

USB: el consumo audiovisual informal

Benigno Iglesias
Cecilia Linares
Mario Masvidal
Irina Pacheco
Rafael Hernández

Rafael Hernández: El propósito de este panel es analizar el contenido y las características del consumo audiovisual que no se realiza a través de los medios institucionales o formales —los medios de comunicación, el cine, la televisión—, sino a través del acceso directo, sobre todo utilizando los recursos de la tecnología digital, que circulan normalmente en un mercado no formal por medio de video, de DVD, de memorias, etc. ¿Cuál es la naturaleza de ese «consumo audiovisual informal»?

Benigno Iglesias: Me parece inevitable empezar por introducir el tema del consumo audiovisual formal, con el fin de comprender por qué llegamos a este desarrollo tecnológico, pero también a una dinámica distinta de la sociedad a la que podemos observar y analizar en el momento en que el cine, la principal manifestación o medio audiovisual, irrumpe en la realidad de nuestro país.

Como expresión comercial, como negocio, el cine estalla en Cuba en la década de los 30. Se descubre que hay detrás de él una posibilidad de actividad económica importante; y asociado con ello, se convierte en un medio que surge con mucha fuerza, sobre todo el producido en los Estados Unidos. Este fenómeno se va consolidando poco a poco, lo que genera el crecimiento de la red de exhibición en todo el país, que empieza a amoldarse a las condiciones socioeconómicas de la Isla. Por ejemplo, ya en la década de los 40 se estrena en esa red un número grande de películas norteamericanas, pero junto a estas empieza a tener cierta importancia el cine mexicano. ¿Por qué? En ese momento había un amplio sector de la población cubana que no podía leer los subtítulos de las películas norteamericanas, y el cine mexicano, que ya tenía entonces un alto nivel de producción, y un cierto nivel cualitativo, comienza a ocupar ese espacio.

En los años 50 había cines en casi todos los lugares de Cuba, sobre todo en los de gran concentración poblacional. En las zonas rurales, aquellas donde había centrales azucareros, la exhibición cinematográfica va conformándose de otra manera. Por ejemplo, el número de películas norteamericanas representaba aproximadamente entre 50% y 55% de los estrenos; el cine mexicano alrededor de 20%, y el procedente de países europeos —fundamentalmente Italia, Francia y Gran Bretaña— alcanzaba una cifra similar al mexicano; el resto era alguna que otra película argentina, pocas españolas, etcétera. De los países socialistas, desde luego, ni una.

Ahora bien, el número de estrenos no era expresión exacta de lo que se veía en las salas de cine, porque para ello tendríamos que remitirnos al tema de la cuota de pantalla, es decir, qué representación en tiempo de proyección tenían esos estrenos, cifra que se modificaba drásticamente a partir de esa evaluación: ya el cine norteamericano no era 50%, sino que oscilaba entre 70% y 75% de tiempo real en pantalla; el mexicano, casi 30%, y el resto de la

* Panel de debate realizado en el Centro Cultural Cinematográfico ICAIC, el 25 de noviembre de 2010.

cinematografía apenas se reflejaba en porcentajes. Esto tenía una significación en el gusto y los intereses del receptor del audiovisual.

Cuando triunfa la Revolución y se crea el ICAIC, este define en su política de objetivos fundamentales dos grandes líneas. La primera, crear una cinematografía nacional; y la segunda, relacionada con el consumo audiovisual, pretendía generar un contexto que facilitara la transformación del espectador para que sus intereses y gustos se crecieran desde una óptica más hacia la cultura que hacia lo comercial. Este fenómeno es complejo, se desarrolla a partir de los años 60 y tiene muchas aristas de trabajo. No solo se trataba de transformar la programación, cosa que empezó a hacerse —disminuyó la presencia del cine norteamericano y el mexicano y empezaron a llegar los clásicos del cine socialista, se dio prioridad al cine latinoamericano, se diversificó la presencia de películas europeas y asiáticas, y, desde luego, se hicieron las primeras obras del cine cubano. Esto no hubiera sido suficiente si no se hubieran modificado las condiciones materiales de la red de exhibición en el país.

