

“

**USO DE LOS ATRIBUTOS DE LA
IMAGEN CUBA POR ANTAGONISTAS
DE LA REVOLUCIÓN :
¿USURPACIÓN O LEGITIMIDAD?**

”



AUTORES:

Beatriz Eugenia Jerez Cuello

Estudiante de la Universidad de Relaciones
Internacionales "Raúl Roa García"

ORCID ID: 0009-0007-8727-9997

Jean Carlos Osorio Abad

Estudiante de la Universidad de Relaciones
Internacionales "Raúl Roa García"

ORCID ID: 0009-0007-6166-5048



Recibido: 19 de febrero de 2026

Aprobado: 7 de abril de 2026

Conflicto de Intereses:

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses relacionados con el artículo.

Contribución de Autoría:

No aplica

Agradecimientos:

No aplica

Financiación:

No aplica

PrePrint:

No publicado

Derechos de Autor:

Los derechos de autor son mantenidos por los autores, quienes otorgan a la Revista Científica Universitaria Ad Hoc los derechos exclusivos de primera publicación. Los autores podrán establecer acuerdos adicionales para la distribución no exclusiva de la versión del trabajo publicado en esta revista (por ejemplo, publicación en un repositorio institucional, en un sitio web personal, publicación de una traducción o como capítulo de un libro), con el reconocimiento de haber sido publicada primero en esta revista. En cuanto a los derechos de autor, la revista no cobra ningún tipo de cargo por el envío, el procesamiento o la publicación de los artículos.

Cómo citar (APA, séptima edición):

Jerez Cuello, B. E. y Osorio Abad, J.C. (2026). Uso de los atributos de la imagen Cuba por antagonistas de la Revolución : ¿Usurpación o Legitimidad? *Revista Científica Universitaria Ad Hoc*, 7(2), 8-19.

RESUMEN

En la era de la globalización cultural y la hiperconectividad digital, la imagen de un país trasciende fronteras físicas para convertirse en activo estratégico de poder blando y seguridad nacional. Este estudio revela cómo, entre 2015-2025, organizaciones y personas en el exterior han convertido la imagen-país de Cuba, o imagen Cuba, en un signo global disputado, al representarla sin aval oficial en cultura, deporte, medios y marcas comerciales. Esto ha generado tensiones inéditas sobre la soberanía simbólica del Estado cubano. Se identifican actores clave de la emigración, colectivos culturales, influencers políticos y empresas transnacionales, que proyectan narrativas sobre la cubanidad, desde el exotismo comercial hasta la crítica política. El éxodo deportivo, los concursos de belleza no avalados y hasta batallas legales pretenden fragmentar la imagen nacional en múltiples versiones que compitan por legitimidad global. El trabajo denuncia los usos inadecuados e ilegítimos, con fines políticos, que se aplican sobre la imagen-país, la seguridad simbólica y la diplomacia cultural cubana, e invita a reflexionar sobre los límites de la soberanía en un mundo donde identidades nacionales se negocian en mercados culturales y plataformas digitales. Al mismo tiempo, se crean interrogantes sobre cómo proteger la esencia de una nación si su imagen circulara libremente, y hasta qué punto se crea un ambiente favorable o contrario a esta.

Palabras Clave: *imagen Cuba, seguridad simbólica, diplomacia cultural, representación transnacional, poder blando.*

ABSTRACT

In the era of cultural globalization and digital hyperconnectivity, a country's image transcends physical borders to become a strategic asset of soft power and national security. This study reveals how, between 2015-2025, organizations and individuals abroad have transformed Cuba's country-image into a globally contested sign, representing it without official endorsement across culture, sports, media, and commercial brands, generating unprecedented tensions over Cuban state symbolic sovereignty. Key migration actors, cultural collectives, political influencers, transnational corporations, are identified as projecting alternative Cuban narratives, from commercial exoticism to political critique. Mass sports exodus, unauthorized beauty pageants, and the legal battle exemplify how the national image fragments into competing global legitimacies. The analysis demonstrates profound impacts on Cuba's country image, symbolic security, and cultural diplomacy, inviting reflection on sovereignty limits in a world where national identities are negotiated in cultural marketplaces and digital platforms. At the time, it does questions as how to protect a nation's essence when its image circulates freely.

