo el abordaje del Verón (1984), es posible dar cuenta de una diferenciación entre las sociedades mediáticas (moderna), es decir aquellas donde los medios se instalan, representan y son el reflejo de esa sociedad y el medio por el cual se comunican. Por otra parte, una sociedad en vías de mediatización (postmoderna) que se estructura en relación directa con la existencia de los medios. Es decir que las instituciones, las prácticas, las diversas tensiones sociales, los procesos eleccionarios se piensan y planifican en función de los mismos.

En este sentido el autor advierte que una campaña electoral no es un proceso ajeno , en tanto tal, a los medios y que los medios se limitarían a reflejar, a reproducir, mejor o peor: "una campaña electoral está cada vez más pensada, organizada, dosificada, en función de la televisión" (Verón, 2001 :15). Con el pasaje de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas hay una cantidad cada vez mayor de soportes tecnológicos puestos a disposición de los usuarios.

Es por eso que se generan nuevas formas de discursividad. En términos del semiólogo este pasaje expresa en realidad “la adaptación de las instituciones de las democracias industriales a los medios, que se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social” (Verón, 1991: 224). Resulta necesario en este punto remarcar que siguiendo el desarrollo teórico, la televisión es fundamental en el proceso de mediatización de las sociedades industriales. Fueron los medios de comunicación los que transformaron a las sociedades industriales en sociedades de consumo. Aquí es precisamente donde se sitúa “el papel histórico de la televisión, actor "civilizador" por excelencia en ese proceso” (Verón, 1995: 228). En este sentido el autor despliega parte de su teoría en base al análisis de los medios tradicionales. Evidenciando además que “la televisión para el gran público” posee en las sociedades industriales dos ejes centrales: la información como el género principal y el directo como su modalidad discursiva básica. En este contexto durante la década de 1980 se acelera la mediatización de lo político y es la televisión la que constituye el principal soporte de este proceso. En este punto intervienen no solo la evolución de las comunicaciones sino diversos factores como la crisis de legitimidad política. Cabe destacar sobre este último punto que en términos del autor al respecto de la mediatización de lo político, es la política “la que pierde terreno en relación con los medios, tratando de lograr el dominio de los medios a toda costa, los políticos perdieron el dominio de su propia esfera” (Verón, 1995: 230).

En los análisis que desarrolla el teórico (1984) sobre los debates televisados, se evidencia que los actores políticos pugnan por producir efectos de sentido y con ello: los puntos de contacto, la mirada a cámara, el espacio umbilical. De esta forma la credibilidad, antes reservada al presentador del programa televisivo, permanece en tensión producto de que son los políticos quienes también intentan dominar el dispositivo audiovisual en el que se encuentran. Es decir, se construyen una serie de estrategias en torno a la apropiación de la espacialidad y la atención del espectador. De esta forma la estrategia política debió realizar un pasaje de lo simbólico (dominar el lenguaje) a lo metonímico (establecer formas de contacto). Dicho de otro modo la mediatización de lo político fuerza a este campo a traducirse en códigos indiciales: “la estrategia política deviene en estrategia de dominio de las configuraciones espaciales del imaginario televisivo y, simultáneamente, la puesta en espacio de los grandes programas políticos, en apuesta crucial” (Verón, 1984: 31). Sobre este punto Verón (1984) advierte que el proceso de mediatización de las sociedades industriales democráticas se lleva a cabo por el emplazamiento de nuevos espacios imaginarios. Poco a poco, estos espacios toman forma y se autonomizan:

“encuentran su especificidad, articulan reglas que les son propias, devienen lugares de producción evenemencial de lo “real” social, administran interfaces y negociaciones entre diferentes juegos de discursos” (p.37).

La televisión permite aumentar la complejidad y enriquecer la comunicación política. El principal desafío en este contexto, se centra en la construcción de colectivos perdurables. La construcción de una nueva legitimidad, en torno a la credibilidad del discurso y de la figura del político, plantea el problema de una "revalorización del componente lingüístico" en el contexto de la televisión. De lo contrario las estrategias discursivas de los políticos se vuelven empobrecidas y se reducen, impidiendo la construcción de colectivos identitarios a largo plazo. Resulta justo observar en este punto que existe una "comunidad " de espectadores que de algún modo comparte la experiencia televisiva, en base a dicha instancia es que se evidencia una forma de vínculo o de identidad en torno al mensaje político.

Según Verón (1984) en un discurso, sea cual fuere su naturaleza, “las modalidades del decir construyen, al dispositivo de enunciación” (p.173). Siguiendo al autor es posible observar que dicho dispositivo incluye una serie de características que permiten dar cuenta de ciertos aspectos en el anuncio oficial llevado a cabo por Raúl Castro.

En primer término la imagen del que habla, es decir del enunciador, permite identificar la relación entre el modo de anunciar la noticia y la imagen de un presidente. Tal como se observa en el discurso televisado la noche del 25 de noviembre, el cuerpo de Raúl Castro posee espesor en el centro de la escena y emite signos de fortaleza que solo abandona segundos antes de que concluya la cadena nacional. Cabe recuperar tal como refiere Carlón (2015) que en el vivo televisivo el cuerpo político permanece a la intemperie. Es por eso sin advertirlo segundos antes de finalizar la emisión se observa al mandatario dejar caer las hojas del discurso y suspirar. El entonces Presidente de Cuba lleva a cabo la lectura de un breve discurso que alterna con la mirada a cámara , empleando un tono solemne. Se observan además diversas fotografías que hacen sentido con la vida oficial del mandatario y rostros de personalidades históricas de la revolución. Recuperando a Verón (2004), la puesta en espacio del cuerpo significativo y el ensanchamiento del espacio del estudio, mediante los recursos de hacer visible su contenido, se convierten en dos procesos inseparables.

En segundo lugar el productor del discurso no solamente construye su lugar como enunciador de un discurso político sino también define a su destinatario, en este caso explicitando "querido pueblo de Cuba" y " a los amigos de nuestra América y del mundo".

Además busca cercanía al destinatario, de esta manera se menciona a Fidel Castro como "líder y comandante de la revolución" y "fundador de la revolución Cubana" , pero también como el "compañero Fidel". En este sentido se evidencia un tipo de relación "entre el enunciador y el destinatario que se propone en el discurso y a través del discurso" (Verón, 2004 :173). Hasta este punto fue posible abordar la mediatización de lo político desde la perspectiva de Verón. Partiendo de la distinción entre sociedades mediáticas y mediatizadas, cabe destacar que ambas se caracterizaron por un solo sistema de medios, el de los medios masivos. En la actualidad se da la expansión de un nuevo sistema de medios con base en Internet (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etcétera) que se apoya en la digitalización, la convergencia y interactividad. De este modo en la sociedad contemporánea hipermediatizada ocurre una nueva fase en la historia de la mediatización producto del ascenso de los sujetos como productores de contenido ya que todos pueden publicar desde sus propias cuentas de redes sociales.

2.2 Los sujetos mediáticos

Según Carlón (2016) es preciso tener en cuenta tres factores centrales en el análisis de la comunicación contemporánea: la crisis de los medios masivos, la emergencia de un nuevo sistema de mediatización (con base en la digitalización) y la emergencia de nuevos sujetos y prácticas sociales. En términos del desarrollo teórico del autor, en el panorama actual los usuarios se posicionan como productores de contenidos. Es decir que "los internautas disponen muchas de sus prácticas sociales en función de sus propios medios de comunicación" (Carlón, 2016 :45). Es necesario observar a las redes como una zona de producción de sentido en continua tensión.

En la actualidad, la crisis de los medios masivos y el surgimiento de un nuevo sistema mediático produce un tipo de circulación más compleja y dinámica. De esta manera las actuales sociedades hipermediatizadas, se encuentran en una nueva fase en la historia de la mediatización ya que el sistema de medios masivos convive con un nuevo sistema de medios en Internet. En este contexto se produce el ascenso del rol de los sujetos (Carlón, 2012), es decir que sus producciones discursivas logran alcanzar el espacio público por medio de las redes sociales. "Es un cambio que se debe en primer lugar al hecho de que los sujetos pasaron de estar en reconocimiento (frente a los discursos de los medios masivos) a estar tanto en reconocimiento como en producción" (p.7).

Siguiendo a Carlón en el contexto de una sociedad hipermediatizada los sentidos de la comunicación serán pensados en múltiples direcciones: descendente, que se desarrolla desde los dispositivos socio-institucionales a los colectivos de actores individuales (Verón, 2013) y otras dos direcciones comunicativas necesarias para completar el modelo de comunicación contemporánea: la ascendente (que emerge “desde abajo” - botton up) y la horizontal (que se establece en intercambios entre pares). Desde ésta perspectiva se busca observar el proceso de circulación hipermediática bajo las nuevas condiciones de circulación discursiva. Luego del anuncio televisivo de la muerte de Fidel Castro. Los sujetos generan desde sus cuentas en redes sociales contenidos en base a la noticia. En este sentido es que "en la sociedad hipermediática los dos sistemas están en permanente relación y cada punto de contacto entre ellos establece una relación intermediática que desencadena un proceso de incremento de la complejidad" (Carlón, 2016 :19).

La trasmisión televisiva en vivo por el canal estatal CubaTv insta a los internautas a interactuar por medio de sus redes sociales. En este sentido se evidencia el estatuto de las actuales trasmisiones televisivas. Es posible observar un discurso convergente en el que se encuentran dos discursividades, las que provienen de los medios masivos y aquellas que provienen de los medios digitales. Los medios de comunicación, y en la actualidad aquellos con base en Internet, ocupan un espacio central en torno a los acontecimientos sociales y políticos. En este sentido son los usuarios quienes pueden producir contenidos mientras suceden los hechos.

Por su parte Scolari (2008) construye una oposición "entre las formas de comunicación digital y la tradicional comunicación de masas" (p.45). Los sujetos deben adaptarse a los procesos tecnológicos en el pasaje hacia las "hipermediaciones". Los contenidos mediáticos circulan y son los usuarios quiénes mediante formas activas de participación vuelven "difusas" las divisiones entre productores y consumidores.

En este contexto ocurre un proceso de convergencia mediática, tal como refiere Jenkins (2006), la misma se da en término de múltiples plataformas, la cooperación entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias.

2.3 Modelo de la circulación hipermediática contemporánea

En la sociedad hipermediatizada, en la cual conviven el sistema de medios masivos y el sistema de medios con base en Internet, los actores individuales generan colectivos y direcciones comunicaciones. Además “de la histórica “descendente” –desde los medios

masivos hacia los actores individuales– se incorporan la “horizontal” –entre enunciadores de igual estatuto– y la “ascendente”: surgen desde las redes sociales y generan repercusiones, e incluso colectivos, que alcanzan los medios masivos” (Slimovich, 2017, :5). Siguiendo el enfoque analítico de la circulación contemporánea (Carlón 2016, 2016b, 2017) se deben reconstruir las relaciones intrasistémicas y las intersistémicas.

“Las primeras se producen en el seno de cualquiera de los dos sistemas, ya sea el de los medios masivos o el de los “nuevos medios”: Las intersistémicas, en cambio, se dan cuando se ponen en contacto los dos sistemas son relaciones hipermediáticas y es muy común que consistan en apropiaciones que las redes realizan de contenidos de los medios masivos o al revés” (Carlón, 2017 :14).

En este sentido se emplea como herramienta metodológica el modelo que permite graficar la circulación del caso. Es decir indagar cómo se hace público el anuncio de la muerte de Fidel Castro. Luego rastrear al repercusiones y los movimientos comunicaciones que se generan. Por este motivo, en el análisis se grafica la dirección comunicacional de los movimientos y cada una de sus fases. Es preciso evidenciar que se produce un cambio de “fase” cuando hay un punto de encuentro entre los dos sistemas mediáticos: el sistema de los medios masivos y el sistema de las redes sociales (Carlón, 2015).

Siguiendo el modelo analítico se emplea en cada gráfico una línea de tiempo que incluye la fecha en la que fue emitido o publicado cada discurso o conjunto de discursos. “Desde la conceptualización del dispositivo analítico se concluye que sólo a partir de la línea de tiempo es posible rastrear el estatuto del enunciador y la dirección comunicacional del caso que se analiza” (Carlón, 2016: 18)

Finalmente es preciso observar el modo en que cada grupo de usuarios se articula en torno al uso de hashtags, esto permite observar las relaciones y llevar a cabo un análisis de las gramáticas de reconocimiento (Verón, 1983). El dispositivo analítico que propone Carlón (2015), siguiendo el modelo de Verón (1997), conceptualiza la mediatización contemporánea en cuatro figuras: instituciones, medios, colectivos e individuos. Cada una de estas figuras es recuperada en el análisis para observar el modo en que surgen y se transforman en cada fase de la circulación.

POLÍTICA Y REDES SOCIALES



3 Política y redes sociales

Slimovich (2012; 2014; 2016; 2017) da cuenta de las perspectivas necesarias para el análisis de la relación entre la política contemporánea y las redes sociales. Ocurre un doble anclaje, los hechos de trascendencia política y social, producen efectos en lo mediático y formas de circulación. Por otra parte, las lógicas de lo mediático intervienen afectando las formas de lo político. Se observa en el análisis el modo en que operan diversas “*microargumentaciones multimediáticas*” (Slimovich 2012, 2014, 2016b). Tal como refiere la autora las mismas aparecen en publicaciones en forma de brevedades que atraviesan distintos medios y apuntan a convencer. En este sentido este tipo de argumentaciones digitales están vinculadas al proceso contemporáneo de mediatización de la política y afectan a la gran mayoría de los discursos políticos en las redes sociales. “Se trata de microargumentaciones que están pildorizadas (se encuentran condensadas) y cierran su sentido de modo convergente” (Slimovich, 2018 :42).

Por otra parte se evidencian los nuevos tipos de relaciones entre los colectivos de ciudadanos: usuarios de redes y movimientos sociales en torno al uso de hashtags. En este sentido la autora sostiene que “el análisis hipermediático del proceso de digitalización de la política —esto es, de la circulación de los discursos políticos en las redes sociales y en los medios masivos— aporta indicios para determinar los cambios en las formas de la democracia” (Slimovich, 2017: 26). Es decir se plantean nuevas formas de lo político, sostenidas por producciones de sentido que se generan en las redes sociales. Surgen entonces modos de reacción frente a la institución política, convocatorias a ocupar el espacio público y diversas formas de ciberactivismo y ciberprotesta.

Es preciso destacar que la relación del discurso y el cuerpo político con los nuevos medios configura un tipo de interacción sin intermediarios. Generando “nuevos vínculos entre representantes-representados” (Slimovich, 2012 :1). Se trata entonces de nuevas formas de participación que, de algún modo, alteran y corren los límites del paisaje mediático contemporáneo y con ello de la participación política.

Por otra parte se afirma una “convergencia cultural” (Jenkins, 2008), es decir nuevas formas de interacción, por ejemplo, en comunidades de usuarios y de lenguajes y nuevas formas de lo político que se sustentan en “nuevos escenarios y entrecruzamientos de actores de la información, gobernantes y ciudadanos” (Slimovich, 2012 :137). Cobran un espacio central la relación de los internautas con las nuevas vías de acceso al debate y a la información política.

Es posible evidenciar la relación de las redes sociales y los conflictos políticos en diversos momentos de la historia reciente. Uno de ellos es el caso de "Los Indignados" en España o la revolución de Egipto. Ambos son aspectos que inician las investigaciones en nuevas formas de comunicación y movimientos sociales por parte de Manuel Castells (2012). Dicha perspectiva permite reflexionar sobre el lugar de los usuarios frente a los sucesos políticos trascendentes. El autor realiza un análisis sobre los usuarios de redes sociales y sus respectivas cuentas en contextos de conflictividad, estableciendo un ciclo para los movimientos virtuales y la trascendencia de la opinión en las redes. En términos del autor las redes de comunicación son fuente decisiva de construcción de poder. El mismo es "controlado en la "sociedad red" por los programadores, los conmutadores y las grandes élites y corporaciones mediáticas con influencia en el poder político" (Castells, 2012 :26). Sin embargo los movimientos sociales ejercen un tipo de contraponer, construyéndose a sí mismos mediante un proceso de comunicación autónoma y libre de control de poder institucional. Desde este punto el autor sostiene que "aunque los movimientos pueden desarrollarse o estar arraigados en espacios urbanos mediante la ocupación y las manifestaciones, su existencia continuada tiene lugar en el espacio libre de Internet" (p.212). En este sentido es que el teórico caracteriza a los movimientos contemporáneos o de la "sociedad red" como movimientos emocionales, que poseen la capacidad de transformar la emoción en acción.

La actividad de los usuarios no se resume a la opinión o el debate por medio de las redes sociales. Sino en crear formas de vinculación que les permitan luego, traducir la manifestación al espacio público. En las redes sociales se construye una escena no solo en base al contagio sino a la convergencia, evidenciando un "espacio público virtual" (Castells, 2012) en el que las grandes mayorías pueden encontrar participación. Desde aquí es que los movimientos sociales en red vulneran los controles gubernamentales construyendo formas de contrapoder. Por otra parte, resulta justo preguntarse por el control gubernamental de acceso a Internet, es decir que ocurre cuando los usuarios no poseen acceso a la red. En este punto es preciso observar que, en diversos hechos de trascendencia, como la revolución del Jazmín iniciada en Egipto, la sociedad red desarrolla por sí misma estrategias de colaboración para evadir las restricciones. Ya sea por medio de la cooperación internacional o estrategias compartidas entre usuarios. Gran parte de los movimientos organizados de Internet evidencian capacidad de organización e interconexión a nivel global.

Castells (2012) afirma " a lo largo de la historia, los movimientos sociales han sido, y siguen siendo, las palancas del cambio social" (p.209). Se evidencia que los movimientos sociales, en diversas partes del mundo, tienen una característica común y es estar conectados a la red de múltiples formas. Esto les permite ser locales y globales a la vez. Es decir poseen capacidad de comunicarse, convocar en su contexto y de informar y cooperar al mismo tiempo, en diversas partes del mundo. Teniendo la capacidad de reproducirse con similares características en diversos puntos. Así lo demuestra el caso de España y Estados Unidos durante el llamado a ocupar Wall Street, donde muchas de las convocatorias provenían desde regiones de España. Generan en este sentido formas de cooperación que en apariencia no necesitan de líderes formales. "Es a través de las redes de comunicación como los movimientos viven y actúan, obviamente en interacción con la comunicación cara a cara y con la ocupación del espacio público" (Castells, 2012 :217)

3.1 Movimientos sociales hipermediáticos

Tal como refiere Slimovich (2018) "los medios masivos de comunicación y los que poseen base en Internet constituyen el espacio de la política contemporánea" (p.159). Siguiendo esta afirmación es necesario evidenciar que este hecho se enmarca no solamente en la incorporación de los políticos a las lógicas de Internet, sino en un nuevo tipo de sociedad que Carlón (2015) define como hipermediatizada contemporánea. La misma inaugura una nueva fase en la historia de la mediatización, sostenida en el ascenso del rol de los sujetos (Carlón, 2012), pues las producciones discursivas de los mismos logran alcanzar el espacio público por medio de las redes sociales. "Con la digitalización de la política se ha producido un ensanchamiento del espacio público" (Slimovich y Lay, 2018 :2). En la actualidad se constituyen en torno a las redes sociales diversas producciones y discursos ciudadanos. De esta forma pueden articularse en "reacción a una decisión gubernamental de la institución política" (Slimovich, 2017a :29). Del mismo modo hay movimientos sociales que están asentados en las redes sociales y tienden a traducir sus demandas al espacio urbano (Castells, 2012) a favor o en contra de políticas oficiales.

