

Una mirada desde la dimensión pedagógica al fenómeno sociocultural “el Paquete” A look from the pedagogical dimension to the social cultural phenomenon “el Paquete”

Olga Castillo Trujillo ^{1*}
Sócrates Silvestre Matos Ortega¹

¹Universidad de Artemisa, La Habana

*Autor por correspondencia: Correo electrónico: octrujillo@uart.edu.cu

RESUMEN

El consumo audiovisual informal y la explosión de las Tecnologías de Información y Comunicación crecen en diversos espacios sociales cubanos. Se analizó la influencia del fenómeno sociocultural “el Paquete”, mediante una exploración aleatoria realizada con pequeños grupos de diferentes fases etarias, como salida curricular a la asignatura Sociología de la Educación. Se determinó que: este fenómeno convive de forma subyacente al proceso educativo de los centros escolares; existe un alto consumo del producto; constituye un tema pendiente de análisis en la auto-preparación del personal docente y prevalece la incertidumbre en los docentes de cómo correlacionar el fenómeno desde la escuela.

Palabras Claves: Actividades socio-culturales; Método audiovisual; Educación inter-cultural; Educación social; Sistema educativo.

ABSTRACT

The informal audiovisual consumption in Cuba, and the explosion of Information and Communication Technologies, are constantly growing in various Cuban social spaces. The influence of the social cultural phenomenon " el Paquete "was examined, through a random exploration carried out with small groups of different age Phases, as an curricular application to the subject Sociology of Education. It was determined that: this phenomenon coexists in an underlying way to the educational process in schools; there is a high product consumption; it is a issue pending of analysis in the self-preparation of the teaching staff and the uncertainty prevails in the teachers about how to correlate the phenomenon with the school.

Key words: Cultural social activities; Audiovisual method; Inter-cultural education; Social education; Educational system.

Recibido: 27 de noviembre de 2018

Aceptado: 4 de abril de 2019

Introducción

La sociedad del siglo XXI tiene en la cultura de masas su más fuerte intervención en la producción de sentidos sociales. Desde los productos de la industria cultural los individuos se reconocen y se sienten integrantes de grupos sociales, participan y se relacionan, aprenden e interactúan con el conocimiento.

Los rasgos distintivos de la sociedad se establecen en la cotidianidad, el intercambio, las reacciones, los modos de hacer de quienes la integran. Elementos como hombre, cultura, sociedad y educación, constituyen, “cuatro categorías interrelacionadas tan fuertemente que una no se entiende sin las otras” (Chávez R., Suárez, y Permuy, 2003, p. 8). Las formas de comunicación, el lenguaje o la manera en que los sujetos consiguen transmitir sus necesidades, están determinadas por la cultura de la sociedad, región, etnia o contexto.

García Canclini afirma: “hablar de comunicación es hablar de consumo, vincula los procesos comunicativos a la cultura de consumo y los reconoce como procesos que se determinan socioculturalmente” (Brito, 2015, p. 28). En este sentido se resalta a la sociedad contemporánea como centro de nuevos modos de consumo, desde las prácticas cotidianas de los hombres vinculadas a los cambios tecnológicos globales.

La sociedad cubana no está exenta de estos cambios, estudios sobre los mapas del entretenimiento a partir del consumo informal, han sido realizados, por el Instituto Cultural *Juan Marinello*, el Centro de Estudios de Población y Desarrollo de la Oficina Nacional de Estadística, la Facultad de Comunicación de La Universidad de la Habana y la Oficina del Historiador de la Ciudad, la Universidad Central *Marta Abreu* de Las Villas entre otros, “sirven de apoyo a las políticas y estrategias del país en cuanto a los procesos de socialización y desarrollo cultural” (Brito, 2015, p. 42).

Si la educación es una expresión social, concretada en sus dos formas de educar en según la dirección del proceso, desde afuera (hetero-educación) y desde adentro (auto-educación), como el desarrollo del individuo conforme a su voluntad autónoma de formación; y la escuela como principal centro cultural, como unidad dialéctica entre lo objetivo (material) y lo subjetivo (asimilación), recordar que, “una persona podrá ser más individual cuanto más completa sea su asimilación de los conceptos sociales. Una sociedad es tanto más completa cuanto más originalidad produce en cada individuo”. (Chávez R., Suárez, y Permuy, 2003, p. 21).