¿Qué cines se heredaron de la etapa de los 50? Había una red de aproximadamente quinientos cines; muchos de ellos tenían pésimas condiciones materiales y técnicas. Se construyeron cines en muchos lugares donde no había, se pusieron en funcionamiento otros que estaban cerrados y se crearon los cines móviles.

Por otra parte, empezaba a operarse un cambio trascendental desde el punto de vista cultural y educacional: la alfabetización.

Además, surgieron la Cinemateca de Cuba y los programas de televisión dedicados a provocar en el espectador una forma distinta de leer cine.

Con ese antecedente, aparecen luego otros fenómenos que contradicen lo que se empezaba a alcanzar por estas vías, como la televisión y el video. Por el modo en que este irrumpe en nuestra realidad, contribuye al consumo informal del audiovisual.

Cecilia Linares.

Para entender este fenómeno hay que partir de los acelerados procesos que están ocurriendo a nivel tecnológico y el impacto que ello está teniendo en los sistemas de producción, circulación y consumo de cultura, y particularmente la que viene en ese formato industrializado. Tal desarrollo ha permitido crear un espacio comunicacional muy fluido en el cual se potencian intercambios que ya no son tan controlables como antes, en el que intervienen muchos actores, apoyados por todo un sistema multimedia, cada día más flexible, más pequeño, más manuable, que carga más información, con mayores posibilidades de convergencia. Ello va creando nuevos canales de producción, circulación y consumo. Los soportes relacionados con el consumo son cada día más diversos; se habla de memorias, computadora, discos duros, iPod, televisores con acoples a Internet, es decir, una novedad tecnológica que permite al receptor una serie de potencialidades que antes no tenía con los medios de comunicación tradicionales, y que lo conduce a convertirse en productor de su propia parrilla de gustos. Ya no es el mismo espectador que estaba en el cine, un santuario oscuro donde era necesario una concentración determinada; ahora puedes hacer uso del video, del DVD, o de las nuevas tecnologías en tu propia casa, compartiendo con el timbre del teléfono, la semioscuridad, los comentarios de la familia. Es un proceso, que convierte la figura del espectador en algo así como de polipantalla y polimultimedios; es decir, es un espectador que empieza a acudir lo mismo al cine, que al video, al DVD o a las distintas tecnologías que pueden estarle ofreciendo esas posibilidades de consumo, pero que, además, le permiten convertirse en su propio productor, y divulgar su trabajo. Esto propicia una mayor flexibilidad de intercambio que rompe los circuitos institucionales.

Este proceso está ocurriendo en un momento en que se potencian extraordinariamente las industrias culturales, de contenido, empiezan a generarse productos increíbles, que no solo son películas o videos, sino también contenido para la web, para los celulares. Ello tiene lugar dentro de una política de carácter global que se caracteriza por una concentración extraordinaria de los mercados, donde un grupito de empresas acapara ese proceso y lacera otros espacios de producción cultural. El resultado es un empobrecimiento de las posibilidades del público. En la lógica fundamental de estas industrias culturales está ganar dinero y, por lo tanto, no están dispuestas a apostar por producciones artísticas que puedan arriesgar esas ganancias. De ahí que sean bastante conservadoras en la estética y manejen de una manera simplificada la diferencia, las distintas formas existentes en el mundo para representar su poética.

Lo anterior está teniendo lugar dentro de una profunda desigualdad, en lo que le llaman «la brecha digital», que no es más que la traducción de todos los procesos de desigualdad social que han acarreado las políticas neoliberales. Se habla de las bondades de Internet, de las nuevas tecnologías, pero el grupo que realmente tiene la posibilidad de acceder a ellas es reducido. El público más de masas no tiene contacto con las tecnologías de élite, más relacionadas con la innovación, con las posibilidades de tener información estratégica para la toma de decisiones, sino que se queda en ese producto más comercial que producen estas transnacionales.

