

Cosette Celecia Pérez*

“El paquete” en la circulación *offline* de contenidos alternativos en Cuba: mirar sus abordajes, pensar sus perspectivas

“The package” in the offline circulation of alternative content in Cuba: look at their approaches, think about their perspectives

Abstract | The ways in which changes in communications have been assimilated in Cuba from the use of the Internet and wireless networks as communication and entertainment platforms consumption represent a very particular appropriation of technologies. This is confirmed by “el paquete” (the package), the most popular alternative communication product on the island, whose offline circulation is an adaptation to the island’s disconnected context and an option for informal consumption as opposed to state programming. This article proposes a review of the production of knowledge regarding the circulation of content through informal channels, in order to place the Cuban case in a line of study that relates technological advances to the proliferation of practices of appropriation of products and content associated with human networks. Based on the bibliographical review and the contextual analysis, the repercussions of “el paquete” in the context of the Cuban public are also reflected on.

Keywords | alternative content, offline circulation, Cuba, cultural industries, the Cuban package.

Resumen | Los modos en que en Cuba se han asimilado los cambios en las comunicaciones a partir del uso de Internet y las redes inalámbricas como plataformas de comunicación y consumo de entretenimiento representan una apropiación muy particular de las tecnologías. Así lo confirma “el paquete”, el producto comunicativo alternativo más popular del país, cuya circulación *offline* es una adaptación al contexto de desconexión de la isla y una opción de consumo informal frente a la programación estatal. Este artículo propone una

Recibido: 4 de marzo de 2020.

Aceptado: 17 de abril de 2020.

* Becaria del Programa de Becas Posdoctorales en la UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. Asesorada por el Dr. Julio Juárez Gámiz.

Correo electrónico: cosettecelecia@gmail.com

Celecia Pérez, Cosette. «“El paquete” en la circulación *offline* de contenidos alternativos en Cuba: mirar sus abordajes, pensar sus perspectivas.» *Interdisciplina* 8, n° 22 (septiembre–diciembre 2020): 67-85.

doi: <https://doi.org/10.22201/ceich.24485705e.2020.22.76419>

revisión a la producción de conocimiento en torno a la circulación de contenidos por vías informales, para ubicar el caso cubano en una línea de estudio que relaciona los avances tecnológicos con la proliferación de prácticas de apropiación de productos y contenidos culturales asociadas a redes humanas. A partir de la revisión bibliográfica y el análisis contextual se reflexiona, además, sobre las repercusiones de “el paquete” en el contexto de lo público cubano.

Palabras clave | contenidos alternativos, circulación *offline*, Cuba, industrias culturales, el paquete.

Introducción

LOS MODOS EN QUE en Cuba se han asimilado los cambios en las comunicaciones a partir del uso de Internet y las redes inalámbricas como plataformas de comunicación y consumo de entretenimiento representan una apropiación muy particular de las tecnologías que han estado en constante actualización. Así lo confirma “el paquete”, el producto comunicativo alternativo más popular actualmente en Cuba, cuya circulación *offline* es una adaptación al contexto de desconexión de la isla y una opción de consumo informal frente a la programación transmitida por los canales nacionales.¹ El paquete es un compendio de aproximadamente un Terabyte de materiales descargados de Internet o pirateados de canales extranjeros. Circula de mano en mano desde 2010, aproximadamente, a través de dispositivos de almacenamiento externo, y resulta una evolución de anteriores modos de distribución clandestina de contenidos en la isla.² Y aunque puede obtenerse de manera gratuita, gracias a las redes de relaciones que median su circulación, es un producto que surge y se mantiene con fines de comercialización.

El paquete incluye películas, *reality shows*, programas humorísticos y musicales, y otro tipo de programas de canales fundamentalmente estadounidenses, series y documentales de procedencia variada, y telenovelas sobre todo de México y Colombia, aunque se han popularizado también producciones coreanas y turcas. Asimismo, se incluyen publicaciones de la emergente prensa independiente cubana —no considerada contenciosa o enemiga—, entre otros materia-

1 Cubavisión, con programación variada; TeleRebelde, con programación fundamentalmente deportiva; Multivisión; dos canales educativos. Recientemente se sumaron Canal Clave, de música, y, Canal Caribe, especializado en noticias.

2 La revisión de literatura permite ubicar como antecedentes del paquete a los denominados “bancos de películas” donde podían rentarse filmes en formato Betamax y Video Home System (VHS). A esta iniciativa le siguió la renta y venta de filmes en DVD, un cambio que solo significó más capacidad de almacenamiento en un soporte más pequeño y liviano. Luego las memorias flash y los discos externos han ido desplazando a los CD y DVD, aunque los contenidos demandados siguen siendo los mismos: películas, shows, series y telenovelas (Pertierra 2012; Concepción 2015).

les, algunos producidos en Cuba específicamente para esta modalidad de consumo. El paquete también funciona como tienda *offline* de aplicaciones, videojuegos, actualizaciones de antivirus, entre otros.

La distribución del paquete es usualmente a domicilio, y el precio de aproximadamente un *Terabyte* de materiales descargados o pirateados oscila entre uno y cinco CUC,³ dependiendo del día de la semana en que se compre. Su actualización comenzó siendo semanal, pero debido a la demanda de los consumidores por acceder a los contenidos con el menor retraso, llega a ser diaria. Esta nueva forma de circulación de contenidos aunque ilegal, es tolerada por el gobierno, con el que se supone existe una especie de acuerdo tácito por parte de sus realizadores de no incluir materiales con contenido subversivo ni pornográfico. Algunos trabajadores no estatales amparados bajo la licencia de trabajo por cuenta propia como “comprador vendedor de discos” venden parte del contenido del paquete por un precio más bajo que si se tratara del paquete completo.⁴ En estos casos, los clientes van al establecimiento del vendedor —usualmente parte de una vivienda acondicionada para la actividad comercial— y copian en su memoria la cantidad de contenidos que puedan pagar. Aunque la variante de “llenar memorias” no está especificada en la licencia autorizada, algunos se apoyan en que la misma no especifica que se trate de discos compactos, o extraíbles.

