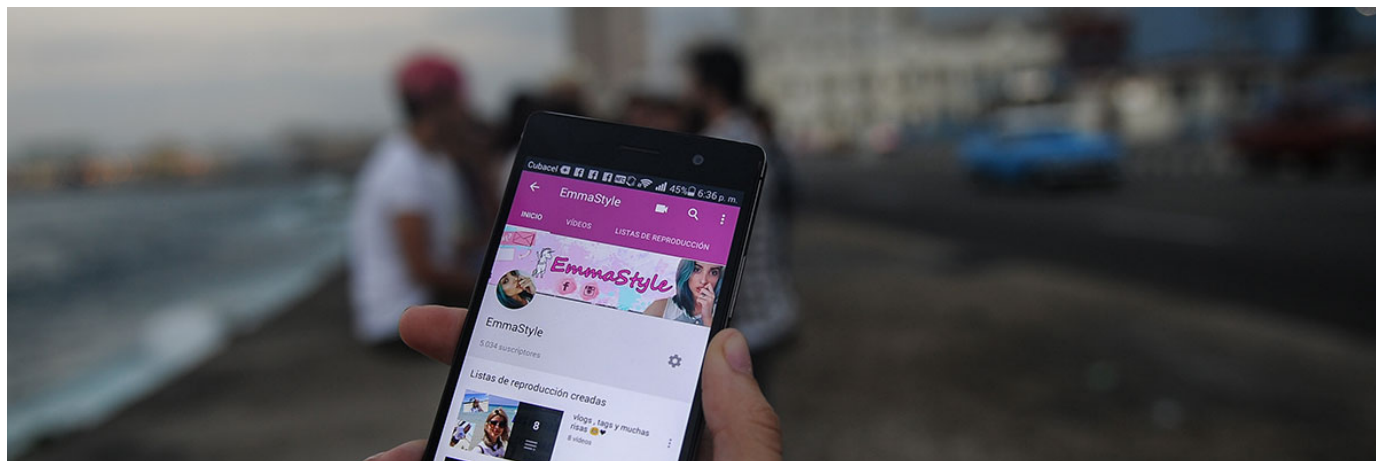


Cuba ya no es lo que era: el nuevo ecosistema mediático

[Milena Recio](#)



Un youtuber cubano muestra su canal en el Malecón, La Habana. YAMIL LAGE/AFP/Getty Images

El boom de medios alternativos que experimenta la isla está produciendo una transformación comunicacional con efectos democratizadores.

La noche del 27 de enero de 2019, La Habana, que cumplirá 500 años el próximo noviembre, sufrió el embate de un fortísimo tornado con vientos de hasta 300 km/h. Durante unos 16 minutos de recorrido por aproximadamente 11 kilómetros de zonas muy pobladas por sectores populares de bajos ingresos, el fenómeno hirió de gravedad a la capital cubana: siete fallecidos, unos 190 heridos, más de [7.700 viviendas](#) afectadas total o parcialmente, y decenas de miles de personas sobre las que la calamidad se ensañó.

En ese escenario se produjo en Cuba lo que podríamos llamar, en términos del béisbol, un *hit* comunicacional, gracias al cual se logró una movilización ciudadana numerosa, transfronteriza y efectiva, para llevar ayuda a los damnificados.

Fue una señal de dimensiones sin precedentes en un país donde la acción autónoma de los ciudadanos ha estado [tradicionalmente acotada](#) por instancias centralizadoras estatales, acostumbradas a acaparar la iniciativa en la dirección de los flujos de información, y en el despliegue de personas y recursos materiales ante este y otro tipo de contingencias.

El tornado impactó pocas semanas después de que la única operadora de telecomunicaciones del país iniciara la comercialización del servicio de datos para teléfonos móviles, con tecnología 3G. Y aunque a [precios todavía altos](#), considerando el [salario medio](#) de los cubanos que ronda

el equivalente a 30 dólares mensuales, ETECSA ha conseguido un destacable éxito comercial.

[Millones de personas en Cuba](#) se han convertido en usuarios de Internet en el último año. Millones de ciudadanos con potencialidades para ser fuentes directas de información, dinamizadores de opinión y *micro-influencers* dentro de un sistema informacional cada vez más desenvuelto y diverso.

