

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA POPULAR EN COSTA DE MARFIL Y CUBA

Namory BAKAYOKO  
Université Félix Houphouët-Boigny  
[mory1995.nb@gmail.com](mailto:mory1995.nb@gmail.com)

Ehui Arsène KONIN  
Université Felix Houphouët-Boigny  
[arseneehui@outlook.fr](mailto:arseneehui@outlook.fr)

**Resumen:** En la historia en general, y en Costa de Marfil y Cuba en particular, la colonización ha marcado, modelado e incluso modificado la identidad de ciertos pueblos. Sin embargo, el carácter endógeno de cada pueblo da lugar a una cultura híbrida, la mejor forma de contribuir a la construcción de una cultura popular, esencia de la identidad buscada. Además, en esta construcción de la cultura popular, los medios de comunicación desempeñan diversos papeles en la promoción y difusión de estas culturas populares.

**Palabras clave:** Medios de comunicación, cultura popular, Costa de Marfil, Cuba.

**Abstract:** In the history in general, and in particular that of Ivory Coast and Cuba, the era of colonization has marked, shaped and even changed the identity of these peoples. However, the endogenous character of each people gives rise to a synchronized hybrid culture, the best to contribute to the construction of a popular culture, essence of the identity sought. Moreover, in this construction of popular culture, the media play various roles in the promotion and dissemination of these popular cultures.

**Keywords:** Media, popular culture, Ivory Coast, Cuba.

## Introducción

Los medios de comunicación y cultura popular desempeñan un papel fundamental en la construcción y presentación de las identidades nacionales. Las plataformas de medios de comunicación permiten a la gente compartir historias, ideas y experiencias, creando de esta manera una comunidad en línea que trasciende las fronteras geográficas y culturales. Reflejan a la vez los dinámicos políticos y socioeconómicos de las sociedades. La sociedad, como un conjunto compuesto de actitudes, valores, creencias y prácticas expresadas y compartidas por personas, institutos u organizaciones, permite a la cultura popular agrupar los medios de comunicación, los productos y actitudes incluidos en los corrientes dominantes de la cultura y de la vida cotidiana de la gente. La cultura popular y los medios de comunicación no pueden ser considerados como dos ecosistemas independientes, pues se encuentran inextricablemente vinculados. En esta lógica, es importante hacer una aproximación entre medios de comunicación y cultura popular en dos países distintos, en el tiempo y en el espacio. Dicha aproximación, es el resultado de un análisis comparativo basado en el deseo de comprender cómo los medios de comunicación, siendo en ambos países instrumentos controlados por los gobernantes, influyen la cultura popular, por una parte. Y, por otra parte, va de la constatación de que los medios de comunicación participan al desarrollo de estas culturas.

Así pues, nos parece importante saber, ¿En qué medidas, los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la construcción y la preservación de la identidad nacional en Costa de Marfil y en Cuba, y como estas identidades se reflejan en la cultura popular? ¿Cómo los regímenes políticos en ambos países influyen en los medios de comunicación y la forma de cultura popular?

El método que nos permitirá llevar a cabo esta investigación se centrará en torno a tres enfoques, a saber, el análisis de los contenidos mediáticos, que consistirá en examinar los contenidos mediáticos en los dos países, para identificar los temas, los motivos, las representaciones culturales, políticas, y las tendencias emergentes. Luego, el análisis comparativo de los políticos mediáticos, que nos servirá estudiar las políticas mediáticas y culturales de ambos países para comprender como el marco reglamentario influencia la producción y la difusión de los contenidos mediáticos. Por fin, el análisis de las redes sociales, será de suma importancia en explorar el uso de los medios sociales en los dos países, analizando las tendencias, los hashtags, las campanas virales, y las conversaciones en línea para comprender como la cultura popular está creada y compartida.