Este artículo resulta del establecimiento del estado del arte en torno a la circulación y consumo de entretenimiento en Cuba por vías informales, como parte de una investigación más amplia sobre la producción, distribución y consumo de contenidos alternativos en Cuba, tomando como centro el fenómeno del paquete, considerado aquí como industria cultural informal. Esta definición implica considerar el funcionamiento del paquete desde la perspectiva de la economía política de los medios de comunicación y sistematizar sus repercusiones desde el punto de vista simbólico, económico y de (re)configuración del sistema mediático cubano. La metodología se basó en la revisión bibliográfica y documental, tanto de materiales cubanos como foráneos, que permitieron dar cuenta de los abordajes en relación con el paquete.

Esta revisión permite ubicar tendencias en el abordaje de la circulación y consumo de contenidos alternativos a los estatales en la isla y, mediante un ejercicio analítico, proponer una serie de escenarios posibles en el ámbito mediático cubano.

3 En Cuba hay una doble circulación monetaria: circulan los pesos cubanos (CUP) y los cubanos convertibles (CUC). Veinticinco CUP equivalen a un CUC. Un CUC es equivalente a un dólar estadounidense. Entonces, el costo del paquete oscila entre uno y cinco dólares estadounidenses.

4 Algunos vendedores locales del paquete también pueden vender contenidos puntuales por un menor precio. Por ejemplo, los capítulos de una serie pueden comprarse de manera individual a un CUP cada capítulo.

Este análisis y sus proyecciones adquieren pertinencia en un contexto en el que el gobierno cubano ha promovido —y en ocasiones ulteriores suprimido o limitado— aperturas y transformaciones en el modelo económico orientadas al mercado, al tiempo que se cierra sobre los actores y discursos que abogan por una democratización del sistema político. Esta contradicción impacta en el ámbito de lo público e interviene en qué nuevos actores y discursos son aceptados, tolerados o reprimidos.

El estudio de la circulación de contenidos *offline*

Estudios que analizan la evolución del contexto mediático en relación con los cambios de las últimas décadas en la isla señalan cómo, a partir de los años 90 y con la emergencia de usos informativos de Internet, aparece el periodismo independiente en la isla y se incrementan la opinión y la crítica en publicaciones oficiales; mientras, a mitad de los años 2000, emergen nuevos actores de la información y se pluraliza la esfera y el debate público, fundamentalmente a través de redes digitales (Leyva y Somohano 2008; Geoffray y Chaguaceda 2014; Díaz 2017). Encontramos entonces, que en los márgenes siempre han existido discursos que cuestionan o contradicen el discurso oficial; pero no es hasta la irrupción de Internet y las nuevas tecnologías en la isla que puede hablarse de un desafío al monopolio estatal sobre lo público.

Asimismo, recientes estudios académicos sobre comunicación pública en Cuba, aun cuando se centren en temas como la configuración de lo público contencioso (Celecia 2019), el periodismo independiente en línea (Somohano 2019), la circulación no institucional de contenidos audiovisuales en redes digitales (Rodríguez 2019), el consumo mediático informal (Fonseca y Castañeda 2015), entre otros, no pueden eludir la presencia e importancia del paquete como espacio de difusión y consumo de contenidos alternativos.

La circulación de contenidos *offline* ha sido estudiada en contextos de baja conectividad a la *Web*, donde la gente encuentra formas creativas de acceder a información y entretenimiento capitalizando el poco acceso a Internet, generando redes de distribución y adaptando a sus necesidades e intereses los recursos disponibles. En la India, esta forma de circulación ha sido ampliamente abordada desde la perspectiva de la información y la comunicación para el desarrollo y la interacción persona–ordenador. Kumar y Rangaswamy (2013), por ejemplo, analizan la cultura de consumo de medios en la India desde la economía informal, lo cual incluye prácticas para reproducir, compartir y distribuir medios digitales pirateados. Su estudio muestra cómo la piratería no solo alimenta el consumo de medios, sino que estimula el uso de la tecnología y promueve la alfabetización digital.

Los fenómenos asociados con la distribución de contenidos en comunidades en desarrollo que utilizan medios físicos también han sido abordados por

Sambasivan, Cutrell y Toyama (2010). Los autores, interesados en ver el impacto de estas prácticas en el desarrollo de comunidades periféricas de la India, identificaron actores clave en la difusión de información, analizaron el modo en que se articulaban las redes y cómo era usada la tecnología, con el objetivo de promover el desarrollo en poblaciones de bajos ingresos. Su estudio permite establecer varios paralelismos con el caso del paquete cubano, en cuyos procesos de gestión y distribución también existen actores claves, identificados y descritos en trabajos previos. Pero si bien conocemos qué lugar ocupan estos actores en la estructura piramidal de gestión y distribución del paquete, sería útil indagar en la efectividad y las debilidades de la red y su capacidad de penetración en la isla desde una perspectiva metodológica mixta que permita un análisis tanto cuantitativo como cualitativo.

También en el caso de la India se estudiaron las interacciones de intermediación que se producen entre determinados actores para quienes la tecnología es inaccesible debido al analfabetismo digital, la falta de habilidades de operación tecnológica o las limitaciones financieras (Sambasivan, Cutrell, Toyama y Nardi 2010). Este es un fenómeno apreciado también en las dinámicas que atraviesan el consumo del paquete en Cuba, tanto cuando es compartido con quienes no pueden pagar por él, como cuando alguien de la familia se encarga de adquirirlo o seleccionar contenidos para los abuelos o los menores no familiarizados con las TIC. Así, determinados actores se benefician de las tecnologías a través de usuarios digitalmente capacitados, con lo cual se amplía el consumo de contenidos del paquete.

En estrecha relación con los estudios sobre circulación de contenidos por vías alternativas encontramos acercamientos al expandido fenómeno de la piratería desde perspectivas que entienden la producción, distribución y consumo no regulados como prácticas derivadas de contextos de desigualdad y precariedad económica y como alternativas generadas desde abajo. En estos casos se resaltan la capacidad creativa y de apropiación social como un momento importante en la (re)producción de sentido, en casos situados en países como Sudáfrica (Primo y Lloyd 2012), Rusia (Sezneva y Karaganis 2012), Brasil (Mizukami, Castro, Moncau y Lemos 2012), México (Cross 2012), Bolivia (Stobart 2012) y la India (Liang y Sundaram 2012), catalogados por los autores como economías emergentes.