Keywords: *Cuba image, symbolic security, cultural Diplomacy, transnational representation, soft power.*

INTRODUCCIÓN

La imagen-país constituye un recurso estratégico que articula dimensiones políticas, culturales, económicas y

simbólicas, y que influye tanto en la proyección internacional del Estado como en la percepción que otros actores tienen de su legitimidad y de sus intereses (Anholt, 2007). En el caso de la imagen-país de Cuba, conocida como imagen Cuba, el Artículo 71.1 de la Ley de Comunicación

Social (2024) la define como el reflejo de la identidad, la cultura y la realidad cotidiana de la nación, proyectada de manera armónica e integrada hacia el interior y el exterior del país para que sea percibida por los públicos. Asimismo, en el Artículo 2. se señala que:

La construcción de la imagen Cuba es un proceso consciente, intencional y voluntario, al que aportan los órganos, organismos y entidades del Estado, las organizaciones de masas y sociales, los medios de comunicación social, los actores económicos y sus productos y servicios, el pueblo, sus artistas e intelectuales, deportistas, hombres y mujeres de ciencia y demás actores sociales.

Al decir de Aronczyk (2013) esta combinación ha convertido a Cuba en un signo especialmente visible y disputado en el escenario internacional, donde distintos actores, estatales y no estatales, compiten por definir qué significa y quién puede hablar en su nombre. Por ello, en el contexto global contemporáneo, la construcción de la imagen-país va más allá de las instituciones oficiales. Esto es producto de la expansión de las plataformas digitales, la centralidad de la cultura como vector de poder blando y el papel creciente de las diásporas o ciudadanos de un país que viven en otro.

Organizaciones, empresas, colectivos de ciudadanos en el exterior e individuos con proyección mediática producen y difunden sus propias representaciones de Cuba en campos como la cultura, el deporte, los medios de comunicación y las actividades comerciales. Estas representaciones complementan, matizan o rechazan el discurso estatal, y generan un campo de tensiones donde se entrecruzan objetivos identitarios, económicos y fundamentalmente políticos.

Esta diversidad de imágenes conduce a que la seguridad nacional deba pensarse también en términos de seguridad simbólica. Esto abre debates sobre legitimidad de representación, derechos de propiedad intelectual y sobre las fronteras entre expresión cultural legítima, activismo

político y aprovechamiento económico de símbolos nacionales (Nye, 2011). En este marco, la presente investigación se propone como objetivo analizar la construcción de la imagen Cuba por actores y narrativas que contradicen la representación oficial de la nación en el período 2015-2025.

DESARROLLO

Antecedentes

Desde la etapa prerrevolucionaria, Cuba ya configuraba una identidad nacional rica en símbolos culturales, naturales y comerciales que trascendían fronteras, forjados en luchas independentistas del siglo XIX y consolidada durante la República Neocolonial (1902-1958). Emblemas como el ron Havana Club, destilería fundada por la familia Arechabala en 1934, el prestigio artístico de figuras de renombre en la radio y televisión, espectáculos musicales y de cabarets, son otros ejemplos. Sin embargo, esta riqueza identitaria operaba bajo dinámicas capitalistas dependientes de Estados Unidos, con élites criollas y extranjeras, que controlaban sectores clave, lo cual generaba tensiones latentes entre propiedad privada transnacional y aspiraciones nacionalistas (Pérez, 1999).

El Triunfo de la Revolución el 1ro de enero de 1959 transformó radicalmente este panorama, desencadenando la nacionalización masiva de activos extranjeros y nacionales colaboracionistas (incluyendo el 48% de la industria azucarera, bancos y destilerías como Havana Club) mediante la Ley 890 del 13 de octubre de 1960. Esta recuperación soberana de recursos estratégicos, justificada como fin del latifundismo y la dominación neocolonial, provocó la emigración inmediata de aproximadamente 10,000 empresarios y familias propietarias (Arechabala incluida), quienes trasladaron sus reclamaciones patrimoniales a Miami y Washington. Por su parte, el gobierno revolucionario registró marcas internacionales legítimamente (Havana Club en EE.UU. en 1976), pero los exiliados preservaron documentos

originales, lo que sentó las bases para una guerra de reclamaciones extrajudiciales enmarcada en la narrativa de “expropiación comunista ilegal” (Mesa-Lago, 2000).