Al colocar en el colimador el célebre “Paquete” que en opinión de Víctor Fowler en el Concurso Ania Pino in memoriam (Milena, 2014) “es, si no el fenómeno cultural más importante que ha vivido este país en el último cuarto de siglo, uno de ellos”, por tanto constituye un dilema para los educadores, pues este acontecimiento coexiste de forma subyacente y paralela al proceso educativo en la escuela; todos los grupos etarios son altos consumidores del producto; constituye tema “silencio” y pendiente de análisis en la auto-preparación y preparación metodológica del personal docente, por ende prevalece la incertidumbre en los docentes de cómo correlacionar el problema desde las aulas, es necesario desde una visión pedagógica, analizar la influencia de fenómeno sociocultural “el Paquete” en el proceso educativo de las escuelas artemiseñas ante la significación que tiene su consumo para las nuevas generaciones.

Desarrollo Cultura, TIC y proceso educativo

Es imposible imaginar la sociedad actual sin la intervención de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en la vida personal y social de los sujetos. La comunicación y todos sus componentes son un proceso sociológico, que implican un proceso de interacción social donde se encuentra la escuela como institución. Si los centros educacionales son el lugar donde convergen fenómenos sociales por un prolongado espacio de tiempo, podemos decir que comunicación y educación están totalmente insertadas en este contexto social.

Cualquier sociedad humana contempla, en sí, un sistema educativo que asiste a la reproducción social. Gracias a la educación, la cultura pasa de una generación a otra. Desde el nacimiento se van aprehendiendo las categorías sociales a través de grupos los sociales: el grupo doméstico, el familiar, la vecindad, la escuela, los medios de comunicación. El proceso pedagógico se da por la necesidad de transmitir la memoria colectiva y asume diversas características, que dependen del momento histórico social.

La cultura aparece así, “como un espacio, simbólico y creativo, consustancial a los esfuerzos de lo moderno a nivel humano, a un desarrollo económico-social que tiene como propósito la ampliación y expansión de todas las potencialidades que el ser humano posee” (Arévalo, 2002, p. 24).

Cabe reflexionar sobre las siguientes cuestiones... ¿Cómo escapar de las imposiciones de la llamada “industria cultural”? ¿Cuál es el papel de la educación en ese contexto? La industria-cultura tiene en cuenta la educación, según (Braga y Calazans, 2001, p. 28) hoy “existe una “educación de masas” que lejos de elevar el nivel cultural general, produce apenas un “analfabetismo educado” preocupado apenas en ayudar a insertar profesionales en el mercado de trabajo sin una formación integral. Por tanto, la

educación pierde parte de sus funciones y se vuelve integrada a las exigencias de la economía, dejando apenas la cultura amena, poco exigente y conformista”.

En el primer caso, se sabe, que el proceso educativo funciona estrictamente ligado a la vida cultural. Por un lado, subordina el individuo al grupo y a sus normas y, por otro, prepara la sustitución y rescate de la memoria social. En el segundo caso, la escuela y el profesor son unificadores de la historia y de la cultura. Vale resaltar la posición estratégica e indispensable del profesor, pues es, desde la mediación segura, experimentada y fundamentada, que él encaminará el análisis de lo expuesto por las TIC, correlacionando esos conceptos a la vida práctica del alumno, para su futuro, y si estos medios resultan alternativos el esfuerzo es mucho mayor.

Al final del proceso está el alumno, como receptor de contenidos de las TIC, que tiene participación activa y creativa en ese contexto. Por tanto, es indispensable que el docente, estimule la participación y la conciencia crítica, y cuente con la participación de todos los agentes implicados para la construcción efectiva de conocimientos.

Los profesores que conformaron la muestra, apuntaron esa preocupación y consideraron importante la utilización de las TIC, en dicho proceso, específicamente lo relacionado al “*Paquete*”, y plantearon aspectos como: “no es nada nuevo, pero no se utilizan a fondo”, “porque éstos forman parte del mundo en que vivimos”, y al final “se convive diariamente con estos medios y los contenidos que incluyen” que “queriendo o no, intervienen sobre la vida de todos”, “la escuela y los profesores no pueden ser indiferentes ante estas cosas”.