Una perspectiva similar a la que guía a estos autores, se aprecia en los estudios sobre el paquete cubano, donde se reconocen las limitaciones económicas para acceder a Internet, tanto como las limitadas ofertas de las parrillas⁵ oficia-

5 N. del E.: En Cuba, dentro del ámbito de la radio y de la televisión también se emplea de manera frecuente la palabra parrilla. En este caso se utiliza para referirse al cuadro de programación. Es decir, al conjunto de horarios y espacios que se van a emitir.

les. En el caso cubano se resignifica la propia noción de legalidad, o ética asociada con la piratería. Además, llaman la atención los términos generados alrededor del paquete (empezando por ese propio nombre para el compendio), que contribuyen a dotar de una identidad legítima y auténtica a este producto, sus realizadores y distribuidores. Esto interviene en la reconfiguración del lenguaje, aportando sentidos locales que funcionan en el contexto cultural cubano y participan en la reproducción de la vida social.

Acerca de los entornos *underground* de consumo de contenidos en Cuba

Centrada en indagar sobre el telespectador cubano, Yanet Barrera (2009) estudia el consumo de la televisión nacional tomando en cuenta la competencia que significa para los canales estatales la presencia de otras vías de consumo de contenidos alternativos como los captados por antenas ilegales⁶ y los contenidos que circulan en DVD u otros soportes externos para ser consumidos en DVD o computadoras. Antes del auge del paquete semanal, su estudio permitía apreciar cómo los vínculos que los espectadores establecen con otros medios de comunicación, otras tecnologías y otros mercados de consumo impactan en la disminución de la recepción de la televisión nacional (Barrera 2009).

Anna Cristina Pertierra (2011, 2012) se interesó por las prácticas de circulación informal de medios digitales entre 2005 y 2010 en Santiago de Cuba. Su trabajo permite comprobar que estas están arraigadas en buena parte del público de la isla, y responden a un gusto sedimentado. Aunque la comunicación pública en Cuba es singular y su sistema mediático, en consonancia con el sistema político, difiere del resto del continente, también encontramos que, por vías alternativas, el consumo de medios en la isla es similar al de cualquier otro país de América Latina (Pertierra 2012). Asimismo, las economías informales han sido fundamentales para la vida cotidiana en Cuba, tanto durante el apogeo de la era socialista soviética como tras el derrumbe del campo socialista y hasta la actualidad (Pertierra 2011, 2012). De manera que en el contexto cubano, marcado por una crisis económica con sus vaivenes, los ciudadanos asumen con naturalidad el participar de redes informales y toleradas por el Estado para adquirir todo tipo de bienes.

⁶ En Cuba solo poseen acceso legal a televisión por cable instalaciones para el turismo extranjero y empresas y misiones diplomáticas extranjeras, así como los integrantes de los cuerpos diplomáticos. Desde los años 90 del pasado siglo, una de las prácticas mediáticas ilegales más comunes en la isla han sido las redes de televisión por cable y las antenas ilegales, que captan señales fundamentalmente de canales de Florida, Estados Unidos (Rodríguez 2019).

La tolerancia hacia la circulación informal de contenidos de entretenimiento foráneos está aparentemente sustentada en una asumida inocuidad política de estos últimos. Para Pertierra (2012), por ejemplo, el papel de los medios electrónicos en la vida cotidiana de los cubanos es más una forma de entretenimiento o escape que un espacio para la resistencia política. No obstante, aquí sostenemos que, si bien esas prácticas carecen de una intencionalidad contenciosa, una lectura política de las mismas va a arrojar importantes pistas acerca de los modos en que se difunden patrones aspiracionales ligados a la economía capitalista y modelos de éxito asociados con el emprendimiento privado y alejados del ámbito estatal, elementos que podrían alentar formas de politización diferentes a las que se estimulan y exigen desde el sistema político cubano; o bien, tributar a una despolitización de la ciudadanía, al desinterés por participar de la vida pública del país, a un mayor descreimiento de la capacidad del Estado para resolver problemáticas sociales y a la búsqueda de soluciones individuales a cuestiones estructurales, como es la aparentemente inocente búsqueda de entretenimiento audiovisual.

Dayne Fonseca y Daynet Castañeda (2015) abordaron la construcción de sentidos de los pobladores de un asentamiento rural de Santiago de Cuba que consumen contenidos audiovisuales por vías alternativas. Las autoras resaltan cómo este tipo de consumo favorece la libertad de elección de los receptores y destacan cómo los sujetos de estudio priorizan las condiciones tecnológicas para el consumo mediático informal por encima de otras condiciones de vida en un contexto de precariedad. Su trabajo comprobó que el consumo informal de entretenimiento es un mecanismo de evasión de la realidad, al tiempo que otorga un estatus asociado con la posesión de tecnología y actualidad. De igual modo, encontraron un consenso social sobre “la preferencia del consumo informal sobre el formal, con poca diferencia entre uno y otro, pero evidenciando la pérdida del protagonismo histórico del último” (Fonseca y Castañeda 2015, 82).

El Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión realizó un estudio cuantitativo sobre el consumo del paquete en la capital cubana, según el cual el compendio es consumido por al menos el 40% de los habitantes de La Habana, una ciudad de alrededor de 2.13 millones de habitantes (Márquez 2015). Aunque la cifra del estudio es conservadora, pues dado el carácter pseudolegal del paquete algunos encuestados pueden haber ocultado su consumo, nos ofrece una idea de la penetración del paquete en la capital cubana, una noción extensible al resto del país a partir de la revisión bibliográfica y documental. Este es el único estudio que abordó de manera cuantitativa el consumo del paquete, mediante una encuesta aplicada a 394 personas de la capital cubana, un número bastante limitado para hacer inferencias sobre el alcance del consumo, incluso en esa ciudad.

