



ESCOLA DE COMUNICAÇÃO,
ARTES E DESIGN
FAMECOS

REVISTA FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 28, p. 1-12, jan.-dez. 2021
e-ISSN: 1980-3729 | ISSN-L: 1415-0549

<https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.36725>

MÍDIA E CULTURA

Juventudes, cosmopolitismos e consumo midiático: experiências de pesquisa em Cuba

Youths, cosmopolitanisms and media consumption: research experiments in Cuba

Jóvenes, cosmopolitismos y consumo de medios: experimentos de investigación en Cuba

Thiago Soares¹

orcid.org/0000-0002-1305-4273
thikos@gmail.com

Simone Luci Pereira²

orcid.org/0000-0002-7412-2129
simonelp@uol.com.br

Recebido em: 27 dez. 2019.

Aprovado em: 24 maio 2021.

Publicado em: 20 ago. 2021.

Resumo: Este artigo discute o consumo midiático ligado à música *pop* entre jovens cubanos a partir de pesquisa de campo de inspiração etnográfica realizada entre os anos de 2016 e 2017 na cidade de Havana, que problematiza as prescrições sobre os estudos sobre juventudes na América Latina. A relevância do estudo está em debater o cosmopolitismo em contextos econômicos e políticos particulares evidenciando diferentes maneiras de construção de ideais de Modernidade. Apresenta uma discussão teórico-conceitual com vistas a auxiliar estudos e análises sobre juventudes realçando os tensionamentos do consumo digital e midiático na ilha socialista. Destaca a consagração de um formato particular de mídia, o "paquete digital" (conjunto de arquivos baixados e compartilhados) que incide no debate sobre acesso à *internet* em Cuba, disputas políticas e ideológicas referentes ao embargo econômico imposto ao país e tentativas de diálogo do Estado cubano com a juventude.

Palavras-chave: Juventudes. Música *pop*. Consumo midiático.

Abstract: This article discusses the media consumption related to pop music among young Cubans based on ethnographic-inspired field research conducted between 2016 and 2017 in Havana, which problematizes the prescriptions of youth studies in Latin America. The relevance of the study lies in debating cosmopolitanism in particular economic and political contexts highlighting different ways of constructing ideals of Modernity. It presents a theoretical and conceptual discussion to assist studies and analysis about youths contrasting the tensions of digital and media consumption in the socialist island. Highlights the consecration of a particular format of media, the "paquete digital" ("digital package" - set of downloaded and shared files) that focuses on the debate on Internet access in Cuba, political and ideological disputes regarding the economic embargo imposed on the country and attempts at dialogue of the Cuban state with youth.

Keywords: Youth. Pop music. Media consumption.

Resumen: Este artículo analiza el consumo de medios relacionado con la música *pop* entre los jóvenes cubanos a partir de una investigación de campo de inspiración etnográfica realizada entre 2016 y 2017 en la ciudad de La Habana, que problematiza las prescripciones sobre los estudios de la juventud en América Latina. La relevancia del estudio radica en debatir el cosmopolitismo en contextos económicos y políticos particulares que destacan diferentes formas de construir los ideales de la modernidad. Presenta una discusión teórica y conceptual con el fin de ayudar a los estudios y análisis sobre los jóvenes, destacando las tensiones del consumo digital y de medios en la isla socialista. Destaca la consagración de un formato particular de medios, el "paquete digital" (conjunto de archivos descargados y compartidos) que se centra en el debate sobre el acceso a Internet en Cuba, las disputas políticas e ideológicas sobre el embargo económico impuesto al país y los intentos de diálogo del Estado cubano con juventud.

Palabras clave: Juventud. Música *pop*. Consumo de medios.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

¹ Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil.

² Universidade Paulista (UNIP), São Paulo, SP, Brasil.

O que é ser jovem e cosmopolita no contexto da ilha socialista de Cuba? Durante os dois anos de vigência da pesquisa "Música pop em Cuba: Enfrentamentos Políticos e Midiáticos",³ que debateu as dinâmicas de consumo de atrativos da cultura *pop* na ilha de Cuba, procurou-se entender as práticas de jovens e fãs de produtos da música *pop* em um contexto com baixo acesso à *internet* (em Cuba, no ano de 2019, apenas 1,4% residências possui acesso declarado à *internet*)⁴ e cerceamentos destes produtos por condições econômicas e questões políticas a partir da tensa relação geopolítica entre Cuba e Estados Unidos desde a Revolução Cubana de 1959. A partir de lógicas restritivas, emergem práticas ligadas à pirataria tanto dos produtos quanto de redes digitais, evidenciando singularidades do consumo cultural na ilha socialista que demonstram as assimetrias dos processos de territorializações de fenômenos globais, em geometrias desiguais de poder (MASSEY, 1991). Consagra-se o formato dos "*paquetes digitales*", ou conjuntos de arquivos baixados na *internet* e amplamente divulgados em Cuba, que são resultados da necessidade de conexão com a cultura *pop* por parte dos cidadãos cubanos. Este artigo apresenta os resultados desta pesquisa e as discussões teóricas e metodológicas apontadas a partir da coleta de dados (em duas idas a campo para entrevistas e observações participantes com fãs de música *pop* e proprietários de negócios ligados ao consumo de *internet* da cidade de Havana, realizadas nos anos de 2016 e 2017; pesquisa bibliográfica e levantamento de dados em jornais e *sites* de redes sociais).

O eixo central é discutir aspectos do consumo midiático (TOALDO; JACKS, 2013) ligado à música entre jovens cubanos no singular contexto da ilha de Cuba (única Nação socialista da América Latina), a partir dos nomadismos simbólicos e materiais, maneiras de experimentar os cosmo-

politismos, novas sensibilidades engendradas nas e pelas tecnicidades (MARTÍN-BARBERO, 2017) e o papel das práticas musicais-midiáticas (PEREIRA, 2017) e seus sentidos políticos. Por práticas musicais-midiáticas entende-se as atividades, gostos e usos ligados à música, envolvendo produtores, distribuidores, ouvintes, fãs, bem como as práticas de baixar, compartilhar, escutar músicas, ir a shows etc. É neste amplo leque de atividades que abrange o circuito comunicacional da música, que podemos perceber sentidos políticos – não apenas em seu sentido tradicional ou institucional – mas articulado aos afetos, às corporalidades, às estetizações, à construção de formas de socialidade e de identidades juvenis (REGUILLO, 2017; ROCHA, 2012).

