



Artículos

Las redes sociales y su impronta en el quehacer de los directivos en Cuba/ Social networks and their impact on the managers labor in Cuba. (págs 6-13)

**Dra. C. Idalsis Fabré Machado,
MSc. Diana Rosa Rodríguez-González.**

Resumen

Las llamadas nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, no tan nuevas hoy, han modificado las prácticas comunicacionales con impacto en todo tipo de prácticas sociales, incluidas las de dirección. Dentro de este megafenómeno, tienen un papel preponderante las redes sociales debido a que constituyen su expresión más socializadora, al contener los aspectos más relevantes de este proceso: internalización y control. La reflexión de este artículo de posición se centra específicamente en la relación redes sociales-ideología y su impronta en el quehacer de los directivos, quienes desde su rol deben contar con todas las herramientas –sobre todo en el orden político e ideológico– para insertarse en este medio y convertirse en agentes movilizados del pensamiento. Se concluye que es importante superar la asimilación acrítica de estas tecnologías pues ello también compromete ideológicamente. Esta dependencia es más peligrosa y depredadora que la económico-

financiera porque la contiene y la trasciende, dada su capacidad de estimular estilos de vida incompatibles con los principios del proyecto social cubano y hacer sucumbir ante el coloniaje intelectual.

Palabras clave: Directivos; Ideología; Redes sociales.

Abstract

The new information and communication technologies, not so new today, have modified communication practices with an impact on all kinds of social practices, including management. Within this megaphenomenon, social networks play a preponderant role because they constitute its most socializing expression, as they contain the most relevant aspects of this process: internalization and control. The reflection of this position article focuses specifically on the social networks-ideology relationship and its figure on the work of managers, who from their role must have all the tools, especially in the political and ideological order, to be inserted in this medium and become agents of thought mobilization. We conclude that it is important to overcome the uncritical assimilation of these technologies because it also concerns us ideologically. This dependence is more dangerous and predatory than the economic-financial one because it contains and transcends it, given its capacity to stimulate lifestyles discordant with the principles of the Cuban social



project, as well as to make succumb to intellectual colonialism.

Keywords: Ideology; Managers; Social networks.

Introducción

Las redes sociales virtuales forman parte hoy de la vida cotidiana de muchos y establecen pautas respecto a la construcción de subjetividades, incluso en aquellos que no tienen acceso a ellas. De esto se deriva, entre otros aspectos, su enorme y peligrosa capacidad de subversión, no solo en el tradicional sentido de lo político, sino en el orden simbólico, psicosocial y cultural. Las redes han logrado constituirse, más que en medios, en fines; como una de las expresiones más elaboradas de enajenación.

No obstante, es preciso hacer referencia también a los impactos positivos, que se extienden tanto a lo económico, lo social, lo académico, lo familiar y lo personal. Dentro de la denominada sociedad de la información en la que vivimos, las redes sociales permiten una interconexión que hace vivenciar en tiempo real determinados acontecimientos que luego marcarán pautas, definirán tendencias, signarán las agendas políticas, mediáticas y públicas.

Es necesario insistir en que son determinados acontecimientos los que se promocionan en el marketing de internet. El criterio de selección responde a intereses políticos que han encontrado en las redes

una plataforma ideológica ideal para la materialización de su hegemonía, sobre todo porque han instaurado con éxito, en el imaginario social, la idea de que son simples herramientas comunicacionales. Las tecnologías, independientemente del empleo que tengan a posteriori, nacen signadas por la lógica del sistema en el que se producen, son portadoras de una ideología y la reproducen amén de las reinterpretaciones y refuncionalizaciones de las que sean objeto. Los elementos anteriores deben constituir premisas esenciales para cada sujeto que accede hoy a las redes, pero especialmente y en el caso de Cuba, para aquellos que ocupan responsabilidades de dirección tanto políticas como administrativas. En tiempos de infodemia, fakenews y guerra mediática, es imprescindible despojarnos de ingenuidades respecto a aquello que se proyecta en redes sociales. Se ha de comprender la responsabilidad social que implica generar contenidos desde un rol que no es expresión de posturas individuales, sino que convierte a quienes lo ostentan en representantes de los principios del sistema social y sus instancias políticas y gubernamentales. Sobre este particular, por sus connotaciones para la sociedad cubana, propone reflexionar el presente texto, en aras de aportar criterios que contribuyan a la formación política de los directivos y a potenciar sus capacidades para la confrontación ideológica en las redes sociales.