La informalidad y dispersión del paquete provoca que muchos de los elementos que lo caracterizan no puedan ser comprobables y se queden en el nivel de la especulación, los estimados personales o el rumor. La mayoría de los estudios revisados que analizan el compendio emplean metodologías cualitativas, a partir de entrevistas, pues no existen, por ejemplo, datos estadísticos sobre el consumo del paquete, y en cuanto a su gestión quienes lo confeccionan suelen ser muy cautelosos sobre su identidad, los modos de obtención de algunos de los contenidos —presumiblemente descargados en instituciones estatales— y los ingresos que genera la comercialización del paquete.

Fidel Alejandro Rodríguez (2019) refiere que las prácticas de circulación de contenidos no institucionales en ambientes de redes digitales en Cuba han permitido reconocer la transformación del ecosistema comunicativo cubano en una ecología de múltiples flujos de circulación e intercambio de información. Su trabajo reconoce la vida comunicativa social más allá de lo mediático institucional y atiende los modos en que los contenidos circulantes constituyen lo público. Este autor afirma que en las prácticas de consumo de entretenimiento por vías alternativas, lo que se celebra no es simplemente el disfrute de los contenidos sino, además, la pertenencia a un flujo circulatorio global, resaltando el valor simbólico de participar de estas redes de circulación de contenidos (Rodríguez 2019).

El trabajo de Rodríguez (2019) resalta la existencia de una condición histórica relativa al consumo de contenidos foráneos —debemos señalar aquí de cierta manera interrumpida durante el periodo revolucionario con la estatización de los medios y agencias culturales, la asunción de políticas nacionalistas y el diferendo con Estados Unidos, de donde provenían buena parte de los contenidos de entretenimiento extranjero— que continúa marcando expectativas de consumo. Asimismo, reflexiona sobre cómo la curaduría de los contenidos alternativos puede intervenir sobre las agendas de consumo local, un proceso mediado por la negociación directa con las audiencias.

Entre los trabajos que aborda directamente el paquete semanal está la investigación de Raúl Concepción (2015), quien se acerca a las nuevas prácticas de consumo audiovisual en Cuba a través de jóvenes capitalinos, lo cual le permite reconocer tendencias en el uso del tiempo libre y la emergencia de referentes en los patrones de consumo de ese grupo. Por su parte, Cynthia Cabrera (2015), quien cataloga el paquete como un producto/proceso, aborda el consumo del compendio en zonas urbanas y rurales de Mayabeque, y Amalia Ramos (2016) indaga sobre la gestión del paquete semanal en la capital del país. Se trata de investigaciones que se nutren de los estudios culturales latinoamericanos en las que están muy presentes las voces y propuestas de autores como Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero quienes, desde su herencia gramsciana, reivindican lo popular y lo masivo. Estos acercamientos al paquete resaltan el valor de lo simbólico

en los procesos de consumo cultural como procesos de apropiación. Sus análisis, apoyados en los estudios sobre economía mediática informal, atienden los cambios generados a partir de la actualización del modelo económico cubano y el modo en que han incidido en la transformación del entorno mediático.

Por su parte, Dye, Nemer, Mangiameli, Bruckman y Kumar (2018) plantean que el paquete puede entenderse como un tipo de Internet no estandarizado, con una infraestructura humana que comprende “las personas, las relaciones y las organizaciones que subyacen a los cimientos de un sistema o red” (Dye, Nemer, Mangiameli, Bruckman y Kumar 2018, 1); una *snearkernet* o red de a pie, que transmite la información de mano en mano. En este sentido, su perspectiva es muy cercana a la de Cabrera (2015), quien también comprende las redes informales como (infra)estructuras tecnológicas y sociales de reproducción cultural. Estos autores sostienen que el paquete proporciona amplio acceso a la información y provee tanto ocio a los receptores, como ingresos a los gestores y distribuidores que lo comercializan. Estos elementos coinciden con nuestra propuesta de mirar al paquete en su conjunto como una industria cultural informal.

El trabajo de Dye, Nemer, Mangiameli, Bruckman y Kumar (2018) resalta el paquete como espacio de autonomía, en tanto una red autogestionada emergida como alternativa a la desconexión y a la falta de opciones para el entretenimiento y la información. Sin embargo, aunque ciertamente el paquete constituye un espacio de libertad desde el consumo, y desde el emprendimiento no formalizado, es importante considerar que se trata mayormente de una réplica del entretenimiento que producen las grandes industrias de ese ramo a nivel global. De manera que lo que se presenta como *underground* y alternativo en Cuba no es más que la circulación por canales contingentes del entretenimiento generado por las industrias culturales dominantes. De cualquier modo, esto tampoco representa una ruptura con el tradicional consumo propuesto por los medios estatales, pues la televisión nacional también transmite programas de entretenimiento de factura extranjera, fundamentalmente estadounidense.

El paquete desde la economía política de los medios

Una mirada desde la economía política de los medios, que comprenda el paquete como industria cultural informal, ayudaría a entender el rol de los gestores del paquete como filtros de los contenidos y, por tanto, como agentes mediadores fundamentales en el consumo de contenidos de entretenimiento por esta vía. Desde esta perspectiva sería posible dialogar críticamente con las posturas centradas en la circulación y consumo de contenidos por vías alternativas *offline* como entornos democratizadores y balancear las limitaciones y posibilidades que abre el paquete en el caso particular cubano como espacio de producción,

autogestión, alternativa de consumo y (re)producción de sentidos. Igualmente, hay que ponderar el modo en que el paquete es entendido por quienes participan de sus procesos, (auto)reconocidos en términos de productores, distribuidores y consumidores, con lo cual relacionan el paquete con un fenómeno ligado al mercado y sus reglas.

Varios autores que se han acercado al fenómeno del paquete afirman que este producto–proceso–negocio, al mismo tiempo público y *underground*, se ha convertido en el mayor empleador privado de la isla (Fazekas y Marshall 2016; Dye, Nemer, Mangiameli, Bruckman y Kumar 2018) —otro elemento que refuerza su carácter de industria cultural informal—. En esos trabajos no se encontraron los datos que sustenten tal afirmación, por lo cual podría tratarse de una valoración ofrecida por los informantes de esos estudios —que coincide con lo expresado por uno de los gestores del paquete entrevistado para esta investigación en proceso—, pero que es finalmente solo una opinión. Por lo tanto, sería útil diseñar un estudio cuantitativo que permita inferir la cantidad de personas que pueden estar participando de la red, así como cuántos podrían estar percibiendo ingresos. También encontramos en trabajos revisados afirmaciones donde se refiere que la mayor parte de la población cubana consume al menos parte del paquete. Por ejemplo, García (2017) refiere en un extenso reportaje que “se ha informado que hasta 3 millones de cubanos acceden al contenido a través del paquete” (García 2017, s/p), aunque no ofrece la fuente de esta información.