Estos elementos llevan a reconocer que estamos en una sociedad que recibe fuertes influencias de flujos de comunicación, e interfieren en los procesos de desarrollo económico, político, educativo y social. Eso significa que, para ejercer la actividad profesional que alimenta ese flujo comunicativo, es necesario dominar los recursos de ella.

Abarcar todo lo que ofrece “*el Paquete*”, es casi imposible por los docentes pero; tener la crítica oportuna, aclarar posiciones, desechar banalidades y tomar lo novedoso, no es algo nuevo en el ejercicio docente, lo nuevo es enfrentar este fenómeno, que convive en la práctica educativa diaria. Para confrontar esa realidad es preciso estar atento a las dinámicas que mueven los cambios.

En ese contexto se inserta de forma fundamental el profesor, al colocar los medios tecnológicos y comunicativos en el proceso pedagógico, diversifica la posibilidad del saber, y contextualiza realidades, que forman parte de la vida del estudiante.

Desde el punto de vista pedagógico, las TIC exigen voluntades que van más allá de lo que se manifiesta en la propia comunicación. Es el esfuerzo personal de la asimilación y la apropiación crítica de lo que fue comunicado, no es solamente aprehender el mensaje, sino también entenderlo. Es como se describe por Martins y Ana (2001) “el proceso de entender la comunicación, colocando primeramente la necesidad de la percepción, seguida de la interpretación y de la significación” (p. 7). Es decir, el autor refuerza la necesidad de que el mensaje debe ser percibido, interpretado críticamente, para que entonces pueda tener algún sentido y adquirir algún significado en el estudiante, si no puede quedar la pena, de no haber existido comunicación ni acción pedagógica eficaz.

Por tanto, las TIC desempeñan el papel de emisores de mensajes, posibles de utilización en el proceso pedagógico, desde que esos mensajes emitidos, puedan ser mediados por el profesor, transformándose en conocimiento efectivo, adquirido por el estudiante. Son fuentes de conocimientos, que transmiten las experiencias adquiridas por la humanidad. Las TIC satisfacen diferentes limitaciones de las personas, como, la diversión, la información, publicidad y el aprendizaje; compensa sus individualidades, implicando necesariamente efectos e influencias en la sociedad. En el contexto educativo, las tecnologías asociadas a la educación, convierte el proceso pedagógico en una nueva manera de pensar, de enseñar la realidad presente, la actualidad.

Desarrollar el pensamiento crítico desde las edades tempranas, valorar lo correcto y lo incorrecto, lo absurdo, lo banal, lo estético y lo antiestético, descubrir las potencialidades en los estudiantes, encausar y dirigir sus proyectos de vida, son elementos descritos por toda la literatura pedagógica, pero al igual que el fenómeno en análisis, son retos coyunturales en determinados momentos cumplidos con efectividad, en otros, navegando en la incertidumbre de los cambios y conviviendo con los problemas.

Se necesita un personal docente responsable por los efectos actuales y principalmente responsable por los efectos futuros de la sociedad, siendo importante que acompañe las evoluciones especialmente en el ámbito de la tecnología, conforme demuestra Morais (2012). "...el educador necesita considerar cuanto las tecnologías alteran lo cotidiano de las personas, posibilitando otro modo de comprender e interpretar el mundo" (p. 17).

Al entrevistar aleatoriamente a los profesores sobre para que utilizarían dentro del proceso pedagógico las informaciones tan variadas proveniente del Paquete expresaron ideas como: "estimular la conciencia crítica", "orientar el proceso de interpretación de la información", "los mensajes como elementos publicitarios", esto último algo "prohibido" hasta hace poco para los cubanos y poder transformarlos en un producto final, o sea en la "construcción del conocimiento".

Por otra parte, al examinar estas declaraciones, se pudo inferir que, presentan un fuerte indicativo de resistencia y pre-conceptos, referentes a la utilización de algunos materiales del Paquete, como alternativa para las clases, a pesar de todos afirmar ser consumidores de los contenidos que oferta.