Assim, as práticas musicais e midiáticas vão se mostrando como importantes elementos para pensar os jovens cubanos e suas maneiras de construir e expressar identidades, em formas de se relacionar com as mídias e consumir formatos e conteúdos experimentando sentidos de cosmopolitismo. Uma noção ampliada de política vai se esboçando naquilo que Cerbino (2005) e Rocha (2012) nomeiam de politicidade, ou seja, práticas e imaginários de grupos juvenis latino-americanos em que o corpo é definidor e demarcador de atitudes específicas, caracterizando um exercício das subjetividades e uma profunda articulação com a vida cotidiana, das práticas estratégicas de vinculação e de participação. Leva-se em conta, assim, que os jovens constroem e transformam os sentidos de política em suas identidades, corpos, socialidades, formas de usar os espaços públicos, em uma noção que sublinha a politização do cotidiano.

A noção de politicidade auxilia na compreensão da singularidade com que ações cotidianas ligadas à performatividade de fãs ganham contornos singulares na ilha de Cuba. O ato banal de usar

³ A pesquisa "Música pop em Cuba: Enfrentamentos Políticos e Midiáticos" teve recursos obtidos por meio do edital CNPq/MCTI 25/2015 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas e resultou em duas idas a campo na cidade de Havana, em março de 2016 e maio de 2017, para debater o consumo de música *pop* anglófila por parte da juventude cubana. Adotou-se metodologia de inspiração etnográfica com o intuito de traçar itinerários de consumo de fãs de música *pop* na ilha socialista: suas práticas e suas performances. Entrevistas em profundidade e o acompanhamento das práticas de consumo *online* e *offline* foram técnicas adotadas para a realização do trabalho.

⁴ De acordo com dados publicados na revista *Exame*, em 2019, dos 11,2 milhões de habitantes da ilha de Cuba, 80 mil declararam ter acesso à *internet* em seus lares. Um total de 2,5 milhões de cubanos têm acesso a 3G pagas e gerenciadas pela Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (Etecsa) que também coordena o funcionamento das 1.400 zonas de *wi-fi* públicas em parques e praças das principais cidades de Cuba. Mais informações em Teich (2009).

uma camiseta de uma artista *pop* como Madonna, Beyoncé ou de algum grupo de *rock* clássico como AC/DC e Creedence Clearwater Revival (PADURA, 2015) pode gerar julgamentos em esferas privadas (familiares) ou públicas (grupos de amigos) em torno de ideais de coerência e fidelidade ao regime socialista na ilha. Trata-se de um resíduo cultural de recusa à produção cultural anglófona, sobretudo nas décadas de 1960 e 1970, em que as políticas culturais em Cuba pressupunham um afastamento ideológico da produção cultural dos Estados Unidos (LIMA; SOARES, 2017).

Este olhar para as politicidades nos ajuda a perceber que a música e as culturas midiáticas podem ser entendidas como lugares de tensão e de ambiguidades que apontam para fissuras nos e dos discursos ideológicos sobre um certo "dever ser" para os jovens cubanos. Os sentidos do político são ampliados e desdobrados para compreender o que diz respeito aos afetos, às corporalidades. Neste sentido, gêneros musicais como o *pop* e o *reguetón*, por exemplo, podem servir para contestar identidades prescritas e esboçar novos e negociados sentidos do que é "ser cubano" para muitos jovens.

O artigo inicia-se com uma discussão teórico-conceitual que envolve a compreensão sobre as juventudes: perspectivas de análise, a questão das novas sensibilidades, temporalidades, nomadismos, palimpsestos e hipertextos de identidade e afetos (MARTÍN-BARBERO, 2017; URTEAGA POZO, 2012; REGUILLO, 2017; FEIXA, 2014). Em seguida, apresentamos aspectos da pesquisa que embasa este artigo sobre a música *pop* em Cuba, apontando para os tensionamentos do consumo digital e midiático na ilha e nas práticas, imaginários e identidades juvenis. Finalizamos articulando esses aspectos da pesquisa com a questão do cosmopolitismo e suas formas de experimentação e de construção nas culturas juvenis.

Juventudes, tecnicidades, novas sensibilidades

As discussões sobre juventudes e culturas juvenis criaram lastro nos estudos das Ciências Sociais ibero-latino-americanas (BORELLI *et al.*, 2009;

FEIXA, 1998, 2003, 2014; REGUILLO, 2000, 2017; MARTÍN-BARBERO, 2017; CANCLINI *et al.*, 2012; CUBIDES, 1998) apontando para um debate sobre as juventudes (no plural), suas ambiguidades, construções social e cultural, significados simbólicos, promessas e ameaças, potencialidades e fragilidades. Feixa (1998) nomeia como "culturas juvenis" as maneiras com que as experiências sociais dos jovens são expressas coletivamente mediante a construção de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente no tempo livre ou em espaços intersticiais da vida institucional, devendo ser vistas no plural com diferentes configurações e heterogeneidade em tempos e espaços diversos. O conceito desloca o olhar sobre a juventude transferindo a ênfase da marginalidade para a identidade; das aparências para as estratégias; do espetacular para a vida cotidiana; da delinquência ao ócio; das imagens para os atores.

Algumas das reflexões com as quais dialogamos sobre as juventudes vêm pautando-se em uma noção que leva em conta o caráter fluido e permeável dos grupos sociais juvenis, ressaltando a diversidade e a pluralidade das experiências sociais. Um dos caminhos esboçados nestes estudos toma as juventudes como objetos nômades e de contornos difusos, como descreve Martín-Barbero (2017). Uma das perspectivas de análise em que é possível identificar esta visão é na relação dos jovens com o território, sempre em fluxos e diante de fluxos. Ser nômade, neste sentido, significaria o transitar dos jovens pelas cidades, pelas visualidades e sonoridades, inseridos que estão em uma realidade e em um cotidiano complexo, sem localizações fixas, o que permite que circulem em vários ambientes seja de modo concreto, seja em ambiências digitais, promovendo o que Martín-Barbero nomeou como "desordenamento cultural", algo que tem a ver com o desenvolvimento de novas sensibilidades para o tempo, o espaço e para as tecnologias. Tudo isso articulado à noção de "tecnicidade", um conceito barberiano que pressupõe os usos, as formas de apropriação das técnicas e os modos como são interiorizadas.