Esta emigración masiva que alcanzó 1.6 millones de cubanos entre 1959-1994, el 80% de ellos concentrado en EE.UU., cristalizó en grupos de presión cubanoamericanos organizados (como la Fundación Nacional Cubano Americana, creada en 1981), que hicieron lobby legislativamente para recuperar “propiedades confiscadas”. Políticas como la Ley Helms-Burton (1996) codificaron estas reclamaciones, permitiendo demandas judiciales contra terceros que “traficaran” con activos nacionalizados. Igualmente facilitaron la transferencia de derechos simbólicos; por ejemplo, Bacardí comprando derechos Arechabala en 1994. En paralelo, el éxodo deportivo sistemático (primeras deserciones en los años sesenta) y cultural-visual (como el retiro de Miss Universo en 1961) evidenció, según López (2014), cómo estos grupos capitalizaron la migración para suplantar la representación legítima, presentando su versión de “cubanidad exiliada” como auténtica frente a la Revolución.

Tras el colapso soviético y desde el denominado Período Especial, se aceleraron estas dinámicas de intentos de usurpación. Mientras Cuba defendía sus registros ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) y tribunales internacionales, los cabecillas de grupos anticubanos crearon entidades paralelas financiadas por élites transnacionales. Este patrón, al decir de Domínguez (2006) demuestra una estrategia continua de despojo simbólico originada en la resistencia a la nacionalización revolucionaria, donde la pérdida de privilegios económicos se transmuta en apropiación de la identidad nacional para erosionar la legitimidad del proyecto socialista.

Actores y narrativas en la representación no oficial de Cuba. Repercusiones en la imagen país,

la seguridad simbólica y social y la política exterior de Cuba

La imagen Cuba, históricamente asociada a la resistencia política, la excelencia deportiva y la riqueza cultural, ha sido blanco de ataques continuos en la última década. Según Anholt (2007), esta es un activo estratégico que, al ser percibido de manera positiva o negativa, influye directamente en el prestigio, la influencia y el comercio exterior de un Estado. En el caso cubano, la proliferación de representaciones no oficiales tanto desde grupos anticubanos, como desde corporaciones extranjeras, tiene como objetivo fragmentar la percepción global de Cuba como marca nacional. Lo que ha sido una imagen homogénea, símbolo de baluartes revolucionarios como soberanía, cultura y solidaridad, se ha intentado pluralizar en diversas versiones que coexisten y compiten entre sí: la Cuba oficial, la Cuba de emigrados, la Cuba del exilio empresarial y la Cuba de la marca comercial.

Las narrativas construidas por estos actores enfatizan una Cuba esencializada como sinónimo de música, baile y exotismo tropical pero desconectada frecuentemente de su contexto sociopolítico actual¹. En festivales como los organizados en Miami bajo el rótulo “cultura cubana auténtica”, se privilegia la salsa, el son y el *folclore* como elementos transnacionales; de modo que se presenta a Cuba como cuna eterna de ritmos universales sin referencia al sistema cultural estatal (Benítez, 1998). Estas representaciones suelen incorporar símbolos como la bandera cubana y la imagen de La Habana *vintage*, fundamentalmente de los años anteriores al Triunfo de la Revolución. Sin embargo, omiten o critican abiertamente a las instituciones oficiales, posicionándose como guardianes de una “cubanidad pura” frente a la supuesta “corrupción revolucionaria”.

Los principales actores que utilizan la imagen Cuba se pueden clasificar en tres grandes grupos: organizaciones culturales y comerciales, colectivos políticos y de

los emigrados, y figuras individuales con proyección mediática. Las organizaciones culturales incluyen festivales de música “cubana”, academias de baile y productoras audiovisuales radicadas principalmente en EE.UU., España y México, que comercializan “Cuba” como garantía de autenticidad exótica sin coordinación con el Instituto de Información y Comunicación Social².

En el ámbito político, asociaciones de emigrados y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) se presentan en foros internacionales como “voz del pueblo cubano” y participan en eventos de derechos humanos o culturales sin formar parte de delegaciones oficiales reconocidas por el Ministerio de Relaciones Exteriores (MINREX). Estas figuras individuales, influencers, artistas disidentes y activistas, operan mayoritariamente en plataformas digitales como YouTube, Instagram y X, donde se autodefinen como “representantes de la Cuba real” o la “Cuba libre”. En otras palabras, forman parte de un “patrón sistemático de apropiación” que busca suplantar la representación legítima del Estado (Cubadebate, 2025a).

Las narrativas de ONG y activistas cubanos residentes en el exterior construyen una imagen de Cuba como territorio de represión y resistencia. En este sentido, utilizan testimonios personales y eventos conmemorativos para hablar “en nombre del pueblo cubano”. Estas historias resaltan valores de libertad individual y emprendimiento, con la finalidad de atacar la soberanía colectiva y resistencia antiimperialista.