En este sentido tal como refiere Slimovich y Lay (2018) en las redes sociales mediáticas el público replicante no solo lo integran las personas que militan o pertenecen a los partidos políticos, sino que se han sumado distintos tipos de enunciadores políticos y, a la vez, se han generado "nuevos tipos de discursos y de prácticas políticas digitales" (p.3). Las redes sociales son medios convergentes y además de permitir "enunciaciones

broadcast (uno a muchos) y de ‘arriba a bajo’ permiten, a diferencia de los masivos, que desde ‘abajo’ se puedan hacer circular discursos por espacios públicos” (Slimovich, 2012 :8). En este sentido es que pueden explicarse gran parte de los movimientos que desde las redes sociales ocupan el espacio público con sus demandas y reivindicaciones.

Slimovich y Lay (2017) abordan la relación entre las redes sociales, el espacio público, los movimientos sociales contemporáneos y la circulación de lo político en el movimiento de protesta que se da en México en el año 2014 luego de la desaparición de 43 estudiantes. En este desarrollo se evidencian “los nuevos tipos de relaciones entre los colectivos de ciudadanos, los actores políticos y la institución política” (p.15). Tal como da cuenta el análisis existen antecedentes previos para generar la movilización del 2014, entre ellos el movimiento #YoSoy132. Este colectivo “se constituyó en una referencia muy clara en México, respecto del uso y apropiación de las redes sociales en la protesta y movilización social” (p.6).

Al respecto del caso de los estudiantes de Ayotzinapa el inicio del análisis se constituye en una nota periodística. Ese discurso en el cual se anuncia un acontecimiento violento en Iguala ha generado réplicas discursivas en los dos sistemas mediáticos (medios masivos y medios de Internet). “La difusión de esas notas generó movimientos horizontales, pues con posterioridad otros medios masivos también comunicaron la noticia” (p.9). Los usuarios de las redes se agrupan en torno a la difusión del hecho y emplean el hashtag #Ayotzinapa. Con posterioridad se produce un cambio de fase producto del discurso presidencial de Peña Nieto transmitido por la televisión y replicado en otros medios masivos. Tal como refiere la investigación en el contexto de la primera movilización nacional los usuarios emplean el hashtag #AyotzinapaSomosTodos. Luego los hashtags que aglutinaron a los internautas y sus protestas fueron “#UnaLuzPorAyotzinapa, #AyotzinapaSomosTodos y #AccionGlobalporAyotzinapa, convocando de manera explícita a que se transformara en un pedido internacional” (p.10). La evolución del caso lleva a una nueva fase producto de la intervención de Peña Nieto en los medios. El caso descendió así rápidamente a las redes sociales, “pues a raíz de las declaraciones emitidas públicamente, los internautas instalaron el hashtag #YaSupérenlo que se articuló con el #YaMeCansé” (p.11). Este abordaje resulta pertinente ya que permite dar cuenta del modo en que funcionan la circulación hipermediática como reacción a una intervención estatal. Además se observa que “las movilizaciones de protesta ciudadana generan una reacción de la institución política” (p.16).

Por otro lado Slimovich (2018), da cuenta de un nuevo proceso de mediatización en el

que se han sumado enunciadores políticos y se “han generado nuevos tipos de discursos políticos y prácticas políticas digitales” (p.159). En este sentido la autora analiza la circulación de un conflicto mediatizado entre el Presidente argentino Mauricio Macri y el conductor televisivo Marcelo Tinelli. En este sentido emplea la caracterización de colectivos de usuarios teniendo en cuenta la triple destinación del discurso político (Verón, 1987) : el *pro-destinatario*, el *contra-destinatario* y el *para-destinatario*. De este modo establece las caracterizaciones de *Internautas seguidores*, *internautas opositores* e *internautas ciudadanos sin opción electoral*.

Es preciso destacar que en términos del análisis el inicio del caso tiene lugar con el hashtag #TinelliMercenarioK el día 12 de julio de 2016. En este contexto, “existen discursos políticos que alcanzan el espacio público mediatizado y provienen de internautas ciudadanos como así también de trolls y bots” (p.160). Desde el análisis se evidencian diversos discursos en reconocimiento entre ellos una nota que proviene del diario Perfil donde se destaca “el estudio de una consultora al respecto de la presencia de bots y trolls que emularon el comportamiento de un internauta opositor a Tinelli y al Kirchnerismo” (p.171).

Luego se da un nuevo cambio de fase, el hashtag #HoyApagonaTinelli se articula con #NoSoyTroll “en respuesta a las repercusiones en medios masivos que denunciaban la campaña de trolls, organizando un boicot a Tinelli y procurando mostrar que los internautas macristas son personas de carne y hueso” (p.172). Finalmente un encuentro entre ambos protagonistas se plasma en las redes sociales. Siguiendo el desarrollo propuesto por la autora el vídeo asciende inmediatamente a los medios tradicionales y luego “desciende a los conjuntos de internautas seguidores macristas que replicaron el tema y el vídeo” (p.176). Las conclusiones del análisis permiten dar cuenta de la “dirección ascendente/descendente del caso, puesto que se genera un movimiento de protesta de los internautas y un boicot a Tinelli desde las redes sociales hacia los medios masivos que replican el tema” (p.179). Así mismo se evidencian los colectivos políticos reunidos en torno al uso de hashtags y el modo en que los mismos se disuelven.

Siguiendo la clave de dicho desarrollo, las tres caracterizaciones planteadas son empleadas para evaluar en este análisis como se establecen los colectivos de usuarios con respecto a la mediatización de la muerte de Fidel Castro. En este sentido los “*Internautas seguidores*” (Slimovich, 2012) quienes se articulan como seguidores o adherentes a los ideales de la Revolución Cubana y la figura de Fidel Castro, por su parte los “*internautas opositores*” (Slimovich, 2012) son aquellos que construyen un adversario

político que tiende a ser "Anticastro" y en último lugar los "*internautas ciudadanos sin opción electoral*" (Slimovich, 2012) son usuarios que producen discursividades desde sus cuentas pero sin expresar una opción a favor o en contra.

Otro análisis central a este desarrollo permite observar el caso del movimiento argentino de protesta por el aumento de tarifas de servicios públicos en 2016 (Slimovich, 2017b). El inicio del caso tiene lugar en una emisión televisiva donde el titular de la Asociación de Defensa de los Derechos de los Usuarios convoca a un ruidazo contra el aumento de las tarifas. "Se trata de un caso de comunicación con origen descendente (Carlón, 2015) puesto que se origina en los medios masivos, en la televisión, y desciende hacia las redes sociales" (Slimovich, 2017b :21). El gráfico de la circulación llevado a cabo en el análisis permite observar en primer término que los usuarios se asociaron al uso del hashtag #14JNoalTarifazo y luego un cambio de fase en el que se produce un quiebre de sentido puesto que "se crea en los discursos digitales una convocatoria que implica una ocupación del espacio urbano" (p.24). El día 14 de julio de 2016 se producen diversas manifestaciones en el país contra el aumento de tarifas. En este sentido los medios masivos tradicionales reproducen las ocupaciones del espacio público. De esta manera se produce un "ascenso" de la convocatoria a los al sistema de los medios masivos. Luego se produce un nuevo cambio de fase y un descenso hacia las redes. Los discursos de los usuarios continúan asociados al hashtag #14JNoalTarifazo. En este punto el análisis evidencia que muchos de los internautas desconocidos denuncian la invisibilización mediática de la protesta ciudadana. Es decir, "surgieron enunciadores políticos emergentes en oposición a la institución política y también a la mediática" (p.27). Es preciso destacar que el análisis de la movilización generada en torno al aumento de tarifas permite observar un movimiento descendente/ascendente que surge de un medio masivo y luego un "movimiento horizontal ya que el anuncio se replica en otros medios masivos (radio y prensa gráfica) y en el mismo momento que las réplicas en los medios masivos, se establece una dirección descendente dado que estallan las repercusiones en las redes sociales" (p.30). Generando además discursos en reconocimiento en otros medios de comunicación.

Finalmente es preciso destacar que tal como se evidencia en el desarrollo propuesto por la autora, el anuncio televisado cambia de sentido al llegar a las redes sociales. Es decir de un llamado a un ruidazo se transforma en una acción de protesta para ocupar el espacio público. Si retomamos las conceptualizaciones del modelo analítico de la circulación hipermediática contemporánea, "podemos sostener que el movimiento nace en

los medios masivos y, al descender hacia las redes sociales, la dimensión individual queda relegada frente a la política” (p.31). En este sentido tal como advierte Slimovich el “ruidazo es desplazado por la movilización que posee su principal foco de interés en vetar la decisión gubernamental del aumento de tarifas” (p.31).

Es preciso aclarar que en los próximos capítulos gran parte del abordaje teórico desarrollado en estos casos serán retomados como una referencia fundamental para el análisis de la circulación mediática luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro.

3.2 Participación política en las redes

Fillieule y Tartakowsky (2015) definen la manifestación como “un modo de expresión política que se despliega en el espacio público” (p.10). Siguiendo el desarrollo de las autoras, avanzado el siglo XX la manifestación y los medios de comunicación entablan un tipo de relación en la que la espectacularización y el despliegue de puestas en escena obligan a los sujetos a nuevas prácticas para manifestarse. En este sentido los movimientos sociales dependen de la visibilidad en la esfera pública. La instalación y el desarrollo de la manifestación “dependen de las relaciones intergrupales en las que están envueltos los participantes” (p.115). La heterogeneidad de entidades dentro de los grupos puede llevar a que la acción colectiva se disuelva o se oriente a pequeñas unidades dislocadas. En el mismo sentido se establecen en los movimientos políticos formas elementales de vínculos entre los participantes. Es decir, una búsqueda de solidaridad e identidad produciendo un efecto socializador. De no existir formas de pertenencia los sujetos tienden a sentirse aislados, es por eso que existe una necesidad por producir y difundir. Si bien el abordaje tiende a estudiar los movimientos sociales que se dan en Francia y particularmente el modo en que se constituyen como formas de ocupar la calle y edificios gubernamentales por medio de manifestaciones. Es posible relacionar estrechamente el análisis que llevan a cabo con el funcionamiento de los usuarios en las redes.

Al manifestar se pone en juego “un repertorio de conductas militantes instituidas, definido tanto por gestos y técnicas, como por representaciones y sentimientos activados en el enfrentamiento, más o menos ritualizado” (p.130). Los ciclos de atención mediática son centrales en la vida pública de la manifestación y dentro de este abordaje su mediatización dependerá de lo espectacular y conflictivo.

Al igual que cualquier otro sistema mediático , el de las redes sociales posee modos de

trascender, de ampliar la repercusión basado en estrategias propias del dispositivo y de su interacción con los usuarios. Las redes sociales permiten formas de producción y formas de acción, lo que en términos de Fernández (2008): "megustear, compartir, favear, conectar, seguir, aceptar, entre otras, son acciones que realiza el individuo, no sólo emisiones o recepciones discursivas" (p.4). Sobre esta base se traducen formas de participar en los acontecimientos políticos que suponen un usuario activo.

En este sentido se da paso a las "prácticas tecnopolíticas" (Toret y Serrano 2013), es decir una masa crítica de sujetos que en forma de multitud conectada, extiende tácticas y estrategias de comunicación, organización y acción colectiva mediadas por la tecnología. Desde este punto es posible romper con todo desarrollo teórico, que posicione a un sujeto como un mero espectador frente a la pantalla. Si bien pueden existir formas de dominación o de orientar la agenda mediática, es necesario observar que los usuarios son activos frente a las redes. Sobre todo cuando las mismas están en relación con la política.

3.3 Los movimientos previos a Internet

Gladwell (2010) elabora formas que contradicen las posturas más "esperanzadoras" sobre el uso de Internet y la participación política. En su artículo "La revolución no será Twitteada", refiere que es preciso en primer instancia observar los medios como históricos. En este sentido el autor advierte que los movimientos sociales son previos y prevalecen a pesar de las redes. Es decir, que si bien en la actualidad hay una reinención del activismo con el uso de Internet, no son las redes las que generan los movimientos sociales. Es por eso que evidencia diversas instancias de manifestaciones multitudinarias y formas de participación política que son previas a la existencia de las redes. Por ejemplo la resistencia y la lucha por derechos civiles llevada adelante por la comunicada Afroamericana en Estados Unidos en la década de los sesenta: "Estos eventos se convirtieron en una batalla por los derechos civiles que envolvió al sur durante el resto de la década –y sucedió sin mails, sin mensajes de texto, sin Facebook y sin Twitter" (p.1). De algún modo el autor se enfrenta a las posiciones absolutas que determinan a las redes como la fuente inicial de los actuales movimientos sociales. Según Gradwell el activismo requiere de lazos fuertes entre sus participantes. Es decir, debe existir identidad de aspiraciones pero también contacto directo y duradero entre los activistas. Situación que para el autor, no ocurre en el vínculo de los internautas, siendo distante y menos estable. "Si una vez los activistas se definieron por sus causas, hoy se

definen por sus herramientas” (p.1). Por otra parte diferencia el activismo tradicional de su variante online ya que carece de orden jerárquico. Desde su perspectiva las redes sociales son adaptables a los acontecimientos, en este sentido se abre la posibilidad de restituir contenidos y usuarios continuamente. Si bien es más fácil expresarse por medio de las redes, es más difícil que esa expresión tenga impacto, y sobre todo que se sostenga su trayectoria pública. “A diferencia de las jerarquías, con sus reglas y procedimientos, las redes no están controladas por una autoridad central. Las decisiones se toman por consenso, y los lazos que unen a la gente con el grupo son flojos” (Gladwell, 2010 :2).

En este contexto es posible evidenciar que las redes sociales instauran una paradoja. Permiten participar y opinar en total libertad, pero al mismo tiempo tiende a reforzar el estatus quo y a hacer más eficaz el orden social establecido. Los ciberactivistas, motivados por un hecho concreto, despliegan una serie producciones en las redes para desaparecer rápidamente. Es decir que con gran dificultad las demandas de los usuarios puedan lograr el cambio o traducirse del espacio público virtual al real.

3.4 Los movimientos sociales de la última década

Pese a las diversas posturas y desarrollos teóricos sobre los movimientos sociales en red. Es posible evidenciar diversos ejemplos de movimientos sociales hipermediáticos en la última década. Es por eso que se retoman una serie de casos en los cuales se observa el uso de las redes sociales como manifestación que se traduce en el espacio público real. La elección de los mismos no solamente se basa en su importancia temporal. Sino en que cada uno constituye un antecedente necesario para luego llevar a cabo el análisis del movimiento generado en torno al anuncio oficial sobre la muerte de Fidel Castro.

En lo que sigue se observa a los usuarios en su pasaje a generadores de contenidos, y no como meros espectadores, empleando las redes como forma de participación política. Sobre éstos aspectos es vital tener en cuenta no solamente el modo en que se reproducen los mensajes sino también la trascendencia pública de los mismos.

3.5 La revolución en Egipto: las redes se expanden

En diversos abordajes sobre movimientos sociales en red (Castells 2012; Slimovich 2012, 2017; Valdetaro 2016) es posible observar que, al menos en los que obtuvieron mayor

visibilidad en los últimos diez años, su conformación es una respuesta a la falta de representación política. La Revolución del Jazmín no excede a esta premisa. Dos hechos significativos confluyen en la revolución: en primer término, es uno de los primeros movimientos que logra masividad a través de las redes sociales y en segundo lugar alcanza una de sus mayores reivindicaciones: derrocar a un gobierno dictatorial. Aunque de forma concisa resulta necesario recuperar la historia sobre el inicio del movimiento. El mismo tiene lugar el 17 de diciembre de 2010 cuando Mohamen Buazizi un ciudadano tunecino se inmola frente a una oficina de gobierno como protesta al régimen que gobernaba al país. La acción de Buazizi fue subida a la red social Youtube, y compartida rápidamente. Recuperando el análisis de Carlón sobre ésta red social, “es posible afirmar que Youtube habla todos los lenguajes conocidos” (Carlón, 2012 :17). Es decir que contiene los principales dispositivos y lenguajes audiovisuales de los medios masivos como propios de la red social.

Los usuarios advirtiendo la acción de Buazizi, trasformaron la indignación que produjo su muerte, en formas de acción que generalizaron el reclamo contra el gobierno. En pocos días se iniciaron diversas manifestaciones espontaneas en todo el país. Las imágenes de la represión por parte de la policía y los llamados a tomar las calles se difunden en las redes sociales de Internet y amplifican la protesta. Conforme se difunde el movimiento se activan las redes móviles, los SMS, los tweets y las páginas en Facebook. En términos de proceso se constituye un sistema de comunicación y organización en torno a la protesta: el mismo no posee centro ni líderes. En este sentido con suma eficacia, desborda la censura y la represión.

Al extenderse la revolución a Egipto, el Estado toma una medida sin precedentes en la región: Entre el 27 y 28 de enero de 2011 logra bloquear casi completamente Internet para evitar el acceso a redes sociales y telefonía, instrumento elemental de convocatoria a las movilizaciones. En este punto se ponen en juego las estrategias de los usuarios de la sociedad en red. La comunidad global de Internet (Castells, 2012), organizada en diversas instituciones acuden a la ayuda de Egipto. Incluso Twitter crea @Twitterglobalpr un sistema de speak to tweet para mantener llamadas. Las redes sociales generaron en Túnez, un híbrido de libertad, generando un antecedente para los movimientos sociales en red, que rápidamente se extenderán por el mundo.

3.6 El 15m España: la indignación a la calle

Durante el transcurso del año 2011 se generaron en diversas partes del mundo movimientos sociales en red, “inaugurando una nueva especie de comportamiento político colectivo autoorganizado” (Toret, 2013 :09). Los principales movimientos iniciados en ese periodo son: los levantamientos en el mundo árabe, el llamado a ocupar Wall Street, el movimiento yo soy 132 en México, el 15m en España. Todos ellos son en definitiva levantamientos civiles de multitudes conectadas. Inscritas en un complejo entramado global del sistema capitalista en crisis. Entre los diversos puntos de contacto de los movimientos, una de sus características comunes es estar integrados por nuevos actores políticos que buscan mostrar su descontento.