Os fluxos multissensoriais elaboram percepções nômades, compondo novas narrativas do

mundo, formas de sentir, olhar-escutar a vida, muitas vezes mais fragmentadas, delineando uma ideia de *zapping*, que não se refere apenas às tecnologias, mas um "zapear" pela cidade, entre as diversas mídias e as diversas formas de informação. Borelli (2009) enfoca os modos de ser e de viver na cidade das juventudes, incluindo as narrativas de si e dos outros, a experiência da visualidade e da sonoridade, os modos de agrupamento, a percepção da violência, as práticas de consumo, as diferentes expressões estético-culturais, as alternativas de produção e de apropriação das culturas digitais, com ênfase para as articulações entre cultura e política/ caráter político das ações culturais.

Do ponto de vista metodológico, desenha-se a necessidade de olhar para relações familiares, escolares e do trabalho juvenil, mas lançar uma aguçada atenção para dimensões às vezes vistas como "menores" em investigações sobre as juventudes. Salientamos a necessidade de se atentar para as formas de lazer, de circular frugalmente na cidade, de consumir tecnologia com especial atenção às disputas sobre engajar-se em formas de participação política não tradicionais e que têm no consumo, no entretenimento e nas corporalidades fortes componentes de ação e de performatividade.

Como sugere Urteaga Pozo (2012), pensar as juventudes na contemporaneidade é problematizá-las como um conjunto situado de respostas categóricas às consequências da globalização e às novas mediações sociocomunicativas e culturais. A análise de formas de consumo midiático de juventudes cubanas neste artigo surge como um lugar privilegiado para pensar essas respostas, que abrangem sentidos históricos, econômicos, culturais e sociais daquele país, mas que se apresentam em forma de hipertextos com conexões difusas, acumuladas, borradas, que desorientam e desorganizam (em múltiplos sentidos) as questões atuais mais amplas e em marcha vividas.

Compreender o imaginário transmutado pelas configurações globais da cultura (APPADURAI, 2004) nos guia a olhar as ações coletivas e conectivas dos jovens e seus modos de sentir e agir no mundo. Trata-se do irrompimento de novas

formas planetárias de construir sentidos sociais e afetivos sobre a vida e o mundo (REGUILLO, 2017) e seus aspectos de cosmopolitismo que interligam local e global, construindo-se ainda como formas de estar no mundo, em que as (re) apropriações dos produtos midiáticos, as redes e as tecnologias desempenham importante papel.

Consumo midiático nas práticas dos "paquetes digitais"

As práticas de consumo de fãs de música *pop* em Cuba consagram o formato midiático dos "*paquetes digitais*", o "pacote" semanal de arquivos digitais baixados e compartilhados através de mídias arquivais (*pen drives* e discos rígidos) em distribuição que envolve uma rede de serviços *online* e *offline* organizada de modo espontâneo, surgida da emergência sobre a necessidade de consumo de informação e assimilada pelo "mercado negro" à revelia do Estado. (ARGÜELLES; MARANHÃO; CÂMARA, 2019) Os "paquetes digitais" seriam "gambiarras midiáticas" (ZANFORLIN; SOARES, 2018) ou seja, formas alternativas e improvisadas de consumo de mídia que emergem em contextos adversos ou restritivos e sinalizam a necessidade de conexão por parte de quem se utiliza delas.

Ao longo da pesquisa, postulou-se diferentes estágios de compreensão das dinâmicas dos "*paquetes digitais*", na medida em que todos os fenômenos pesquisados traziam à tona o formato como tipologia de acesso a seriados televisivos internacionais, videocliques, álbuns de música *pop*, filmes *blockbusters*, telenovelas, entre outros produtos. Em um primeiro momento da investigação (SOARES, 2016a), a partir da relação de uma *drag queen* cubana fã da cantora Lady Gaga com o contexto tanto da cena *gay* de Havana quanto com as dinâmicas de gênero presentes na Política de Gênero e Sexualidade do Centro Nacional de Educación Sexual (Cenesex), os "*paquetes digitais*" apareceram como meio através do qual tanto a *drag queen* em questão quanto os fãs de música *pop* anglófila em Cuba e, também, DJs das boates e casas de espetáculo, têm contato com músicas norte-americanas, lati-

nas e com o cancionero presente nas paradas de sucesso de todo o mundo. Álbuns, videocliques e performances ao vivo não só de Lady Gaga mas de outros artistas da música *pop* são ofertados e consultados através dos "*paquetes digitales*".

Em uma segunda investida (LIMA; SOARES, 2018), percebeu-se, em contrapartida, também a resistência que alguns fãs de música *pop* têm dos "*paquetes*". Através de três entrevistas em profundidade com o principal fã de Madonna na ilha, responsável pela página no Facebook "Madonna Cuba", postulou-se que o aspecto geracional modula as relações de consumo dos "*paquetes*". Se para os jovens fãs cubanos de Lady Gaga, com idade entre 15 e 22 anos, não havia menção ou crítica à qualidade do material disponibilizado, no caso dos fãs de Madonna (mais velhos, na faixa entre 30 e 40 anos), os "*paquetes*" eram rechaçados em função da baixa definição de alguns arquivos (sobretudo de vídeo) e pelo fato de não trazerem a ordem e as lógicas dos álbuns, mas sim, coletâneas de sucessos dos artistas, de forma "solta" e sem a "coerência" que o artista havia determinado. A qualidade dos "*paquetes*" é destacada como um elemento de distinção de "*paqueteiros*" e do processo de fidelização a eles, conforme constatou-se ao investigar o consumo de séries e filmes *blockbusters* no contexto cubano (SOARES, 2016b) gerando redes de recomendação que geram diferenciações significativas tanto nos "*paqueteiros*" quanto para aqueles que levam os "*paquetes*" porta a porta.