Los trabajos que han analizado el funcionamiento del paquete lo catalogan como una red —aunque no se haya abordado aún este fenómeno desde la teoría de redes— y existen varias propuestas de esquemas que describen la relación jerárquica entre los actores que participan de la confección y distribución del paquete y que permiten ver los lazos de dependencia entre unos y otros. Dye, Nemer, Mangiameli, Bruckman y Kumar (2018), con la propuesta más acotada, se refieren a la labor articulada de tres actores a los que denominan: los maestros, los paqueteros y la gente.

Concepción (2017), por su parte, elaboró una cadena que describe el recorrido del paquete semanal desde su elaboración hasta su consumo, e incluye, en el siguiente orden, a: proveedores, matrices, mensajeros, distribuidores de primera mano, distribuidores (que presenta como segundas y terceras manos, estableciendo dos niveles en este grupo) y consumidores. Mientras, Cabrera (2015), quien se centra en los participantes en la gestión del paquete, a los que cataloga en general como usuarios–agentes, se refiere a los roles: matriz, distribuidor mayor, distribuidor menor y consumidor.

Los trabajos revisados permiten establecer un diálogo entre las rutas de exploración y los hallazgos —enfocados en prácticas y contextos diversos— con la producción, circulación y consumo de contenidos alternativos en Cuba, específi-

camente con los procesos y prácticas asociadas al paquete. Estos referentes permiten incorporar nuestro objeto en una línea de estudio que relaciona los avances tecnológicos con la proliferación de prácticas de apropiación de productos y contenidos culturales diversos por vías informales asociadas a redes humanas. Asimismo, se inserta —debido a nuestros intereses de diálogo académico y por las repercusiones del fenómeno del paquete en el contexto de lo público cubano—, con los estudios sobre la relación entre comunicación, ciudadanía y democracia. Poniendo el acento en estas dos perspectivas, proponemos aquí, a modo de conclusiones, una serie de reflexiones finales sobre el estado del arte y sobre los posibles escenarios que la presencia y evolución del paquete como industria cultural informal podrían significar para el entorno de lo público en Cuba.

Reflexiones finales

Los trabajos que han investigado el paquete permiten confirmar la penetración del consumo mediático informal en Cuba y la importancia que ha adquirido a nivel social, al tiempo que han traído al debate la asimilación de tendencias globales en cuanto a uso de tecnologías y formas de consumo cultural en el particular entorno cubano, aunque sigue quedando pendiente traer al centro del análisis el debilitamiento del monopolio estatal sobre lo público a partir de estas prácticas y asumir la producción, circulación y consumo de contenidos alternativos como espacios de libertad y disrupción que se construyen entre el espacio público (producción y circulación) y el privado (consumo) a partir de prácticas de la economía informal por un lado y prácticas cotidianas de uso del tiempo libre por el otro. Todo esto también obliga a analizar cómo la presencia del paquete repercute en la pluralización de discursos y en la diversificación de referentes culturales y esquemas aspiracionales de los cubanos. Es imprescindible, por tanto, explorar la dimensión política de estos procesos.

La mayoría de los autores se refiere al consumo de contenidos por vías informales aludiendo a su funcionamiento fuera de los canales institucionales y centrándose en sus formas de circulación. Consideramos, entonces, que en el abordaje del caso del paquete cubano, también es fundamental ubicar el carácter alternativo de sus contenidos frente a las propuestas estatales, ofreciendo una definición de lo que puede entenderse como contenidos alternativos en Cuba, partiendo de su significación en el contexto local. Una definición asociada con las características del sistema mediático cubano con propiedad estatal sobre los medios de comunicación, pero que también reconozca el origen de esos contenidos, generados por industrias dominantes a nivel global.

Desde esta perspectiva reconocemos aquí como contenidos alternativos en Cuba a todos aquellos textos que no son transmitidos o publicados por los me-

dios estatales cubanos, se trate de producciones nacionales o extranjeras y que, por tanto, circulan a través de vías también alternativas a las oficiales. Estos contenidos representan una opción de información y entretenimiento frente a las agendas y “parrillas” de los medios estatales, en tanto provienen de emisores distintos al Estado y proponen discursos, construcciones y referentes distintos a los oficiales. Los contenidos que aquí clasificamos como alternativos provienen, en su mayoría, de industrias inscritas dentro de sistemas mediáticos liberales, regidos por principios del mercado, los cuales tributan a la reproducción del sistema capitalista. Igualmente, ganan espacio en el paquete los contenidos publicitarios creados por productoras independientes cubanos en función de promocionar los negocios del sector privado.

El paquete puede resumirse como fenómeno relacionado con procesos de apropiación cultural, autogestión, autorganización y autonomía, de los que derivan relatos enfrentados a los del poder en diferentes niveles: micro —al generar formas individualizadas de consumo que fomentan la autonomía del receptor frente al control totalizador del Estado, confirman su capacidad para evadir los discursos oficiales y les permiten entrar como consumidores a un mercado de bienes que los conecta con tendencias globales—; meso — al generar redes de producción y circulación de contenidos de alcance nacional, impulsar la conformación y expansión de una industria cultural informal y generar, a partir de su funcionamiento, espacios de libertad en términos económicos, simbólicos y políticos; y macro —al pluralizar el entorno de lo público nacional, desafiar el monopolio estatal sobre ese ámbito y acentuar el carácter transnacional del consumo de contenidos en la isla.