Los eventos donde actores no oficiales se arrogan la representación de Cuba incluyen paneles en foros multilaterales, festivales culturales y campañas digitales. Un caso paradigmático ocurrió en 2018 durante el evento “Jailed for what?” organizado por Estados Unidos en el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC, por sus siglas en inglés), donde participantes de origen cubano, presentados como “voces del pueblo cubano”, denunciaron según sus consideraciones la situación de

derechos políticos en la isla sin formar parte de delegación oficial. La misión cubana respondió interrumpiendo el acto con consignas como “¡Cuba sí, bloqueo no!”, calificándolo de “espectáculo anticubano” con “actores al servicio de una potencia extranjera” (Rodríguez, 2018). El objetivo de este grupo de disidentes era claro, usurpar el puesto de los diplomáticos cubanos contando con el respaldo del gobierno estadounidense.

El uso de símbolos nacionales en estas narrativas es sistemático: la bandera aparece en el 80% de los eventos culturales identificados, mientras que frases como “la verdadera Cuba” legitiman la representación alternativa. Para el Estado este patrón se interpreta como intento de “vaciar de contenido soberano los íconos culturales” del país (Granma, 2025). Aunque el robo o usurpación de la identidad no va solo en la dirección cultural, sino que utiliza cualquier vía donde el nombre de Cuba aparezca o pudiera aparecer representado. En el último lustro los medios digitales amplifican esta dinámica, donde influencers proyectan una Cuba de lucha heroica contra el gobierno, capitalizando la empatía internacional mediante etiquetas en redes sociales como #CubaLibre o #PatriaYVida³.

Los casos de atletas cubanos que abandonan delegaciones oficiales en el extranjero, debido a la captación de talento, representan una vulneración constante de la imagen deportiva nacional. Este fenómeno, lejos de ser esporádico, es histórico, sistemático y abarca múltiples disciplinas, debilitando uno de los pilares del prestigio internacional de Cuba: el deporte.

Un ámbito donde esta apropiación de la imagen deportiva cubana se hace más visible y simbólicamente dolorosa es en las competiciones olímpicas, donde atletas formados en la Isla compiten y triunfan bajo banderas de otros países. Los Juegos de París 2024 ofrecieron una estampa poderosa de este fenómeno: en el podio del triple salto masculino, las medallas de oro, plata y bronce fueron ganadas por Jordan Díaz (España), Pedro Pichardo

(Portugal) y Andy Díaz (Italia), todos ellos cubanos nacionalizados. En total, 21 deportistas de origen cubano compitieron para otras naciones en esos Juegos, consiguiendo un conjunto de medallas similar al de la delegación oficial del país. Esta situación, donde los atletas que el sistema deportivo cubano formó terminan engrosando el medallero de otros países, es denunciada como robo de capital humano y aprovechamiento indebido de recursos pues ha sido el Estado desde la atención a este sector quienes los ha formado como parte de la estrategia de deporte para todo el pueblo.

En gran parte este éxodo contribuyó a que Cuba tuviera su peor actuación olímpica en 52 años. Esto fue manejado por la prensa anticubana y financiada por el gobierno norteamericano como una derrota simbólica que cuestiona la eficacia del modelo deportivo estatal frente a las oportunidades económicas y profesionales que ofrece el exterior.

La dimensión geopolítica se agudiza con medidas como la de negar visas a 70 deportistas cubanos en 2025, lo cual el Instituto Nacional de Deportes, Educación Física y Recreación (INDER) calificó como política que “genera incertidumbre e inseguridad” y “atenta directamente contra la preparación rumbo a Los Ángeles 2028” (La Jornada, 2025). Esta acción fue un bloqueo asimétrico que limitó la proyección deportiva cubana. Por consiguiente, este patrón consolida la Imagen Cuba como víctima de extracción sistemática, donde cada medalla bajo bandera ajena va encaminada a demostrar la pérdida de soberanía deportiva y menoscabar el prestigio revolucionario construido durante décadas. Resulta evidente que la formación autónoma de atletas por parte de cada país implicaría un mayor gasto económico. Sin embargo, la captación de talentos deportivos ya formados en otros países como Cuba, se presenta como una estrategia necesaria para otras naciones.

En diciembre de 2024, el presidente Joe Biden firmó la “Ley de Marcas No

Robadas”, que prohíbe a los tribunales estadounidenses reconocer marcas que considere “confiscadas ilegalmente” por Cuba desde 1959, a menos que el propietario original lo consienta. Esta medida revitalizó un litigio histórico: la disputa por Havana Club, lo cual amenaza directamente la renovación del registro de Cubaexport en EE.UU. prevista para 2026.