Análisis e integración de la Información

Los medios de comunicación, empresas cuyas cuentas de beneficios determinan sus enfoques, han facilitado la homogeneización del imaginario colectivo mundial en la actualidad alrededor de temas como la economía, la convivencia, la sociedad y la política. Espacios virtuales como Facebook, creados para establecer y fortalecer las redes sociales, dan lugar a las denominadas comunidades virtuales que desencadenan un nuevo sentido de la comunicación, la solidaridad y la asociación.

En estos entornos digitales, basados en quién conoce a quién y quien comparte qué, cobra relevancia la credibilidad y el valor de lo que es compartido. Esa credibilidad es también una construcción social de ese conglomerado empresarial que define criterios y parámetros a partir de los cuales manipula el sentido de la criticidad y la objetividad del público meta al cual se dirigen. La inserción en redes sociales y su uso debe pasar necesariamente por el conocimiento del algoritmo con el que estas funcionan de lo contrario, quienes se erigen como sus clientes, terminan convirtiéndose, incluso sin percatarse, en meros instrumentos de la manipulación y la tergiversación.

Estos algoritmos tienen un componente técnico-funcional-operativo, pero sobre todo responden a intereses de poder, que utilizan a las redes sociales para construir determinadas narrativas y posicionarlas a

partir de mecanismos que operan de manera contraria a lo que el entramado digital nos muestra.

Por otra parte, más que con lo cognitivo, en estos ámbitos se pone en juego lo afectivo-emocional. Como afirmara el psicólogo cubano Manuel Calviño, uno de los problemas con las redes sociales y la capacidad para discernir la veracidad o no de lo que en ellas circula, es que las personas tienden a depositar demasiada confianza en ello como si fuera un acto de fe. Ello es resultado del manejo de temas de una alta sensibilidad y, a los seres humanos, aquello que nos afecta es lo que más seguimos, creemos y compartimos. Estas prácticas condicionan identidades individuales y colectivas que trascienden el entorno virtual.

El neoliberalismo refiere “al modo como se estructura el capitalismo contemporáneo y a las instancias de la llamada gobernanza mundial”. (p 25) Supone una tecnología de configuración y producción de subjetividad, una subjetividad a la altura del capitalismo contemporáneo; es en este contexto que las redes sociales juegan un papel protagónico.

Las comunidades virtuales alteran los roles en tanto se sustentan en la tecnología de redes, las cuales se componen de nodos configurados continuamente, sin centros. Ese aparente sentido de horizontalidad, de participación indiferenciada y directa, estimula la generación de consensos y homogeniza criterios respecto a la



construcción de verdades que resignifican los códigos comunicacionales tradicionales. Las identidades que produce la hegemonía neoliberal están deliberadamente separadas de la posición social que ocupan en el espacio de la producción. Es importante detenernos en este punto debido a que atañe directamente a directivos que, desde su rol, se insertan en las redes sociales. El propio funcionamiento de estas redes hace que tiendan a confundirse los posicionamientos personales de los institucionales.