Não é somente ao consumo e a circulação de produtos norte-americanos ou de amplo sucesso na cultura *pop* que os "*paquetes digitales*" atendem. O *reguetón*, gênero musical bastante controverso no contexto de Cuba em função de sua glorificação ao consumo, carros de luxo, mulheres e vida com valores capitalistas, também passa a ser central no sucesso dos "*paquetes*". Um episódio envolvendo a censura a um videoclipe de *reguetón* pelo Instituto Cubano de Rádio y Televisión (ICRT) na televisão aberta em Cuba e sua ampla circulação nos "*paquetes*" (PEREIRA; SOARES, 2017) evidencia que o cancionero latino não canônico e fora dos padrões consagrados pelo Estado, que também

apresenta dificuldades de circulação nos sistemas midiáticos oficiais, ganha um importante lugar na disseminação dos "*paquetes*".

Até quando artistas vão fazer shows em Cuba (no caso dos espetáculos que celebraram a retomada das relações entre Cuba e Estados Unidos e a visita do então presidente Barack Obama à ilha socialista em 2016, como os shows do trio de música eletrônica Major Lazer e da banda de rock Rolling Stones) é nos "*paquetes digitales*" que produtores precisam disponibilizar os álbuns e as canções do artista com a finalidade de popularizar os artistas entre os mais jovens, conforme destaca-se no artigo sobre a popularização do grupo Major Lazer na ocasião do show que eles realizaram em março de 2016, na Tribuna Antiimperialista, em Havana, diante da Embaixada dos Estados Unidos, então recém reaberta (SOARES, 2016c).

Deste conjunto de postulações sobre as dinâmicas dos "*paquetes digitales*", emerge a premissa de que diante de um sistema midiático amparado pelo Estado, jovens cubanos vivenciam restrições a produtos da cultura *pop* internacional desenvolvendo modos alternativos de consumo de mídia. Os "*paquetes*", conjuntos de arquivos baixados da *internet* e vendidos através de "*oficinas digitales*" em Havana e distribuídos por toda a ilha, se configuram como principal dispositivo de dois tipos de enfrentamentos midiáticos: a) diante da programação da televisão cubana, com foco em atrativos educativos, esportes e entretenimento marcado pela telenovela, que embora com grande sucesso na ilha, não contempla atrativos midiáticos voltados majoritariamente para jovens, como seriados norte-americanos, coreanos e japoneses, por exemplo; e b) a partir das restrições ao uso de *internet* pelo Estado, fazendo com que cidadãos sintam-se tolhidos do direito a baixar e assistir séries, filmes, videocliques e músicas que não são exibidos nos principais órgãos midiáticos de Cuba.

Nesta perspectiva, o consumo compreende as lógicas envolvidas nas práticas de produção e de recepção de materialidades e imaginários em que produtos, símbolos e marcas são vistos em sua dimensão simbólica e cultural ajudando a criar

distinções e sistemas classificatórios, estilos de vida e identidades e funcionando como vetor de formas de cidadania (CANCLINI, 2004; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004; MCCRACKEN, 2003; ROCHA; PEREIRA, 2009). Garcia Canclini (2004) entende o consumo para além das noções de necessidade e instrumentalidade dos bens, desenvolvendo a noção de consumo cultural, compreendido como algo vinculado aos processos de apropriação e de usos dos produtos. Toaldo e Jacks (2013) ampliam esta noção de consumo cultural, ressaltando o "consumo midiático" (uma vertente do consumo cultural) como estando articulado aos usos e às apropriações da produção cultural midiática, tanto no que diz respeito às mídias ou suportes como televisão, rádio, jornal, revista, *internet*, *sites*, *blogs*, celulares, *tablets*, como também no que se refere aos produtos ou conteúdos oferecidos por esses meios, como músicas, vídeos, informações, entretenimento, filmes, séries, telenovelas etc.

Esta noção de consumo midiático nos orienta na maneira como pensamos os usos e as apropriações bem como as lógicas comerciais e institucionais dos "*paquetes digitais*" em Cuba. Busca-se compreender não só o caráter prescritivo do consumo (por quais suportes ou meios, quais produtos/conteúdos bem como as maneiras com pelas quais utilizam no cotidiano, lugares, maneiras, rotinas), mas, sobretudo, realçar como este formato indica modos particulares de consumo midiático das juventudes cubanas em suas relações simbólicas com o mundo.

Os "*paquetes digitais*" apontam para a investigação sobre as dimensões materiais do consumo de *internet* na ilha socialista bem como sobre as dinâmicas sócio-históricas que implicam na singularidade desta esfera da comunicação digital. A seguir, faremos apontamentos sobre o acesso à *internet* em Cuba e as condições de produção e de circulação dos "paquetes", descreveremos a pesquisa de campo que investigou a dimensão produtiva bem como as redes que engendram as práticas comunicacionais.

Piratarismo da *internet* e da cultura digital

O acesso restrito à *internet* em Cuba integra uma disputa de narrativas sobre as relações entre Estado, cidadãos e a geopolítica mundial que já faz parte dos roteiros amplamente disseminados e repletos de mitificações sobre o cotidiano na ilha socialista. O baixo acesso à *internet* é descrito por grande parte da mídia que, eventualmente, faz coberturas sobre a situação da ilha como mais uma forma de cercear a liberdade da população, ressaltando certo descaso do Estado cubano em prover tal benefício uma vez que colocaria em risco a própria sustentação do projeto da Revolução Cubana. Em contrapartida, instituições midiáticas ligadas ao governo cubano, além de mídias alternativas, situam as restrições à *internet* como mais uma vertente do embargo econômico imposto pelos Estados Unidos, que impede que empresas ao longo do mundo liguem conexões até a ilha seja por fibra ótica ou via satélite.⁵ Ressalta-se que toda análise de consumo e de mídia no contexto de Cuba é atravessada por uma série de imprecisões sobre dados, resultantes das disputas políticas e simbólicas sobre a governabilidade do país.