Irina Pacheco:

El antropólogo Michael de Certeau decía que el consumo tiene sus productores desconocidos y sus inventores silenciosos. En ese sentido, podemos ver la recomposición que hay del valor de uso; hay un retorno al valor de uso del tiempo de las personas, de los saberes sociales, del cuerpo, y de las diferentes formas de asociarse y de relacionarse.

El consumo audiovisual informal o alternativo es una emergencia cultural, que se ha convertido en una de las claves identitarias del universo mediático contemporáneo, donde el cuestionamiento de la legitimidad televisiva atraviesa un horizonte cada vez más contradictorio. Los análisis sobre lo alternativo son a veces ambiguos y denotan posiciones extremas: unos están a favor; otros, lo satanizan y se aterrorizan, solo con pensar en su existencia. Es imposible agrupar bajo un molde rígido y esquemático la pluralidad de posiciones existentes en la actualidad en los acercamientos al impacto del consumo alternativo o informal.

La teoría crítica de orientación marxista pretende dar respuesta a interrogantes como: ¿Posee o no el consumo alternativo alguna transformación en su interior? De ser así, ¿qué transformaciones sociales genera esta novedosa variante de producir, promocionar y compartir saberes? ¿Qué nuevos imaginarios simbólicos se construyen en los sujetos? Las respuestas apuntan a que lo alternativo reproduce no solo el imaginario individual y colectivo, sino también sus paradigmas de movilidad desde las lógicas del mercado y a través de los dispositivos de poder de las estructuras de expansión de la globalización neoliberal.

Una de las posiciones ante esta nueva mediación cultural y su impacto social es la crítica pesimista que imposibilita la conformación de una propuesta teórica y práctica. Por otra parte, dicha corriente se basa en el razonamiento de carácter reflexivo e interpretativo, con poca investigación empírica.

En el campo de la propuesta de corte instrumental y tecnocrático, se tiende a analizar lo alternativo desde las ventajas o desventajas y las aplicaciones que los sujetos le dan desde el uso de los distintos soportes, como los USB, MP3, CD, DVD, entre otros y las encrucijadas en que se encuentra la propuesta audiovisual formal, cada vez más amenazada.

Los estudios culturales brindan un enfoque más integrador, pues buscan un equilibrio entre las posiciones teóricas y las investigaciones de corte empírico. Aquí podemos apreciar el consumo alternativo como una nueva expresión de la sociedad, un nuevo estilo de vida cotidiana, una nueva mediación cultural que atraviesa por las marcas identitarias contextuales.

Otra problemática de dicho consumo es la velocidad con que se expande en los corrimientos del imaginario social actual, la descentralidad con que opera, pues es desde las prácticas de la vida cotidiana de los receptores-consumidores que se construyen las vías informales de circulación de los productos audiovisuales.

Mario Masvidal:

El consumo informal en Cuba hay que definirlo a partir del formal. Este sería aquel que está controlado por el Estado, por las instituciones. Todo lo que produce el ICAIC y el ICRT sería lo que llamaríamos la producción para un consumo formal, incluidos los pequeños lugares de montaña y de difícil acceso, donde hay un DVD, una casetera, un televisor, y la gente se sienta a ver lo que alguien tiene, que se lo dio una de estas instituciones; o el cine móvil en su momento. Entonces quedaría como informal toda práctica de consumo audiovisual en un sentido amplio, que se mueve fundamentalmente en tres pantallas: la del televisor, la de la computadora y la del teléfono.

En Cuba hay que marcar el consumo informal como el alternativo respecto al oficial, porque en el país no hay instituciones privadas o corporativas de medios. Sin embargo, una variante informal de consumo sería aquella que roba la señal del satélite, de un cable del cual se saca otro cable. Eso también es consumo informal de una fuente formal en otro lugar, y

excluida en este contexto. En países de práctica capitalista lo más formal no es ni siquiera la producción del Estado, sino la privada; pero en Cuba esa producción, que no tiene acceso legal, llega de manera ilegal por estas vías.