Durante 2018 otros eventos de mucho interés para los cubanos como [la caída de un avión en La Habana](#) que dejó 112 fallecidos y solo una [persona sobreviviente](#); los daños causados por la [tormenta Alberto](#); el estreno en Twitter del [presidente Díaz-Canel](#) en octubre y la consiguiente oportunidad de [diálogos](#) directos; o la [consulta constitucional](#) y la campaña por ambas opciones –[ratificación](#) o [negación](#)– previa al [referendo](#), constituyeron un entrenamiento social de gran escala para la movilización, el debate y la comunicación.

La disponibilidad de Internet ha multiplicado paulatinamente la influencia de las diversas formas emergentes de comunicación en la isla, y en particular del ecosistema mediático que ha venido conformándose y donde conviven –a veces confrontando y otras complementándose– los medios de [prensa](#), [radio](#) y [televisión](#) estatales y partidistas, con un grupo cada vez mayor de productores audiovisuales independientes (documentales, series televisivas, largos de ficción), [diarios](#) digitales, [revistas](#) de actualidad, [especializadas](#), de [pensamiento](#), [música](#), [moda](#), [deportes](#), en la web o en pdf que [circulan](#) en [el Paquete](#), blogs de [activistas](#), de [artistas](#), [directorios](#) en forma de *apps*, discos de música, exposiciones de arte, etcétera.

El Paquete cubano: una experiencia de sociedad red



En esa diversidad sobresale por su endemismo y originalidad el llamado “Paquete semanal”, una compilación de un terabyte de contenidos informacionales y de entretenimiento, que se distribuye *offline*, a través de dispositivos de memoria USB, y de puerta en puerta, llevando a los hogares, por medio de una red de vendedores-distribuidores, una suerte de televisión-cine-kiosco-Internet paralelo y personalizado por los usuarios.

El Paquete semanal es, por muchos motivos, el epítome del nuevo perfil comunicacional cubano que va surgiendo. Ocupa un lugar destacado dentro de las formas de consumo cultural hoy –a pesar de que se trata de una práctica que comenzara hace poco más de un lustro– y ha desplazado formas tradicionales de exposición a medios como la televisión, la radio y la prensa impresa.

Esta compilación, también conocida como “El cargue” en zonas rurales, se arma en nodos principales, desconocidos, desde los cuales se distribuye a través de una densa red a lo largo de todo el país. Ni la ubicación física de esos nodos, ni el origen de las fuentes que utiliza –de contenido tan variopinto– se conocen abiertamente. Las autoridades no amparan estas distribuciones, aunque las toleran.

En el Paquete aparecen películas (recién estrenadas o de cinemateca; estadounidenses,

francesas, cubanas, españolas, indias, etcétera.); series de ficción para televisión; videoclips musicales cubanos y extranjeros; música en formato MP3; *reality shows*; documentales; mangas; doramas; dibujos animados para niños; revistas nacionales e internacionales; aplicaciones para móviles o PC; juegos y mucho más.

Personas, probablemente encubiertas, se encargan de hacer las grandes selecciones, lo que equivale a complacer peticiones, perseguir estrenos, curar contenidos, buscar nuevas fuentes. Es un ejemplo de autorregulación impecable además: no se distribuye ni política, ni pornografía, ni religión. Algunos de los distribuidores principales, no tan encubiertos, encomian al Paquete por ocuparse, entre otras cosas, por rescatar contenidos de la producción audiovisual artística cubana que ya no se difunden en los medios de comunicación tradicionales. Algunos críticos, por otra parte, reprochan la sobreabundancia de televisión basura y de contenidos “pseudoculturales”. El Paquete en Cuba ha sido vital para la difusión del reguetón o variantes de este género como el *trap*, por ejemplo.

Las autoridades cubanas han tratado de *competir* brindando una compilación paralela conocida como “La mochila”, que aunque no logra desplazar al Paquete y mantiene un alcance mucho menor, consigue complementar los contenidos para ciertos públicos.

El Paquete no se atiene a obligaciones de copyright. Es la encarnación de un paradigma de *free culture* y asunción del *copyleft ad hoc* que aprovecha un ambiente relativamente desregulado sobre estos aspectos en Cuba, y sobre todo, que ha convertido la carencia de contenidos en los canales de distribución normalizados y la alta demanda, en su principal escudo y motivación de mercado.