Para investigar os "*paquetes digitais*", seria necessário compreender as condições de produção e de consumo desses dispositivos. Nesta pesquisa foram visitados 16 ambientes de comercialização de "*paquetes digitais*" na cidade de Havana, divididos por bairros: seis em Vedado, quatro em Havana Vieja; quatro em Miramar/Playa e dois em Centro Havana. Em todos eles, o pesquisador foi apresentado pelo mediador e realizou perguntas com os proprietários ou com funcionários encarregados pelo funcionamento dos locais, principalmente, tentando esclarecer o principal ponto de dúvida sobre os procedimentos para baixar os arquivos dos "*paquetes*" uma vez que a *internet* em toda ilha de Cuba apresenta-se instável e cara, dificultando o *download* de

⁵ "O governo cubano tem tentado melhorar a situação [do acesso à *internet*] a partir de parcerias com países como a Venezuela – que ligou um cabo de fibra ótica na ilha – a Rússia – que conecta os sinais de 3G por seus satélites, e a China. Recentemente, também o Google tem tentado contornar o embargo, assinando acordos com Cuba para instalar servidores na ilha" (MESMO... [2019]) Disponível em: <https://www.causaoperaria.org.br/mesmo-sob-bloqueio-cuba-amplia-acesso-a-internet>. Acesso em: 24 jun. 2019.

arquivos digitais maiores. Ficou perceptível em todos os entrevistados o constrangimento em discorrer sobre este assunto.⁶

Desde 2001, cubanos aficionados por tecnologia já montam redes *offline* que se estendem por toda Havana. Através da combinação de antenas e de cabos escondidos em casas e prédios, tais redes conectam cerca de nove mil computadores somente na capital de Cuba, resultando em redes chamadas de *Snet* ("*streetnet*"). Reportagens em *sites* de tecnologia que datam do ano de 2015⁷ detalham aspectos materiais (alcance, dispositivos usados, formas de adquirir produtos). A principal motivação para a construção dessa rede foi a troca de informações, compartilhamento de arquivos (sobretudo aqueles existentes nos "paquetes") e jogar *games*, como *World of Warcraft* ou *Call of Duty* – ambos extremamente populares na ilha socialista. Há regras de comportamento e etiqueta na *Snet*: pornografia é terminantemente proibida assim como a circulação de conteúdo político contra o governo.

No ano de 2017, a revista *Wired* apresentou não somente uma descrição das redes, como elaborou um mapeamento dos principais *hubs* de *internet* na cidade de Havana⁸ com base em relatos de consumidores e de proprietários de ambientes de comercialização de "paquetes", evidenciando a conexão entre migrantes cubanos residentes em Miami no provimento de dispositivos tecnológicos e redes de contatos entre cidadãos e instituições de amplo acesso à *internet* em Cuba (universidades, hospitais, rede hoteleira etc.) para o pirateamento de redes.

Percebe-se duas configurações de conectividade dispostas a partir das restrições à *internet* em Cuba: a) a formação de redes *online* a partir do pirateamento de redes ofertadas pelo próprio Estado cubano, mas também a disposição de antenas que conectam a satélites proporcionando disposições que colocam à revelia o controle

do Estado no acesso à *internet*; e b) diante das restrições à *internet*, o principal recurso desenvolvido em Cuba foi a criação de redes *offline* com variados graus de alcance e de conectividade entre computadores proporcionando o compartilhamento de conteúdos, sobretudo, no tocante aos "paquetes digitais".

Paralela à formação destas redes, há, desde 2015, a oferta de *wi-fi* pública em toda ilha de Cuba, que contava, em 2019, com 487 pontos de conexão nas principais cidades. Desde 2016, com o aumento significativo de números de aparelhos celulares na ilha, outro sistema de redes móveis se tornou extremamente popular entre jovens cubanos no compartilhamento de conteúdos de entretenimento: o *Bluetooth*.⁹ Com o alto custo para se conectar, é através de sistemas *offline* que cubanos compartilham seus principais conteúdos de entretenimento. É, portanto, a partir de redes *offline* como a *Snet* e, também, através da conexão via *Bluetooth* que circulam informações e conteúdos que formam os "paquetes".

O serviço domiciliar (nas casas) de *internet* em Cuba é reservado a cientistas, militares, médicos e jornalistas, consideradas áreas estratégicas pelo governo cubano. Há pirateamento de redes nestes setores para uso privado, principalmente, para *download* de material dos principais "paqueteros" cubanos. Os dois "paqueteros" entrevistados e que concordaram em explicar o funcionamento de seus negócios possuíam conexões de alta velocidade oriundas do compartilhamento de *internet* advindas de sujeitos pertencentes aos grupos privilegiados de acesso à *internet* na ilha. Um deles mostrou o cabo de 200 metros que conecta à residência de um sujeito que possui *internet* domiciliar e a casa dele.

A coleção de vídeos, músicas, fotos e arquivos de texto é montada pelos "paqueteros" e circula pela ilha de pessoa para pessoa, percorrendo rapidamente de Havana até os lugares mais dis-

⁶ Dois "paqueteros" decidiram, mantendo o anonimato, revelar como conseguem *internet* em alta velocidade na cidade de Havana, burlando o sistema público de acesso à *internet* regulado pela *Empresa de Telecomunicaciones de Cuba* (Etecsa). O relato que segue neste artigo mescla a narrativa destes dois "paqueteros" com dados de reportagens sobre acesso à *internet* no País.

⁷ Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/73281-rede-ilegal-internet-consegue-sobreviver-cuba.htm>. Acesso em: 12 jul. 2019

⁸ Para a íntegra do conteúdo, ver Martínez (2017).

⁹ Para entender como funciona a atividade, ver Marreiro (2013).

tantes em menos de uma semana, "constituindo o que seria conhecido na linguagem de tecnologia como um *sneakernet*: uma rede que transmite dados através de borracha de sapato, ônibus, cavalo ou qualquer outra forma de transporte de conteúdo" (MARTÍNEZ, 2017, p. 1) De acordo com o autor, cerca de 3 milhões de cubanos acessam conteúdo através dos "*paquetes*".