El proceso de actualización del modelo económico cubano, iniciado en 2008 durante el gobierno de Raúl Castro —que incluye la ampliación del sector no estatal y la eliminación de subsidios y gratuidades por parte del Estado— ha profundizado las condiciones de diferenciación en el consumo que comenzaron a generarse en los años 90, postergando la construcción de una sociedad cada vez más uniforme. Una diferenciación social es cada vez más visible mediante los niveles y tipos de consumo y que, en el caso del paquete, obliga a mirar los niveles de ingreso, el acceso a equipos tecnológicos, el lugar y el estatus en la red de usuarios y los entornos no estatales como espacios en los que se generan estilos de vida que reproducen modelos foráneos de consumo. Cuba es en muchos sentidos, todavía, un país muy singular, pero en cuanto a consumo de entretenimiento parece estarse mimetizando a gran velocidad con ese público global para el cual producen las industrias culturales dominantes.

A partir de adaptaciones locales del comercio informal encontramos que los contenidos del paquete son descargados de instituciones oficiales y repartidos a todo el país aprovechando la red automotriz del transporte nacional de pasa-

jeros. Esto garantiza su capacidad de distribución, en un primer nivel marcadamente unidireccional, que luego se disemina a través de múltiples nodos. De este modo, en el paquete se combina una articulación lineal y centralizada que parte de la matriz y se mantiene así hasta los principales distribuidores, con la configuración de una red espontáneamente gestionada más abajo por los usuarios, que incluye procesos de negociación y colaboración que completan la efectividad de su penetración a lo largo y ancho del país. Estas características le otorgan al paquete un carácter dual de industria cultural informal altamente estructurada y producto–proceso cultural que permite la participación de sus usuarios–clientes como parte de la red de distribución. Asimismo, encontramos que en cada provincia se incluyen en el paquete contenidos generados localmente, como publicidad de emprendimientos y eventos de cada ciudad, y el pago por la inclusión de estos contenidos va entonces a los distribuidores de primera mano de cada provincia.

El paquete ha sido clasificado como compendio, servicio, filtro de contenidos, producto cultural en sí mismo e Internet *offline*; se ha declarado a los “paqueteros” o comercializadores del paquete como actores que ejercen conscientemente una actividad económica (Cabrera 2015) y se ha catalogado a las matrices que generan el paquete como medios de comunicación privados (Rodríguez 2019). Mientras, el modo en que los gestores del compendio describen su relación con sus usuarios, en la que la retroalimentación ocupa un lugar central, da cuenta de la identidad que asumen como emisores.

Tomando esos elementos como referencia, definimos aquí el paquete como una industria cultural informal dentro de la cual son distinguibles diferentes roles, niveles, códigos, prácticas, y una parrilla de programación amplia, constante y variada, con contenidos incluso originalmente concebidos para este formato, todo lo que genera una vasta red de gestión y por tanto de empleos informales. Resalta, además, la capacidad de las matrices de gestionar los contenidos y activar la red desde arriba, así como de concentrar buena parte de las ganancias que genera el negocio, lo que las convierte en el núcleo de la industria y por tanto en centros de poder simbólico, social y económico.

El paquete se vale de los propios recursos estatales y aprovecha sus debilidades para generar un flujo estable y legitimado de contenidos que participen de la construcción simbólica de la realidad. Asimismo, es importante señalar su capacidad de generar o mediar las agendas a nivel local y nacional. Y no se puede dejar de mencionar lo que todo esto significa en términos de autonomía respecto al Estado. En la misma medida en que el consumo, las agendas, los estilos de vida, y el prestigio social se independizan del Estado, se hacen más dependientes de las ofertas de actores particulares y de prácticas informales.

Si bien los emprendedores del paquete actúan bajo principios comerciales, esto tiene consecuencias en los contenidos que son censurados o admitidos en el paquete, de modo que resultan eficientes *gatekeepers*, cuyos incorporados referentes oficiales sobre lo que se debe y no se debe difundir han resultado funcionales a los intereses gubernamentales. Desde el entorno de lo público periférico en el que se mueven resultan generadores de una línea editorial que no se rige por las políticas públicas, como los medios estatales, sino por su percepción de las demandas de consumo de sus clientes, por las leyes de un rústico y emergente mercado cubano y por sus nociones de lo que no debe ser admitido en el compendio por no corresponderse a los intereses gubernamentales y poner en riesgo la tolerancia oficial hacia el negocio.

Pese a la capacidad de dispersión de los contenidos y a las posibilidades de modificarlos, el paquete, al mismo tiempo, tiene un marcado carácter centralizado y unidireccional asentado en la capacidad de las matrices de gestionar los nuevos contenidos y activar la red desde arriba. Esta característica permite inferir que es en las matrices y entre los mayores distribuidores donde se da la acumulación de capital derivada de la producción y comercialización del paquete, mientras abajo, la dispersión impide que esto suceda. Las matrices y los distribuidores que controlan grandes zonas, en consecuencia, combinan el control sobre los contenidos y sobre la red con ganancias estables. Desde esta perspectiva, constituyen centros de poder simbólico, social y económico, lo que otorga al paquete una gran influencia en la vida cotidiana de la isla en diferentes niveles.

Evaluando perspectivas

El paquete da solución a expectativas de consumo cultural y contribuye a generar comunidad en torno a temas de interés. Esto sin dudas, como ha sucedido en otros contextos, favorece la apropiación tecnológica, a través de las prácticas para ocupar el tiempo de ocio. No obstante, este desplazamiento del control estatal como curador y emisor de los contenidos, parece reflejo de la contracción de la función del Estado como principal generador de sentidos y un síntoma de su debilitamiento sobre la producción simbólica. Si bien el discurso oficial se mantiene anclado en su misma retórica política, cada vez más una audiencia, aparentemente desinteresada en la política en términos tradicionales, se vuelve hacia otros contenidos.

De cualquier modo, en el caso cubano la problemática no reside únicamente en la desviación de la atención pública sobre la oferta mediática estatal (Rodríguez 2019), sino, entre otros aspectos, en sus implicaciones para el contexto mediático del país a mediano plazo. Una posible investigación futura podría centrarse en analizar las condicionantes sociopolíticas que permiten la tolerancia gubernamental hacia el paquete y sus contenidos de entretenimiento por un

lado, y la intolerancia hacia otros contenidos como, por mencionar algunos, los producidos por el periodismo independiente, blanco de constante censura y represión por parte del poder.