La compra-venta de contenidos mediante el Paquete alcanza seguramente cifras importantes, por el alcance que tiene: un terabyte cuesta entre dos y un CUC (aproximadamente entre 80 céntimos y 1,75 euros) los lunes, día en que comienza a venderse cada semana si es servido en las casas. Los precios varían luego a lo largo de la semana y en dependencia de si los usuarios lo reciben o los van a buscar a determinados *puntos de venta* sin licencia para ello pero tampoco perseguidos.

El Paquete es un fenómeno multidimensional atravesado por lógicas económicas, culturales, comunicacionales y constituye un amplificador principal de las múltiples experiencias que se han desarrollado en los últimos años, englobadas todas en la zona de lo *alternativo* y que van desde la producción audiovisual, la publicidad, el marketing, la prensa, la música, entre otras. Zonas de la vida simbólica que se van desarrollando en red y desde experiencias privadas, grupales o comunitarias, muchas veces no institucionalizadas, *underground*, alegales.

Todo esto ocurre a pesar de la escasez material y de los mecanismos de control y censura habituales que condicionan riesgos y dificultades colaterales de cuidado. La mayoría de estas prácticas, siendo *alternativas* al *mainstream*, no pueden ya clasificarse como disidentes o subversivas contra el Gobierno, aún cuando predominan en ellas discursos críticos sobre los más diversos temas cubanos.

Son expresión de pluralidad política e ideológica que retrata con más detalles la sociedad cubana actual. La mayoría de estos proyectos no se realizan por aficionados o intrusos, sino por excelentes profesionales, entrenados en las propias universidades cubanas; la mayoría jóvenes con ilusiones de transformar su entorno social.

Cuba, en resumen, ya no es lo que era. Pero esta transformación comunicacional no ocurrió en una madrugada, y no ha terminado de plantearse plenamente, ni de influir el sistema político.

Se trata de un proceso que está en pleno desarrollo. Implica a múltiples actores, dentro y fuera de los márgenes del Estado y del Gobierno; dentro y fuera de la ideología socialista y del consenso en torno a la Revolución; abarca, incluso, realidades que se sitúan dentro y fuera de los límites territoriales cubanos. Se trata de una dinámica que ya tiene efectos democratizadores en la isla, y que todavía es interpretada con suspicacias o animadversión por algunos, mientras otros la ven como [“lecciones mayores para la política”](#).

Compromiso (pendiente) del Gobierno

En el escenario de las reformas en Cuba, los [Lineamientos de la Política Económica y Social](#) (2016-2021), donde se actualizaron las indicaciones de abril de 2011, establecieron que se debía implantar una Política de Comunicación Social del Estado y el Gobierno enfocada en conseguir las “transformaciones funcionales y estructurales requeridas”, para que la comunicación “acompañe” la actualización del modelo económico y social cubano.

Este ha sido, desde el punto de vista del Estado y el Gobierno, el compromiso más importante para encarar cambios profundos en la esfera de la comunicación social en Cuba. Sin embargo, continúa siendo un compromiso solo parcialmente cumplido.

La Política de Comunicación aún no se ha dado a conocer de manera oficial. No se conoce a ciencia cierta si ya ha sido elaborada completamente o si aún está sujeta a modificaciones tras el proceso constitucional.

En diciembre pasado [Periodismo de barrio](#), uno de los nuevos medios llamados “alternativos”,

tuvo acceso y publicó un documento, de enero de 2018, en el que se lee que desde junio de 2013 existe un Grupo de Trabajo Temporal para la creación de esta Política.

Casi seis años después, el Gobierno cubano no ha terminado de establecerla. Según el documento citado, esta Política abarcaría al “Estado, el Gobierno, sus entidades, los medios de comunicación masiva, las formas de propiedad y de gestión económica estatales y no estatales, las organizaciones políticas, de masas y sociales, asociaciones, fundaciones y todos los ciudadanos”.

Es cierto que se puede suponer la influencia de los gestores de la Política en la redacción o revisión de varios artículos de la nueva Constitución –en especial el 54 y el 55 sobre la libertad de expresión y la libertad de prensa, respectivamente– y que sus puntos de vista dictarán también el enfoque principal de leyes, largamente esperadas, como una Ley de Prensa o de Comunicación.