## 1. Contextualización histórica y cultural de ambos países

Los medios de comunicación y cultura popular en Cuba y Cote d'Ivoire, son ricos y diversos, aunque sus contextos e influencias difieren. Cuba, país situado en el Caribe tiene un contexto histórico y cultural fascinante. Dicho contexto, es lleno de importantes eventos que han moldeado el país hasta lo que es hoy. En efecto, en el siglo XIX, Cuba ha conocido una lucha por la independencia contra el colonialismo española, que terminó en la guerra de independencia cubana de 1895 a 1898. Después de dicha guerra, Cuba fue brevemente una colonia estadounidense antes de ser independiente en 1902 (O.G. Nuñez, 2023). En el siglo XX, Cuba es marcada por una inestabilidad política, la dictadura de Fulgencio Bastita y la revolución cubana de 1959 encabezada por Fidel Castro. Lo que convirtió a Cuba en un estado socialista, con una economía planificada y una política exterior influyente. Dicho sistema siendo el resultado de su relación complicada con los Estados Unidos, justifica el embargo económico impuesto por Estados Unidos para frenar la economía cubana. Pero a su vez, ha fomentado una identidad nacionalista y una cultura resiliente. De esta manera, se inició en el país un significativo proceso de ideologización por vías de distribución de publicaciones emergentes y la circulación de contenidos informativos con temas más recurrentes que hacen la propaganda de la revolución.

Así, la atención a una diversidad social cada vez mayor, más abierta a los flujos culturales, e informativos globales; la necesidad de acelerar la información incluido el acceso público a internet como recurso fundamental para el desarrollo y la modernización de la sociedad cubana; el seguimiento y la vigilancia de forma de subversión política más sutiles y otras estrategias de enfrentamiento abierto. (J. Veliz, 2015-2017: 274)

En suma, la historia de Cuba es compleja y fue afectada por diversos eventos y figuras claves. La revolución cubana en particular, ha dejado una huella indeleble en la historia y en la identidad del país. No obstante, hoy en día, cubana continúa siendo una nación con una cultura vibrante, músicas, y bailes cautivadores y un legado histórico único, que atrae.

En cuanto a Costa de Marfil, país habitado por diferentes comunidades étnicas, fue colonizado por los franceses a partir del siglo XIX. Formó parte de la federación de África Occidental francesa, luego, se convirtió en una colonia autónoma en 1958 y obtuvo su independencia en 1960 (D. A. N. Dadié, 2010, p. 467). Desde su independencia, Costa de Marfil ha experimentado períodos de inestabilidad política, en particular un intento de golpe de estado en 2002, luego un conflicto armado derivado del golpe de estado fracasado de 2002 a 2007, y la crisis postelectoral de 2010 en la que murieron más de 3000 personas. Sin embargo, esos acontecimientos fueron seguidos de intentos de estabilización política y de reconciliación hasta hoy.

Por otra parte, este país, con una diversidad lingüística, religiosa y étnicos ofrece una panoplia de costumbres y culturas que le confiere un tipo de cultura popular muy especial en las cuales los medios de comunicación han participado y siguen participando en su promoción que sea en el plano nacional, regional y como internacional. Esta cultura popular, con la promoción de los medios de comunicación, es sumamente dinámica y diversa, especialmente, en el ámbito de la música. De verdad, Costa de Marfil, es conocida por su música popular que sea “le Coupé décallé”, “Zouglou”, como “le Rap Ivoire”; tienen influencia tanto a nivel nacional, como internacional. También, la industria cinematográfica de Costa de Marfil, es muy activa con una producción importante de películas en francés y en los idiomas locales. Los medios de comunicación son inseparables de los medios de promoción de la cultura popular en Costa de Marfil.