En este sentido, Cuba denunció ante el Consejo General de la OMC que la usurpación de la marca Havana Club constituye una grave violación de los compromisos multilaterales de Estados Unidos en materia de propiedad industrial. A este reclamo se sumaron naciones como Argentina, Angola, Bolivia, Brasil, China, Ecuador, Nicaragua, República Dominicana, Unión Europea (bloqueo regional), Uruguay, Vietnam y Zimbabwe.

La reacción de Cuba fue contundente y de máxima alerta diplomática. El canciller Bruno Rodríguez (2024) denunció en la red X que la ley es una “medida agresiva contra Cuba” cuyo objetivo es “abrir la puerta (...) al robo de marcas cubanas legítimamente registradas en ese país” en violación del Derecho Internacional. La subdirectora para EE.UU. de la Cancillería, Johana Tablada (2024), acusó que la ley “debería llamarse Ley Bacardí” y destacó la “hipocresía” de EE.UU., ya que Cuba protege miles de marcas estadounidenses registradas en la isla. Para la nación caribeña, este no es un simple litigio comercial, sino un ataque económico y simbólico a un ícono de exportación nacional, enmarcado en la política de bloqueo.

Esta disputa evidencia una estrategia deliberada de despojo económico y alegórico contra la soberanía industrial revolucionaria. Dicha maniobra trasciende lo comercial, pues pretende reescribir la historia económica cubana, al presentar la nacionalización como “confiscación” para legitimar la apropiación de un ícono revolucionario que genera divisas estratégicas para el desarrollo nacional.

En otros ámbitos culturales y artísticos

mencionados, como los concursos de belleza, se presenta el caso de *Miss Universe Cuba*. Este certamen encarna una disputa directa sobre quién tiene la autoridad para representar la imagen nacional. La ganadora de *Miss Cuba 2025* durante la segunda edición celebrada en la Florida, fue Lina Luaces, una joven de 22 años nacida en Miami, hija de la conocida figura del entretenimiento Lili Estefan y sobrina de los músicos de abierta trayectoria anticubana Emilio y Gloria Estefan. Su elección, que le otorga el derecho a representar a Cuba en el mayor certamen de belleza en el mundo, *Miss Universo*, fue inmediatamente controvertida por su condición de miembro de la diáspora cubanoamericana, nacida y criada fuera de la isla.

La respuesta de las instituciones oficiales cubanas fue rápida y crítica. A través de un extenso artículo de opinión publicado en *Cubadebate*, se cuestionó abiertamente la legitimidad de la modelo para encarnar a Cuba. Los argumentos se centraron en tres aspectos principales: su lugar de nacimiento (Miami), el hecho de que nunca ha visitado la provincia de Santiago de Cuba, a la cual representó, y que no habla español con fluidez. El artículo calificó a *Miss Universo* como “una industria que se lucra del show” y que “cosifica” a la mujer, retórica que evoca la posición histórica del gobierno revolucionario.

Este cuestionamiento oficial revivió un debate ideológico de larga data. Las críticas esgrimidas por los medios estatales reflejan directamente los argumentos utilizados en la década de 1960 para retirar a Cuba de las competencias de belleza internacionales. Al reanudar su participación en *Miss Universo* tras 57 años de ausencia, en 2024, pero a través de una organización con sede en Miami, se creó un vacío de representación, lo cual fue rechazado además por el público cubano que vive en la Isla. Para el gobierno cubano, la elección de una figura ajena a la cultura, realidad e identidad cubanas, simboliza una apropiación de la imagen nacional por parte de una comunidad en el exilio. Esto representa una versión de la cubanidad desconectada de la realidad

sociopolítica y las condiciones de vida en la nación.

Sin embargo, el análisis de la representación de Cuba en *Miss Universe 2025* no debe limitarse a lo nominal, sino inscribirse en un fenómeno histórico más amplio. Este certamen es la manifestación contemporánea de una práctica recurrente: que mujeres que no residen ni compiten en su país, lo representen⁴. Si en los años 60 *Miss Cuba Libre* perdió funcionalidad para la contrarrevolución, hoy dicha representación adquiere una nueva utilidad estratégica como mecanismo de apropiación simbólica de la identidad nacional. Esto se evidencia al capitalizar el contexto migratorio de jóvenes cubanos que, por motivos predominantemente económicos, han abandonado la nación en el último decenio.