Tal consumo informal en la Isla se mueve con muchos intereses. Está quien, de manera informal, consume la producción formal; es decir, gente que se adelanta a la telenovela brasileña que se está transmitiendo y ya la vio. Es una voluntad de estar al día, de ver aquellas series norteamericanas que se están poniendo en televisión, pero no solo se adelantan sino que ven los capítulos censurados en todos los sentidos: político, ideológico, formal, etcétera.

También hay intereses de grupos, de sectores, que quieren ver algo que no corre por los canales oficiales —ni aquí ni en ninguna parte—, como video-arte; por ejemplo, toda la producción de los nuevos realizadores yo la he visto de manera informal. Recientemente se ha puesto una selección de eso en televisión, pero no ha sido la norma en Cuba ver la producción de los nuevos realizadores en los medios, al menos en televisión. El ICAIC sí la ha expuesto en algunos cines, pero muchos la consumen de manera informal. Hay quien busca hasta pornografía de ese modo; y en ese campo hay de todo. Se puede encontrar desde el videíto casero malo hasta obras de arte como el *hentai*, el animado japonés que califica como porno pero que podríamos discutirlo mucho. Y se mueven de una forma increíble. De una iglesia en Cuba me hicieron llegar dos joyas de la pornografía mundial: *Garganta profunda*, que ya casi participa de la historia del cine, y una maravilla muda de Francia, que incluso tiene hasta comentarios semióticos: «miren el uso de la cámara, fíjense en este plano», así que va más allá de la misma pornografía.

Habría que incluir en el consumo informal toda la producción doméstica: fiestas de quince, cumpleaños, bodas, que van desde la aburrida cámara que nos muestra en un gran plano secuencia gente que no conocemos, sin ningún arte, ni intención profesional; hasta la construcción de relatos de la boda de alguien. Hay una pluralidad de manifestaciones de lo que se ve en ese consumo informal en Cuba y que están matizadas por lo mismo que en el resto del mundo y, además, por nuestras condiciones particulares.

Yo trabajo en un programa de televisión, *X Distante*, que existe gracias al consumo informal. La emisión salió al aire por la presión que ya tenía el consumo informal. Entonces los directores, Ermitis Blanco y Abel Álvarez, dijeron: «Hay mucha gente que quiere verlo, eso va a tener tremendo público». Actualmente el programa se nutre de lo que la gente le lleva, que baja y roba de Internet, de la antena. En este caso es al revés, el consumo informal produce el consumo formal.

Yo estoy de acuerdo con Cecilia cuando dice que hay una especie de brecha digital, que caracteriza al primer mundo, pero también al resto de los países. En Latinoamérica, por ejemplo, en Venezuela y en México, cualquiera con un telefonito —podrás no tener comida, pero teléfono celular tienes— filma cualquier cosa y después te lo pasan, y la gente lo consume de esa manera. Ya hay hasta festivales. En México hay uno sobre el documental no formal o no oficial, *Contra el silencio todas las voces*, en el que Cuba ha participado; no tiene un carácter competitivo, ni selectivo. La gente manda todo lo que no haya sido exhibido ni producido por entidades privadas o estatales, y de ese modo circula. El consumo y la producción informal en Latinoamérica van adquiriendo cada vez más importancia, fuerza social y política.

Hay una dinámica interesantísima que va democratizando y revolucionando, transformando nuestra percepción de los medios, sobre cómo funcionan, y que en Cuba tiene, por supuesto, sus características.

Rafael Hernández:

Tanto el consumo formal como el informal, aun asumiendo que hay ciertas líneas, condicionan la formación del gusto, de valores, de actitudes. En el caso del mercado formal, responde a intereses relacionados con las políticas, tanto de las instituciones que difunden, sean privadas o sean estatales, como de las que lo distribuyen o de las que los controlan; en el caso del informal esto resulta más difícil de determinar, pero es posible advertir que hay ciertas programaciones, contenidos, formas, que tienden a prevalecer y que pudieran ser aquellas que no tienen la mayor calidad artística o de formación del gusto. ¿Qué impresión tienen ustedes acerca de esto en particular?