## **2. Las dinámicas de poder implicadas en la producción mediática**

Los dinámicos de poder en la producción mediática en Cuba y en Costa de Marfil están configurados por contextos políticos, económicos y sociales específicos de cada país. Estas dinámicas tienen impactos en la diversidad cultural y las representaciones sociales dentro de estas sociedades. En efecto, el gobierno cubano ejerce un control riguroso sobre los medios de comunicación, que son principalmente órganos estatales. Esto restringe la diversidad de las perspectivas mediáticas, ya que los medios se utilizan con frecuencia para promover el punto de vista oficial del gobierno. La censura es común, con limitaciones a la libertad de expresión. Los periodistas independientes pueden enfrentar obstáculos significativos, lo que influye en la diversidad de opiniones expresadas en los medios (S. Lamrani, 2021, p. 3). En lo que respecta a la influencia de la diversidad cultural y las representaciones sociales, encontramos la uniformidad ideológica; el control gubernamental lleva a una uniformidad ideológica en los medios de comunicación, limitando la representación de perspectivas divergentes y la diversidad cultural. Además, en cuanto a la promoción de la ideología socialista, es relevante señalar que los medios cubanos han promovido históricamente la ideología socialista del gobierno, influyendo en cómo se presentan y perciben ciertos temas.

Se comprende fácilmente que la libertad de prensa es relativa. En comparación con Cuba, Costa de Marfil tiene una mayor diversidad de medios, con cierta libertad de prensa. Sin embargo, persisten desafíos como la autocensura y la influencia política en los medios. La influencia política se hace sentir en la propiedad de los medios, afectando la forma en que se tratan ciertos temas y se representan las perspectivas (M. Zio, 2012, p. 21).

En relación con la diversidad cultural y las representaciones sociales, la pluralidad de voces es un hecho esencial. En Costa de Marfil, la diversidad de medios permite una mayor pluralidad de voces, lo que puede contribuir a una

representación más diversa de culturas y opiniones. Sin embargo, a pesar de una relativa libertad de prensa, persisten desafíos, especialmente presiones políticas y económicas que restringen la diversidad de contenidos mediáticos.

### 2.1. Medios de comunicación e influencias políticas

Las relaciones entre los medios de comunicación y la esfera política en Costa de Marfil y en Cuba presentan variaciones de un país a otro, influenciadas por diversos factores culturales, políticos y económicos. En Costa de Marfil, la libertad de prensa está relativamente arraigada en comparación con otras naciones de la región. Sin embargo, persisten desafíos, especialmente en lo que respecta a la seguridad de los periodistas y la autocensura. Por ejemplo, durante la crisis política y militar que siguió a las elecciones de 2010-2011, los medios desempeñaron un papel crucial en la cobertura de los eventos, pero algunos fueron criticados por su parcialidad según sus afiliaciones políticas. Es importante señalar que algunos medios están influenciados por partidos políticos, lo que a veces genera tensiones con el gobierno, especialmente cuando la prensa crítica sus acciones (M. Zio, 2012, p. 35-36).

En Cuba, la situación se caracteriza por un estricto control estatal sobre los medios de comunicación, con una significativa censura de la información que difiere de la línea política del gobierno. Los medios cubanos se utilizan principalmente como instrumentos de propaganda política a favor del gobierno. La diversidad de opiniones en los medios está limitada, destacando la promoción de los ideales socialistas.

### 2.2. Medios de comunicación e identidad nacional

Los medios de comunicación ejercen una influencia crucial en la configuración de la identidad nacional, con matices distintos propios de cada país. En lo que respecta a Costa de Marfil y Cuba, el impacto de los medios de comunicación en la construcción de la identidad nacional es evidente. En primer lugar, en el contexto de Costa de Marfil, los medios de comunicación pueden desempeñar un papel importante en la promoción de una identidad nacional inclusiva. Al abrazar la pluralidad y la diversidad étnica, los medios de comunicación pueden manifestarse en varios idiomas y representar a los distintos grupos étnicos, contribuyendo así a reforzar la cohesión nacional. Los medios de comunicación públicos, en particular, han demostrado ser instrumentos esenciales para difundir mensajes unificadores y favorecer los símbolos nacionales.

En segundo lugar, los medios de comunicación pueden influir en la percepción de los acontecimientos políticos, contribuyendo a la formación de la identidad nacional en función de su cobertura de los acontecimientos y de las personalidades políticas.