Uno de los lemas con mayor difusión dentro del movimiento del 15m fue *"Error 404. Democracy not found"*. Al tratarse de un movimiento en red desde sus inicios, es posible advertir que gran parte de sus reivindicaciones son frases cortas, casi respetando los 140 caracteres de Twitter. Sin embargo, sus lemas representan las características esenciales del movimiento: un grupo de jóvenes excluidos del sistema, sin representación política y con una fuerte crítica hacia las medidas económicas del gobierno. Tal como refiere Castells: “frente a los ojos de los partidos políticos tradicionales, una masa crítica se extendía en la red. En las calles, un movimiento autogestionado, asambleario y sin líderes. Lo que los análisis posteriores llamaron un movimiento político contra el sistema político” (Castells, 2012 :140). Al igual que en otros movimientos en red, como en el caso de Egipto, Youtube fue el medio para que los manifestantes puedan comunicar y transmitir gran parte de las consignas y asambleas. El 15m en español, se constituyó como un movimiento viral con replicas en diversas partes del mundo.

En la aparente ausencia de líderes su composición imitaba las redes sociales. Uno de los abordajes gestado en torno al análisis del 15m, es el concepto de enjambre o swarming. Los fenómenos de enjambre son formaciones que emergen en torno a lo que acontece. “Se cuasi organizan a partir de la fuerza de los vínculos débiles y agrupaciones temporales de interés y deseos” (Aragón, 2013 :106). Ciertamente el concepto viene a arremeter con todo abordaje relacionado a los vínculos débiles generados en las redes. Desde este enfoque se asume que como parte del activismo social un grupo de usuarios se une temporalmente y que en las vinculaciones débiles encuentra su fuerza de acción. La utilización de los hashtags #15m y #democraciarealya! logran una gran cantidad de usuarios y replicas en las redes. En el pasaje de lo virtual al espacio público real, la

evidencia del uso de dichas consignas se refleja incluso en una modalidad de comunicación para evitar el avance de la policía. Cuando los mensajes en las redes se convierten en lo más hablado y ascienden a los medios tradicionales, “las plazas públicas de las principales ciudades de España se convierten en espacio de cadenas nacionales emitidas en vivo” (Castells, 2012 :141). Los usuarios de las redes replican los contenidos y obligaban a las cadenas de televisión, oprimidas por el poder político oficial, a cubrir los sucesos. Imágenes y vídeos que documentan el avance desmedido de la policía sobre los campamentos daban vuelta al mundo. Nuevamente la cooperación internacional se transforma en un actor central. En esta instancia es posible retomar lo que se dijo inicialmente. Se trata de los puntos de contacto entre los medios masivos y los medios con base en Internet. Es decir que los usuarios de redes obligan mediante su actividad a que los medios televisivos cubran en vivo el avance de la policía sobre los campamentos de Los Indignados. El investigador y activista Javier Toret sostiene que “el relato ampliado de los enjambres disputaban el sentido de lo sucedido a la versión policial e institucional, mostrando la capacidad del 15m de ser un gran medio en red autoorganizado y distribuido” (Toret, 2013 :113).

3.7 El movimiento Occupy: la culpa es de Wall Street

En su ensayo titulado *Indignez-vous!* (indígnate), a raíz de su participación en los sucesos en New York Stéphane Hessel (2010) afirma que "la razón de la resistencia, es la indignación" (p.2). Una de las cifras que más se repetía entre los activistas que integraron el movimiento daba lugar a reconocer críticamente que el 1 por ciento de la población controlaba el 25 por ciento de la riqueza de Estados Unidos.

El movimiento Occupy, surge como un movimiento continuo de debate dentro y fuera de Internet. Según una entrevista realizada a Castells el 02 de Agosto de 2013, titulada "la sociabilidad real se da hoy en Internet"¹ desde septiembre de 2011 a marzo de 2012 se ocuparon más de mil ciudades en Estados Unidos. Se establecen campamentos, comités y formas de organización basada en las redes. Occupy Wall Street es desde un primer momento digital. Su máximo desarrollo se logra en redes sociales como Blogs, Facebook, Twitter. El tráfico generado en las redes permite contabilizar más de 500 mil tweets para el 15 de noviembre de 2011, obteniendo replicas en España.

El movimiento es respuesta espontánea a la indignación generada por el sistema

1 Recuperado de :https://www.clarin.com/ideas/manuel-castells-sociabilidad-real-hoy-internet_0_SJ0QH5rswme.html

financiero global con eje en Wall Street. Desde su investigación Castells (2009) sostiene que la plataforma Tumblr cobra un protagonismo central como medio de información con posibilidad de narrar los acontecimientos. El espacio ocupado en los campamentos en el parque central de New York, replica la ocupación en el espacio en la red. Así la mayoría de los campamentos tiene un sitio web y un grupo de Facebook. Desde el movimiento se generaron calendarios de actividades, eventos, y sobre todo se establecieron formas de presencia pública en los medios masivos tradicionales. Una de las características diferenciales a otros movimientos gestados en las redes y que ocupan el espacio público fue la presencia de internautas con la capacidad de crear redes paralelas para impedir el acceso a las autoridades. Nuevamente se pone en evidencia la estrategia de los usuarios como forma de contrapoder. El movimiento Occupy sostiene al menos por unas semanas, un reclamo contra el propio sistema capitalista. No plantea la necesidad de un nuevo modelo, sino que lo denuncia. Tal como refiere Castells (2012) "Los ocupantes utilizaron el espacio autónomo de flujos de las redes de Internet para hacerse con espacios simbólicos de lugares, desde donde desafiar con su presencia y sus mensajes al espacio financiero". (p.177). En términos de los activistas y sus reivindicaciones, como las del 1%, la principal crítica afecta al funcionamiento de la economía. Noam Chomsky (2012) advierte en este sentido que el éxito de todos los movimientos sociales populares surgidos a raíz de la crisis económica pasa por su continuidad en el tiempo y por su capacidad de crear redes de comunidades cooperativas que "sean capaces de subvertir, a largo plazo y desde abajo, las estructuras tradicionales de poder del capitalismo" (p.14).

Pese a su notable presencia en las redes y la irrupción de un movimiento sin precedentes. Occupy sufre un final abrupto y su intensidad pública se detiene. Los activistas en los campamentos son duramente reprimidos. Y las decisiones gubernamentales impiden la difusión de las imágenes. En este caso en particular el movimiento se traduce de las redes al espacio público. Sin embargo, sus reivindicaciones no logran vulnerar el poder.

Hasta aquí el desarrollo permite enumerar una serie de aclaraciones necesarias. En primer término, en la arena de la disputa política, cabe destacar que ninguno de los movimientos sociales en red aquí desarrollados ejercen de manera ingenua sus reivindicaciones. Es decir que para indagar desde los estudios en comunicación los modos en que se despliegan las producciones de sentido hacia dentro y hacia afuera de los movimientos en red. Es necesario tener presente que en muchos casos los mismos plantean alternativas de poder en la lucha por la hegemonía.

En la evolución de estas páginas se observa incluso que ciertas formaciones en red, son

luego institucionalizadas. Reparando en los medios legítimos para conformar partidos, integrar el sistema político y participar de elecciones. Por otra parte, una segunda aclaración debe poder hacer evidente a los diversos actores en juego. El foco debe estar puesto también en los proveedores y las empresas de Internet que intervienen en los movimientos en red. Como en el caso de Twitter durante la primavera árabe impidiendo el bloqueo gubernamental.

3.8 #8N y #7D: la grieta en la pantalla

Al igual que en otros países del mundo en Argentina son numerosos los casos en que las redes sociales se emplean en relación al ciberactivismo. En consecuencia los usuarios se integran en una red que se caracteriza por la interactividad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la digitalización (Scolari, 2008). Durante el año 2012 y fuertemente emparentado con los medios de comunicación tradicionales toman fuerza dos hashtags: el #7D representa al 7 de diciembre, fecha en que el grupo Clarín debería adecuarse a la ley de medios. Por otra parte, el #8N, por su fecha el 8 de noviembre de 2012, se dio a conocer como una convocatoria contra el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. Si bien las consignas fueron muy heterogéneas la mayoría eran en reclamos de tipos sociales y económicos. Así es posible establecer uno de los primeros antecedentes en que las tensiones políticas se manifiestan en el terreno de las redes sociales.

Sin embargo, hasta el momento una de las principales características de los movimientos, tal como indaga Castells (2012), es la ausencia de líderes. Es decir, movimientos en red, autoorganizados y con múltiples reivindicaciones. Por su parte el #8N posee usuarios que inician los movimientos y lo reconocen públicamente. El día 15 de octubre de 2012 circula en las redes sociales una solicitada titulada "El #8N es solo de la gente". La misma es firmada por un total de 34 administradores de grupos de Facebook.

Es necesario evidenciar que gran parte de los discursos producidos por los usuarios dentro de estos grupos (Kristina y LPMQTP, No te tenemos Miedo y Recuperemos la república) remiten a intervenciones que apelan a las pasiones en las que conviven las ironías, los agravios y los insultos. Siguiendo a Slimovich los discursos producidos presentan en gran parte "*microargumentaciones lógicas* , que contienen *microentimemas* y *microejemplos*, y *microargumentaciones* pasionales, destinadas a producir emociones positivas y negativas" (Slimovich, Cardoso, 2014 :109).

El caso del #8N presenta un quiebre con otros movimientos de protesta en las redes

sobre los que se hacen referencia en éste desarrollo ya que se hacen públicos sus líderes. En un artículo publicado por el diario El País de España titulado "Los organizadores de las movilizaciones"² el día 9 de noviembre de 2012 se advierte: quien determinó la fecha del 8N para la protesta fue el administrador de la página web *Yo no voté a la Kretina y Usted?*. El artículo argumenta que entre los más de 40 perfiles de Facebook que convocaron a las manifestaciones el principal es "El Anti K", con 47.428 adherentes. En este punto es preciso establecer una diferencia entre aquellos usuarios que frente a la indignación política procuran encontrar en las redes sociales nuevas formas de la democracia y participación. Es decir, poder evadir el control político para construir en base a la identificación y la colaboración un colectivo con capacidad de acción. Otras de las variantes es el uso de las redes con fines organizados. En este sentido un troll es "un certero productor de imaginalidades, es decir, de imágenes que producen algo en la vida social y configuran experiencias de lo cotidiano" (Dipaola, 2017 :54). Los usuarios que manejan las cuentas del #8N logran convocar a apropiaciones del espacio porque se constituyen como productores de significaciones. Producto de la circulación en las redes logran un efecto de verdad. Para éste abordaje el #8N, evidencia uno de los modos en que es posible encausar la actividad y la circulación de los mensajes.

Gobbi (2017) expresa en su desarrollo nuevas formas de construcción de la agenda de noticias en relación a la red. Es posible establecer en este punto una diferencia entre el troll que produce contenidos asociados al conflicto y un bot. Es decir, un "software que interactúa con otros usuarios y replica comportamientos, no siempre puede tener intencionalidad conflictiva por ejemplo al responder consultas en el portal web de un servicio público" (p.30). Por otra parte una característica que hace referencia al #8N es el seedign, ligado a campañas pagas que buscan instalar temas en la agenda mediática a través del uso de las redes. Para Gobbi una práctica destinada a "dejar comentarios muy correctos pero falsamente espontáneos, que recomiendan o atacan un producto, o se manifiestan de acuerdo o desacuerdo con una determinada postura política" (p.31). Estos comentarios en la mayoría de los casos forman parte de una campaña paga.

Las redes sociales como Twitter o Facebook se convirtieron en la fuente de información donde los usuarios buscan el acontecimiento. Con el correr del tiempo las redes sociales logran colocar en un segundo plano a los medios tradicionales. Los usuarios acuden a las redes buscando la noticia: "en las redes sociales la información, el marketing, la

2 Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2012/11/09/actualidad/1352482646_905446.html

publicidad y la propaganda se entremezclan de maneras que, al menos por ahora, facilitan la planificación de estrategias de desinformación y posicionamiento de temáticas más allá de la seriedad y veracidad de las fuentes utilizadas” Gobbi, 2017 :35).

Es necesario observar que la elección del movimiento #8N no representa un juicio de valor por su connotación política. Es en cambio la posibilidad de otro eje de análisis al uso de las redes. La manifestación es gestada en base a una campaña en las redes sociales apoyada por intereses afines, públicamente reconocidos, en oposición a un determinado gobierno. Luego grupos de personas se organizan y coordinan en ecosistemas digitales.

LA MEDIATIZACIÓN EN CUBA



4 La mediatización en Cuba

Hasta esta instancia el desarrollo pretende desplegar una serie de bordajes teóricos al respecto de los cambios en la mediatización contemporánea. En este sentido se logra enmarcar la relación de los usuarios con las redes sociales y los diversos movimientos en red que se traducen al espacio público. Tal como se refiere en un primer momento, el objetivo central de este trabajo es indagar la circulación mediática del anuncio de la muerte de Fidel Castro y las producciones discursivas posteriores.

Es preciso observar en primer lugar que la elección de Cuba y el anuncio oficial, no se representa como un caso aislado. Constituyen la posibilidad de abordar la experiencia de uso de las redes sociales y de Internet en un contexto de pleno auge y expansión. En relación a otros países del mundo Cuba inicia de forma reciente el pasaje hacia los medios con base en Internet. En esta instancia se debe reconocer que un hecho significativo, como la revolución cubana, puede ser abordado desde múltiples sentidos.

4.1 El inicio de la Revolución Cubana

Para un abordaje histórico es posible recuperar una tesis previa como: "Construcciones Discursivas y Transformaciones Sociales: Su interacción en las etapas históricas centrales de la Sociedad Cubana" (Di Marco, 2012). Para dar cuenta de la tensión constante que el estado de Cuba mantiene en relación con el imperante mundo capitalista con eje en Estados Unidos. Tal como refiere el autor "en el inicio de la revolución las medidas adoptadas apuntan a un cambio estructural para alcanzar una real independencia económica y política de los Estados Unidos y sus aliados burgueses en Cuba" (p.10). Los líderes revolucionarios adoptan medidas en la estructura social del país tales como los aumentos de salario, la expropiación de fábricas para entregar su dirección a los obreros, la reforma agraria, la entrega de viviendas a la población, entre otras. En este sentido es que para el autor "la revolución logro alcanzar carácter de Socialista aún antes de que se declarase como tal" (Di Marco, 2012: 11). Una de las premisas centrales de revolución cubana en términos del autor consiste en "desarrollar paralelamente, y con la misma preponderancia, una nueva conciencia junto a la creación de bienes materiales para la satisfacción de necesidades a través de las nuevas relaciones de producción" (p.14). En el periodo iniciado con el golpe el 10 de marzo de 1952 , y luego de un mandato cumplido entre 1940 y 1944 Fulgencio Batista regresa al poder pero esta vez

por medio de un golpe de Estado. Una de sus primeras medidas es someter a gran parte del arco político opositor. Sin embargo entre las filas de la oposición (ortodoxos) tomaba cada vez mas fuerza la insurrección armada como respuesta a una salida inmediata de Batista. Entre ellos estaba la figura de Fidel Castro, quien luego de un intento fallido de revuelta en 1953 , acude a México para organizar una nueva expedición. Tras una continua lucha armada comandada por Fidel Castro , junto con Raúl Castro y Ernesto Che Guevara , el grupo de jóvenes revolucionarios logra el debilitamiento del gobierno al mando. Quien además pierde el apoyo de Estados Unidos para la obtención de armas y recursos. Montaner (2006) describe :

“En la madrugada del 1 de enero los cubanos comenzaron a transmitirse por teléfono la noticia de la fuga de Batista. El cineasta Emilio Guede, joven dirigente clandestino del Movimiento 26 de Julio en La Habana, leyó un comunicado por una de las emisoras principales en el que llamaba a la calma y la responsabilidad” (p.137).

Desde el ingreso de Fidel Castro a La Habana una nueva representación política de Cuba se construye sobre un panorama de gran desigualdad social y una dependencia económica virtualmente absoluta de los Estados Unidos. Todo un conjunto de medidas se establece para modificar las relaciones de producción en la sociedad de Cuba. Al respecto Fidel Castro sostiene :

“Empezaremos a ver la inmensa, la gigantesca ventaja que es la propiedad social, la propiedad del pueblo sobre los medios de producción, la propiedad socialista (...) esa es la ventaja que tiene una sociedad bien organizada, con un sistema social justo, que permite el empleo de todas las fuerzas de esa sociedad en beneficio de todos y cada uno de los hombres de esa sociedad”. (Di Marco, 2012:5)

Al mismo tiempo Ernesto Che Guevara tiene un papel preponderante en las decisiones de índole económico. Sobre todo en su cargo de Director del Instituto de Reforma Agraria durante el año 1959 y luego como Presidente del Banco Nacional, Ministro de Economía (1960) y Ministro de la Industria (1961). Otro eje central en la revolución fue la educación como manera de consolidar la nueva conciencia de los hombres. En este sentido Guevara sostiene que:

“Esta se ejerce (la educación) a través del aparato educativo del Estado en función de la cultura general, técnica e ideológica, por medio de organismos tales como el Ministerio de Educación y el aparato de divulgación del partido. La educación prende en las masas y la nueva actitud preconizada tiende a convertirse en hábito; la masa la va haciendo suya y presiona a quienes no se han educado todavía”.
(Di Marco, 2012:10)

4.2 El modelo político de Cuba en la actualidad

Desde el inicio tanto Fidel Castro como Ernesto Guevara desarrollan un modelo político que hace perdurar tensiones hacia dentro y fuera del país. “Desde la Revolución en adelante Cuba ha sido siempre objeto de admiración u odio por parte del resto de los habitantes de América. Ha despertado fascinaciones y antipatías de acuerdo a la posición ideológica de quien la observa” (Di Marco, 2012 :1).

Como evidencia el CIPS en experiencias de investigación social en Cuba (2009) a principios de los 80, luego de dos décadas del inicio de la revolución, se muestran avances significativos en políticas educativas: el analfabetismo adulto se reduce al 2,2%, la escolarización de la población de 6 a 14 años alcanza el 92,3%, y la escolarización terciaria entre 18 y 24 años se sitúa en el 6,7%. La expansión se traduce en formas de integración social, sobre todo para los sectores jóvenes de la población del país. Para fines de 1980 la escolarización de la población entre 6 y 12 años se mantiene por encima del 98% replicando los valores en instancias de edades superiores. Por lo que hacia fines de la década el 40% de la población universitaria era segunda generación de académicos. Durante los años posteriores, y en el contexto de una profunda crisis económica global Cuba logra mantener estable los niveles de educación. Tal como refiere el estudio mencionado , resulta central a este análisis destacar la ampliación de los Joven Club de Computación durante el año 2000, a todos los municipios de Cuba. Hecho que permite para el año 2008 más de un millón de graduados en el área de tecnología. En la actualidad un factor elemental para lograr el acceso a Internet en la población.