Más allá de representar un capítulo reciente de la historia del entretenimiento popular, las TIC, posibilitan acceder de forma más rápida a la información, con mayor fidelidad y a mayor distancia. Posible gracias al desarrollo tecnológico, caracterizado por la sucesión evolutiva de la palabra escrita, a la palabra impresa y a la palabra grabada, y al progreso en la reproducción y registro permanente de imágenes fijas y en movimiento.

Consumo cultural

La idea con la que una sociedad admite o no determinado producto, el modo en el que se establecen como esquemas educativos el consumo independiente, y la repercusión que tiene en los valores éticos y costumbres del ciudadano "moderno", son algunos de los indicadores a tener en cuenta si se habla de consumo, sin confundirlo con su par atrofiado, el consumismo. García Canclini, (2001) refiere que la cultura es producción, la recepción es consumo y la interacción es transacción. Es decir, que la cultura, abarca todos los pasos de un proceso productivo: la producción, la circulación y el consumo.

La era digital cambió en los hábitos de consumo, las formas de llegar el producto a la sociedad y a su vez, de la propia cultura. En la conferencia dictada en Barcelona, 2007 titulada: "Objetos sociológicamente poco identificados", Canclini (Brito, 2015, p. 11) hace una disertación acerca de cómo la digitalización ha desvalijado de forma considerable el hábito de ir al cine, de comprar libros, de visitar los museos porque "aun antes de que se generalice la convergencia digital y la consiguiente integración multimedia, ya percibimos los cambios de hábitos culturales en quienes usan teléfono móvil y combinan en un solo aparato textos, imágenes y músicas".

Este autor respalda la teoría sociocultural del consumo, expuesta por García Canclini, (Brito, 2015, p. 16) que posee seis modelos transdisciplinarios, solo se mencionan los que a nuestro juicio son necesarios para el presente trabajo:

- "El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.
- El consumo como sistema de integración y comunicación, de intercambio de significados entre los diversos grupos sociales (racionalidad comunicativa).
- El consumo como escenario de objetivación de deseos y necesidades."

La influencia de las TIC ha instaurado modelos que siguen las actuales generaciones que no se corresponden con lo propuesto tradicionalmente por la escuela. Se habla del estudiante que tiene un móvil último modelo que más allá, de la necesidad de comunicarse, esta la satisfacción del reconocimiento social. La Dra. Odalis Barrabía cita al filósofo e investigador cubano: Fernando Martínez Heredia en un artículo de Cubadebate: "Pero la situación cubana actual es la de una abierta batalla cultural entre el socialismo y el capitalismo. A favor del último, entre otros factores, estaría la sujeción progresiva a su cultura, la única que ha logrado universalizarse, y que hoy conserva un formidable poderío y numerosos atractivos. No seamos siervos de las tecnologías: trabajemos con ellas" (Barrabía, 2014, p. 11).

En trabajos de la varios pedagogos se habla del tránsito a nivel mundial de un paradigma de la palabra o un paradigma de símbolos, los cuales transmitidos por las empresas transnacionales dictan los modos de vestir, de adonde ir, de la vida de personalidades del cine, del deporte, que ejercen una inmensa

influencia en los sectores poblacionales más jóvenes. Esa llamada “seudocultura” imposible de detener su empuje pero se está, en la “obligación de desarrollar una educación que pueda ser un muro de contención y que no desentierre el mundo espiritual que Cuba tiene como herencia y menos que enajene al individuo” (Barrabía, 2014, p. 13).

Las variaciones económicas, el desarrollo tecnológico, el entramado multicultural de la humanidad de hoy purgan literalmente las creencias y convicciones arraigadas, desde esta realidad se pueden deducir la presencia de fenómenos culturales, que sitúan nuevas formas de desarrollo, comunicación y producción de conocimientos. Cabe cuestionarse el impacto que tienen estos acontecimientos en la cultura y educación cubana, y hasta qué punto interviene en la educación de valores, acorde a la plataforma cultural que pretende esta sociedad.