Há um amplo debate em Cuba sobre a deliberação não relevância que setores do governo fazem no tocante a práticas digitais das juventudes do país – com um duplo endereçamento. O primeiro, naturalmente, é sustentar a tese de que o acesso à *internet* é limitado na ilha, principalmente, por causa do embargo econômico feito pelos Estados Unidos cujas restrições tornam a compra de equipamentos praticamente impossível. Dessa forma, jovens cubanos seguem "sentindo" o embargo nos seus prazeres culturais e de entretenimento quando não possuem acesso à *internet*. O segundo, é da ordem de permitir que práticas juvenis digitais realizadas sem fins políticos acomodem o ímpeto de parte dos jovens cubanos que desejam emigrar da ilha. Permitir que estas práticas se realizem sem ferir normas mais amplas da regulação de mídia no País é uma maneira de criar um ambiente favorável a que parte da juventude cubana possa se identificar com o governo socialista. É preciso pontuar também que, de fato, a questão do acesso à *internet* em Cuba encontra dificuldades, sobretudo políticas, em sua ampliação. Como as principais empresas ligadas aos setores da cultura digital, como Facebook e Google, por exemplo, são estadunidenses, há entraves de ordem política nas formas de construir ambientes digitais na ilha.

Seja proveniente de um imprudente programa da agência americana de cooperação internacional, a USAid, que visava enfraquecer o regime de Fidel Castro por meio do serviço ZunZuneo – espécie de "Twitter cubano" que usava mensagens de texto contrarrevolucionárias –, seja por uma percepção mais abrangente de mídias sociais como uma ferramenta de dissidentes, as autoridades cubanas tradicio-

nalmente têm sido cautelosas em relação à *internet* (GRANT, 2017, p. 1).

Em 2017, o Google chegou a um acordo com a Etecsa sobre armazenamento de conteúdo *online* de *sites* como YouTube e Gmail em servidores dentro de Cuba para melhorar o acesso local. No entanto, ainda existe desconfiança das autoridades cubanas com o acesso sem restrições à *internet* tanto por empresas dos Estados Unidos quanto por parte dos cidadãos cubanos.

A incorporação de conteúdo publicitário nos "*paquetes*" é a conexão mais evidente entre os "*paqueteros*" de Havana e agências de conteúdos digitais localizadas em Miami (Estados Unidos), reduto da maior comunidade de cubanos fora da ilha socialista, grande parte deles com família e conexões com pessoas ainda vivendo em Cuba. Segundo inúmeros "*paqueteros*", há clientes interessados tanto nos atrativos do "*paquete*" (novelas, filmes, séries) quanto nos anúncios publicitários em formato de "classificados" (venda de carros, empregos, roupas, animais, eletrônicos), através da venda ou da troca de produtos – algo não publicado nas mídias tradicionais cubanas. Um dos conteúdos publicitários mais famosos nos "*paquetes*" é o Revolico,¹⁰ versão cubana do *Craigslist*,¹¹ um *site* onde se pode publicar pequenos anúncios para vender ou trocar diferentes tipos de bens e de serviços: carros, empregos, roupas, animais, eletrônicos etc.

A perspectiva de ter conteúdos gerados em Miami e, também, de ordens contrarrevolucionárias gerou ainda mais desconfianças sobre o "*paquete*" por parte do governo cubano. Além de estar "fora de controle" e promover a "cultura americana", o nível "artístico" e "intelectual" do "*paquete*" é frequentemente atacado como "baixo" já que está repleto de *blockbusters* americanos e telenovelas mexicanas. Não existe consenso sobre a legalidade da venda de "*paquetes*" avulsos, mas casos de prisões de jovens que comercializam "*paquetes*" são constantemente relatados. Autoridades cubanas

¹⁰ Disponível em: <https://www.revolico.com>. Acesso em 20 jul. 2019.

¹¹ A Craigslist é uma rede de comunidades online que disponibiliza anúncios gratuitos aos usuários de diversos tipos, desde ofertas de empregos até conteúdo erótico. O serviço foi fundado em 1995 por Craig Newmark, em São Francisco, na Califórnia, e se expandiu para mais de 450 cidades ao redor do planeta.

tentaram criar um rival direto aos "paquetes" chamado "maletín" ou "mochila". Ao invés de *blockbusters*, nele pôde-se encontrar filmes clássicos, música tradicional e materiais educativos.

De que cosmopolitismo estamos falando?

Na pesquisa sobre formas de consumo da música/cultura *pop* em Cuba deparamo-nos com formas de experimentação da interculturalidade e de cosmopolitismos (HANNERZ, 1999; DELANTY, 2008) nas quais as zonas de contato, conflito e negociação de sentidos culturais e identitários se fazem presentes. Esboça-se uma escala global, transnacional ou cosmopolita dos espaços (HANNERZ, 1997, 1999), atenta às novas formas de comunicação, operações financeiras globais que criam desterritorializações e reterritorializações (HAESBAERT, 2004), afetando a percepção do espaço e do tempo e levando a uma perspectiva cosmopolita expressa teórica e metodologicamente (BECK, 2007; APPADURAI, 2004). Hannerz (1997) argumenta sobre o uso do vocabulário da conectividade e do cosmopolitismo metodológico, refutando a noção de mosaico ou justaposição, uma vez que vivemos envolvidos em diferentes intensidades de mobilidade não apenas geográfica, mas sobretudo midiática, gerando fluxos que se desenrolam no tempo e no espaço.

A noção de cosmopolitismo presente nestes processos não se restringe apenas às inserções e às interações com o Norte Global, reconhecendo a existência de uma multiplicidade de projetos cosmopolitas no mundo (DELANTY, 2008). No contexto analisado, percebemos mudanças nas construções identitárias juvenis em Cuba, articulando novos sentidos do ser cubano, latino e caribenho, bem como com as lógicas identitárias ligadas à música que emergem destas construções hegemônicas (como exemplo o rechaço que a salsa e o *son* cubano obtêm por parte de muitos jovens cubanos, articulados com sentidos de "Nação" e "Revolução" vistas como arcaicas).