En cuanto a Cuba, donde los medios de comunicación están principalmente bajo control estatal, la construcción de la identidad nacional está estrechamente vinculada a los ideales revolucionarios. Los medios de comunicación estatales han desempeñado un papel preponderante en la promoción de la ideología socialista, destacando los valores socialistas, la solidaridad y la resistencia contra la influencia extranjera, en particular la de Estados Unidos.

La construcción de la identidad nacional en Cuba está íntimamente ligada al legado revolucionario de Fidel Castro y del movimiento revolucionario cubano. Sin embargo, a pesar del control estatal, han surgido medios de comunicación independientes y disidentes, a menudo en línea, expresando opiniones divergentes y desafiando la narrativa oficial, generando tensiones en el proceso de construcción de la identidad nacional (Y.B. Ramírez, 2021, p. 28-29).

En ambos casos, los medios de comunicación desempeñan un papel complejo en la construcción de la identidad nacional, influyendo en la percepción colectiva de la historia, la cultura y la política. Sin embargo, es crucial señalar que los contextos políticos, culturales y económicos específicos de cada país determinan la forma en que los medios de comunicación interactúan con la identidad nacional.

### **3. Medios de comunicación y diversidad de los contenidos mediáticos**

La importancia de los medios de comunicación y de los contenidos mediáticos en la construcción de la cultura popular y representativa es objeto de estudio en muchas universidades, como la Universidad de Montreal, que ofrece un curso sobre medios de comunicación y culturas populares. Los medios de comunicación y la diversidad de contenidos mediáticos desempeñan un papel crucial en la construcción de la cultura popular y representativa en Costa de Marfil y Cuba. En Costa de Marfil existen numerosas emisoras de radio, canales de televisión, periódicos y agencias de prensa que difunden noticias, opiniones y acontecimientos locales, nacionales e internacionales. La agencia de prensa API es un ejemplo de medio de comunicación importante en Costa de Marfil, con una influencia significativa en la formación de la opinión pública. Sin embargo, los medios digitales, en particular las redes sociales, los blogs y los sitios web de noticias, también se han convertido en importantes herramientas de difusión de la información y de construcción de la cultura popular en Costa de Marfil. Estas plataformas permiten el intercambio de información y opiniones entre los jóvenes, que constituyen una proporción significativa de la población. Los medios electrónicos, como la televisión y la radio, también siguen siendo populares, con canales de televisión privados. También se han realizado investigaciones sobre las políticas de profesionalización de los medios de comunicación en Costa de Marfil (W. Karim, 2017, p. 313).

En Cuba, los medios de comunicación se utilizan para difundir información y opiniones que responden a las expectativas de los regímenes anteriores. Los medios de comunicación cubanos, controlados por el Estado, tienen un impacto limitado en la construcción de la cultura popular debido a la censura y la propaganda política. Periódicos y revistas, como «*Intercambio*», se utilizan para difundir información sobre acontecimientos nacionales e internacionales, aunque las noticias internacionales suelen estar incompletas o enmarcadas. Los medios digitales también están presentes en Cuba, pero con limitaciones (S. Mégevand, 2015, p. 42-43). Los ciudadanos cubanos utilizan VPN y otras herramientas para saltarse las restricciones y acceder a sitios de noticias internacionales como Google, YouTube y Twitter. Las redes sociales, como Twitter y Zello, se utilizan para difundir información y opiniones, aunque estas plataformas también están sujetas a restricciones y al control del Estado (Youtube, 2019).

Los medios de comunicación y sus contenidos desempeñan un papel crucial en la construcción de una cultura popular y representativa en Costa de Marfil y Cuba. Sin embargo, los medios de comunicación tradicionales suelen estar controlados por el Estado, lo que limita su capacidad para reflejar plenamente la diversidad de opiniones e información. Los medios de comunicaciones digitales, aunque presentes, también están sujetos a restricciones y al control del Estado, lo que limita su capacidad de contribuir a la diversidad de contenidos mediáticos.