La periodista García Cardentey argumenta los estudios recientes de consumo en Cuba, en la revista digital “Cubahora”, con el artículo “¡Fighting! que: “Gustos, procesos de objetivación de deseos y acciones asumidas como parte de consumos generalizados, determinan que se reconfiguren identidades y diferencias en una nación que, a pesar de encontrar actualmente en sus públicos fragmentación y desigualdades, no está ajena a la influencia de las nuevas tecnologías y al fenómeno de unificación cultural u homogeneización sustitutiva de lo local” (Brito, 2015, p. 34). Al percibir que este fenómeno no es reversible, sino que crece en la cotidianidad de la sociedad cubana, es preciso conocer la apariencia con la que llegan los productos foráneos hasta sus consumidores.

Pero no hay situaciones que ocurran sin un por qué, las insuficiencias de la televisión cubana debatida en otros contextos adolece de espacios de entretenimiento, y por otro lado la alternativa de los Joven Club de “Mi Mochila” como contrapartida de “*el Paquete*”, al decir de los entrevistados, “tiene casi lo mismo que el Paquete pero desactualizado y de baja calidad”, “solo tiene programas nacionales que ya salieron por la TV”, “lo mejor son las películas cubanas, aunque a veces de baja resolución, en otras ocasiones esas mismas películas vienen en el Paquete mejoradas”, o sea, estas fisuras mediáticas, son uno de los motivos esenciales que halla el cubano para incluir como práctica de consumo cotidiana los productos, que llegan a través del “Paquete semanal”.

El Paquete a debate.

Para comprender la dinámica del *Paquete*, tema evidente en la Cuba de hoy, donde una minoría de la población accede a redes internacionales, servicio que cobra importancia como fuente que democratiza el acceso de las personas a la información y constituye una vía de interconexión y aproximación de Cuba con el resto del mundo.

Desde la práctica social, el público cubano ha creado alternativas para alcanzar y socializar información de la red de redes, sin poseer ilimitada conexión a la misma. Según Linares Fleitez el fenómeno comenzó su desarrollo en los años 90, como efecto de los cambios que emergieron en el país... Momento en que las limitaciones de recursos hacen que el Estado no pueda atender, coordinar y gestionar determinados campos, de la misma manera en que lo había hecho en períodos anteriores. (Brito, 2015, p. 53).

Se puede sintetizar el recorrido histórico del Paquete en los siguientes elementos:

- El surgimiento de los bancos de películas “formato BETA y VHS”. Con la llegada de videocaseteras al país, se extendió la renta de seriales, novelas y películas foráneas (Díaz y Peláez, 2015, p. 18).
- El incremento del turismo conllevó a la instalación y expansión de antenas parabólicas, y la posterior llegada del cable coaxial. Y a decir de Díaz y Peláez (2015) en el 2000 llegó el cable y florecieron las parabólicas, camufladas, cuanto más perseguidas. Prohibidas y acechadas por el Estado al no considerarse acordes a las políticas socioculturales del país. Unos actuaron con personalidad legal y otros sin reconocimiento jurídico.
- Se incorporo el DVD, primero con lectores de CD, DVD y luego con la introducción de memorias flash para ser reproducidas a través del puerto USB del equipo, se elevó la capacidad de almacenamiento de datos. Se establece un consumo cultural desde lo cotidiano, desde la familia y diversos círculos de socialización.
- Irrumpe en el 2008 como idea de un visionario, YoePC, respuesta del contexto y como evolución histórica de diversas alternativas para el consumo, el “Paquete” o “Paquete Semanal” una forma de

adquirir lo que se visualiza en las televisoras y cines del primer mundo, elevando paso a paso los hábitos de consumo del cubano contemporáneo.

En diversos espacios de la intelectualidad cubana se ha llevado a debate el fenómeno, personalidades como: Víctor Fowler, (ensayista y crítico cultural); Omar Olazábal, (ex vicepresidente del Instituto Cubano de Radio y Televisión); Fidel Díaz Castro, (trovador y director de la revista cultural *El Caimán Barbudo*), Yosley Carrero (periodista), Milena Recio (periodista), Abel Prieto (Ministro de Cultura), Pedro Emilio Moras (especialista del Instituto Cubano de Investigación Cultural, Juan Marinello y profesor de la Facultad de Psicología de la Universidad de La Habana), Rolando Pérez Betancourt (periodista y crítico de cine); Pedro Urrea (especialista en nuevas tecnologías y profesor de la Universidad de La Habana), Gustavo Arcos (crítico de cine y profesor de la Facultad de Medios Audiovisuales del Instituto Superior de Arte), hay que resaltar la participación en los debates de gestores independientes, Robin Pedraja, director de la revista publicitaria y de farándula *Vistar* y Elio Héctor López, conocido como El Transporta2r.