O cosmopolitismo crítico apontaria um lugar de análise que se localiza no entre ou nas mediações entre local e global (DELANTY, 2008). No contexto cubano analisado mostram-se traços

deste cosmopolitismo que tem como pressuposto a mescla e a reelaboração de culturas e de identidades e onde a música e o entretenimento jogam um importante papel, colaborando para uma compreensão alternativa à ideia corrente de globalização como homogeneização e padronização (ainda que com esta mantenha relações), dizendo respeito às formas como o local responde aos desafios lançados pelo global.

No consumo dos "paquetes digitais" percebemos de elaboração de pertencimentos em que canções, videoclipes, séries etc., funcionam como "sistemas peritos" (AMAYA, 2004) na articulação e na elaboração de sentidos de autoidentidade que constroem, seja em ações individuais ou coletivas, sejam midiáticas e performativas, de aspectos do que significa ser jovem no contexto cubano. A noção de "sistemas peritos" aciona um debate sobre os modos de conhecimento que se estendem às relações sociais e à intimidade aos quais se recorre para realizar a experiência reflexiva de si e sobre os outros e em que as mídias jogam importante papel. Estas transformações envolvem, entre outros aspectos, uma relação intrínseca entre as tendências globalizantes financeiras/econômicas/políticas a eventos localizados na vida cotidiana e subjetiva – uma construção do eu como um projeto reflexivo (GIDDENS, 1999), parte elementar da reflexividade da modernidade.

DeNora (2000) traz mais elementos para esta discussão focalizando a música como possibilidade de compreensão sobre as subjetividades e como "tecnologia de si", ou seja, aqueles elementos de que lançam mão os sujeitos para expressar e construir afetos e sentidos de auto-identidade em que esses jovens atuariam como agentes estéticos na vida social em contextos atuais, urbanos, cosmopolitas.

Neste entrelugar juvenil esboçado, as subjetividades ligadas às tecnicidades comunicativas nos parecem centrais, ao trazerem importantes aspectos daquilo que Martín-Barbero (2017) chamou de "comunidades hermenêuticas de interpretação". Nelas se articulam gostos coletivos, práticas de consumo e condições sociais de maneira complexa, expressando-se nas práticas

de se vestir, se adornar, se juntar para escutar e compartilhar músicas nas ruas. Nestas formas de consumo midiático esboçam-se modos de narrar as identidades e de atribuir sentido ao mundo, à nação e ao ser jovem em Cuba.

Nesta gama de discussões, soma-se a necessidade de pensar a juventude cubana e latino-americana em uma perspectiva decolonial (MIGNOLO, 2008), que não nega os referenciais do Norte, mas busca uma interpretação das práticas ocorridas em nossas latitudes em seus próprios termos. Busca-se, ainda, escapar de paradigmas adultocêntricos de cunho iluminista bem como daqueles que buscam na rebeldia subcultural *stricto sensu* as únicas ou as mais legitimadas vias possíveis de expressão política em grupos juvenis. Salienta-se, sim, os cosmopolitismos em perspectiva crítica, que negociam lógicas locais/globais e criam novos sentidos globais de lugar (MASSEY, 1991), fazendo da música *pop* um lugar de tensionamentos (SOARES, 2015) políticos que passam pelos corpos, os afetos, os gostos musicais.

Referências

ALVARADO, Sara; VOMMARO, Pablo (ed.). **Jóvenes, cultura y política en América Latina**: algunos trayectos de sus relaciones, experiencias y lecturas 1960-2000. Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones, 2010.

AMAYA, José Fernando Serrano. **Menos querer más de la vida** – concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2004.

APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.

ARGUELLES, Yanet Castellanos; MARANHÃO, Ana Carolina Kalume; CAMARA, Rogerio José. Las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Diseño de Servicios en Cuba: un estudio de caso sobre el Paquete Semanal. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 167-185, ago. 2019. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442019000200167&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 27 dez. 2019.

BECK, Ulrich. The cosmopolitan condition: why methodological nationalism fails. **Theory, Culture & Society**, [S. l.] n. 24, v. 7-8, p. 286-290, 2007.

BORELLI, Silvia *et al.* (org.). **Jovens na cena metropolitana** – percepções, narrativas e modos de comunicação. São Paulo: Ed. Paulinas, 2009.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos** – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

CANCLINI, Nestor García *et al.* (ed.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madri: Ariel: Telefonica, 2012.

CERBINO, Mauro. Movimientos y máquinas de guerra juveniles. *Nómadas* – **Revista del Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos de la Universidad Central**, Bogotá, n. 23, p. 112-121, 2005.

CUBIDES, Humberto *et al.* (org.). **Viviendo a toda**: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre: DIUC, 1998.

DELANTY, Gerard. La imaginación cosmopolita. **Revista CIDOB d'Afers Internacionals** – Fronteras: Transitoriedad y dinámicas interculturales, [S. l.], n. 82, p. 25-49, 2008.

DENORA, Tia. **Music in everyday life**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FEIXA, Carles. **De la generación@ a la #generacion** – la juventud em la era digital. Barcelona: NED Ediciones, 2014.

FEIXA, Carles. Del reloj de arena al reloj digital – sobre las temporalidades juveniles. **Revista de Estudios sobre Juventud**, [S. l.], v. 19, p. 6-27, 2003.

FEIXA, Carles. **De Jóvenes, bandas y tribus**. Antropología de la juventud. Barcelona: Editorial Ariel, 1998.

GIDDENS, Anthony. **Modernity and Self-Identity**: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford University Press, 1999.

GRANT, Will. Cuba vai finalmente entrar na era da internet? *In*: **BBC Brasil**. [S. l.], mar. 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-39161846>. Acesso em: 13 abr. 2018.

HAESBAERT, Rogerio. **O mito da desterritorialização**: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e locais na cultura global. *In*: FEATHERSTONE, Mike (org.). **Cultura global**: nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 251-266.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Mana*. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), n. 3 v.1. 1997. p. 7-39.