Pese a los altos estándares de educación y salud, gran parte de las medidas político-económicas son puestas en debate. Desde este contexto el proyecto socialista de Cuba en la actualidad es un desafío constante. El historiador cubano Juan Vales Paz (1997) sostiene que el sistema político en su país dista mucho de haber alcanzado sus propuestas iniciales. “Lo que supone como desafío un continuo perfeccionamiento y, eventualmente, la sustitución por un nuevo sistema político de transición al socialismo”

(p.281). En este sentido dicho sistema debe considerar las nuevas condiciones histórica y sociales , nacionales e internacionales. En términos del autor :

“Un nuevo sistema político de transición - superadas las crisis económicas y normalizadas las relaciones con Estados Unidos- debe dar cuenta de una sociedad mas diversa y compleja, asegurando el poder popular directo y la plena democracia, como premisa de una sociedad socialista” (p.288).

4.3 Cuba y el acceso a Internet

En referencia estricta al plano comunicacional es necesario observar que existen diversas construcciones de sentido sobre las "restricciones" al acceso a Internet y el "control" sobre la mediatización por parte del Estado. Según el último informe de la Oficina Nacional de Estadística e Información, los principales indicadores al respecto del acceso a Internet (usuarios, dispositivos, dominios) poseen un aumento que va en incremento hasta el periodo de 2016:

17.4 - Indicadores físicos de las TIC / ICT physical indicators

CONCEPTO	UM	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad de computadoras existentes	MU	783,0	834,0	1 014,4	1 067,4	1 071,6	1 152,9
De ellas: en red:		469,8	500,4	515,4	533,9	546,1	628,7
Cantidad de usuarios de servicios de internet	MU	2 610,0	2 871,0	2 923,0	3 048,5	3 912,6	4 529,2
Computadoras personales por 1 000 habitantes	U	70	74	90	95	95	103
Usuarios de internet por 1 000 habitantes	U	232	257	261	271	348	403
Dominios registrados bajo.cu ^(a)	U	2 285	2 345	4 839	6 698	6 698	6 655
Total de abonados del sistema celular	MU	1 431,5	1 792,3	2 104,6	2 636,8	3 451,5	4 103,7
Abonados móviles del sistema celular	MU	1 315,1	1 681,6	1 995,7	2 530,9	3 347,9	4 001,7
Abonados fijos del sistema celular	MU	116,4	110,7	108,9	105,9	103,6	102,0
Cobertura de la población de celular móvil	%	83,7	85,3	85,3	85,3	85,3	85,3

^(a) Fuente: Ministerio de Tecnología y Medio Ambiente.

Es necesario observar todos los actores en torno a la problemática del acceso a Internet y las redes sociales. Sobre todo, al momento de dar cuenta del caso cubano, ya que el principal proveedor del servicio es el propio Estados Unidos. La isla tiene posibilidades de conexión a banda ancha sin embargo las mismas fueron restringidas hasta la actualidad. En este sentido durante la semana del 20 de agosto de 2018 la empresa de telecomunicaciones de Cuba ETECSA inicia las primeras pruebas gratuitas del servicio de conexión 3g para los usuarios de telefonía móvil en Cuba. Por lo que por primera vez los usuarios pueden disponer de acceso libre a Internet en sus dispositivos.

Luego de la apertura de las relaciones gubernamentales cubanas con Estados Unidos resumidas en la visita de Barack Obama en el año 2016. Gran parte de las medidas en relación al acceso a Internet son impulsadas por Internet Engineering Task Force (IETF). Una organización creada en 1986 en Estados Unidos, dedicada a la ingeniería de Internet a nivel global. Tal como se dijo las medidas políticas de Cuba evidencian tensiones fuera y dentro del país. Una de las voces disidentes de mayor trascendencia se resume en la figura de la periodista Yaoni Sánchez. Escritora del Blog Generación y directora del portal web 14ymedio, considerado el mayor medio opositor al gobierno cubano y que fue seleccionado para éste desarrollo por su visibilidad pública.

Un informe publicado el día 29 de agosto de 2017 por Amnistía Internacional y el Observatorio Abierto de Interferencias en la Red (OONI, por sus siglas en inglés) titulado "La paradoja de Internet de Cuba: El control y la censura de Internet hacen peligrar los logros de Cuba en materia de educación", señala que al igual que otros medios opositores online, el acceso a 14ymedio se encuentra bloqueado dentro del país. El mismo hecho se repite con el uso de determinadas palabras como "democracia" por Sms y el acceso a redes sociales como Facebook y Twitter, o el motor de búsqueda Wikipedia (reemplazado en Cuba por el buscador local Ecured). La tensión sobre este punto reside no solo en el control al respecto de determinados contenidos, sino sobre la falta de acceso a Internet. En el mismo sentido el artículo "Recetas para sortear la censura en Internet", publicado en *14 y medio* el 9 de agosto de 2017, se destaca que solo el 5% de los hogares cubanos posee acceso a la red. Dentro de Cuba la gran mayoría de los usuarios se conecta en sectores públicos con acceso controlado por la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (ETECSA). Un ente estatal que tiene el monopolio del mercado en los servicios de telefonía y transferencia de datos, ya sea por satélite o por cables. Otra de las opciones es emplear servicios pagos que al estar logeados desde el exterior del país logren modificar la ubicación geográfica. Eludiendo las restricciones o los controles sobre el

contenido. Es preciso advertir en este punto que no se trata de someter a un reducido juicio de valor las políticas relacionadas al acceso a Internet. Para avanzar sobre la problemática del acceso a la red en Cuba, es necesario recuperar diversas voces. Hasta este punto se evidenciaron los datos oficiales, los aspectos relacionados al plano internacional y uno de los medios opositores. Sin embargo, para indagar la problemática de un modo legítimo es necesario recuperar también la opinión de una figura central al respecto del acceso a Internet y las redes sociales.

4.4 Nuevos actores: portales web y youtubers cubanos

Para este desarrollo se realizan una serie de entrevistas tanto a los propios Youtubers, como a periodistas de medios online para reponer el paisaje mediático de Cuba en la actualidad. Los ejes que se abordan permiten acercarse a la relación cotidiana que los internautas cubanos poseen con internet teniendo en cuenta que son productores y consumidores.

4.5 Usuarios y contenidos en la red

En primer lugar los Youtubers son consultados por sus posturas respecto del acceso a Internet. En este sentido la gran mayoría evidencia un cambio en la actualidad. Youtuber 1 el primer entrevistado afirma al respecto :

“Ahora mismo, ya no es algo tan difícil. El Internet se ha abierto y si bien no lo tenemos en la casa, si hay parques... Sabiéndolo utilizar y teniendo algunos trucos, es mucho más fácil subir un vídeo ahora (2018) que hace dos años que fue cuando empecé. Igual nunca va dejar de ser complicado hasta que cada uno pueda tener Internet en su casa”.

La forma de acceso más usada en Cuba es la conexión a servidores en las plazas públicas. La mayoría de los Youtubers destaca que la conexión es más rápida durante la noche, o en momentos donde se concentra menor cantidad de usuarios.

Medio 1, es un medio online conformado por periodistas y académicos que provienen de las Ciencias Sociales. Su existencia como medio online depende de que tanto quienes producen contenido y quienes lo consumen puedan acceder a la red. Al respecto de las posibilidades de acceso a Internet refieren inicialmente que:

“Es posible comprando horas prepago (1 hora de Internet equivale a 1 USD, en un país con salario medio de 35 USD mensuales) y usándolas en zonas públicas WiFi o salas de navegación. Es posible también navegar desde instituciones estatales, especialmente las Universidades”.

Sin embargo según las perspectivas de los usuarios cubanos los principales problemas en torno al acceso a Internet, tienen que ver con el bloqueo de los sitios web. En segundo lugar, con la poca velocidad de conexión, menos de 1Mb por segundo, en las opciones más caras. Finalmente, los problemas relacionados a la falta de privacidad de los usuarios al estar conectados desde lugares públicos. En este contexto, la entrada en acción de los Youtubers es un proceso lento. Para poder indagar sobre sus inicios es necesario caracterizar en primer lugar, como los contenidos fueron distribuidos por medio de paquetes. Medio 2, describe el paquete como:

“Una estructura reticular con centros establecidos desde la capital, a cada capital provincial, municipal hasta llegar a los barrios. Tiene "agencias" que lo "conforman" cada semana y lo echan a rodar de la mano de otros distribuidores, los cuales a su vez quitan y ponen contenido”.

El paquete de contenidos off line es central en la distribución del material generado por los Youtubers. Sin embargo, al ser una decisión local, de cada región, los Youtubers no pueden extender su vida pública si no son agregados por los "Paqueteros" a los contenidos. En muchos casos sus vídeos originales son editados o se les incluye diversas formas de publicidad sin su autorización. Continuando con la intervención de Medio 1:

“De tal manera de La Habana puede salir un Paquete de 1 Tb de información con películas, series, shows de la tv hispana, novelas, videoclips (todos esos son los contenidos más demandados) que cuando llega a otra provincia el paquetero local intervendrá y quitará y pondrá según lo que él crea que vende mejor en su mercado local”.

4.6 Youtubers sin internet

Yotuber 1, es considerado el primer "Youtuber sin youtube" de Cuba, así es reconocido por el resto de los Youtubers de la isla. En el artículo¹ “Youtube en Cuba”: una comunidad que

¹ Recuperado de : <http://www.yucabyte.org/?p=320>

crece” publicado en *Yucabyte* el 5 de julio de 2018 por la periodista y Youtuber Cynthia de la Cantera se afirma:

“En 2016 escuché por primera vez sobre tres “youtubers” cubanos. En aquel momento, los llamábamos youtubers entre comillas o youtubers sin YouTube. Eran tres muchachos que se dedicaban a hacer vídeos de humor bajo los mismos códigos audiovisuales que los youtubers del mundo entero habían implementado años antes. La única diferencia era que sus vídeos no terminaban en YouTube”.

Desde el 2012 y hasta la actualidad sus contenidos son los más divulgados por medio de los dispositivos de memoria off line. Al respecto un integrante de youtuber 1 sostiene en una entrevista realizada para este desarrollo:

“La primera promoción fue con El Paquete y luego con Facebook. Creamos nuestro contenido buscando la broma. Cada capítulo lo producimos nosotros mismos y luego nos han colaborado, pero lo que siempre intentamos es no perder la espontaneidad”.

Por otra parte cada uno de los entrevistados fue indagado al respecto de si creen que existe alguna diferencia en ser Youtuber en Cuba y fuera del país. Al respecto youtuber 2 sostiene que:

“Decir que ser Youtuber en Cuba es algo difícil, no creo que sea la palabra. Creo que más bien es complicado. Hay una frase con la que me identifico mucho " el enemigo del arte es la ausencia de limitación". Yo creo que las limitaciones nos dan más creatividad, y también creo que la gente te quiere ver más. Porque sabes que estás haciendo algo que realmente no es fácil pero que lo están haciendo porque te gusta, no por dinero. Ser Youtuber en Cuba es algo complicado, pero no imposible y no difícil”.

Por su parte youtuber 3 , responde por medio de un vídeo subido a su canal¹ en el cual hace referencia a los Youtubers cubanos:

“Ser Youtubers no es nada fácil, no tenemos Internet, no tenemos acceso a nada de lo que me gustaría tener. Subir vídeos es muy complicado, más si no tienes como subirlos. Aquí está la Tarifa Nauta que es de una hora para ir a un parque, que ni siquiera es tu casa y la conexión esta pésima. Un vídeo se demora muchísimo. Tienes que tener una economía guardada solo para hacer esto”.

A diferencia de otros países, en Cuba los Youtubers deben generar una red de cooperación. Esta situación los lleva a ocupar el espacio público de manera autogestionada. En este sentido llevan a cabo las "Quedadas de youtubers cubanos". Estos encuentros le permiten no solamente relacionarse con sus seguidores de manera directa sino que también crear contenidos y compartir estrategias que faciliten subir y editar sus vídeos. Los entrevistados son consultados al respecto del uso de Internet y los cambios socioculturales. Tal como reconoce youtuber 1 en su entrevista :*"No es un secreto para nadie que Cuba se está abriendo al mundo"*. Sin embargo, los contenidos de los Youtubers no se relacionan con la política en forma directa. En este sentido el youtuber 2 responde :

"Algunos comentan en nuestros videos o lo han dicho en el periódico, que somos jóvenes cubanos que solo buscamos fama o dinero. No ganamos dinero con esto. Buscamos divertir"

Tal como se afirma el acceso a Internet en Cuba permanece en un periodo de ampliación. Medio 2 , el segundo medio online entrevistado para este abordaje advierte:

"Antes de la instalación del Nauta Hogar y las zonas Wi-Fi en las plazas en Cuba se vivía en una especie de apagón, donde solo un reducido número de profesionales tenían acceso a Internet. Actualmente las redes en hogares se comercializa en zonas específicas y existen las promesas de que el servicio se extenderá por el territorio".

Sin embargo, como contrapartida permanecen vigentes las limitaciones técnicas y sobre todo monetarias, al respecto Medio 2 continua:

"Cuando se resuelva la disparidad entre los ingresos monetarios de la población cubana y el costo de los servicios y los dispositivos para acceder a ellos se podrá observar un cambio".

En última instancia medio1 evidencia una clara relación al respecto de Internet y los cambios sociopolíticos:

"Está siendo fundamental. Los jóvenes cubanos se parecen mucho a otros jóvenes Latinoamericanos o del mundo occidental. Lo que ocurre es que apenas ahora se está viendo ese fenómeno fuera de Cuba, porque ellos se están conectando... La tecnología sólo ha llegado a acelerar un proceso de integración cultural con la globalización

circundante y eso sólo es un proceso que continuará sin detenerse”.

Resulta fundamental en este punto observar que los “nuevos actores” al respecto del uso de Internet en Cuba evidencian un avance tanto en las posibilidades de conexión como en los aspectos positivos que de ella surgen por ejemplo en los nuevos vínculos y formas de participación.

Es posible afirmar que recuperar opiniones de manera directa mediante las entrevistas permite indagar sobre particularidades de lo cotidiano que de otra forma quedan excluidas del análisis. En este sentido se evidencia el rol de los “*Paqueteros*” como actores de difusión de contenidos previos al desarrollo de Internet . Por su parte el surgimiento de los Youtubers cubanos se establece como una de las características fundamentales sobre la actualidad de los usuarios y la conexión a la red en el país.

LA MUERTE DE
FIDEL CASTRO:
#YOSOYFIDEL



5. La muerte de Fidel Castro: #YoSoyFidel

Para desarrollar el análisis del caso se emplean herramientas que provienen de la sociosemiótica (Carlón y Scolari, 2009), de la teoría de la mediatización veroniana (Verón 1987c, 1997, 1998) y el modelo analítico de la circulación contemporánea (Carlón 2014, 2015). El análisis tiene su inicio el día 25 de noviembre de 2016 con el discurso televisado por el canal CubaTV y finaliza el día 4 de diciembre cuando disminuye la intensidad pública de los acontecimientos. Durante éste periodo se generan diversos movimientos que ocupan el espacio público.

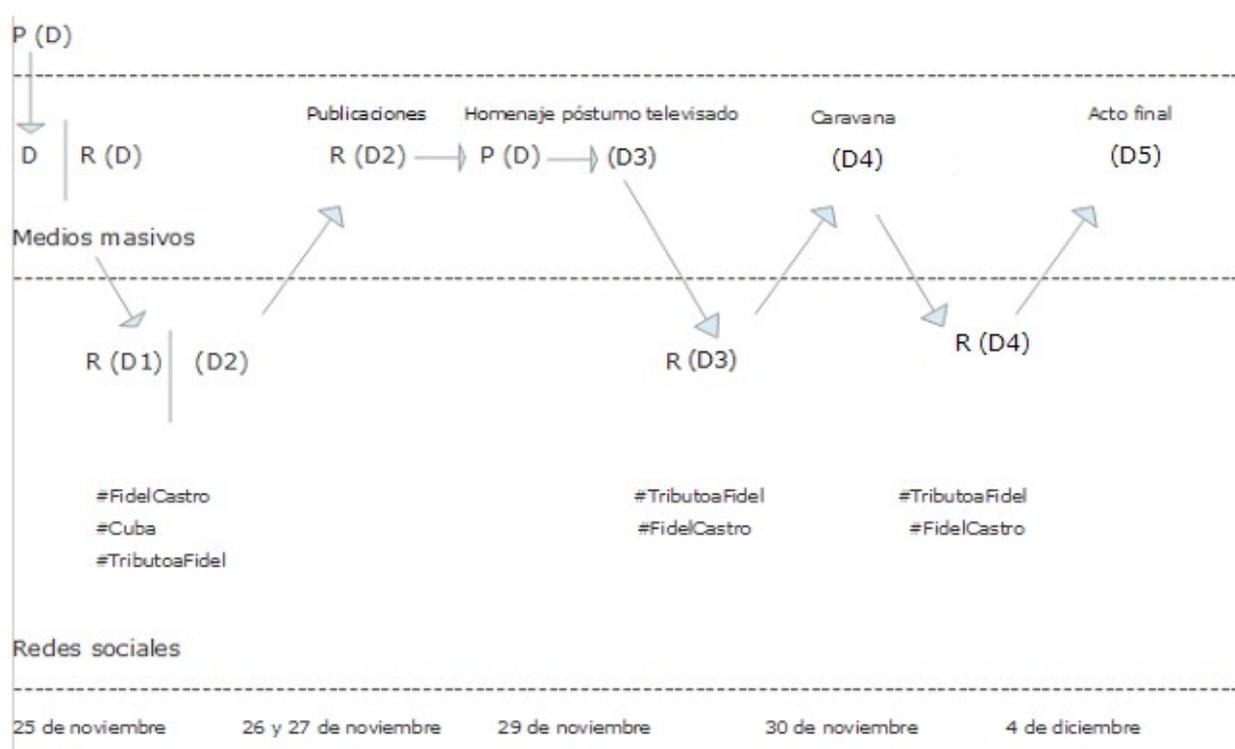


Gráfico 1. Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015)

5.1 Fase 1: se comunica la noticia

Desde que el diario Granma publica en febrero de 2008, la renuncia indeclinable a la presidencia por parte Fidel Castro, es posible observar diversos focos de opinión en las redes sociales en torno a las especulaciones sobre su salud y su posible muerte. El origen del movimiento, siguiendo la teoría de la circulación hipermediática (Carlón, 2015) tiene lugar la noche del día viernes 25 de noviembre cuando el presidente Raúl Castro anuncia la muerte de Fidel Castro. En este sentido se produce un caso de comunicación

descendente puesto que el discurso es emitido por CubaTV y desciende hacia las redes sociales (ver Gráfico 1). En el gráfico 1, (D) es el discurso de origen es decir, la transmisión televisiva del discurso presidencial la noche del 25 de noviembre. Sostenido en la teoría de la sociosemiótica veroniana, el discurso posee condiciones previas P (D) y discursos en reconocimiento R (D). La barra entre (D) y los discursos en reconocimiento evidencia la circulación.