De igual forma, merecen especial atención las rupturas que introducen al sistema mediático cubano la consolidación y expansión de industrias culturales informales y los precedentes que pueda sentar para una transformación del sistema de comunicación cubano, desde fuera del debate público y la participación ciudadana, pues las autoridades al parecer están abiertas a aceptar el auge de medios e industrias culturales privadas centradas en el entretenimiento y guiadas por un interés mercantil y no a permitir aquellos con una vocación cívica y veladora del entorno y por tanto más cercana de la vocación socialista de los medios estatales. Estas contradicciones pueden deberse a diferentes posturas en las altas esferas de dirección del país que no logran establecer un consenso sobre cómo lidiar con estos medios o a una intencionada diferenciación en su tratamiento por oportunismo político y/o económico.

Ante estas circunstancias se pueden prever algunos escenarios posibles en relación con la circulación informal de contenidos de entretenimiento en Cuba que ayuden a situar problemáticas puntuales y posibles líneas de indagación sobre el tema. En primer lugar, encontramos que, si aumentan los nexos entre industrias culturales informales y/o medios independientes —que no sean identificados como contenciosos— e instituciones estatales, comenzarían a tejerse redes de relaciones cada vez más formalizadas y legitimadoras de los generadores de contenidos no estatales, aunque en un entorno de ambigüedad política, vacío legal y prácticas discrecionales que otorgarían a los medios independientes favorecidos un estatus superior al resto, sin regularizar la situación de ninguno.

Este tipo de nexos ya se han dado, por caso, con las revistas *Vistar* (cultura y farándula) y *Garbos* (moda y estilo de vida); ambas independientes, no solo tienen presencia en el paquete semanal, sino que además participan de lo público físico mediante presentaciones de sus números, acceso a conferencias de prensa institucionales e invitaciones a eventos oficiales, privilegios impensables para el periodismo independiente cubano. *Vistar* ha sido patrocinadora de eventos estatales como la Muestra Joven ICAIC, y su director asistió al encuentro que el presidente norteamericano Barack Obama sostuvo con jóvenes emprendedores cubanos durante su visita a la isla en 2016 (Ramos 2016). Mientras, *Garbos* fue presentada en la 29 FERIA Internacional del Libro de La Habana, como ejemplo de publicación independiente enfocada en el consumo digital (Garbos 2020) y la revista estatal *Alma Mater* se refirió a ella en un artículo como “publicación privada cubana especializada en moda y estilo de vida” (Ávila 2020, s/p), trabajo replicado íntegramente por el portal oficialista *Cubadebate*.

En la Constitución cubana de 2019,⁷ que sustituye a la de 1976, se realizaron modificaciones en torno a los medios de comunicación y su forma de propiedad. En el Artículo 53 de la Carta Magna de 1976 se explicitaba: “la prensa, la radio, la televisión, el cine y otros medios de difusión masiva son de propiedad estatal o social y no pueden ser objeto, en ningún caso, de propiedad privada” (Constitución de la República de Cuba, 1976, art. 53). De tal modo, como reflexiona José Raúl Gallego (2019), solo se proscribía una forma de propiedad, dejando “espacio para la existencia legal de otras como la cooperativa, la pública o la comunitaria que clasifican como propiedad social” (Gallego 2019, s/p). Esto podía facilitar que se cuestionara la falta de reconocimiento oficial a otros medios cubanos no estatales que funcionan bajo algunos de estos esquemas de propiedad social (Gallego 2019).

El Artículo 55 de la actual Carta Magna, por su parte, especifica:

Los medios fundamentales de comunicación social, en cualquiera de sus manifestaciones y soportes, son de propiedad socialista de todo el pueblo o de las organizaciones políticas, sociales y de masas; y no pueden ser objeto de otro tipo de propiedad. El Estado establece los principios de organización y funcionamiento para todos los medios de comunicación social (Constitución de la República de Cuba, Artículo 55).

No obstante, algunos medios no estatales son no solo aceptados sino reconocidos e incluidos en los entornos oficiales, lo cual arroja evidencias para cuestionar qué elementos intervienen en ese trato diferenciado, en el que parecen estar presentes vínculos con actores de poder dentro del país.

La censura y las diferentes formas de represión contra el periodismo independiente cubano por un lado y la tolerancia y aún más, el apoyo a publicaciones independientes dedicadas al entretenimiento por otro, denotan un doble discurso por parte del poder y contribuyen a coartar las iniciativas que pugnan por una mayor y más plural participación pública en la isla. Este trato solo puede contribuir a generar una diferenciación que estigmatice aún más el periodismo independiente en Cuba —no solo entre la ciudadanía sino incluso al interior del gremio—, construido desde el discurso oficial como un actor contencioso, enemigo de la revolución y financiado por poderes externos. Se limita así la libertad de expresión, el debate público y la participación política a la par que se refuerza y legitima la circulación de temas alejados de las problemáticas más

7 La Constitución fue aprobada por la Asamblea Nacional del Poder Popular, en el Segundo Periodo Ordinario de Sesiones de la IX Legislatura y ratificada en referendo popular el 24 de febrero de 2019, por el 86.85% de quienes ejercieron su derecho al voto (Granma 2019).

álgidas del país, lo que llevaría únicamente a afianzar el inmovilismo y la apatía por los temas de interés público.

Otro elemento a tener en cuenta es cómo formalizar, regular y fiscalizar la producción y distribución de contenidos de las industrias culturales independientes en un escenario sin normativas y desigual en la práctica, así como lo que Rodríguez llama “la emergencia de un proceso de acumulación de capital” (2019, 221) en el caso del paquete. Este autor plantea como alternativa convertirlos en bienes comunes que se compartan y no sean controlados por ningún ente, estatal o privado; pero esto funcionaría con procesos más locales, espontáneos y colaborativos, y difícilmente con negocios centrados en su rentabilidad.