El comportamiento exhibicionista que estimulan las redes, el compartirlo todo sin cuestionamientos, forma parte de una estrategia pensada para obtener de cada sujeto toda la información que las grandes empresas necesitan para ejercer su control y manipulación. Ante la indiferencia respecto a la pérdida de una de las libertades personales fundamentales, Ramonet retoma al sociólogo Zygmunt Bauman, lo que más asusta no es la llegada de una sociedad de la vigilancia, sino que vivimos en ella y no nos preocupa. (Ramonet I. 2016)

La subjetividad en el neoliberalismo reduce a los sujetos sociales a individuos y configura las identidades autistas de la posmodernidad. Esto es expresión de un panoptismo social sustentado en las bases teóricas del pensamiento de Foucault, pero que se extiende a toda la sociedad. La articulación control-disciplina-vigilancia se legitima, refuerza, naturaliza e invisibiliza por

medio de las redes sociales al punto en que genera en los sujetos la sensación de que es una consecuencia inevitable del desarrollo tecnológico y que la pérdida de privacidad, que para muchos ni si quiera se experimenta como tal, es solo un mínimo sacrificio comparada con las bondades y maravillas que ofrece la era de internet.

En este sentido es preciso tener en cuenta la responsabilidad social que implica para quienes ostentan puestos de dirección, tanto políticos como administrativos, el tipo de contenidos que generan y la información que voluntariamente colocan en las redes. No existe un “yo directivo” y un “yo ciudadano común”, ambos roles están interrelacionados tanto en el espacio físico como en el espacio virtual.

Ahora bien, qué reto supone el uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC), sobre todo de las redes sociales para los denominados “países tercermundistas”, como es el caso de Cuba. Más allá de las conocidas limitaciones en materia de infraestructura para la conectividad, derivadas del impacto económico que supone el bloqueo impuesto por los Estados Unidos, el tema tiene implicaciones que consideramos más apremiantes, respecto al papel que juegan las redes en la socialización de ideologías y valores.

Estas redes panópticas constituyen instrumentos de dominación que pasan desapercibidos para la gran mayoría de sus



usuarios, los cuales se someten al escrutinio tecnológico, animados por el principio utilitarista y pragmático que estas han generado al presentarse como el mecanismo ideal para facilitar nuestra vida y fomentar nuestras relaciones sociales.

Desde 2019, en Cuba, comenzó a estimularse el teletrabajo, para lo cual el uso de las NTIC es esencial. Este fenómeno ha tenido una expansión sin precedentes con la irrupción de la COVID-19 y la necesidad de mantener la vitalidad de la economía y sobre todo la vinculación laboral de miles de personas cuyo contenido de trabajo permitía poner en práctica esta modalidad. Como nunca antes asistimos a la sobreexplotación de plataformas como Whatsapp y Telegram, en las cuales comenzó a circular un volumen de información importante y constituyeron el espacio para dialogar sobre cuestiones que tradicionalmente se socializaban en intercambios personales.

En el escenario anterior, resulta fundamental el papel de los directivos en los diferentes niveles de subordinación para definir con claridad: las normas a seguir en el intercambio dentro de estos grupos y canales y el tipo de información a compartir. Sin lugar a dudas las prácticas de dirección también se modifican por el impacto de las NTIC, en particular de las redes sociales, lo cual supone una preparación sistemática de quienes dirigen que les permita ser coherentes no solo en el plano técnico-organizativo, sino especialmente en el plano

político e ideológico, con una realidad que cada vez cobra más preeminencia en el ámbito laboral.

En el caso de Cuba, las NTIC aunque entraron tardíamente en comparación con otras regiones, se han extendido ampliamente al ámbito individual, familiar y laboral. Esto supone un reto para los procesos de socialización, en tanto los sujetos tienen la posibilidad de escoger el acceso a productos mediáticos que contradicen los mensajes que se hacen llegar por los agentes socializadores tradicionales. Es importante, en primer lugar, no confundir posibilidad con libertad, no porque se definan límites para escoger por parte del Estado, sino porque esa libertad está coartada por el origen del producto sobre el cual se debe elegir, cuyos contenidos son controlados básicamente por 5 grandes transnacionales, las llamadas GAFAM (Google, Apple, Meta, Amazon y Microsoft).