Todos concuerdan que “*el Paquete*” “...es alternativo...”, “una alternativa de consumo” “medio alternativo más popular del último lustro”, “muchos de los productos que lo conforman se alejan de las políticas del proyecto social cubano, pero se defiende, de manera casi unánime”, “acceso inmediato a producciones de otros medios y canales del mundo, a pesar de la diferencia”, según Mena Abelardo en (Brito, 2015, p. 64) “es la creación audiovisual más cubana (ingenio dentro del subdesarrollo) que se ha creado en los últimos decenios”, “es un soporte pre-wireless, pre-cable, pre-satélite con sabor comunitario”

Se destacan opiniones como la de Abel Prieto aparecidas el 19 de octubre 2015, en la página digital de Cubadebate “el Paquete semanal es el resultado de la capacidad inventiva del cubano ante las limitaciones de acceso a internet, la ausencia de televisión por cable y de otras opciones que existen a nivel internacional para la difusión de mensajes culturales” (Concepción, 2015).

En el debate acontecido durante el IV Concurso y evento teórico de Periodismo audiovisual *Ania Pino in Memoriam*, publicado en la red el 3 de diciembre 2014, según la periodista Milena Recio (Milena, 2014), ya existía un consenso acerca del fenómeno, “es un síntoma de las transformaciones actuales que vive nuestra sociedad. Su emergencia «habla» de las nuevas relaciones entre la producción-distribución-consumo cultural y el mercado; está relacionada con la conquista de viejas y nuevas libertades; señala y obliga a un reacomodo de la dinámica entre las instituciones y la sociedad; y describe el modo tan peculiar —sin acceso apenas a redes— en que lo digital se despliega en Cuba”

Para Víctor Fowler “el Paquete nos está hablando de redes alternativas que se establecen para hacerlo circular; de «sujetos con agencia», ...el Paquete es un filtro del grupo que lo haga, un filtro con respecto a la producción global de contenidos” (Milena, 2014).

Estos criterios hablan de lo alternativo del fenómeno, que ya tiene más de una década de vida dentro de la sociedad cubana, in crescendo, lo que hace, que para algunos “llego para quedarse”, pero cabe recordar que, lo que cada ser humano consume o recibe por las más disímiles vías de socialización desde que nace, lo va nutriendo como ser social, pero a su vez lo refleja en su modo de actuación en la misma sociedad. De ahí la seriedad de que, se consume o no del *Paquete*. Al decir del periodista Yosley Carrero, lo polémico está, en las competencias de cada persona para seleccionar contenidos, de acuerdo a su nivel cultural y experiencia de la realidad.

Existe un Paquete que se elabora en la Habana, luego en las diferentes provincias, se conforman otros Paquetes reformados con materiales locales, que respondan al interés y características del público según las preferencias de consumo y las necesidades que pretenden satisfacer a través del Paquete. Resulta interesante la forma en que conocen las necesidades de la gente del barrio, de la comunidad, y a partir de ahí singularizar una oferta determinada; puro empirismo y diagnóstico elemental.

En breve conversación con uno de los receptores-productores-distribuidores del *Paquete* en la base, o sea en el barrio, desde hace algún tiempo lo que llega, ha pasado por una selección, al disminuir programas banales, aunque hay determinado público que lo pide y lo consume, en ese sentido ha mejorado la calidad tanto lo que trae el *Paquete* como los audiovisuales, al incrementarse los productos en 3D que tienen alta demanda, al principio recibía un *Paquete* semanal, pero ya llegan varios de diferentes puntos,

y el confecciona su propio *Paquete* o disemina la información en su máquina en carpetas para facilitar su trabajo y complacer los deseos, necesidades y prioridades de sus clientes.