#### **4. Medios de comunicación, cultura y mundialización**

Los medios de comunicación y cultura popular en Costa de Marfil y Cuba, están muy influidos por el proceso de mundialización. Implica la aceleración de los intercambios económicos, culturales y sociales a escala mundial, gracias a los avances tecnológicos y a la interconexión de las redes sociales y de comunicación. Así, los medios de comunicación y cultura popular en ambos países, resiste y se adapta frente a las influencias de la mundialización. Es en este contexto, que la mundialización es sinónimo de cultura y de un estado nuevo del mundo, gracias a los medios y usos relacionados a los medios de comunicación (P. Boulanger, 2021, p. 24). En Cuba y en Costa de Marfil, en el ámbito de los medios de comunicación, la globalización ha dado lugar a una expansión repentina de las plataformas digitales y de las redes sociales. Hoy, esos son esenciales en la difusión instantánea de las informaciones y de los contenidos culturales en el mundo. Lo que facilita en ambos países, la circulación de ideas, productos culturales y estilos de vida, mientras favoreciendo nuevos desafíos en términos de protección de los derechos de autor y difusión de noticias falsas. Por lo tanto, los medios de comunicación, como instrumento al servicio del estado o agentes no estatales ejercen una capacidad de influencia sobre el comportamiento de las opiniones y los responsables de la adopción de decisiones en situación de rivalidad o conflicto (P. Boulanger, 2021, p. 26).

Cuba y Costa de Marfil, son dos países famosos en el mundo, gracias a la diversidad de los productos culturales que ofrecen. De hecho, la cultura popular en ambos países se ve afectada por la globalización en particular mediante la difusión de productos culturales como películas, música, moda, etc. En muchos casos, los productos culturales producidos en ambos países se consumen en el mundo gracias a la globalización de las industrias culturales. Esto puede conducir a una homogeneización de las culturas locales, pero también al enriquecimiento mutuo y a la creación de nuevos fenómenos culturales híbridos. Sin embargo, es importante señalar que la globalización no es un proceso unidireccional (P. Boulanger, 2021, p. 96). Los medios de comunicación y la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil, desempeñan un papel activo en el desarrollo de la globalización. Influyen en las pautas de consumo, los gustos y las preferencias culturales a escala mundial, pero también se perciben influidos por las expectativas y exigencias del público mundial. No obstante, los medios de comunicación y la cultura popular favorecen el intercambio y el reconocimiento de las diferentes culturas, evitando al mismo tiempo la dominación cultural y la degradación de las tradiciones en los dos países.

Para resumir, los medios de comunicación y la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil están profundamente influenciados por la globalización, pero moldean e influyen en dicho proceso. Cabe encontrar un equilibrio entre la difusión mundial de los productos culturales y la preservación de la diversidad cultural.

## **5. Medios de comunicación y difusión de la cultura popular**

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la preservación y difusión de la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil. A lo largo de los años 2010 hasta hoy, en los dos países, asistimos a una transformación en gran medida en la forma en que la cultura se transmite, se comparte y se experimenta. En estos países los medios de comunicación masiva, como la televisión, la radio y el internet, permiten una difusión amplia y rápida de la cultura popular. A través de estas vías, se pueden transmitir música, películas, programas de televisión, tendencias y otros aspectos de la cultura popular a un público global. Por otro lado, en Costa de Marfil y Cuba los medios de comunicación también juegan un papel importante en la conservación de expresiones culturales. A través del cine, la música grabada y los archivos digitales, se preservan y se pueden acceder a diversas manifestaciones culturales que de otra manera podrían perderse con el tiempo. Esto ayuda a mantener vivas las tradiciones y costumbres de las distintas comunidades de dichos países. También, promueven la valoración y comprensión de diferentes expresiones culturales. A través de programas de televisión, películas y documentales realizados en los dos países, se pueden mostrar aspectos relevantes de sus



determinadas culturas, fomentando la apreciación y el respeto por la diversidad (V. D. Puye Franz, 2010).