El discurso construido entorno a la candidata enfatiza una narrativa de aspiraciones frustradas en el país, presentando a Estados Unidos como el único escenario posible para la realización personal y profesional. La retórica se complementa con una puesta en escena que refuerza este posicionamiento ideológico desde dos aristas. Por un lado, en las competencias de traje típico, mediante la incorporación de símbolos que contrastan abiertamente con la Cuba real y revolucionaria (Ver anexos A y B); por otro, en sus intervenciones públicas que exaltan valores y narrativas alineadas a esa visión. De este modo, su participación trasciende lo estético para convertirse en un vehículo de contraposición política y reafirmación de un proyecto identitario alternativo.

En otras esferas del propio arte es válido mencionar la falsa “*Cuban Film Commission*”⁵, de Miami, que representa un fraude institucionalizado que amenaza la soberanía audiovisual revolucionaria, simulando autoridad para ofrecer servicios inexistentes de filmación en la isla. Esta entidad apócrifa utilizó logotipos falsificados y presencia digital simulada para comercializar permisos y beneficios fiscales fantasma, exponiendo a productoras internacionales a engaños económicos mientras usurpa las funciones legítimas del Instituto Cubano

del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) (Cubasí, 2025). La denuncia pública en el Mercado Internacional Audiovisual de Italia 2025, liderada por el presidente del ICAIC Alexis Triana, calificó esta maniobra como agresión simbólica directa que busca fracturar la imagen institucional cubana en el ámbito cinematográfico global.

Esta acción fraudulenta consolida el patrón documentado de suplantación cultural sistemática, donde actores de la emigración instrumentalizan nombres y símbolos nacionales para lucrarse a expensas de la credibilidad revolucionaria. La respuesta estratégica cubana —alerta internacional inmediata en foros profesionales— protege no solo la integridad económica del sector audiovisual, sino la representación soberana del arte cubano como expresión de identidad nacional frente a intentos de parasitismo comercial. Este caso refuerza la necesidad de vigilancia institucional permanente ante amenazas que combinan falsificación gráfica con explotación económica de la marca Cuba (Cubasí, 2025).

A pesar de los constantes embates, el país mantiene toda la fuerza y presencia en los espacios multilaterales, donde la cultura y el deporte constituyen logros de un modelo social alternativo y resistente. Sin embargo, la creación de nuevos espacios en el monopolio sobre la voz y el signo “Cuba” reduce la capacidad del Estado para mantener su reputación global en instrumentos de poder blando sostenibles para los contrarrevolucionarios asistidos por el gobierno norteamericano. El resultado es ambivalente y exige reformularse: no puede sostenerse una identidad admirada por su legado histórico y al mismo tiempo ser políticamente cuestionada y económicamente disputada.

Es en esta instancia, el concepto de “seguridad simbólica” adquiere un papel central al analizar los desafíos que implican las apropiaciones de la imagen Cuba. Este término, derivado de los estudios de cultura y seguridad, se refiere a la capacidad de los Estados para proteger los símbolos que sustentan su legitimidad interna y

su reconocimiento externo (Hall, 1996). Asimismo, otro término de relevancia ante estos acontecimientos es el de “seguridad social o societal” que se define según el profesor Ole Wæber (1993) de la Universidad de Copenhague como:

(...) la capacidad de una sociedad para persistir en su carácter esencial bajo condiciones cambiantes y amenazas posibles o reales. Más específicamente, se trata de la sostenibilidad, dentro de condiciones aceptables para la evolución, de los patrones tradicionales de lenguaje, cultura, asociación, identidad y costumbres religiosas y nacionales.

En Cuba, los intentos de usurpación, ya sean culturales, deportivos o comerciales, se interpretan desde la institucionalidad como amenazas directas a la soberanía. La defensa de marcas, atletas e instituciones culturales no se concibe únicamente como una cuestión económica o reputacional, sino como un acto de preservación del orden simbólico construido por la Revolución.

La respuesta oficial frente a estas amenazas se ha manifestado en tres niveles: primero, a través de políticas diplomáticas y comunicacionales que denuncian públicamente los intentos de suplantación o fraude; segundo, mediante gestiones jurídicas internacionales, representadas emblemáticamente por la disputa de la marca Havana Club ante la Organización Mundial del Comercio; y, tercero, mediante acciones simbólicas en foros multilaterales que buscan reforzar la autoridad moral del Estado frente a actores externos, como el episodio del evento “*Jailed for what?*” en Naciones Unidas.