5.2 Fase 2: En busca de confirmar la noticia

En un segundo momento ocurre un cambio de fase, es decir un punto de encuentro entre el sistema de los medios masivos y el de las redes sociales (ver gráfico 1, D1). Los usuarios producen discursos asociados a los hashtags #FidelCastro y #Cuba y #FidelCastro y #TributoaFidel en Argentina y Cuba respectivamente. Con el transcurso del día 26 de noviembre los internautas desconocidos, aquellos que poseen estatuto público y los referentes políticos comparten en sus cuentas saludos y reflexiones sobre la noticia.



Imagen 1. Capturas de pantalla de Twitter 26 de noviembre de 2016

5.3 Fase 3: cobertura en los medios

El 26 y 27 de noviembre los principales medios masivos (gráficos y televisivos) se hacen eco de la noticia publicando screenshots de las cuentas de diversos usuarios. En su gran mayoría se destaca los saludos oficiales que diversos mandatarios realizan en sus cuentas de Twitter. De la misma forma se publican imágenes de Raúl Castro en el momento del anuncio oficial (ver imagen 2) . Estos discursos que representan un nuevo cambio de fase y el ascenso al sistema de medios masivos estas simbolizados en el Gráfico 1 como D2.



Imagen 2. Capturas de pantalla de Youtube y La Nación 26 de noviembre de 2016

5.4 Fase 4: el homenaje póstumo

El día 29 de noviembre se lleva a cabo en la Plaza de la Revolución el homenaje póstumo. Se trasmite en vivo durante más de cuatro horas ininterrumpidas los discursos de diversos líderes y jefes de estado D3 (ver gráfico 1) .

Se reactivan los hashtags #FidelCastro y #TributoaFidel R (D3) ver (gráfico 1). El día 30 de noviembre se inicia una caravana de 1000 kilómetros hacia la zona oriente de Cuba. El trayecto es el camino inverso al que realizan las fuerzas revolucionarias luego de su triunfo desde la Habana hasta Santiago de Cuba. La misma es televisada en directo D4 (ver gráfico 1). A su paso es saludada por ciudadanos de las diversas regiones y se reproduce por el canal de Youtube de CubaTv que posee links hacia todas sus redes sociales (ver imagen 2). Al conjunto de discursos producidos por los internautas durante el transcurso de la caravana se lo indica cómo R D4 (ver gráfico 1).

5.5 Fase 5: el acto final

El cortejo fúnebre llega a Santiago de Cuba el día 3 de diciembre del 2016. La ceremonia final es el día posterior, donde se realiza un nuevo acto televisado en el Canal CubaTV D5 (gráfico 2). Los oradores son sólo cubanos, con excepción del presidente de Venezuela Nicolás Maduro. Con posterioridad los medios gráficos argentinos reproducen solamente la llegada del cortejo fúnebre R D5 (gráfico 2). Luego la actividad pública de los acontecimientos se reduce.

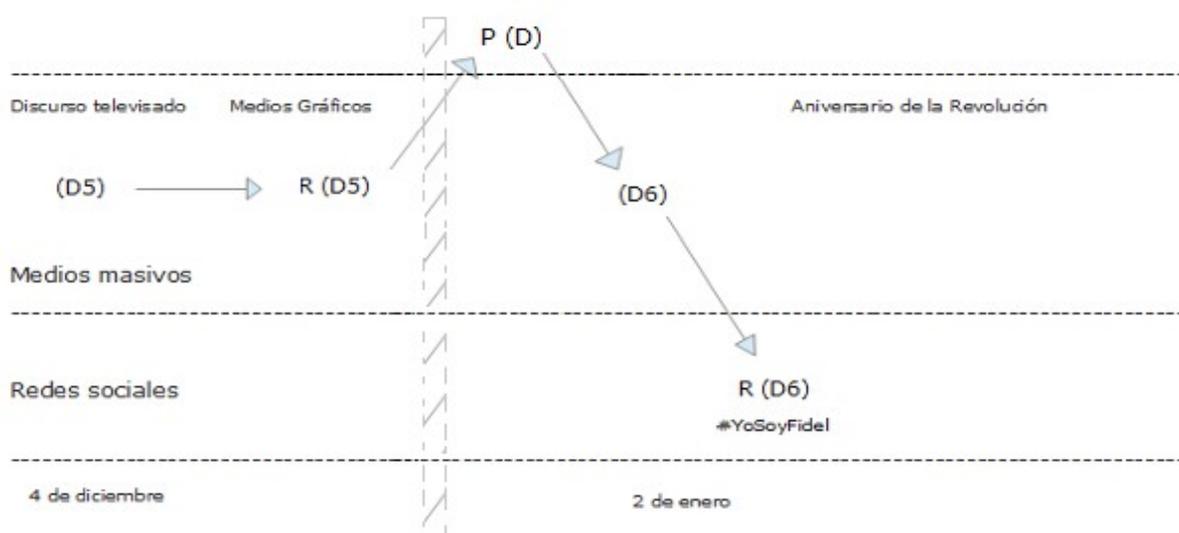


Gráfico 2. Fuente: producción propia en base al modelo de la circulación hipermediática (Carlón, 2015)

5.6 Fase 6: el Aniversario de la Revolución

El día 2 de enero de 2017 se celebra el Aniversario de la Revolución Cubana con el "Desfile militar y marcha del pueblo combatiente". El mismo es transmitido por CubaTv D6 (gráfico 2). En las redes se dan replicas de los acontecimientos recordando no sólo el aniversario de la revolución sino la muerte de Fidel Castro. La actividad pública se retoma con el uso del hashtag [#YoSoyFidel](#) R (D6) (gráfico 2) y se reduce totalmente.

The image displays three screenshots of tweets from Twitter, arranged vertically and separated by horizontal lines. Each tweet includes a profile picture, a name, a handle, a 'Seguir' button, the tweet text with hashtags, and a timestamp.

Top Tweet:
Profile: **rsperez** (@rsperez20161)
Text: [#Cuba](#) "Esta Revolución la defienden los hombres y las mujeres que tienen valor para marchar con ella."
[#FarCuba](#) [#CubaEsNuestra](#) [#YoSoyFidel](#)
Timestamp: 5:41 - 2 ene. 2017
Retweet count: 6

Middle Tweet:
Profile: **chambero** (@chamberohoy)
Text: [#CubaEsNuestra](#) Aniversario 60 del desembarco del Granma: años de lucha, resistencia y Victoria del pueblo cubano.
[#YoSoyFidel](#) [#RaulEsFidel](#)
Timestamp: 5:52 - 2 ene. 2017
Retweet count: 7

Bottom Tweet:
Profile: **Jr Juventud Rebelde** (@JuventudRebelde)
Text: [#YoSoyFidel](#) gritan a su paso el Pueblo Combatiente en la Plaza de la Revolución. Fidel los agradecidos te acompañan
[#CubaEsNuestra](#)
Timestamp: 5:15 - 2 ene. 2017
Retweet count: 8

Imagen 3. Capturas de pantalla de Twitter 2 de Enero 2017

5.7 El lugar de los usuarios

Luego de describir analíticamente y graficar la circulación del discurso es necesario indagar las diversas producciones de los usuarios de redes sociales desde sus respectivas cuentas. El criterio analítico en esta fase de la investigación tiene que ver en primera instancia con observar las producciones de sentido. Luego con poder establecer regularidades, es decir poder agrupar cada una de dichas producciones.

Se trata de indagar sobre comentarios de usuarios de Twitter y espacios de opinión en medios digitales como La Nación para acceder a lógicas de reconocimiento (Verón, 1987). La elección de los comentarios se basa en tres grupos producto del análisis realizado: los saludos por parte de mandatarios en cuentas oficiales, aquellos que poseen agravios y actitudes celebratorias y en última instancia quienes homenajean la figura de Fidel Castro. Se evalúan los aspectos retóricos (Steimberg, 1993) y los motivos temáticos (Segre, 1985). Se trata entonces de indagar los modos en que los usuarios se relacionan con la noticia, con el medio en que hacen pública su opinión y las formas de interacción entre sí. En su análisis sobre las opiniones de usuarios en las redes (Slimovich 2012; 2014) plantea que los agravios o los insultos y descalificadores parecen ser una característica del género digital. En muchos casos la interacción entre los usuarios, que puede comenzar por un insulto, se aleja de los motivos temáticos iniciales.

Los discursos producidos luego del anuncio de la muerte y durante los nueve días de duelo decretados en Cuba permiten observar dos grandes sectores de producción de sentido: los usuarios que permanecen dentro de Cuba y por lo tanto construyen su opinión en base a lo vivencial y aquellos que lo hacen desde fuera del país y se posicionan como políticamente a favor de la revolución o como "exiliados del régimen". En la mayoría de los casos la interacción entre los internautas de ambos sectores "se produce desde discursividades que apuntan a generar emociones negativas a través de la descalificación" (Slimovich y Cardoso, 2014:107).

Verón (1971) refiere como semantización "el proceso por el cual un hecho que ocurre en la realidad social es incorporado, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación" (p.6) . Es preciso tener en cuenta que el análisis de los discursos, en las redes y de cualquier otro tipo, involucra materias significantes como la visual, puede ser escrita o no lingüística como por ejemplo las imágenes, el color, los dibujos. Y por otro lado la infraestructura material, un aspecto central para indagar sobre la forma material que sirve de vehículo a los mensajes.

Las caracterizaciones que se emplean en el desarrollo pertenecen a un corpus relevado en la red social Twitter. Las capturas fueron obtenidas de observar el uso de hashtags que se relacionen con #Fidel Castro y #Cuba, desde el 25 de noviembre hasta el 4 de diciembre de 2016. La sistematización de gran parte de las opiniones de los usuarios da como resultado el siguiente análisis:

5.8 La celebración de la muerte de Fidel Castro

Luego del anuncio la noche del 25 de noviembre diversos usuarios en Argentina y en Cuba se articulan bajo la premisa de que con la muerte de Fidel Castro se produce la muerte del dictador de Cuba. Su discursividad no pretende emplear matices históricos, sino que más bien están centrados en la actualidad y en el fin de una era. Como se observa en la imagen (ver imagen 4) la retórica remite a juicios y sentencias con supuestos valores universales y sentidos comunes compartidos donde cobran vital importancia construcciones como "la libertad" y "la vida".



Imagen 4. Capturas de pantalla de Twitter 25, 26 y 27 de Noviembre de 2016

Otro rasgo central dentro de lo que se da a llamar analíticamente, se relaciona con la participación en las redes sociales de usuarios que viven fuera de Cuba, o en el exilio. Los mismos centran sus opiniones en la celebración por la muerte del ex presidente. Las opiniones y los posteos se construyen en base a imágenes de celebración. (ver imagen 4, captura 11) .

5.9 La muerte del líder

Los usuarios que se articulan bajo esta premisa se sostienen en una matriz latinoamericanista, que reivindica los procesos emancipatorios y es histórica.



Imagen 5. Capturas de pantalla de Twitter 26 y 30 de Noviembre de 2016

Su discursividad se sostiene en base a un contenido afectivo pasional y espiritual que reivindica la figura de Fidel Castro, como líder de una revolución que debe continuar en aquellos que persisten. El contenido de los posts e imágenes de Castro se presentan heroicas, escoltado por la bandera de Cuba o en posición de lucha y frente a las masas. Si es retratado acompañado, es por otros líderes o con personas en cercanía y cierta complicidad. Las imágenes de Fidel Castro rememoran la visión romántica clásica, el líder que observa el horizonte. Se emplean como "pueblo" relacionada a la resistencia y "libertad" en relación a la emancipación. Los usuarios rememoran la poética de las grandes memorias, discursos y héroes de la patria grande.

5.10 Lo risible

En contraste con las características del homenaje al líder, también circularon en las redes parodias de Fidel Castro y su llegada al paraíso o al infierno. La gran mayoría de las parodias provienen de usuarios fuera de Cuba.



Imagen 6. Capturas de pantalla de Twitter 26 de Noviembre de 2016

Desde las publicaciones se intenta agraviar la figura del Fidel Castro construyendo argumentaciones relacionadas al "fracaso del comunismo" o del "líder populista" relacionado a la aspiración de riqueza.

5.11 La muerte del jefe de Estado

En otra instancia son numerosos los casos en que las voces oficiales, provenientes de representantes del poder ejecutivo de diversos países o líderes religiosos como el Vaticano. Todos ellos retoman un tipo de discursividad diplomática y estable. Es decir que sus intervenciones se mantienen dentro de una zona de desempeño al respecto de un saludo público oficial a consecuencia de un fallecimiento por ejemplo sin emplar hashtag.

The image displays three screenshots of tweets from Twitter, dated November 26, 2016, in response to the death of Fidel Castro. Each tweet is separated by a horizontal line.

- Top Tweet:** From Rafael Correa (@MashiRafael). The text reads: "Se fue un grande. Murió Fidel. ¡Viva Cuba! ¡Viva América Latina!". It shows 1,633 replies, 12,264 retweets, and 11,938 likes. A page number "17" is visible at the bottom right.
- Middle Tweet:** From Mauricio Macri (@mauriciomacri). The text reads: "Mis condolencias al gobierno cubano por el fallecimiento de Fidel Castro". It shows 1,151 retweets and 3,461 likes. A "Seguir" button is visible. A page number "18" is visible at the bottom right.
- Bottom Tweet:** From Evo Morales Ayma (@evoespueblo). The text reads: "Nuestra admiración y respeto por Fidel, el líder que nos enseñó a luchar por la soberanía del Estado y la dignidad de los pueblos del mundo.". It shows 315 replies, 5,269 retweets, and 5,431 likes. A page number "19" is visible at the bottom right.

Imagen 7. Capturas de pantalla de Twitter 26 de Noviembre de 2016

Tal es el caso de los líderes de países latinoamericanos (ver imagen 7) como Rafael Correa que sostienen cierta fraternidad y un vínculo cercano no solamente en el uso del nombre de "Fidel", dando cuenta que quienes lo leen saben a quien corresponde, sino en la celebración de Cuba y toda América Latina. Es decir que sostiene un discurso en clave regional. De la misma manera Evo Morales alude a un "nosotros" que remite a los pueblos, sostenido en las memorias de la "patria grande". Por su parte la cuenta del presidente de Argentina emite un saludo al gobierno de Cuba. Sin referir a ninguna figura histórica, ni al pueblo cubano.



Imagen 8. Capturas de pantalla de Twitter 26 de Noviembre de 2016

En otro sentido es posible observar publicaciones (ver imagen 7) que contienen argumentaciones en "forma de brevedades" y apuntan a convencer a otros de que la figura de Fidel Castro representa la tiranía o las convicciones de una revolución sin precedentes. De esta manera se construyen "micro-argumentaciones multimediáticas"

que tienen como recurso asociar la figura Fidel Castro por ejemplo con el pasado. Los usuarios que apoyan la revolución de cubana sostienen su discurso en base a datos oficiales que ejemplifican los altos índices de escolaridad y salud pública (ver imagen 7, captura 21). Diferenciando la política cubana con otros modelos político económicos. Sin embargo es necesario destacar que existe una ausencia de argumentación producto de la brevedad del discurso.

5.12 La falsa muerte

Debido a la trascendencia política del posible anuncio, los usuarios de Cuba especulan en las redes antes de que exista una confirmación oficial. Durante el año 2011 circula en las redes que Fidel Castro había muerto. Desde Cuba la cuenta de la periodista Yoani Sánchez hace referencia de la posible noticia (ver imagen 8, captura 22).



22



23

Finalmente con el anuncio oficial el día 26 de Noviembre los usuarios confirman la noticia. El usuario de la periodista opositora Yoani Sánchez es la cuenta que adquiere mayor visibilidad y cantidad de comentarios durante los hechos (ver imagen 8, captura 23). Desde el momento del anuncio la periodista comparte imágenes de su televisor y diversas fotografías de la ciudad. Sus contenidos son replicados en los medios masivos de la Argentina.

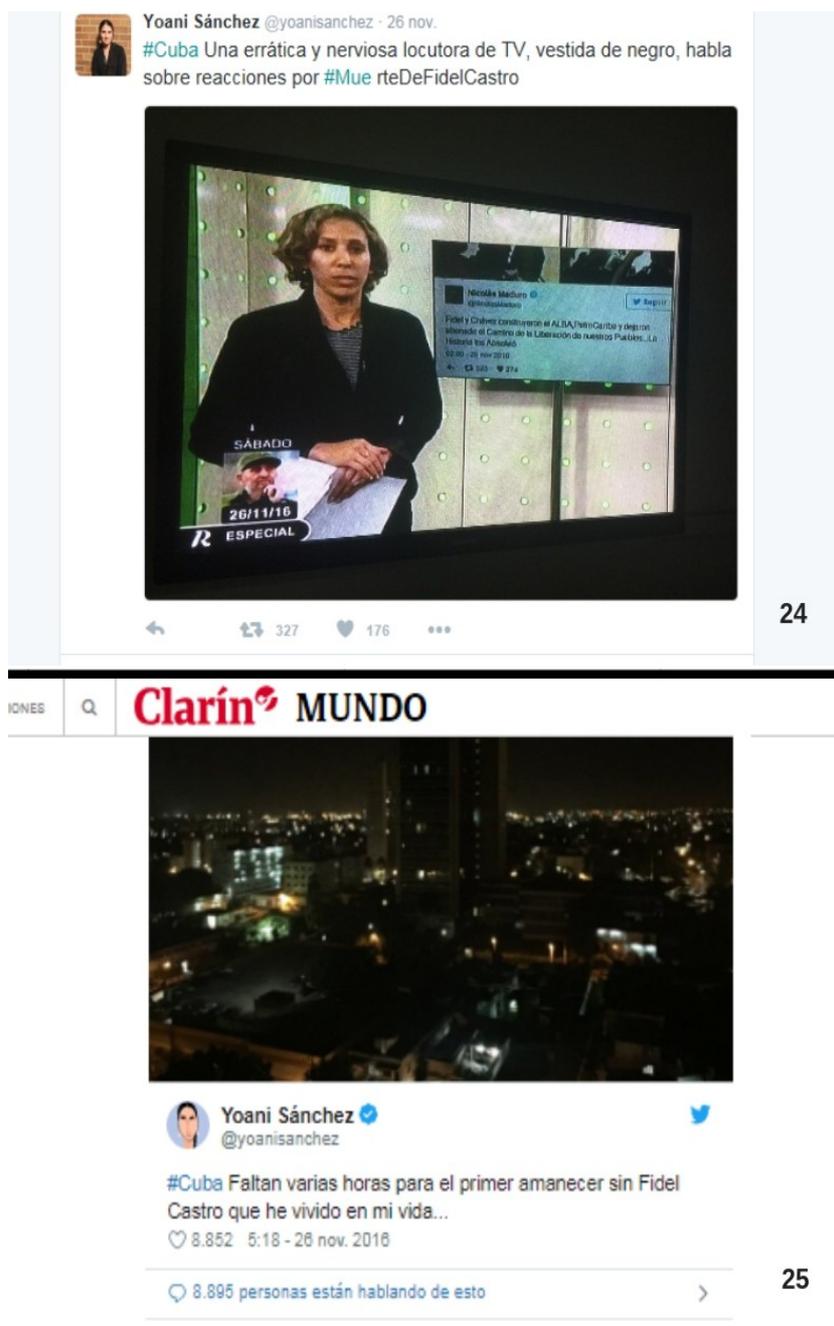


Imagen 10. Capturas de pantalla de Twitter 26 de Noviembre de 2016 y Clarín 26 de Noviembre de 2016

LOS COLECTIVOS DE INTERNAUTAS



6 Los colectivos de internautas

Para desarrollar esta parte de análisis se configura un corpus basado en los comentarios de los internautas en un artículo del diario La Nación en relación al homenaje póstumo realizado en la Habana (Millones de personas y delegaciones de todo el mundo despiden a Fidel Castro 29/11/16). Es central observar que los diarios digitales posibilitan nuevas formas de interacción (Slimovich, 2014) entre los internautas. Al igual que en otras redes sociales, la plataforma del diario La Nación permite a los internautas responder, me gustar y compartir. En sentido se generan diversas formas de opinión y de interacción entre los usuarios. Si bien gran parte de ellas se relacionan con la nota periodista, otras en cambio se centran en descalificaciones y contenidos que se alejan de los motivos centrales.