En segundo lugar, de lo que se trata no es de centrar el análisis en las divergencias entre los mensajes de medios tradicionales y de internet, esto forma parte del proceso socializador que supone todo acto comunicacional. La contradicción, a la usanza marxista, aparece cuando los llamados medios alternativos tienen la suficiente capacidad para imponerse, neutralizar, subvertir y vaciar de contenido el mensaje de los medios tradicionales y oficiales de un país. Nuestra reflexión se



orienta no solo hacia las cuestiones macrosociales, sino a las configuraciones que se gestan en las relaciones e interacciones sociales a lo interno de los grupos, como resultado de la influencia de las redes, cuyo impacto ideológico es fundamental dentro de una sociedad.

Desde la política comunicacional del Estado cubano se ha insistido mucho en los últimos años en la informatización de la sociedad como parte de los esfuerzos que se realizan para impulsar el desarrollo socioeconómico, a partir de lo cual se realizan importantes inversiones que faciliten el acceso a las nuevas tecnologías. Un ejemplo de lo anterior es la entrega a directivos (tanto del sector presupuestado como empresarial) de teléfonos celulares, libres de costo, que no solo facilitan el desempeño de sus responsabilidades, sino que los dota de mayores posibilidades para la generación de contenido en las redes como parte de la batalla comunicacional que lleva a cabo el país, contra la manipulación y el cerco mediático de que es objeto.

Lo anterior es una potencialidad, pero al mismo tiempo encierra importantes riesgos debido al trasfondo ideológico con que operan las redes sociales y su capacidad para recrear un escenario que unas veces hiperboliza y descontextualiza los hechos que acontecen en la realidad cotidiana y en otras construye una realidad paralela que nada tiene que ver con lo que realmente ocurre en esa cotidianidad. Por tal motivo es

indispensable contar con las herramientas y la preparación necesarias para insertarse en las redes, máxime si se hace desde el rol de directivos.

El discurso en las redes, la exposición de criterios y el posicionamiento político amerita de un dominio cabal respecto a los mecanismos a través de los cuales funcionan estas plataformas. Por otra parte, es imprescindible tener claro que todo contenido tiene un componente ideológico, precisamente porque las redes están diseñadas desde esta concepción y como tal será usada toda la información que en ella se coloque.

Esta premisa ha sido reiterada en múltiples oportunidades por el Primer Secretario del Partido Comunista de Cuba y presidente de la República Miguel Díaz-Canel Bermúdez, quien en la tercera reunión con representantes del sistema empresarial cubano reiteró el concepto de que *el principal cuadro en una entidad estatal es su director o directora, por lo que su proceder debe estar marcado por la ciencia, la ética y la política. El empresariado tiene que ser capaz de interpretar los problemas que plantea la realidad que vivimos*. Dicho principio que es válido para orientar el desempeño de directivos en cualquier ámbito social y económico, deja claro que no es posible ejercer tal responsabilidad desde la improvisación y la espontaneidad, sino que debe realizarse con rigurosidad y científicidad.



En el mundo contemporáneo es imposible prescindir de estos soportes tecnológicos. Dicha realidad supone para Cuba una disyuntiva con implicaciones ideopolíticas importantes, en tanto es necesario tener claro que no es suficiente con potenciar e incrementar el acceso a las nuevas tecnologías incluso desde un respaldo normativo, ello per se no garantiza soberanía tecnológica, informacional ni comunicacional. Las NTIC y en especial las redes sociales son instrumentos creados, controlados y manipulados por los grandes centros de poder al servicio del capital.

La subjetividad contemporánea sólo podrá salir de la infantilización más mediática y del repliegue sobre sí misma cuando aparezcan a su alcance un imaginario con posibilidades de transformación social. Hacia estos principios se orientan las políticas públicas que en Cuba se implementan para estimular y garantizar el acceso a las nuevas tecnologías, en particular las redes sociales. Concebir a estas últimas como instrumentos de transformación social, de dinamización socioeconómica, de transmisión de valores, de información, comunicación y educación coherentes con los ideales de nuestro proyecto socialista, supone contar con sujetos preparados para enfrentarse a la manipulación ideológica que subyace en ellas.