Expone también que ha recibido solicitudes de temas específicos para trabajos prácticos de estudiantes de diferentes niveles de enseñanza, aunque reconoce que esto y la solicitud de libros es muy escasa y lamentablemente es tan grande el volumen de información e insuficiente su capacidad para almacenar que tiene que desechar lo que menos consume la población.

En cuanto a los consumidores no hay limitaciones en la edad de las personas que pasan por su establecimiento solicitando los servicios del *Paquete*, niños y adolescentes que procuran en conglomerado para los diferentes gustos dentro de una misma familia, o aquellos que poseen su propio USB e insertan solo sus preferencias, o adultos que “cargan” programas en concordancia para ellos y para los pequeños de casa.

El *Paquete* ofrece diversa información en él se encuentran “...películas extranjeras, ...incluso anuncios locales... variedades de las redes televisivas en español, videos de YouTube, actualizaciones recientes de antivirus, animados japoneses, programas de la India y el Medio Oriente, aplicaciones para teléfonos y simples anuncios de negocios en Cuba. Johnson, 2015 en (Brito, 2015, p. 57).

Producto al auge del cuentapropismo, la competencia y el interés de venta de productos y servicios, que demandaba de herramientas de marketing y de propaganda ha encontrado en el *Paquete*, un soporte para este tipo de necesidades, tema alejado por muchos años de los medios de comunicación del país.

Cabe señalar que también el *Paquete* contiene producciones nacionales financiadas por la llamada “producción independiente”. Pero se incluyen conciertos de artistas cubanos, revistas, algunos programas censurados por la televisión y otros que tienen una alta demanda en el público como los policíacos Uno y Tras la Huella, el humorístico Vivir del cuento, así como conciertos de Leoni Torres, David Blanco, Gente de Zona, Ernesto Blanco, Descemer Bueno, entre otros.

En el debate durante el *Ania Pino in Memoriam*, **Elio**, «**el transporta2r**» expresó “me interesaría que mi *Paquete*, que es cubano, tuviera más cosas nacionales que internacionales, pero no las tengo, a dónde dirigirme para adquirir por ejemplo el último concierto de los Van Van o de Haila. He ahí por qué, normalmente, salen más cosas internacionales que nacionales” (Milena, 2014).

Durante el discurso de este trabajo ya se han anticipado algunas valoraciones de los instrumentos aplicados. Como confirmación presentamos los siguientes resultados de la encuesta realizada a los consumidores, de un total de 57 encuestados solo el 11,4 dice no consumir el *Paquete*, pero algunos se contradicen al responder otras interrogantes del cuestionario.

La interrogante de porque gustan las ofertas del *Paquete*, criterios como: “me gusta porque es actual...”, “puedes encontrar cualquier cosa que tu necesites”, “la inmediatez”, “curiosidad de saber lo que ocurre en otras partes del mundo”, “brinda cosas nuevas que rompen un poco con la rutina”; “nos mantiene actualizados de lo que sucede culturalmente en el mundo”; “tiene de todo para todos los gustos”. En cuanto a cómo adquieren el *Paquete* a través de la compra, a través de amigos, familiares o conocidos. La pregunta sobre la frecuencia de consumo se observa en la siguiente tabla, donde se demuestra que el 60% de los sujetos se ubican en la escala 3 y 4.

Tabla 1: Porcientos de la segunda pregunta de la encuesta.

Escala	Ninguna Frecuencia (1)	Baja frecuencia (2)	Media Frecuencia (3)	Estable frecuencia (4)	Alta frecuencia (5)
%	9	12	27	33	19

Fuente: Elaboración propia

Acerca de lo que más se consume, al triangular la información y por orden de prioridad está en primer lugar las telenovelas, y continúan en orden: películas; series; música; videos; animados; reality shows; documentales y en la categoría de otros se agrupa el resto de los materiales que ofrecen los Paquetes

En la pregunta la controversia entre *Paquete* y *Mochila* el 100% consume el *Paquete*, en cuanto al proyecto de los Joven Club, manifestaron que, “no conocían que existía, nunca he visto lo que oferta Por último (pregunta 5) con respecto a este fenómeno sus opiniones se centraron en, influye en la cultura general integral; trae cosas buenas donde aprendes, pero si no es controlado por los padres puede

perjudicar la formación de los niños, temo que se pierda la cubanía los valores; simplemente es un pasatiempo, nos enteramos de cosas que no tenemos otra vía de llegar a ellas.