Después de [ratificar la Constitución](#) en referendo el pasado 24 de febrero, el gobierno de Miguel Díaz-Canel y la Asamblea Nacional –estrenados ambos en abril de 2018– están abocados ahora a una especie de *avalancha* legislativa para solucionar los déficit actuales en materia normativa y darle curso a los nuevos enfoques constitucionales.

El origen del nuevo escenario



Los cambios comunicacionales en Cuba no han sido liderados desde el vértice del poder político institucional y partidista en Cuba. Esas transformaciones han estado incorporándose en medio de una tensión permanente, y no remiten a una experiencia como la *glasnost* soviética.

Sin embargo, son las reformas del modelo promovidas desde el Partido Comunista de Cuba la causa profunda de estas nuevas dinámicas comunicacionales, en la medida en que han permitido desarrollar nuevas relaciones de trabajo y sujetos económicos con nuevas demandas en el terreno de la comunicación.

La extensión y consolidación del trabajo privado o cooperativo, agrícola o urbano, en Cuba, que constituye un sector creciente de la [población económicamente activa](#) (a finales de 2018 se contabilizaron [580.828](#) trabajadores por cuenta propia), define el carácter de estas transformaciones en la sociedad cubana.

Dado que ni la inversión extranjera ni el perfeccionamiento de las empresas estatales han rendido aún los frutos esperados, el sector no estatal/cooperativo en Cuba, a pesar de estar fuertemente regulado, consigue ser uno de los más dinámicos e incorpora a la sociedad no solo nueva riqueza sino también nuevas aspiraciones.

Una parte del relativo éxito de estos sectores económicos descansa sobre las remesas que

llegan desde el exterior. Son ellos quienes absorben una parte mayoritaria de estas inyecciones de capital –que según varios analistas podrían considerarse entre la segunda y tercera fuente de ingreso anual al país–, tanto las orientadas al consumo, como a la inversión para negocios familiares.

Ese flujo financiero proviene de una diáspora con escasos derechos políticos y económicos en Cuba pero con fuertes lazos y representación a través de sus familias en la isla. Una diáspora nutrida por las migraciones sostenidas durante las últimas décadas, incluso, a pesar de la reforma migratoria de 2012, que relajó los obstáculos que padecían los cubanos para viajar.

Esta interrelación transnacional ha supuesto, entre otras cosas, que se compartan cada vez más intereses de información, conocimiento y entretenimiento. La disolución paulatina de las fronteras, sobre todo por compartir espacios comunes en Internet, tiende a aplanar las diferencias y a reducir las distancias.

Este es un proceso atravesado por fuertes contradicciones en las que se nota una puja, a veces tácita y otras de forma explícita, entre quienes detentan y administran el poder en Cuba, y de quienes lo interpelan o lo confrontan. Existen muy diferentes expectativas sobre el *tempo*, la dirección y el alcance de las reformas.

Lo que la Constitución manda

Un examen comparado de las constituciones de 1976 y la actual, nos dice que ambas cartas magnas se concentraron en definir las formas de ejercer la propiedad sobre los medios de comunicación.

En el artículo 55 de la nueva Constitución se afirma que “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”. Adicionalmente se dicta que “el Estado establece los principios de organización y funcionamiento para todos los medios de comunicación social”.

La persistencia de este enfoque, donde el único modelo de propiedad –y por ende, de gestión– para el ejercicio de la “libertad de prensa” en Cuba es aquel en el que los medios de comunicación permanecen exclusivamente en manos estatales, nos señala la naturaleza de las tensiones presentes y futura por el dominio de las voces públicas.

Este enfoque da por sentado que la propiedad estatal garantiza el control popular –cosa que el

estado actual de la gestión y producción de contenidos de la mayoría de los medios de comunicación estatales y partidistas en Cuba pone en solfa.

La necesidad de suplementar la democracia cubana, de *vitamizar* la deliberación y la participación política, es una noción ampliamente compartida, pero la forma de llegar a ello no parece estar del todo consensuada.

En la medida en que se profundicen las reformas –si es que el Gobierno no renuncia a ello– y se desarrollen nuevos actores sociales, es previsible que sigan evolucionando también estas formas nuevas de producción comunicacional, incluso, más allá de los márgenes que hoy establece la nueva Constitución.

En este sentido, la carta magna nace a contracorriente. Y 2019 seguirá siendo un año de disputas: unos tratarán de agarrar los cuernos del toro y otros seguirán tratando de librarse.

Fecha de creación

4 marzo, 2019