No obstante, esta estrategia defensiva también revela tensiones internas. Autores como Fernández (2007) y Clifford (1994) subrayan que las diásporas o comunidades de residentes en el exterior, al reconfigurar las identidades nacionales fuera del territorio, se convierten en fuentes de legitimidad cultural con capacidad para coexistir o chocar con los marcos oficiales. En este sentido, la seguridad simbólica cubana se enfrenta a un dilema: proteger los

símbolos identitarios nacionales sin aislar las expresiones legítimas de cubanidad emergentes en el interior de la isla y luego en el exterior, incluso aquellas que han sido catalogadas como pseudoculturales.

Estas disputas por la imagen-país y las estrategias de defensa simbólica han impactado también en la política exterior cubana, conduciendo al Estado a adoptar un enfoque más activo en la Diplomacia Cultural y económica. Cuba, tradicionalmente reconocida por su diplomacia de la cultura y su proyección solidaria, en la última década no ha cedido su presencia institucional en ámbitos de cultura y comunicación internacional, una medida fundamental para contrarrestar las narrativas emergentes.

En este sentido, el MINREX y el MINCULT (Ministerio de Cultura) han reforzado su trabajo conjunto en foros como el Fondo Internacional de Emergencia de la Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, según sus siglas en inglés) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), argumentando que la defensa de la identidad cultural es parte de la lucha contra el bloqueo económico, lo que en la práctica ha sido evidente. Al mismo tiempo, la diplomacia económica se ha visto involucrada en conflictos prolongados por el control de marcas comerciales, como se mencionó anteriormente. Estos casos evidencian que la defensa económica, como parte de la política exterior es fundamental debido a que los ataques a la marca o los símbolos son leídos como agresiones políticas.

En paralelo, la proyección deportiva cubana, elemento clave para el prestigio de la Isla por sus resultados relevantes, enfrenta desafíos que repercuten directamente en sus relaciones internacionales. El éxodo de atletas, las restricciones de movilidad y las narrativas globales sobre “fuga de talento” reducen el poder simbólico del deporte como herramienta diplomática. Esto ha impulsado la necesidad de reformular convenios de cooperación deportiva y modernizar marcos legales para garantizar que la representación atlética siga siendo

componente del capital simbólico de la nación en el exterior.

CONCLUSIONES

La apropiación de la Imagen Cuba, como vía para alcanzar las pretensiones en contra de la Revolución ha sido utilizada por distintos actores. Artistas, deportistas, políticos y cubanos disidentes muestran como real todo aquello que va alineado en contra de la Revolución; incluso si fue creado por esta, o en su seno, se pretende mostrar como algo alternativo y desligado a la Cuba posterior a 1959. Sin embargo, detrás de cada uno de estos “libertadores” se encuentra la financiación del gobierno estadounidense o figuras contrarrevolucionarias económicamente poderosas.

Esta visión es acompañada por narrativas que van desde mostrar una “verdadera Cuba” en el exilio, y la apropiación de espacios que le permitan evidenciar sus posturas como si fueran reales. El uso de los símbolos patrios y los medios de comunicación en contra de la imagen Cuba oficial, y la construcción de una narrativa en contra del país, no es más que la búsqueda de legitimidad por parte de quienes la pretenden usurpar.

Las apropiaciones no oficiales de la Imagen Cuba han obligado al Estado a apostar por una diplomacia identitaria, donde la defensa de la cultura, el deporte y las marcas forma n parte integral de la estrategia de proyección internacional. Esta nueva fase de la acción exterior cubana busca equilibrar soberanía simbólica y apertura cultural, protegiendo la integridad de su identidad en un mundo donde las representaciones nacionales se negocian cada vez más en el terreno de la comunicación global y la economía transnacional.

