

Publicidad informal en Cuba

Por Julio Cesar Serrano Caballero

En el sector estatal cubano la publicidad ha dado un salto exponencial en los últimos años. Sin embargo los empresarios privados aún no cuentan con canales para comunicarse.



Mucho se habla de los cambios actuales en Cuba. Los más optimistas ven un desarrollo vertiginoso de las comunicaciones, mientras que los pesimistas hablan de una lentitud de

tortuga. Pero para los empresarios privados el problema está en cómo promocionar su negocio y llegar a sus públicos.

Cuba es un caso atípico desde el punto de vista de la comunicación. Habiendo alcanzado un notable desarrollo en campo publicitario en la década de los 50 del siglo XX, en los 60 la publicidad comercial cerro sus puertas, quedando relegada a la promoción hacia el exterior de algunos productos cubanos. Recién en la década de los 90, al entrar la inversión extranjera en la isla, nacieron las nuevas empresas publicitarias estatales cubanas.

Hoy, con la inclusión de nuevas formas de gestión no estatales, los nuevos empresarios buscan la manera de encontrar recursos comunicacionales para promocionar sus productos y servicios, dado que la mayoría de los canales existentes en el país (prensa escrita, televisión y radio) no disponen de mecanismos para la venta de espacios publicitarios, a excepción de las páginas amarillas de ETECSA. Estas restricciones incentivan la creatividad de los cuentapropistas, que se valen de cuanto recurso tienen a la mano: (obviamente) los letreros en el frente de sus propios locales locales, la ayuda de personas en el exterior de sus comercios que anuncian sus producciones, la impresión de panfletos que pegan en cualquier poste o espacio libre, y hasta la distribución de volantes impresos con fotocopadoras.

Desde hace un tiempo en Cuba circula el denominado «Paquete», un disco duro externo con información digital de todo tipo, que permite a los cubanos el acceso a series, shows, novelas, musicales, etc., transmitidos por la televisoras extranjeras. También incluye revistas en formato PDF, noticias de la farándula, software bajado de Internet . En este «*all in one*» a la cubana, que proporciona un terabyte semanal de contenidos, publicidad ha encontrado un lugar. Hoy, dentro del «Paquete» ya se promocionan más de 30 nuevos empresarios (estilistas, informáticos, fotógrafos, empresas de servicios varios, alquiler de habitaciones y espectáculos de variedades). Y este recurso no se limita a la gráfica; la versatilidad del trabajo de estos jóvenes diseñadores e informáticos les permite producir videos promocionales y páginas web.

Otra vertiente de la misma solución está en la revista *Vistar* incluida en el mismo paquete, que retrata de manera muy profesional y de excelente calidad visual la vida de la farándula cubana. Con un diseño gráfico de vanguardia incluye en sus páginas publicidad comercial de los nuevos empresarios y, aunque su circulación hoy se limita al formato PDF y a la distribución por medio de la web, podría llegar a imprimirse y canalizar estas necesidades crecientes de las nuevas formas de gestión cubanas.

Hay un dicho que dice que la naturaleza siempre encuentra su curso. Este puede ser un ejemplo más que ilustra cómo cuando las condiciones formales no favorecen la resolución de un problema, la creatividad humana encuentra soluciones alternativas.

Publicado el 15/10/2014

- La Publicidad en Cuba, Mirta Muñiz Egea, Ediciones Logos ACCS 2001.
- Paginas Amarillas Directorio de ETECSA 2012, 2013-2014 Zona occidental.
- Revistas Espacio. Asociación Cubana de Comunicadores Sociales Números Varios.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/publicidad-informal-en-cuba>