Conclusiones

El fenómeno sociocultural “el Paquete” convive de forma subyacente y paralela al proceso educativo en los centros escolares cubanos, lo que conlleva a su estudio desde las ciencias de la educación. No se analizan los contenidos desde lo metodológico para que sean ventajosos al proceso pedagógico. Existe una elevada aceptación y consumo de los contenidos de “el Paquete” por los más diversos grupos etarios, identificados con determinados materiales específicos según sus preferencias. *El* desarrollo de un pensamiento crítico desde la primera infancia formará competencias y habilidades en los estudiantes para delimitar los contenidos del Paquete.

Referencias Bibliográficas

- Arévalo, H. (2002). *Cultura, comunicaciones y participación ciudadana*. Recuperado el 12 de abril de 2018, de Revista Faro: http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02_arevalo.htm
- Barrabia, O. (2014). *No seamos siervos de las tecnologías: trabajemos con ellas*. Recuperado el Abril de 2017, de Cubadebate: <http://www.cubadebate.cu>
- Braga, J. L., & Calazans, R. (2001). *Comunicação e Educação*. São Paulo: Hacker.
- Brito, C. Y. (2015). *El consumo cultural del Paquete en jóvenes universitarios*. Santa Clara: Universidad Central “Marta Abreu” .
- Chávez R., J. A., Suárez, A., & Permuy, L. D. (2003). *Un acercamiento necesario a la pedagogía general*. ICCP. La Habana: Pueblo y educación.
- Concepción, J. R. (2015). *Escaneando el Paquete Semanal*. Recuperado el Abril de 2018, de Cubadebate: http://www.cubadebate.cu/noticias/2015/10/19/el-paquete-semanal-i-infografia/#.W_68gJqIDDC
- Díaz, L., & Peláez, C. (2015). *El mundo en un paquete*. Recuperado el abril de 2018, de Progreso semanal: <http://progresosemanal.us/20140402/paquete-semanal/>
- Arévalo, H. (2002). *Cultura, comunicaciones y participación ciudadana*. Recuperado el 12 de abril de 2018, de Revista Faro: http://web.upla.cl/revistafaro/n2/02_arevalo.htm
- Barrabia, O. (2014). *No seamos siervos de las tecnologías: trabajemos con ellas*. Recuperado el Abril de 2017, de Cubadebate: <http://www.cubadebate.cu>
- Braga, J. L., & Calazans, R. (2001). *Comunicação e Educação*. São Paulo: Hacker.
- Brito, C. Y. (2015). *El consumo cultural del Paquete en jóvenes universitarios*. Santa Clara: Universidad Central “Marta Abreu” .
- Chávez R., J. A., Suárez, A., & Permuy, L. D. (2003). *Un acercamiento necesario a la pedagogía general*. ICCP. La Habana: Pueblo y educación.
- Concepción, J. R. (2015). *Escaneando el Paquete Semanal*. Recuperado el Abril de 2018, de Cubadebate: http://www.cubadebate.cu/noticias/2015/10/19/el-paquete-semanal-i-infografia/#.W_68gJqIDDC
- Díaz, L., & Peláez, C. (2015). *El mundo en un paquete*. Recuperado el abril de 2018, de Progreso semanal: <http://progresosemanal.us/20140402/paquete-semanal/>
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores y Ciudadanos*. Recuperado el abril de 2018, de http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD18/contenidos/informacion/marco/pdf/canclini_introduccion.pdf
- Martins, S. C., & A. C. (2001). *O uso dos meios de comunicação de massa no processo de ensino do curso de comunicação social*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV . Campo Grande /MS Setembro 2001.
- Milena, R. (2014). *¡Qué Paquete (Semanal)! Diálogo múltiple durante el Ania Pino in Memoriam*. Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de Cubadebate: <http://www.cubadebate.cu/catalejo>

Morais, G. (2012). Novas tecnologias no contexto escolar. *COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO – USP* (n.18 Ano VI).