Los medios de comunicación actuales, como las redes sociales, permiten una interacción más directa con la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil. Las personas pueden compartir su creatividad, opiniones y experiencias culturales a través de plataformas en línea, lo que fomenta la participación activa y la creación de comunidades en torno a intereses comunes. En unas palabras, en ambos países los medios de comunicación son esenciales en la preservación y difusión de la cultura popular de cada país. A través de su amplia difusión, conservación de expresiones culturales, promoción de valores y la participación activa del público, han contribuido a la diversidad y enriquecimiento de la cultura de los dos países en general. Es importante reconocer la influencia y responsabilidad de los medios de comunicación en la promoción de la cultura en Costa de Marfil y Cuba que es inclusiva y respetuosa (J. Argailot, 2012, p. 5-6).

## Conclusión

En definitiva, los medios de comunicación y la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil juegan un papel preponderante en la construcción y preservación de la identidad nacional de sus pueblos. Mientras que enfrentan retos, ellos permiten transmitir valores, tradiciones y perspectivas culturales, consolidando la cohesión social y el sentido de pertenencia a su país. Sin embargo, es importante destacar la necesidad de garantizar la libertad de expresión y la diversidad cultural en dichos países. La apertura a diferentes voces, opiniones y manifestaciones artísticas contribuye a enriquecer la oferta mediática y promover una cultura más inclusiva y equitativa en ambos países. El análisis de los medios de comunicación y la cultura popular en Cuba y Costa de Marfil ofrece una visión importancia y larga de estos elementos en la construcción de la identidad nacional y el desarrollo cultural de ambos países.

## Referencias

ARGAILLOT Janice, 2012, *Cuba face à la mondialisation : une chance pour la culture et l'intégration régionale ?*, études caribéennes, disponible en <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.6004>, consultado el 25/11/2023.

BOULANGER Philippe, 2014, *géopolitique des médias : acteurs, rivalités et conflits*, armand colin.

BOULANGER Philippe, 2021, *planète médias : géopolitique des réseaux et de l'influence*, armand Colin.

DADIE Desiré Axel Nassa, 2010, *Les frontières nord de la Côte-d'Ivoire dans un contexte de crise*, les cahiers d'outre-mer, [En ligne], Juillet-Septembre, n°63, disponible en : <http://journals.openedition.org/com/6092> , consultado el 23/11/2023.

MÉGEVAND Sylvie, 2015, *Opus Habana, organe du discours urbanistique de l'Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana*, caravelle, n°105, pp 35-51.

NUÑEZ Orlando Guevara, 2023, *20 de mayo de 1902: Cuba, República independiente o neocolonia de Estados Unidos?*, Sierra maestra, Santiago de Chile, disponible en <http://www.sierramaestra.cu/index.php/santiago/historia/...>, consultado el 10/11/2023.

RADIO-CANADA, *Les médias sociaux populaires à Cuba, 2019*, YouTube, uploaded by Radio-Canada Info, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=scsnuEYDs7E>, consultado el 20/11/2023.

RAMÍREZ Yarileisy Barcelay, 2021, *The Social Media System in Cuba in Times of Change: A General Analysis*. Journal of Advanced Research in Social Sciences, 4(1), 21-31, disponible en <https://doi.org/10.33422/jarss.v4i1.686>, consultado el 17/11/2023.

VAN DER PUYE FRANZ, 2010, *media and the preservation of culture in Africa*, cultural survival.

WALIYU Karimu, 2017, *Pacifier la presse écrite en Côte d'Ivoire. Analyse de deux décennies de tentatives de professionnalisation des quotidiens ivoiriens depuis 1990*, Thèse de doctorat, Université Paris 8.

ZIO Moussa, 2012, *les médias et les crises politiques en Costa de Marfil*, Fondation pour les Médias en Afrique de l'Ouest.