6.1 Comentarios de lectores

La cobertura periodística que realiza el diario se inicia con una nota en referencia al discurso de Raúl Castro el 26 de noviembre luego del anuncio por cadena nacional y continua con una serie que finaliza seis días después. Cabe destacar que en el caso de La Nación la plataforma requiere ingresar con un usuario para poder comentar las notas sin embargo el mismo puede no coincidir con la verdadera identidad del internauta.

La mayoría de los “*internautas opositores*” (Slimovich, 2012) produce discursos dirigidos a Fidel Castro y su representación como un "dictador", los mismos se concentran en relacionar la figura del mandatario cubano con el interés económico particular.

La imagen muestra dos capturas de pantalla de comentarios de usuarios en la plataforma de La Nación. El primer comentario es de un usuario llamado Razumikin147, publicado el 23:14 del 29/11/2016. El texto del comentario es: "ESTE DELINCUENTE SE SIRVIO DEL ESTADO PARA LLEVARSE LA GRAN VIDA, DISFRUTO DE TODOS LOS PLACERES EN ESTA VIDA, NO LE FALTO NADA. MIENTRAS TANTO LOS TIBURONES SE HACIAN LA FIESTA CON LOS POBRES QUE HUIAN EN BALSAS DESDE CUBA". El comentario tiene 3 reacciones (dos verdes y una roja) y 26 me gusta. El segundo comentario es de un usuario llamado martinortiz1774, publicado el 00:58 del 30/11/2016. El texto del comentario es: "No digan que la gente fue a despedirlo a ese DICTADOR.... fueron obligados por el regimen fascista que hoy gobierna Raúl Castro.". Este comentario también tiene 3 reacciones (dos verdes y una roja) y 27 me gusta. Ambas capturas muestran los botones de "Reportar" y "Compartir" debajo de cada comentario.

Imagen 11. Capturas de pantalla de La Nación 29 y 30 de Noviembre de 2016

En otros casos se retoman los motivos temáticos sobre el acto póstumo para establecer relaciones con la política de Argentina y recuperar otras construcciones de sentidos referidas al "populismo" sobre todo vinculadas de forma negativa al Kirchnerismo.

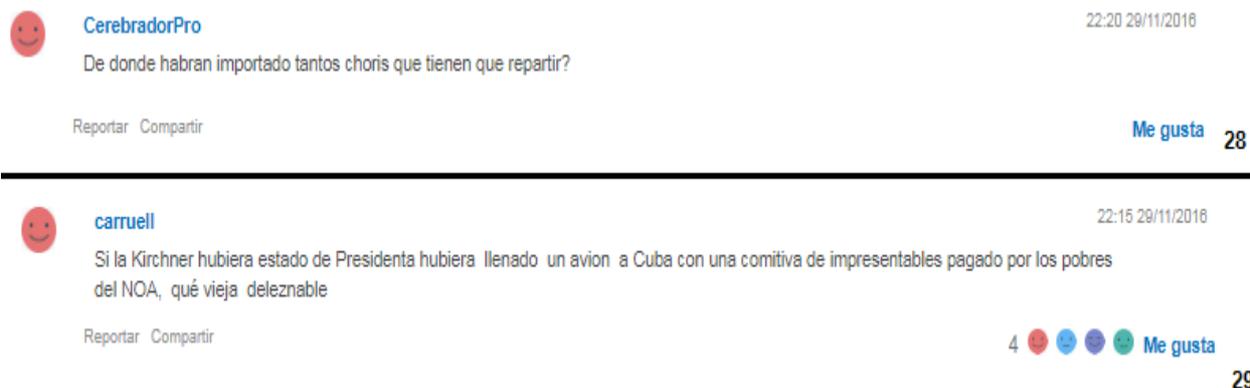


Imagen 12. Capturas de pantalla de La Nación 29 de Noviembre de 2016

En el mismo sentido se retoma el motivo temático de la gran presencia de personas en La Plaza de la Revolución para producir discursividades opuestas y así argumentar contra el gobierno de Cuba.

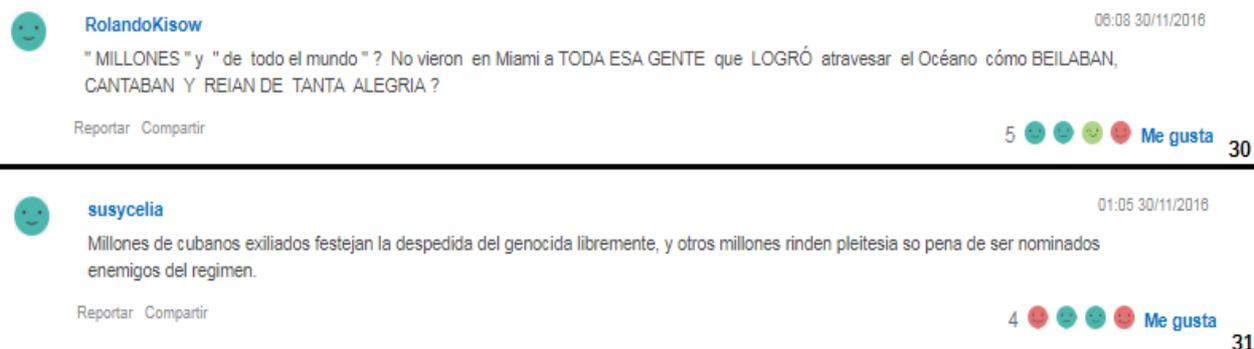


Imagen 13. Capturas de pantalla de La Nación 30 de Noviembre de 2016

Por otra parte es posible evidenciar interacciones entre los internautas. No solamente en la cantidad de "me gusta" que permite otorgar una validación positiva al comentario. Sino en la respuesta directa que permite la plataforma. En este sentido se observan acusaciones vinculadas a la ideología "comunista" de los usuarios a favor de Fidel Castro.

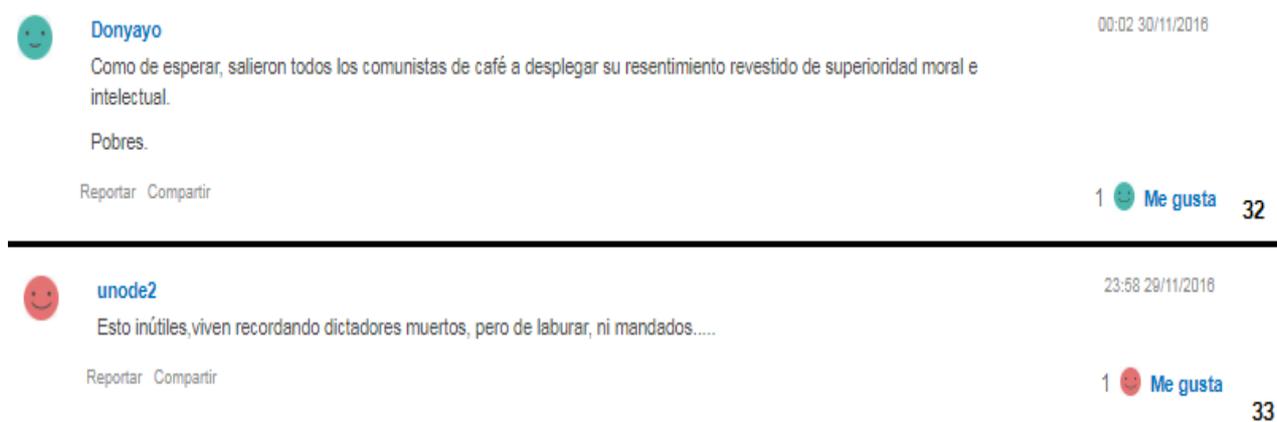


Imagen 14. Capturas de pantalla de La Nación 29 y 30 de Noviembre de 2016

Por su parte los usuarios que producen sus comentarios cercanos al gobierno de Fidel Castro es decir que se posicionan como *"internautas seguidores"* (Slimovich, 2012) laboran contenidos en base a argumentos que retoman un adversario político local. En este sentido se observan construcciones que refieren a los "cacerolos" y a la figura de Mauricio Macri para realizar críticas al modelo político.

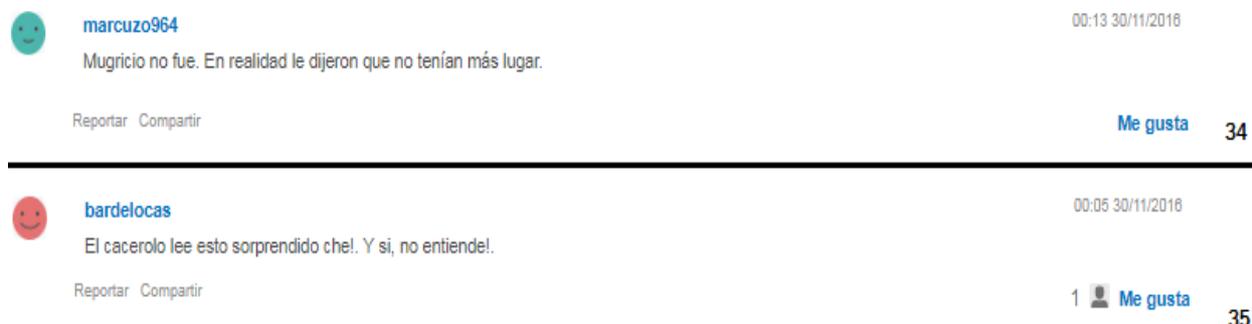


Imagen 15. Capturas de pantalla de La Nación 30 de Noviembre de 2016

Por otra parte también se evidencian argumentaciones que defienden la revolución cubana construyendo un adversario local que es criticado por los internautas de manera directa. De la misma forma se buscan desacreditar mediante la ironía la posición de La Nación que titula que son "millones" quienes despiden a Fidel Castro. En este sentido se evidencia el contrato de lectura (Steimberg, 1993) que posee el periódico con sus lectores. Desde la construcción que hacen ciertos internautas atacar al medio es atacar a quienes lo consumen.

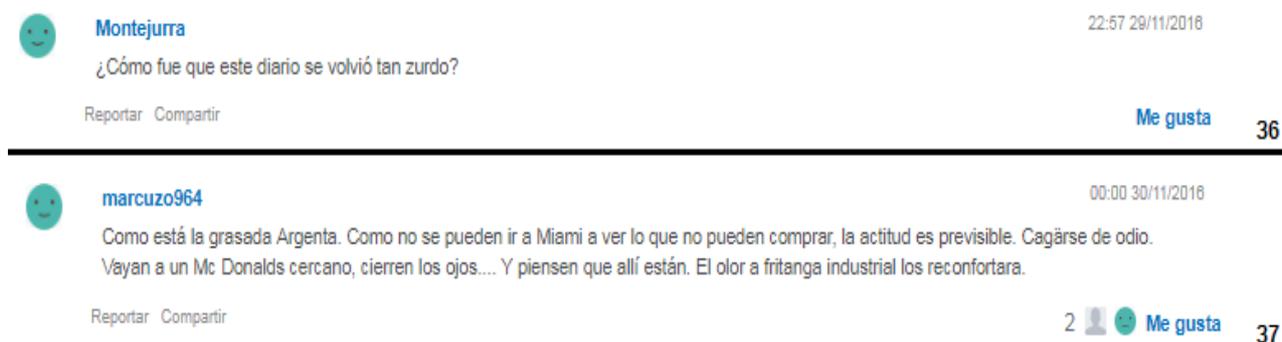


Imagen 16. Capturas de pantalla de La Nación 29 y 30 de Noviembre de 2016

Finalmente es preciso destacar que existe por parte de ambos colectivos de usuarios construcciones de sentido que se ponen en evidencia durante el momento de intercambio. La gran mayoría emplea “*argumentaciones pasionales*” (Slimovich 2012, 2016, 2018) y construcciones que tienden a desacreditar la posición contraria. Sin embargo en los “*internautas opositores*” (Slimovich, 2012) hay mayor presencia de preguntas retóricas. El recurso tiende devaluar las opiniones de aquellos usuarios que desconocen por experiencia directa la forma de vivir de los cubanos. Se busca desacreditar los argumentos de los usuarios que viven en países con modelos capitalistas y defienden los ideales de la revolución.

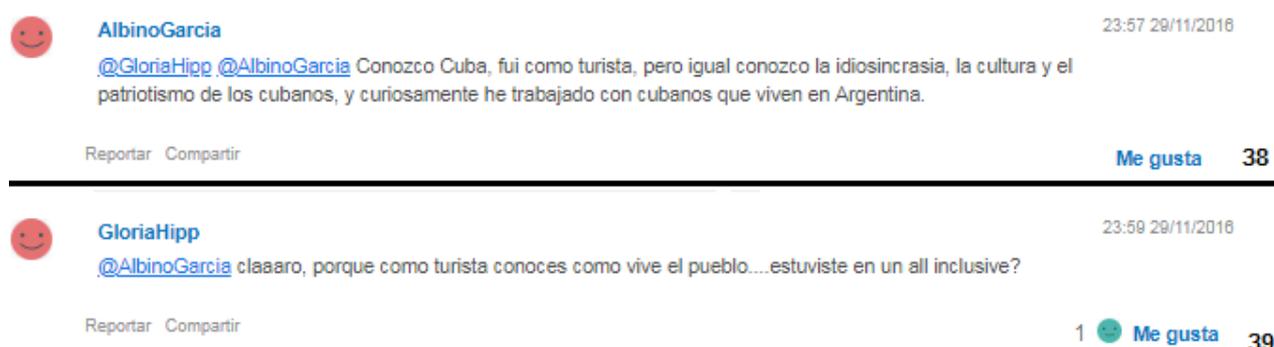


Imagen 17. Capturas de pantalla de La Nación 29 de Noviembre de 2016

Por su parte los *internautas seguidores* emplean durante el intercambio con otros, construcciones que desacreditan la opinión contraria por desconocimiento. En este sentido pese a participar activamente del debate la gran mayoría crítica a los "Foristas" y se posiciona desde un nosotros informado y con visión crítica.

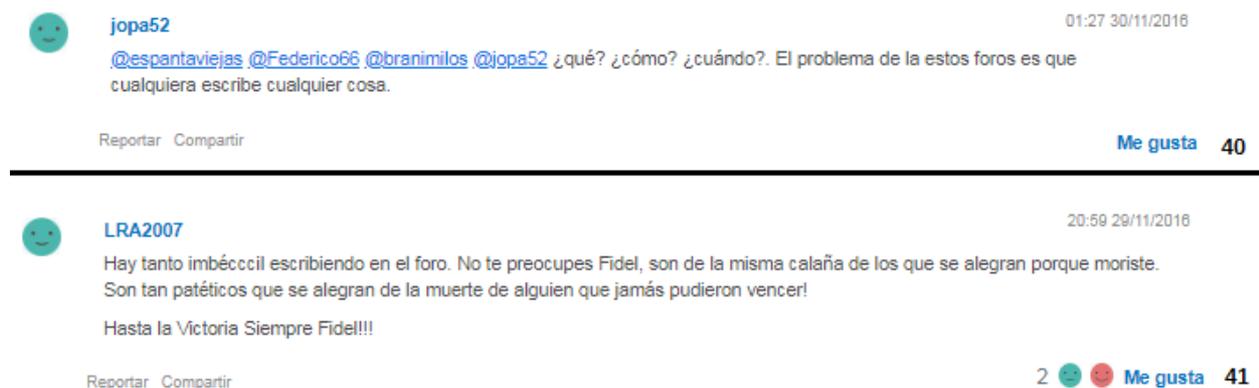


Imagen 18. Capturas de pantalla de La Nación 29 y 30 de Noviembre de 2016

Es posible evidenciar que a lo largo de todos los comentarios se reproducen posiciones a favor y en contra, por lo que se descarta la posibilidad de comentarios neutrales. Quienes se muestran como opositores a la figura de Fidel Castro, retoman los motivos temáticos del artículo para argumentar su posición. Es decir que se llevan a cabo operaciones de giro de sentido por parte de los *internautas opositores* para validar su posición. Se evidencia además la tendencia a igualar a los *internautas seguidores* como "comunistas y populistas". Por otra parte son las producciones de los *opositores* las que contienen mayor cantidad de contenido pasional e insultos que en su mayoría se concentran en posicionar a Fidel Castro como un tirano. Finalmente aquellos que se muestran cercanos a los ideales de la revolución construyen un nosotros informado y un adversario político vinculado a las disputas de la política local. En el mismo sentido construyen una oposición al medio, en este caso a La Nación, como parte de esa coyuntura.

6.2 El movimiento llega a las calles

Castells (2012) refiere que en la actualidad existen movimientos ciudadanos que están asentados en las redes sociales y que tienden a ocupar el espacio público. Los mismos poseen numerosas reivindicaciones salvo cuando se centran en un único objetivo claro. En este punto cabe destacar que no todos los movimientos se unen con un propósito político fundamental, pueden también estar conectados por el deseo o la emotividad. La siguiente fase del análisis permite observar como la trayectoria pública del movimiento en torno a la mediatización de la muerte de Fidel Castro se expande y llega a las calles.



Imagen 19. Capturas de pantalla de Twitter 29 de Noviembre de 2016

Se produce un flujo comunicacional continuo (Braga, 2012) y hacia adelante. Que genera la puesta en diálogo con diversos soportes mediáticos. La presencia de usuarios con gran cantidad de seguidores y reconocimiento o estima pública en y fuera de las redes, genera posiciones polémicas, replicas e intervenciones que aumenta la cantidad de usuarios en torno al caso. En este sentido es que es los usuarios traducen las demandas de las redes sociales al espacio público real. En el caso de la Argentina luego del anuncio de la muerte de Fidel Castro, especialmente durante el día 29 de noviembre una serie de usuarios se articulan en torno ocupar el Obelisco Porteño como forma de homenaje (ver imagen 19). Los usuarios y las diversas agrupaciones políticas emplean los Hashtags #FidelCastro, #Hastasiemprecomandante y #TributoaFidel en sus convocatorias.