Por otra parte, si bien el consumo del paquete es una respuesta a necesidades de entretenimiento, también hay que considerar que hay quienes tienen una postura activa y crítica en la selección y consumo de audiovisuales. Desde esta perspectiva, aún en la más enajenante búsqueda de entretenimiento, el paquete es resultado de una toma de postura frente a los contenidos estatales, un espacio de autonomía desde lo privado, una ventana gestionada por los propios usuarios hacia el mundo exterior. Mientras, las conductas de acción y omisión desde el poder hacia la producción, circulación y consumo de contenidos alternativos trazan hoy los rumbos que podría tomar en el futuro el ámbito de la comunicación pública en Cuba. **D**

Referencias

- Ávila, Yoandri. 2020. «Claudia detrás de una mirada azul.» *Alma Mater*, enero 20.
- Barrera, Yanet. 2009. *La revuelta del espectador: estudio exploratorio sobre el consumo mediático alternativo*, tesis de maestría inédita. Universidad de La Habana,.
- Cabrera, Cynthia. 2015. *Rutas USB. Acercamiento a la gestión de contenidos audiovisuales en el formato Paquete que realizan actores no institucionales en redes informales en La Habana*, tesis de licenciatura inédita. Universidad de La Habana,.
- Celecia, Cosette. 2019. «Ciudadanía contestataria en Cuba: un examen desde la comunicación pública.» En Miguel Sánchez (coord.), *Diversidad y desarrollo social*. Ciudad de México: Pearso, 14-20.
- Concepción, José Raúl. 2015. *La cultura empaquetada. Análisis del consumo audiovisual informal del paquete semanal en un grupo de jóvenes capitalinos*, tesis de licenciatura inédita. Universidad de La Habana.
- Constitución de la República de Cuba, art. 53, 1976.
- Constitución de la República de Cuba, art. 55, 2019.

- Cross, John. 2012. «Capítulo 6: México.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 327-349.
- Díaz, Elaine. 2017. «Medios emergentes en Cuba: desafíos, amenazas y oportunidades». *Sembramedia*.
- Dye, Michaelanne; Nemer, David; Mangiameli, Josiah; Bruckman, Amy y Kumar, Neha. 2018. «El Paquete Semanal: The Week's Internet in Havana.» *Actas de la Conferencia CHI 2018 sobre Factores Humanos en Sistemas de Computación* (CHI '18). Nueva York: ACM.
- Fazekas, David y Marshall, Serena. 2016. «The Package (El Paquete) Is illegal but it's Cuba's number one employer.» *ABC News*, marzo 21.
- Fonseca, Dayne y Castañeda, Daynet. 2015. «Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.» *Alcance*, 4: 64-88.
- Gallego, José Raúl. 2019. «Constitución, medios de comunicación y formas de propiedad.» *Cuba Posible*.
- Garbos. 2020. «Garbos en la 3ra edición del proyecto Cuba Digital.» *Granma*, febrero 8.
- García, Antonio. 2017. «Inside Cuba's D.I.Y. Internet Revolution.» *Wired*.
- Geoffray, Marie-Laure y Chaguaceda, Armando. 2014. «Medios de comunicación y cambios en la política de información en Cuba desde 1959.» *Temas de Comunicación*, 29: 171-196.
- Granma. 2019. «Cuba dijo Sí a la nueva Constitución.» *Granma*, febrero 25.
- Karaganis, Joe. 2012. «Introducción: piratería y aplicación de la ley desde una perspectiva global.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 9-14.
- Kumar, Neha y Rangaswamy, Nimmi. 2013. «The mobile media actor-network in urban India.» *Actas de la Conferencia SIGCHI sobre Factores Humanos en Sistemas de Computación*. París: SIGCHI.
- Leyva, Ivette y Somohano, Abel. 2008. «Los intelectuales y la esfera pública en Cuba: el debate sobre políticas culturales.» *Temas*, 56: 44-55.
- Liang, Lawrence y Sundaram, Ravi. 2012. «Capítulo 8: India.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 363-429.
- Márquez, Vanessa. 2015. *El consumo del Paquete Semanal en La Habana*. La Habana: Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión.
- Mizukami, Pedro; Castro, Oona; Moncau, Luis Fernando; Lemos, Ronaldo. 2012. «Capítulo 5: Brasil.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 235-325.

- Pertierra, Anna Cristina. 2011. «Placeres privados» *La Gaceta de Cuba*, 5: 17-22.
- Pertierra, Anna Cristina. 2012. «If they show *prison break* in the United States on a wednesday, by thursday it is here: Mobile media networks in twenty-first-century Cuba.» *Television & New Media*, 13: 399-414.
- Primo, Natasha y Lloyd, Libby. 2012. «Capítulo 3: Sudáfrica.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 107-159.
- Ramos, Amalia. 2016. *Alternativas. Un acercamiento a las principales características del proceso de gestión editorial de revistas temáticas, distribuidas mediante el Paquete Semanal*, tesis de licenciatura inédita. Universidad de La Habana.
- Rodríguez, Fidel Alejandro. 2019. «Círculos infinitos: repensar las prácticas de circulación no institucional de contenidos audiovisuales en redes digitales en Cuba.» En Martin Oller, Dasniel Olivera y Abel Somohano (eds.), *Cuba periodismo es más (+): Transposición, redundancia y dinamismo profesional*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 205-230.
- Sambasivan, Nithya, Cutrell Ed y Toyama Kentaro. 2010. «ViralVCD: Tracing information-diffusion paths with low cost media in developing communities.» *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Atlanta: ACM, 2607-2610.
- Sambasivan, Nithya; Cutrell (ed.); Toyama, Kentaro y Nardi, Bonnie. 2010. «Inter-mediated technology use in developing communities.» *Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems*. Atlanta: CHI.
- Sezneva, Olga y Karaganis, Joe. 2012. «Capítulo 4: Rusia.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 161-233.
- Somohano, Abel. 2015. «Debate teórico–conceptual, confrontación histórica y supuestos de partida de una política pública de comunicación para el contexto cubano.» *Alcance*, 4: 43-71.
- Somohano, Abel. 2019. «Condiciones de la producción informativa en medios independientes cubanos. Estudios de caso de ‘El estornudo y periodismo de barrio’.» En Martin Oller, Dasniel Olivera y Abel Somohano (eds.), *Cuba periodismo es más (+): Transposición, redundancia y dinamismo profesional*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 231-271.
- Stobart, Henry. 2012 «Capítulo 7: Bolivia.» En Joe Karaganis (ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*. California: Social Science Research Council, 351-362.