LIMA, Mariana; SOARES, Thiago. "Madonna, warrior like Cuba": Political Affections of Madonna's Fans in Cuban context. *In*: THE FAN STUDIES NETWORK CONFERENCE, 5., 2017, Huddersfield (UK). **Anais** [...]. Huddersfield: Fan Studies Network. p. 28-29.

MARREIRO, Flávia. **As tramas da rede cubana: como funciona a internet off-line na ilha**. Folha de S. Paulo, 03 mar. 2013. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrissima/2013/03/1239270-as-tramas-da-rede-cubana-como-funciona-a-internet-off-line-na-ilha.shtml>. Acesso em 28 jun 2021.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto**. Barcelona: NED Ediciones, 2017.

MARTÍNEZ, Antonio García. Inside Cuba's DIY Internet Revolution. *In: Wired*. [S. l.], jul. 2017. Disponível em: <https://www.wired.com/2017/07/inside-cubas-diy-internet-revolution>. Acesso em: 28 jun. 2021.

MASSEY, Doreen. A global sense of place. *In: Marxism Today*. [S. l.], June, 1991, p. 24-29. Disponível em: <https://www.unz.com/print/MarxismToday-1991jun-00024>. Acesso em: 12 maio 2018.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MESMO sob bloqueio, Cuba amplia acesso à internet. **DCO**. [S. l.], n. 5718. 01 ago. 2019. Disponível em: <https://www.causaoperaria.org.br/mesmo-sob-bloqueio-cuba-amplia-acesso-a-internet>. Acesso em: 24 jun. 2019.

MIGNOLO, Walter. **La ideia de America Latina**: la herida colonial y la opción decolonial. Barcelona: Gedisa, 2007.

PADURA, Leonardo. Rolling Stones: de olho em Havana. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 out. 2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/leonardo-padura/2015/10/1697721-rolling-stones-de-olho-em-havana.shtml?origin=folha>. Acesso em: 28 jun. 2021.

PAYÃO, Felipe. Rede ilegal de internet consegue sobreviver em Cuba. **Tech Mundo**. [S. l.], 28 jan. 2015. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/73281-rede-ilegal-internet-consegue-sobreviver-cuba.htm>. Acesso em: 27 jun. 2021.

PEREIRA, Simone Luci. Circuito de festas de música "alternativa" na área central de São Paulo: cidade, corporalidades, juventude. **FAMECOS – mídia, cultura, tecnologia**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 1D25001, 2017.

PEREIRA, Simone Luci; SOARES, Thiago. Reguetón em Cuba: Censura, Ostentação e Rasuras de Políticas Midiáticas. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO*, 26., 2017, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Compós, 2017.

REGUILLO, Rossana. **Emergencia de culturas juveniles** – estrategias del desencanto. México: Editorial Norma, 2000.

REGUILLO, Rossana. **Paisajes insurrectos**: jóvenes, redes y revueltas em el otoño civilizatório. Barcelona: NED Ediciones, 2017.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Claudia. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2009.

ROCHA, Rose de Melo. Corpos significantes na metrópole discursiva: ensaio sobre fetichismo visual e ativismo juvenil. **Significação** – Revista de cultura audiovisual, São Paulo, v. 39, n. 37, p. 126-146, 2012.

SOARES, Thiago. Lady Gaga em Cuba. *In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI, Jeder; ROXO, Marco (org.). Reinvenção Comunicacional da Política*: Modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2016a. p. 85-96.

SOARES, Thiago. Enfrentamentos políticos e midiáticos de fãs de música pop em Cuba. **Revista Logos**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, 2016b.

SOARES, Thiago. Acionamentos Geopolíticos num Show de Música Pop em Cuba. **Galáxia**, São Paulo, n. 33, p. 171-183, 2016c.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. *In: SÁ, Simone Pereira de Sá et al. (org.). Cultura Pop*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 19-33.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.

TEICH, D. H. A solução veio dos emergentes. **Exame**, São Paulo, ano 43, n. 9, ed. 943, p. 66-67, 20 mai. 2009. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/mundo/cuba-amplia-acesso-a-internet-como-ferramenta-de-defesa-da-revolucao>. Acesso em: 28 nov. 2020.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antesala para os estudos de recepção. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO*, 22., 2013, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: Compós, 2013.

URTEAGA POZO, Maritza. De jóvenes contemporáneos: trendys, emprendedores y empresarios culturales. *In: GARCÍA CANCLINI, Nestor et al. (ed.). Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Madrid: Ariel: Telefonica, 2012.

ZANFORLIN, Sofia; SOARES, Thiago. "Paquetes" como Gambiarras Midiáticas: Transnacionalismo e consumo cultural no contexto Havana-Miami. *In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO – COMUNICON*, 7., 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: COMUNICON, 2018. p. 234-249.

Thiago Soares

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), em Salvador, BA, Brasil; mestre em Teoria da Literatura pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Recife, PE, Brasil; professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) e do Departamento de Comunicação (Decom) da UFPE. Bolsista produtividade em pesquisa (PQ) – Nível 2 do CNPq.

Simone Luci Pereira

Doutora em Ciências Sociais – Antropologia e Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em São Paulo, SP, Brasil; professora e pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Midiática (PPGCOM) da Universidade Paulista (UNIP), em São Paulo, SP, Brasil, onde coordena o Grupo de Pesquisa em Culturas urbanas, Música e Comunicação (URBESOM). Bolsista Produtividade em Pesquisa (PQ) – Nível 2 do CNPq.

Endereço para correspondência

Thiago Soares

Universidade Federal de Pernambuco

Departamento de Comunicação Social, Centro de Artes
e Comunicação

Av. da Arquitetura s/n, Campus Universitário

Cidade Universitária, 50740-550

Recife, PE, Brasil

Simone Luci Pereira

Universidade Paulista

Programa de Pós-graduação em Comunicação

Rua Doutor Bacelar, 1212, 4º andar

Vila Clementino, 04026-002

São Paulo, SP, Brasil

*Os textos deste artigo foram revisados pela Poá
Comunicação e submetidos para validação do(s)
autor(es) antes da publicação.*