Ángel González 

@JaliskoPark

a la Plaza mañana por Fidel y por
la juventud

[#YoSoyFidel](#) [#CubaEsNuestra](#)

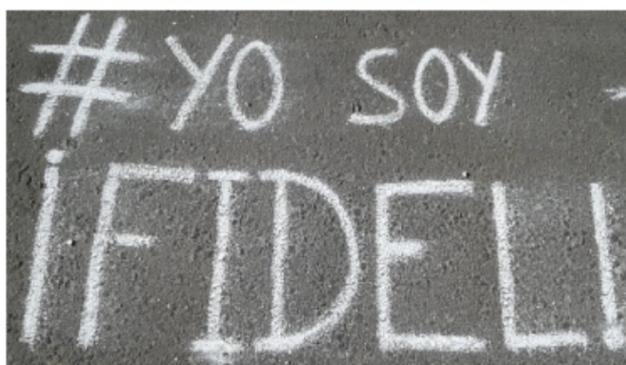
1 ene. 2017

44



Yocy @YocyCuba

[#YoSoyFidel](#) y lo seguré siendo porque la juventud [#cubana](#) está
con la [#REVOLUCION](#) [#HastaLaVictoriaSiempre](#) Comandante



28 nov. 2016

45

Imagen 20. Capturas de pantalla de Twitter 28 de Noviembre de 2016 y 1 Enero de 2017

En el caso de Cuba (ver imagen 20) los usuarios se asocian a los hashgtags [#YosoyFidel](#) [#TributoaFidel](#) y [#CubaesNuestra](#) incluso llevando carteles y realizando intervenciones en las calles con la consigna durante las manifestaciones. Los movimientos sociales generados desde las redes y en fuerte interacción con los medios masivos se sostienen durante los nueve días de duelo oficial y se reactivan luego el 2 de enero durante el Aniversario de la Revolución Cubana.

CONCLUSIONES



7 Conclusiones

En primer término es preciso destacar que este desarrollo se enmarca en el contexto de una sociedad hipermediatizada donde los sentidos de la comunicación son pensados en múltiples direcciones (Carlón, 2016). Los avances producidos en esta tesis permiten abordar un caso de circulación hipermediática y observar las producciones de los usuarios en base al anuncio de la muerte de Fidel Castro en Cuba y Argentina. Es posible concluir que luego del discurso televisado el 25 de noviembre de 2016 en el Canal CubaTV, se producen movimientos descendentes hacia las redes sociales, luego ascendentes hacia los medios masivos tradicionales para descender nuevamente.

Se advierte que el inicio del caso es descendente ya que surge con la difusión del anuncio en un medio masivo. Debido a la trascendencia del comunicado de Raúl Castro se establece al mismo tiempo una dirección horizontal con otros medios masivos (prensa gráfica, televisión y radio) y se establece una dirección descendente ya que repercute en las redes sociales.

Del análisis se observa que en el inicio se produce la difusión de la noticia y la búsqueda de confirmación sobre la muerte de Fidel Castro. Al respecto se evidencian producciones y noticias falsas desde el año 2011, todas ellas destinadas a crear repercusiones mediáticas sobre la supuesta muerte del mandatario. En este sentido pese al discurso de Raúl Castro, una serie de internautas dentro de Cuba sostiene la falsedad del anuncio. Es por eso que solo cuando el discurso es retomado por otros medios masivos y confirmado en las redes por usuarios con estatuto público se confirma la noticia y se agotan las producciones en torno a la "falsa muerte" del líder de la revolución.

Por otra parte el caso permite establecer dos niveles al respecto de las producciones en torno a las reacciones positivas sobre la muerte de Fidel Castro, que en su mayoría provienen desde afuera de Cuba. Por un lado aquellos que se consideran exiliados generan producciones en torno a la celebración. En este sentido ciertas regiones de Miami se transforman en un escenario recurrente en la redes sociales y además se generan producciones desde lo risible y la ironía recreando la imagen de Fidel Castro y Donald Trump. En su mayoría los usuarios opositores producen discursos con *contenidos pasionales* que buscan relacionar la forma de gobierno de Cuba con una "dictadura".

En otro sentido el recuerdo a Fidel Castro y el saludo oficial de mandatarios por medio de las redes, se mantiene dentro de lo previsible. Es decir, que se construye la imagen de Fidel Castro como un líder y un referente político. Se lo relaciona con otros mandatarios

contemporáneos como Hugo Chávez y se evidencia una fuerte presencia de contenido histórico recuperando en las diversas producciones que circulan en las redes la figura de José Martí, Simón Bolívar y Ernesto Guevara. Otra de las particularidades que se observa en los usuarios que producen contenidos desde el homenaje a Fidel Castro es la presencia de fotografías e imágenes del mandatario de joven y frente a las masas.

Por su parte los usuarios opositores realizan operaciones para torcer el sentido de las fotografías subidas a sus redes sociales y generan un sentido opuesto, Fidel Castro aparece como un adulto mayor, enojado y en solitario. En todos los casos en base a las producciones de los usuarios en las redes sociales se generan extensos focos de debate y contenidos polémicos que tienden a posicionar a los internautas como adversarios políticos diferenciados.

En términos de Castells (2012) los movimientos sociales son movimientos emocionales. En este sentido el poder de convocatoria de un hecho social relevante, no depende solamente de un líder que lo inicie. "Para que se forme un movimiento social, la activación emocional de los sujetos debe conectar con otros individuos" (p.31). Es decir que si muchos sujetos comparten un mismo sentimiento crean formas de organización.

En este sentido es posible establecer similitudes y diferencias en las convocatorias a ocupar las calles tanto en Argentina como en Cuba. En ambos casos los movimientos surgen de convocatorias motivadas desde las redes sociales. En los dos países se conforman colectivos de individuos aglutinados frente a un centro de interés que en este desarrollo comprende la muerte de Fidel Castro.

En el caso de Argentina se evidencia que fueron las agrupaciones políticas y los usuarios que responden a las mismas quienes conformaron un colectivo que motivados por el homenaje deciden pasar a la acción. En este caso el movimiento social no se organiza en torno a una demanda política contra un gobierno, sino que emplea las redes sociales como forma de convocatoria organizada en función de recordar a su referente político.

En el caso de Cuba existe un acto central organizado por el gobierno y se evidencia la presencia de usuarios anónimos que replican la convocatoria y en muchos casos llaman a ocupar las plazas de todo el país, no solamente por el recuerdo al "Comandante de la revolución" sino para defender el modelo político por el cual se sienten representados.

El análisis de las producciones de este conjunto de usuarios permite observar como central el motivo temático referido a los ideales del pueblo revolucionario. Por otra parte hacen sentido construcciones con respecto al paso a la inmortalidad de Fidel Castro. Este tipo de producciones busca dar cuenta de que la revolución continua como legado.

Al respecto de los usuarios que buscan visibilizar la muerte de Fidel Castro desde la celebración es posible evidenciar que no traducen sus demandas al espacio público en ninguna de los dos países en cuestión. Lo hacen en Estados Unidos donde hay llamados concretos a realizar festejos en los centros con mayor cantidad de población cubana. El motivo temático presente en la mayoría de las producciones que provienen de “exiliados cubanos” en Estados Unidos hacen sentido con el fin de una dictadura y el inicio de una nuevo modelo político en Cuba.

La muerte de Fidel Castro genera en Cuba y en diversas partes del mundo evidentes repercusiones en los medios de comunicación. En el caso de Argentina se publican ediciones especiales que en muchos casos retoman screenshots de las redes sociales de mandatarios y referentes. Las misma buscan representar tres posturas básicas: las castristas, las anticastristas y en menos medida las posiciones neutrales. Como se evidencia en el análisis es posible observar similares características en los comentarios de La Nación estableciendo tres tipos de internautas: *seguidores*, *opositores* y *neutrales*.

Por su parte en Cuba la agenda mediática se ve afectada por lo imprevisible de la noticia. En este sentido luego del anuncio de nueve días de duelo por parte del gobierno, se observa que ocurren picos de tratamientos mediáticos relacionados estrictamente con Fidel Castro y cinco atributos sustantivos¹: “el entierro, la firma del concepto de Revolución (fidelidad al proyecto político), el homenaje, los cubanos que conocieron a Fidel Castro, la vida y obra del Comandante y las obras sociales relacionadas a su mandato”(Muñiz Zúñiga, 2018 :808)

Al igual que en las redes sociales la cobertura mediática en medios tradicionales de Cuba disminuye y posee una reactivación durante el Aniversario de la Revolución. Al tratarse del canal oficial el tratamiento mediático desde CubaTV responde a la cobertura informativa que propone el Partido Comunista de Cuba. Sin embargo el análisis hace posible evidenciar un cambio en los criterios de mediatización. El portal transmite en vivo y de manera ininterrumpida el trayecto de la caravana hacia Santiago de Cuba. Se genera un aumento de la participación de los ciudadanos que comparten el link en sus redes sociales y además comentan los hechos mientras suceden. En este caso los comentaristas del canal instan a los usuarios a participar desde sus redes sociales comentando y empleando diversos hashtags.

En el análisis se hace referencia al anuncio por parte de Raúl Castro como el discurso de origen en este sentido tiene lugar la Fase 1. Posteriormente tanto la confirmación de la

1 Recuperado:https://www.researchgate.net/publication/325828391_Repercusion_de_la_muerte_de_Fidel_Castro_en_Santiago_de_Cuba_Aparicion_y_evolucion_del_evento_en_las_agendas_politica_y_mediatica

noticia y la cobertura de los medios se establecen como la Fase 2 y Fase 3 respectivamente. La Fase 4 se relaciona con el homenaje póstumo y finalmente la Fase 5 y Fase 6 comprenden los actos finales y la reactivación del movimiento en 2 de enero de 2017. Resulta necesario advertir en este punto que durante los acontecimientos el agrupamiento de usuarios se da principalmente con el hashtag #YoSoyFidel, el mismo fue utilizado en las redes sociales y también como forma de intervenir el espacio público con pintadas y carteles.

También se evidencia el uso de #TributoaFidel y #HastaSiempreComandante tanto en Argentina como Cuba. Cabe destacar que la gran mayoría de los movimientos tienden a mutar y perder visibilidad pública. Sobre todo en aquellos que surgen determinados por temporalidad de un acontecimiento, en este caso los nueve días de duelo establecidos por el gobierno. Los colectivos sociopolíticos tienden a fragmentarse y perder el sentido que los agrupa. Se observa en el análisis que los movimientos en torno a la muerte de Fidel Castro finalizan cuando se dan por concluidas las actividades oficiales.

El desarrollo de esta tesis permite dar cuenta de una nueva forma histórica de los movimientos sociales y nuevos modos de organización ciudadana en torno al uso de Internet. Si bien se observa en el análisis el caso de Argentina y Cuba la elección de un movimiento generado en el país caribeño abre la posibilidad de observar ciertas particularidades con respecto a un espacio en pleno desarrollo sobre las posibilidades de conexión y con ello a las diversas formas de apropiación que un incipiente colectivo de internautas puede llevar adelante.

El actual escenario virtual de Cuba permite observar diversas políticas de Estado orientadas a migrar la conexión limitada a plazas públicas y edificios estatales, ambas según los usuarios bajo una modalidad lenta y costosa, a conexiones de banda ancha en hogares y dispositivos móviles mediante 3g y 4g. En este panorama los movimientos sociales encuentran un nuevo horizonte. Este punto resulta central para expandir los interrogantes al respecto del uso de Internet en Cuba. Sobre todo en los potenciales desarrollos que pueden encontrar los futuros movimientos sociales. Se convierte en un factor elemental plantear hipótesis de investigación que se orienten a observar el surgimiento y la evolución de los movimientos sociales con base en Internet. Al momento y tal como se recupera en las voces de los nuevos Youtubers cubanos el acceso a la red desde los hogares y dispositivos móviles es una demanda central.

Sin embargo debido a su estadio inicial las repercusiones que pueda generar un avance en las formas de conexión es un interrogante sin respuesta. En el mismo sentido los

movimientos sociales generados hasta la actualidad son pocos y no logran perdurar en el tiempo, observar la evolución de alguno de ellos abre nuevas vías de investigación. Se evidencia en esta tesis la tensión constante a la que se encuentra sometida Cuba, sobre todo por parte de organismos internacionales, al respecto de las restricciones al acceso a la información. En este sentido es posible plantear nuevos abordajes que permitan estudiar no solamente la evolución de las políticas orientadas al desarrollo de Internet en el país, sino a evaluar el rol de Internet al respecto de las nuevas formas de participación ciudadana e intervención política.

En cuanto al análisis de las formas de mediatización la mayoría de los estudios académicos de Cuba relevados para esta tesis evidencia una centralidad puesta en los medios masivos tradicionales con eje en la televisión y los medios gráficos. En sentido resulta central poder observar la interacción y los puntos de contacto de los medios tradicionales con las redes sociales y de igual modo ampliar el abordaje al respecto de los nuevos medios que se limitan a producir contenidos desde la web. Tal es el caso de los seleccionados para esta tesis (medio 1 y medio 2) que en la actualidad se encuentran en pleno desarrollo de sus posibilidades.



BIBLIOGRAFÍA

- Burelli, P. [Pburelli]. (25 de noviembre de 2016). Murió Fidel Castro pero lo sobreviven las horribles consecuencias de su odio x el pueblo cubano al cual oprimió sin piedad o remordimiento. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/pburelli/status/802391427736956928>
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet. Castellón, M. 29/01/11. La Vanguardia. La wikirrevolución del jazmín. España. Recuperado de www.lavanguardia.com/opinion/articulos/20110129/54107291983/lawikirrevolucion-del-jazmin.html
- Carlón, M. (2009). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Carlón, M. (2015). "¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de internet", en Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones: Rovetto, Florencia y Reviglio, María Cecilia (editoras). Rosario: UNR
- Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En P. C. Castro (org.), Dicotomía público/privado: estamos no camino cierto? (pp. 211-232). Maceió, Brasil: EDUFA
- Carlón, M. (2016). Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el postciney youtube. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Carlón, M. (2017). La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: ladimensión espacial). En P. Castro (org.), A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento (pp. 25-48). Maceió: Edufal.
- Carlón, M. (2016b). "Apropiación contemporánea de la teoría comunicacional de Eliseo Verón", en E. Vizer y C. Vidales (coord.). Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva Internacional, Barcelona, Editorial Comunicación Social.
- Carlón, M. y Fausto Nero, A (comps) (2012). Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. Buenos Aires, Argentina: La Crujía
- Carlón, M. y Scolari, C (2014) Colaborarte. Medios y artes en la era de la producción colaborativa. Buenos Aires. La Crujía.
- Carlón, M., Fraticelli, D., Slimovich, A. y Jiménez (2016). Documento Teórico Metodológico. Argentina: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://semioticaderedesMadrid>, España: Alianza Editorial.
- Correa, R. [MashiRafae]. (25 de noviembre de 2016). Se fue un grande. Murió Fidel. ¡Viva Cuba! ¡Viva América Latina! [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/MashiRafael/status/802395265344925699>
- Crivaro, O. [OctavioCrivaro]. (26 de noviembre de 2016). Los gusanos festejan xq odian la #RevolucionCubana. Tuvimos diferencias con #FidelCastro pero bien lejos estamos de esa derecha imperial. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/OctavioCrivaro/status/802533098315517952>
- Chambero. [Chamberohoy]. (2 de enero de 2017). #CubaEsNuestra Aniversario 60 del desembarco del Granma: años de lucha, resistencia y Victoria del pueblo cubano. #YoSoyFidel #RaulEsFidel [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/chamberohoy/status/815918670992080896>
- Di Paola, E (2016). Decir la verdad: el troll y la producción de lo público. Revista de comunicación, nº 15, p 49- 57.
- Di Marco, A (2012) Construcciones Discursivas y Transformaciones Sociales: Su interacción en las etapas históricas centrales de la Sociedad Cubana".
- Elias, A. [AngelEliasGT]. (25 de noviembre de 2016). Los Simpson hicieron una parodia de Fidel Castro. Burns y Homero quieren comprar Cuba con un billete de US\$1 trillón. #muereFidelCastro [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/AngelEliasGT/status/802403345541566464>
- El destape. [Eldestapeweb]. (27 de noviembre de 2016). El lamentable "chiste" de @Nikgaturro sobre la muerte de Fidel Castro [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/eldestapeweb/status/802904304520544256>
- Fernández, J. L. (2018) (editor) Música en las redes. Vida musical en el post broadcasting. Buenos Aires, La Crujía.
- Fillieule, O y Tartakowsky, D. (2015). La manifestación. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI
- Frank, R. [Francubar]. (30 de noviembre de 2016). Cuba Patriagrande es la hora de gritar Revolución!!!! es la hora de tomarnos de las manos, pues no habrá mejor promesa que cumplir con el deber de saberse cada día más cubanos FidelCastro PorsiempreFidel FidelVive YoSoyFidel [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/Frankubar/status/815709433481330688>
- Ferreira, D. [DaniiVitian]. (26 de noviembre de 2016). QUE SEPAN QUE LOS GRANDES NUNCA MUEREN, VIVEN EN EL PUEBLO. HASTA LA VICTORIA SIEMPRE COMPAÑERO! #VivaFidelCastro [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/DaniiVitian/status/802489854625869824>
- González, A. [Jaliskopark]. (1 de enero de 2017). a la Plaza mañana por Fidel y por la juventud YosoyFidel CubaesNuestra [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/JaliskoPark/status/815709433481330688>
- Jenkins, H (2008) La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Juventud Rebelde. [JuventudRebelde]. (2 de enero de 2017). #YoSoyFidel gritan a su paso el Pueblo Combatiente en la Plaza de la Revolución. Fidel los agradecidos te acompañan #CubaEsNuestra [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/JuventudRebelde/status/815909262283198464>
- Macri, M. [mauriciomacri]. (26 de noviembre de 2016). Mis condolencias al gobierno cubano por el fallecimiento de Fidel Castro [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/mauriciomacri/status/802517929556316160>
- Montaner, C (2006) LOS CUBANOS, bcg Brickell Communications Group.
- Morales, E. [Evoespueblo]. (26 de noviembre de 2016). Nuestra admiración y respeto por Fidel, el líder que nos enseñó a luchar por la soberanía del Estado y la dignidad de los pueblos del mundo. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/evoespueblo/status/802477049394982912>
- Muñiz Zúñiga, Viviana (2018): "Repercusión de la muerte de Fidel Castro en Santiago de Cuba. Aparición y evolución del event en las agendas política y mediática", en Estudios sobre el Mensaje Periodístico 24 (1), 797-816.
- Perez, R. [rspez2016]. (2 de enero de 2017). #Cuba "Esta Revolución la defienden los hombres y las mujeres que tienen valor para marchar con ella. #CubaEsNuestra #YoSoyFidel #FarCuba [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/rspez2016/status/815916030283358210>
- Pérez, Y. [Yusnaby]. (26 de noviembre de 2016). Imágenes de celebración y alegría de quienes celebran la muerte del dictador cubano Fidel Castro en #Miami #Florida [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/Yusnaby/status/802558736783015937>