Conclusiones

Es importante superar la asimilación acrítica de estas tecnologías pues ello también nos

compromete ideológicamente. Esta dependencia es más peligrosa y depredadora que la económico-financiera porque la contiene y la trasciende, dada su capacidad de estimular estilos de vida incompatibles con los principios del proyecto social cubano y hacer sucumbir ante el coloniaje intelectual.

Para Cuba esto implica un posicionamiento ético en la responsabilidad social de generar consensos desde la objetividad, la veracidad, la criticidad y la credibilidad. Todo ello usando como plataforma un soporte comunicacional que no tiende a regirse por estos parámetros y con el reto de generar además un producto comunicativo que sea atractivo e interesante. Se requiere redimensionar el espacio virtual en función de la consolidación y potenciación de nuestros patrones culturales, idiosincráticos e identitarios, pero con creatividad, sin pretender adaptar las recetas preconcebidas desde y para el mundo capitalista. Es esta la tarea fundamental.

Bibliografía

Díez-Gutiérrez EJ. La educación de la nueva subjetividad neoliberal. Revista Iberoamericana de Educación [Internet]. 2015 julio [citado 8 de enero de 2021];68(2):157-72. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5875602>

Aguilar DE, Said E. Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de



Facebook. Zona Próxima [Internet]. 2010 junio [citado 8 de enero de 2021];(12):190-207. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013>

Cuba por la salud. [Programa de Televisión] La Habana: Televisión Cubana; 2020

Sacchi E. Neoliberalismo y subjetividad. Notas para pensar la gubernamentalidad de nuestro tiempo. Identidades [Internet]. 2016 junio [citado 8 de enero de 2021];(10):22-3. Disponible en: <https://iidentidadess.files.wordpress.com/2015/07/02-identidades-10-6-2016-sacchi.pdf>

Ramonet I. El imperio de la vigilancia. La Habana: José Martí; 2016.

Rodríguez Victoriano JM. La producción de la subjetividad en los tiempos del neoliberalismo: hacia un imaginario con capacidad de transformación social. CRLA [Internet]. 2003 enero [citado 8 de enero de 2021];21(1):89-105. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/CRLA0303120089A>

Foucault M. Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión. Buenos Aires: Siglo XXI; 2002.

Tamayo R. Tengamos empresas cada vez más socialistas [Internet]. Cubadebate. 2021[citado 19 de diciembre de 2021]. Disponible en:

<http://www.cubadebate.cu/noticias/2021/11/27/tengamos-empresas-cada-vez-mas-socialistas/>

Gutarri F. Caosmosis. Buenos Aires: Manantial; 1992.

DATOS DEL AUTOR

Dra. C. Idalsis Fabré Machado
idalsisfm@uclv.edu.cu

Teléfono: (53) (42) 224698

Doctora en Ciencias Sociológicas.
 Profesora Auxiliar. <https://orcid.org/0000-0002-5291-9989>

MSc. Diana Rosa Rodríguez-González
dianarg@uclv.cu

Teléfono: (53) (42) 42281519

Máster en Desarrollo Comunitario.
 Profesora Asistente. <http://orcid.org/0000-0001-5241-8634>

Centro de Estudios Comunitarios, Facultad de Ciencias Sociales.
 Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.

Artículo de revisión. Resultado del trabajo de investigación

Recibido: 10 de abril del 2022 Aprobado: 20 de abril del 2022. Publicado: 26 de junio del 2022

Fabré Machado, Idalsis / Rodríguez González, Diana (2022). Las redes sociales y su impronta en el quehacer de los directivos en Cuba

REGRESAR AL SUMARIO