

15N: ¿Cuáles son nuestras matrices de opinión?

PEDRO SANTANDER :: 22/11/2021

Batalla en el plano semio-comunicacional

¿Quién en Cuba, Venezuela, Bolivia o Nicaragua no ha escuchado hablar de las “matrices de opinión”? Esas que se montan a través de los medios de comunicación y las redes sociales en laboratorios del enemigo y atacan los procesos sociales transformadores. ¿No es acaso bastante común en los análisis de la plaza, en las columnas de opinión, en las denuncias públicas y discusiones políticas comentar y denunciar “matrices de opinión” que se montan contra los gobiernos y pueblos de estos países? Sin duda que así es.

Pero - sobre todo después del 15N en Cuba - creo necesario formular un par de preguntas. En primer lugar, ¿qué es una matriz de opinión? ¿a qué nos referimos cuando usamos ese sintagma? La primera vez que leí una definición que denota un esfuerzo interesante e intelectualmente creativo, fue en Granma. La propone la sicóloga cubana Karima Oliva, dice ella:

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

Esta propuesta contribuye a llenar un vacío definicional que tenemos en el campo revolucionario respecto de un concepto que usamos a cada rato, respecto del cual siempre estamos alertando (“ojo, que nos están montando una matriz de opinión”), en relación al cual actuamos (“epa, hay que combatir esa matriz”), etc. La definición de Oliva le da una característica ideológica y operativa a las matrices de opinión, también una dirección (los públicos) y un propósito (intervenir en procesos políticos”).

Karima Oliva aborda este vacío desde la perspectiva que centra su mirada en el obligatorio diagnóstico que siempre debemos realizar del enemigo, de sus procedimientos y mecanismos. Esa necesaria descripción que realiza puede ser complementada con una mirada que también ponga el foco en nuestros propio bando y, desde ahí, formularnos preguntas como las que siguen.

¿Sólo quienes adversan los procesos revolucionarios construyen y ponen en circulación matrices de opinión? ¿Sólo la clase dominante tiene la capacidad de construir matrices? ¿sólo quienes controlan los medios de producción mundial de comunicación pueden posicionarse en el polo de la producción de las matrices? Si así fuera, entonces en el campo revolucionario solo nos limitaríamos a detectar y denunciar las del enemigo, y eso sería todo.

En ese sentido, para no estar condenado a aquello, vale la pena realizar en serio un viraje

metodológico en relación con una actitud tan propia de nuestra práctica política de lucha y resistencia: estar siempre hablando del enemigo y de lo que éste nos hace.

Claramente, en torno al llamado contrarrevolucionario del 15N se desplegó toda una batalla en el plano semio-comunicacional. Ésta incluyó las redes sociales (tendencias, fake news, bots, actividad orgánica, guerra de etiquetas, etc.), los medios mundiales (antes que ocurriera esa marcha que nunca ocurrió ya era titular en CNN; El País, EFE, etc.), los medios nacionales (que, por ejemplo, informaron acerca de la relación del principal convocante a la marcha con el terrorismo de Miami), pero también el boca a boca, la comunicación directa, el rumor, etc. Sin duda, nuestra militancia ha observado con atención lo que el enemigo en esta fase aguda de ataque comunicacional hizo en el plano de las matrices de opinión contra Cuba.

Y por estos días ¿qué pasó con nosotros/as? ¿construimos matrices?, si es así, ¿cuáles? ¿cómo se construyeron, cuáles fueron sus canales de circulación principales, cómo se instalaron en la opinión pública, qué formatos se mostraron como los más efectivos para el campo revolucionario, que programas o iniciativas comunicacionales, qué voceros/as lograron darle voz a esas matrices, etc.?

No tengo las respuestas claras, sí la necesidad de advertir acerca de la urgencia de observar, analizar y aprender de nuestras propias experiencias exitosas. La del 15N sin duda la fue.

Pudimos observar que hay tropa digital revolucionaria, que se activó orgánica y activamente por esos días y en modo multiplataforma. Se apreció una incipiente respuesta sistémica entre mundo digital y el analógico, entre medios tradicionales, digitales y vocerías para enfrentar una batalla como la que se avecinaba. Vimos fuerza comunicacional propia, a pesar de la asimetría. Vimos intuición y asertividad operativa, vimos, en el marco de un escenario asimétrico, la importancia de apostar a variables cualitativas más que a las cuantitativas.

Un ejemplo aparentemente nimio al respecto: a las 'fake news', a las granjas de 'bots' del imperialismo, a los beneficios algorítmicos de los que disfrutaban los voceros peteyankees y a su actividad inorgánica y monetariamente inflada, nuestra tropa respondió con artillería de memes que convocaron tanta genialidad humorística y provocaron tanta carcajada auténtica que ya algunos están pidiendo nombrar el 15N como el Día Nacional del Meme en Cuba.

Algún intelectual de rostro grave me podría reprochar candidez en el ejemplo, “qué ingenuidad política” me diría este hombre serio, “meter los memes en la lucha revolucionaria... qué banal”. Para responder sólo basta recordar la importancia del humor político en nuestra tradición que hoy, sin duda, se manifiesta en el formato “meme”, que, además, es el formato más dado a la viralización y que conecta con una amplia audiencia juvenil, esa que descrea de los rostros adustos.

También agregar lo importante que es la risa y, más aún, burlarse del enemigo y reírse de éste en momentos clave, como una batalla ganada que tenía día y hora fijada por el adversario, y eso, además, en un período en que el desaliento es la macro-matriz del imperialismo para desmoralizarnos y socavarnos por dentro.

Volvimos a las matrices. Y me atrevo a afirmar que el imperialismo tiene bien definida una macro-estrategia: provocar el desaliento permanente de las fuerzas revolucionarias. Desde ahí emanan, semio-comunicacionalmente hablando- un sinnúmero de matrices de opinión que la sustentan, la nutren, y en su despliegue nos hacen daño y afectan la correlación de fuerza.

Es el momento de la contraofensiva comunicacional después del fiasco mayamero del 15N, pero ¿con qué matrices de opinión? Analicemos nuestra fuerza y triunfos, y sabremos responder a esa pregunta. Y sabiendo responder a esa pregunta, sabremos dar mejor contienda en la batalla comunicacional.

Cubadebate

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/15n-icuales-son-nuestras-matrices