BIBLIOGRAFÍA

- Patria Grande. [PatriaGrandeInt]. (29 de noviembre de 2016). TodossomiosFidel Hoy a las 18 hs vamos todos al Obelisco a rendirle homenaje a Fidel HastaSiempreComandante
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/PatriaGrandeInt/status/803638470396637184>
- Rial, J. [Rialjorge] (26 de noviembre de 2016). Murió #FidelCastro. Con el se fueron los 60, cuando parecía que todo era posible y la revolución estaba ahí, a la vuelta de una esquina.
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/rialjorge/status/802477329880645632>
- Reyes, K. [Karlaremar]. (26 de noviembre de 2016). El pueblo cubano no dejara caer la unidad irrevocable alcanzada por la guía de nuestro comandante en jefe @fidelcastro
VivaFidelCastro
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/karlaremar92/status/802586051479040000>
- Rovira, E. [EdgardoRovira]. (26 de noviembre de 2016). "Cada año 80 mil niños mueren víctimas de enfermedades evitables, Ninguno de ellos es cubano" (Fidel Castro). Hasta la Victoria Siempre...
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/EdgardoRovira/status/802450619420278784>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (25 de noviembre de 2016) #Cuba Todavía muchos en La #Habana no se dan por enterados, las calles vacías en mi edificio... silencio #MurióFidelCastro
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/802408784069017600>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (25 de noviembre de 2016). #Cuba Hastío, indiferencia, desgano...por el momento son las reacciones que he podido captar en muchos #LaMuerteDeFidelCastro
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/802444138851565568>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (30 de agosto de 2011). Cuba mi telefono no para de sonar. Todos preguntan por la salud de FidelCastro pero no tenfo ninguna certeza, solo circulan rumores.
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/256433987772358657>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (25 de noviembre de 2016). Cuba Muere Fidel Castro y su hermano Raúl lo anuncia en la televisión nacional
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/802392293500190724>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (26 de noviembre de 2016). Cuba Una erática y nerviosa locutora de TV, vestida de negro, habla sobre reacciones por la MuertedeFidelCastro
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/802428711068803072>
- Sánchez, Y. [YoaniSanchez]. (26 de noviembre de 2016). Cuba Faltan varias horas para el primer amanecer sin Fidel Castro que he vivido en mi vida...
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/yoanisanchez/status/802426271368171520>
- Silvestre, C. [CaroSilvestre]. (29 de noviembre de 2016). Argentina Comienza a llegar la militancia al Obelisco. TributoaFidel HastaSiempreComandante @TeleSurTv
[Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/CaroSilvestre/status/803730554705289216>
- Slimovich, A. (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación (pp. 137-154). Buenos Aires, Argentina: La Crujía
- Slimovich, A. (2016). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook. Revista de comunicación, nº 15, p 111- 127, Julio 2016. Recuperado de https://www.academia.edu/29104589/La_digitalizacion_de_la_politica_y_la_vuelta_de_lo_televisivo_El_caso_de_los_candidatos_argentinos_en_Facebook.
- Slimovich, A. (2017) La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales. Dixit, [S.I.], n. 26, p. 24-43, June 2017.
Recuperado de: https://www.academia.edu/33805177/La_ruta_digital_a_la_presidencia_argentina_Un_analisis_politico_e_hipermediatico_de_los_discursos_de_Mauricio_Macri_en_las_redes_sociales_The_digital_route_to_the_presidency_of_Argentina_A_political_and_hypermedia_analysis_of_Mauricio_Macri_s_discourses_in_social_networks.
- Slimovich, A. (2017b). La reacción ciudadana en la sociedad hipermediática contemporánea. El caso de la movilización por los estudiantes mexicanos desaparecidos de Ayotzinapa. Paakat. Año 7, número 13, septiembre 2017-febrero 2018.
Recuperado de: https://www.academia.edu/34577487/La_reaccion_ciudadana_en_la_sociedad_hipermediatica_contemporanea_El_caso_de_la_movilizacion.
- Slimovich, A. (2017). Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo. De signos y sentidos, nº 18, p 9-33, año 2017. Recuperado de: https://www.academia.edu/35684912/Los_enunciadores_politicos_de_la_protesta_por_el_aumento_de_tarifas_en_Argentina_Un_analisis_hipermediatico_de_un_movimiento_social_contemporaneo.
- Slimovich, A. (2017c). Discursos políticos para todos y todas. Reflexiones sobre las redes sociales del presidente argentino. Revista sociales, nº 12, p 37-48, año 2017. Recuperado de: https://www.academia.edu/34991669/DISCURSOS_POLITICOS_PARA_TODOS_Y_TODAS_REFLEXIONES SOBRE LAS REDES SOCIALES DEL PRESIDENTE ARGENTINO
- Slimovich, A. (2018). Tinelli mercenario K. La mediatización del Presidente argentino y los trolls macristas. INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN 2018 - VOL. 13 / Nº 1 - 159-186. Recuperado de https://www.academia.edu/37018549/TinelliMercenarioK_La_mediatizacion_del_Presidente_argentino_y_los_trolls_macristas_TinelliMercenarioK_The_mediatization_of_the_argentine_President_and_the_macrista_trolls
- Scolari, A (2008) Hipermediaciones. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Scolari, A 30/01/11. Cerca de la revolución las redes sociales salen a la calle. Buenos Aires. www.hipermediaciones.com. Recuperado. <https://hipermediaciones.com/2011/01/30/cerca-de-larevolucion-las-redes-sociales-salen-a-la-calle/>
- Soto, L. Cerca de la revolución. Redes, movimientos y tecnopolítica. Hamartia, n 10, enero 2015.
Recuperado de: <http://hamartia.com.ar/2015/01/29/cerca-de-la-revolucion/>.
- Touraine, A. (2006) Los movimientos sociales. Revista Colombiana de Sociología. ISSN 0120-159X. Número 27. Año 2006. pp. 255-278
- Verón, E. (1987a) La semiosis social. Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. (1987b). La palabra adversativa, Observaciones sobre la enunciación política. En El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires, Argentina: Hachette.
- Verón, E. (1987c). La mediatización. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y letras. Cursos y Conferencias.
- Verón, E. (1995). Mediatización de lo político. España: Editorial Gedisa



BIBLIOGRAFÍA

- Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Barcelona, España: Gedisa.
- Veron, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Verón, E. 27/02/11, Perfil, ¿Una nueva metodología? pp 12.
- Toret, J (2013). Tecnopolítica y 15M, la potencia de las multitudes conectadas. Un nuevo paradigma de la política distribuida. Con licencia [Copyleft 2013 Datanalysis15M, Javier Toret, Antonio Calleja, Óscar Marín Mirón, Pablo Aragón, Miguel Aguilera y Alberto Lumbreras bajo licencia CC-by-sa. Obra de acceso abierto. España: Universitat Oberta de Catalunya.
- Yo Soy el Ingeniero Diesel [Tablerospapper1]. (27 de noviembre de 2016). Vos sos Cubano? No, verdad? Los Chairros como usted hablan como socialistas/comunistas desde la cómoda trinchera capitalista [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/tablerospapper1/status/803042759019929600>
- Yocy. [YocyCuba]. (29 de noviembre de 2016). YoSoyFidel y lo seguré siendo porque la juventud cubana está con la revolucion Hastalavictoriasiempre Comandante. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/YocyCuba/status/803333038637715456>

ANEXO ENTREVISTAS



Medio 1¹, funciona como un portal en Internet y posee cuentas en redes sociales. Desde ésta experiencia: ¿Qué podrían decir sobre el funcionamiento y acceso a Internet en Cuba en la actualidad?

El acceso a Internet en Cuba es posible comprando horas prepago (1 hora de internet equivale a 1 USD, en un país con salario medio de 35 USD mensuales) y usándolas en zonas públicas WiFi o salas de navegación. Es posible también navegar desde instituciones estatales, especialmente las Universidades. Los datos más recientes hablan del 35% de la población con acceso a Internet, aunque en esa cifra hay muchas desigualdades. Lo mismo se puede tener Internet (con muchos sitios bloqueados) que con muy estrecho "bando de ancha" (menos de 1Mb por segundo, en las opciones más caras) Por eso decimos en broma que tenemos Internet multitareas: mientras abrimos una página, podemos escribir un doctorado o lavar la ropa. No obstante, en comparación con dos años atrás, estamos como país en mejores condiciones. Ya se anuncia para este año (aunque se lleva anunciando varios años) que habrá Internet a través de datos móviles 3G (habrá que ver a qué precio) y comienzan a ofrecerse opciones de conexión en los hogares.

Según diversas fuentes, es posible obtener contenidos audiovisuales a través de "Paquetes" offline. ¿Podrían explicar el funcionamiento?

El Paquete es una estructura reticular con centros establecidos desde la capital, a cada capital provincial, municipal hasta llegar a los barrios. Tiene "agencias" que lo "conforman" cada semana y lo echan a rodar de la mano de otros distribuidores, los cuales a su vez quitan y ponen contenido (publicitario, que alguien les paga, o no, por poner) y configuran sus carpetas (la interfaz es muy básica: una carpeta dentro de otra carpeta y así sucesivamente...) de acuerdo a las necesidades que detectan en sus compradores: los usuarios. De tal manera de La Habana puede salir un Paquete de 1 Tb de información con películas, series, shows de la tv hispana, novelas, videoclips (todos esos son los contenidos más demandados) que cuando llega a otra provincia el paquetero local intervendrá y quitará y pondrá según lo que él crea que vende mejor en su mercado local.

¿Cómo es ser un YouTuber en Cuba y en que se diferenciaría de otros países?

Habría que preguntarle directamente a los YouTubers, pero lo que les hemos escuchado decir es que tiene mucho en común con los otros (sobre todo en cuanto a temas, estilos, preocupaciones) y las diferencias están en las formas en que se producen sus programas y sobre todo en cómo los distribuyen. No hay fatalismo ni angustias en sus propuestas, sencillamente se han adaptado creativamente a su realidad.

Teniendo en cuenta a los jóvenes cubanos ¿Qué rol puede tener Internet y las redes sociales en los cambios socioculturales?

Está siendo fundamental. Los jóvenes cubanos se parecen mucho a otros jóvenes latinoamericanos o del mundo occidental. Lo que ocurre es que apenas ahora se está viendo ese fenómeno fuera de Cuba, porque ellos se están conectando. Ven las mismas series, siguen a los mismos artistas, se visten de la misma manera... La tecnología sólo ha llegado a acelerar un proceso de integración cultural con la globalización circundante y eso sólo es un proceso que continuará sin detenerse.

¹Los nombres reales de los medios y youtubers han sido reemplazados con fines académicos.

Medio 2, Funciona como un portal en Internet y posee cuentas en redes sociales. Desde ésta experiencia: ¿Qué podrían decir sobre el funcionamiento y acceso a Internet en Cuba en la actualidad?

Antes de la instalación del Nauta Hogar y las zonas Wi-Fi en las plazas como , en Cuba se vivía en una especie de apagón, donde solo un reducido número de profesionales tenían acceso a Internet. Actualmente las redes en hogares se comercializa en zonas específicas y existen las promesas de que el servicio se extenderá por el territorio. El principal problema es que quienes quieran acceder deberán vivir en la radio de las centrales de la compañía de servicio. Y claro contar un teléfono fijo, una computadora y las condiciones técnicas necesarias para la conexión. Sabemos que Nauta hogar será limitado de igual modo. El servicio que otorga ETECSA no solamente es costoso. Debes pagar la conexión y todos los dispositivos para acceder al servicio como los cables o un micro filtro. Todo eso dificulta seriamente la Internet y el acceso para el común de las personas.

¿Cómo es ser un YouTuber en Cuba y en que se diferenciaría de otros países?

Eso no lo sabemos por experiencia propia. Aquí la vida de los cubanos en el uso de Google o YouTube es relativamente nueva pero seguramente se extenderá al igual que en otros países. La gran mayoría de los jóvenes usa su teléfono móvil para acceder a Internet y es su principal anhelo tener una conexión que les permita usarlo sin restricciones de ningún tipo. Por ejemplo se espera que pronto sea posible acceder a la red de redes usando los datos y no solo el punto WiFi. Creo que eso también ayudará a los YouTubers y a quienes quieran ver sus videos.

Teniendo en cuenta a los jóvenes cubanos ¿Qué rol puede tener Internet y las redes sociales en los cambios socioculturales?

Aun falta mucho por recorrer. Creo que sobre todo cuando se resuelva la disparidad entre los ingresos monetarios de la población cubana y el costo de los servicios y los dispositivos para acceder a ellos se podrá observar un cambio. Los jóvenes claro son quienes tienen la mayor esperanza de que eso suceda porque están abiertos al mundo. Por lo que sucede aquí en Cuba o por lo que observan de fuera. Sus amigos o familiares. Pese a todo es algo que sucederá. Algunas compañías ya anuncian modificaciones en Cuba. La necesidad informativa y de acceso a las redes es el verdadero cambio social. Para los jóvenes cubanos y para toda la población.

Youtuber 1, ¿Por qué elegiste ser un YouTuber y que contenidos elegís mostrar?

Cuando iniciamos con esto no fue de modo profesional. Es que siempre fuimos amigos que nos llevamos bien haciendo los vídeos y luego la gente nos empezó a reconocer por el paquete. La primera promoción fue con El Paquete y luego con Facebook. Creamos nuestro contenido buscando la broma. Cada capítulo lo producimos nosotros mismos y luego nos han colaborado, pero lo que siempre intentamos es no perder la espontaneidad. Primero con un pequeño guion. Y ya empezamos después a mejorar la calidad de cada capítulo. Luego en postproducción con algo de ayuda. Siempre decidimos mostrar humor, algo loco, lo que nos está pasando, con lo que la gente se identifique. Intentamos tocar los temas desde los varios puntos de vista. Incluso podemos tomar algo que nos llame la atención por la calle o de gente que tenga un talento que mostrar. Así nos quedan vídeos de 6 a 8 minutos que subimos a nuestro canal.

¿Cómo es ser un YouTuber en Cuba?

Tienes que tener talento. Nuestro objetivo es buscar la misma aceptación a nivel internacional que la que tenemos aquí en Cuba. Aquí en Cuba hay muy pocos YouTubers y somos de los primeros.

¿Qué podrías decir sobre el uso de Internet en tu país?

En nuestro caso le debemos el reconocimiento de la gente a los contenidos mensuales del paquete. Nosotros lo hacemos con muy poco recurso. Quiero decir tenemos el interés. Pero durante mucho lo que nos faltó fue el canal para terminar de ser YouTubers. El Internet es algo muy nuevo aquí. Podemos decir que la mayoría de las personas no tiene todas las facilidades como para crear un canal de YouTube o acceder a Internet.

¿Cómo es tu relación con tus seguidores y con otros Youtubers cubanos?

No tenemos seguidores solo aquí en Cuba. Hay seguidores en Canadá, Francia, Rusia y a lo largo de varios países. Todos nos dejan mensajes en YouTube o en nuestras redes sociales. Aquí en Cuba la relación con otros YouTubers es la mejor. Sabes es necesario permanecer unidos aunque seamos muy pocos. Incluso para proteger lo que hacemos, ojala algún día se puede crear algo así como una unión de YouTubers y podamos poner el nombre de todos los YouTubers cubanos en alto.

¿Cómo se relacionan con la política en Cuba?

No es un secreto para nadie que Cuba se está abriendo al mundo. Y una vez que este aquí la Internet que se preparen los otros YouTubers porque no son para nada mejores que nosotros. Verán que aquí en Cuba hay interés, que hay talento. Gracias por tu interés.

Youtuber 2, ¿Por qué elegiste ser un YouTuber y que contenidos elegís mostrar?

Yo realmente hago lo que yo quisiera ver en YouTube. Cosas que no hay y quiero que existan. En realidad soy una persona muy tímida y la posibilidad de hablar y luego subir los vídeos es lo que más me gusta. Es por eso que elegí subir vídeos a YouTube.

¿Cómo es ser un YouTuber en Cuba?

Ahora mismo, en este momento ya no es algo tan difícil. El Internet se ha abierto y si bien no lo tenemos en la casa, si hay parques... Sabiéndolo utilizar y teniendo algunos trucos, es mucho más fácil subir un vídeo ahora que hace dos años que fue cuando empecé. Igual nunca va dejar de ser complicado hasta que cada uno pueda tener Internet en su casa. Si sucede que no tienes el apoyo grande de los seguidores de tu país por lo menos en el canal. Si te pueden ver fuera, en algunas plataformas que aquí hay como el paquete. Entonces decir que ser YouTuber en cuba es algo difícil, no creo que sea la palabra. Creo que más bien es complicado. Pero me gusta, ¿sabes por qué? hay una frase que me identifico mucho "que el enemigo del arte es la ausencia de limitación" y creo que al tener limitaciones...Creo que nos da más creatividad, y también creo que la gente te quiere ver más. Porque sabes que estás haciendo algo que realmente no es fácil pero que lo estás haciendo porque te gusta, no por dinero. Ser Youtuber en cuba es algo complicado pero no imposible y no difícil.

¿Qué podrías decir sobre el uso de Internet en tu país?

El uso de Internet ahora mismo es para comunicar. Sabes ahora mismo la mayoría de las personas que se conectan a Internet es para hablar con sus familiares que están fuera. Poco a poco la gente va haciendo otras cosas va viendo vídeos en YouTube, va subiendo fotos en las redes sociales, interactuando en las redes. Cada vez se está convirtiendo en algo más parecido a la Internet de otros países. Simplemente es eso de que te digo que no tenemos en nuestras casas.

¿Cómo es tu relación con tus seguidores y con otros Youtubers cubanos?

La relación con mis seguidores, mira es la mejor. La gente que me sigue aquí en cuba por el paquete que al ser una plataforma off line llega a todos los hogares me piden fotos en la calle, me saludan, me dan mucha cariño. Y con los seguidores de otros países igual, también es una relación súper bonita. Ellos piensas que yo soy su amigo... y es que lo soy. Algunos me escriben pensando que puede ser creído, creído significa que crees que eres el mejor. Y no. Es una relación de mucho cariño. Conozco muchos YouTubers, intentamos colaborar, participar de vídeos de otros. Aunque ya sabes tú no debes conocer a toda la gente de la universidad. Con algunos hay malos entendidos, pero nada más que eso.

¿Cómo se relacionan con la política en Cuba?

Algunos comentan en nuestros vídeos o lo han dicho en el periódico que somos jóvenes cubanos que solo buscamos fama o dinero. No ganamos dinero con esto. Sabes es lo que te decía antes. Buscamos divertir, lo que hacemos es lo que tenemos ganas de ver.