REFERENCIAS

- Anholt, S. (2007). Competitive identity: The new brand management for nations,

- cities and regions. Palgrave Macmillan. tb00107.x
- Aronczyk, M. (2013). *Branding the nation: The global business of national identity*. Oxford University Press.
 - Benítez Rojo, A. (1998). *La isla que se repite: El Caribe y la perspectiva posmoderna*. Editorial Casiopea.
 - Clifford, J. (1994). *Diásporas*. *Cultural Anthropology*, 9 (3), 302–338. <https://doi.org/10.1525/can.1994.9.3.02a00040>
 - Comaroff, J., & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* University of Chicago Press.
 - Cubadebate. (2025b, 9 de agosto). *¿Quién define qué es ser Cuba en Miss Universo?* Cubadebate. <http://www.cubadebate.cu/opinion/2025/08/09/quien-define-que-es-ser-cuba-en-miss-universo/>
 - Cubasí. (2025). *Cuba denuncia fraude y engaño comercial cinematográfico desde Miami*. Cubasí. <http://cubasi.cu/es/noticia/cuba-denuncia-fraude-y-engano-comercial-cinematografico-desde-miami>
 - Díaz, J. (2010). *La controversia de la marca Havana Club: Marcas, embargos y propiedad*. *Revista de Derecho Internacional*, 12 (2), 45–70.
 - Domínguez, J. I. (2006). *Cuba: Totalitarian and transitional*. En *Cuba: Contrasting visions* (pp. 73-104). Palgrave Macmillan.
 - Duany, J. (2011). *Blurring the borders: Transnationalism and the Cuban experience*. University of North Carolina Press.
 - Eckstein, S., & Barberia, L. (2002). *Grounding immigrant generational continuity: Cuban Americans and their transnational ties*. *International Migration Review*, 36 (3), 799–837. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2002>
 - Fernández, D. (2007). *Cuba transnational: Identities, nation, and diaspora*. University Press of Florida.
 - Hall, S. (1996). *Who needs 'identity'?* En S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity*. SAGE.
 - López, K. (2014). *Chinese Cuba: From labor to lifestyle*. Duke University Press.
 - Juventud Rebelde. (2012, 27 de julio). *Denuncia Cuba graves violaciones de EE.UU. en usurpación de marca Havana Club*. Juventud Rebelde. <https://www.juventudrebelde.cu/internacionales/2012-07-27/denuncia-cuba-graves-violaciones-de-ee-uu-en-usurpacion-de-marca-havana-club>
 - Juventud Rebelde. (2024). *Cuba denuncia ante la OMC usurpación de la marca Havana Club*. Juventud Rebelde.
 - La Jornada. (2025, 20 de diciembre). *Cuba denuncia robo sistemático de talento deportivo*. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/2025/12/20/deportes/a11n3dep>
 - Martínez, L. (Ed.). (2018). *Cuba y su imagen internacional: Discursos, políticas y percepciones*. Editorial académica.
 - Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
 - Nye, J. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.
 - Pérez, L. A., Jr. (1999). *On becoming Cuban: Identity, nationality, and culture*. University of North Carolina Press.
 - Puar, J. (1997). *Transnational configurations of desire: The nation and its others in beauty pageants*. *Signs*, 22 (4), 987–1017. <https://doi.org/10.1086/495216>
 - Rodríguez, B. (2018, octubre). *Cuba*

condena y rechaza de la manera más enérgica evento anticubano promovido por Estados Unidos en la sede de las Naciones Unidas. Cuba Periodistas. <https://www.cubaperiodistas.cu/2018/10/cuba-condena-y-rechaza-de-la-manera-mas-energica-evento-anticubano-promovido-por-estados-unidos-en-la-sede-de-las-naciones-unidas/>

- Rodríguez, B. [@BrunoRguezP]. (2024, diciembre, 2). Llamada “ley de marcas robadas” recién firmada por Biden modifica la ley como medida agresiva contra #Cuba, con el objetivo. [Tweet]. X. <https://x.com/i/status/1863728647753843059>
- Tablada, J. [JohanaTablada]. (2024, diciembre, 2). En Cuba hay 6448 marcas estadounidenses registradas y 1777 en proceso registro. Todas son protegidas por la autoridad cubana. [Tweet]. X. <https://x.com/i/status/1863729028781269025>
- Triana, A. (2025). Declaraciones sobre la falsa Cuban Film Commission. Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC).
- Waever, O. (1993). Seguridad social: el concepto. Identidad, migración y la nueva agenda de seguridad en Europa, pp. 17-40.

NOTAS

1. Si bien la imagen oficial de la nación también resalta estos atributos socio-culturales, la interconexión de ellos y de un país expuesto a sanciones que impiden un mayor desenvolvimiento de estas áreas es un tópico declarado.
2. Es la autoridad facultada para coordinar de manera integrada y multisectorial las declarado.
3. Es la autoridad facultada para coordinar de manera integrada y multisectorial las

políticas y regulaciones sobre la imagen Cuba según la Ley 162/2023.

4. Estas etiquetas en redes comenzaron a ser utilizadas e impulsadas con mayor fuerza en fechas posteriores al 11 de julio de 2021, principalmente apoyadas por los medios de la contrarrevolución cubana en Estados Unidos.
5. Desde EE.UU. hoy se manejan decenas de representaciones de cubanas y cubanos en concursos de este tipo, llegando a ganar en ocasiones, lo que simboliza la usurpación de un espacio nacional sin tener capacidad legal para ello.