Benigno Iglesias:

Se está produciendo en la actualidad un fenómeno que representa una ruptura de esa práctica, de ese hábito de consumir un audiovisual para convertirse en algo informal, y

que entronca con el tema de la influencia, sobre todo en la modificación de los gustos e intereses del espectador. Por ejemplo, la actual programación del cine Infanta está compuesta por una selección de películas, documentales, series, etc., que ha venido rompiendo con esos esquemas tradicionales de ver cine en cines, en salas de video. Esta opción no ha sido del todo eficiente debido a la promoción, a la divulgación, componente fundamental para marcar la eficacia de la exhibición del audiovisual por la vía formal y por la informal.

Se programó en La Rampa un ciclo que se llamaba «Marzo. Cine con nombre de mujeres», con materiales bastante informales, y lamentablemente no tuvo gran alcance. Dos meses después, el ciclo relacionado con el erotismo y su influencia en la vida cotidiana del ser humano tuvo más éxito, porque mencionar erotismo ya era suficiente para motivar a una mayor cantidad de público.

Masvidal también mencionaba el tema de querer ser el primero. Ese fenómeno no es nuevo, se manifiesta desde hace mucho tiempo en el consumo formal. Hubo una época en que tuvimos ciento diez millones de espectadores en Cuba. Entonces había gente que se mataba en cualquiera de los cines de estreno para ser el primero en ver la película, cuando esta permanecería en cartelera durante seis o siete semanas.

Cecilia Linares:

La influencia que tiene la cultura audiovisual en la formación de valores, en las representaciones sociales, en la imagen que uno tiene de la realidad, es indiscutible. Con la aparición del cine primero, luego la televisión —eso si nos saltamos la radio—, y después la avalancha de las nuevas tecnologías, puede decirse que estos medios han colonizado el tiempo libre de la gente. En Cuba, 98% de los espectadores dedica su tiempo al consumo televisivo, en una vida que se repliega fundamentalmente a la casa y tiene muy poca participación en las instituciones públicas de cultura. El cine de sala, que en un momento determinado fue una de las actividades más importantes del tiempo libre, hace años que ha experimentado una disminución considerable entre los espectadores. Esto no quiere decir que no vean películas; posiblemente vean más que antes, cuando tenían que esperar a la semana de estreno. Si uno se pone a pensar, ¿qué posibilidades tienes de enfrentarte al mundo que está distante de ti si no es a través de los medios? Por lo tanto, estos ejercen una incidencia grande en la conformación de los imaginarios, de las representaciones sociales, de las identidades, de la representación de las diferencias.

Nunca debería verse esa relación medio-espectador, y la conformación de esos patrones de una manera simplista. Siempre el receptor, el público, es un productor de sentido, de cultura, que está interpretando, negociando con los contenidos. Estos son patrones que se van formando poco a poco en esa misma interacción que tiene el público con los distintos medios, con el aprendizaje que él mismo va haciendo de esos códigos, de ese lenguaje. El resultado es la conformación de un tipo de espectador, con determinados gustos, preferencias, que también están cruzadas por factores como edad, género, trayectoria laboral, profesional, historia cultural.

Con respecto a la brecha, cuando me refiero a ella no lo hago solo yo. Es, indiscutiblemente, una de las características que tienen estos nuevos espacios comunicativos: la posibilidad de la democratización. El mercado siempre tiene que ganar más, el proceso de medios es acelerado y cada día más gente entra en el mercado, pero siempre va a haber quien se queda afuera. Yo les voy a dar un dato relacionado con la tenencia de equipos y el acceso a las computadoras en Cuba: 4% de la población tiene esa posibilidad. Cuando hablamos de estos temas nos ubicamos en la ciudad de La Habana o en determinados sectores, pero en una zona rural la situación es diferente, por lo tanto la democratización camina, pero de todas formas la brecha se mantiene.

Hay una brecha digital en el sentido de la edad. Los muchachos más jóvenes, los niños, con pocas estructuras de estos procesos interactivos a su alrededor, buscan alternativas, se meten en los cineclubes, y tienen más facilidad para adquirir una habilidad nueva. Por primera vez el adulto le tiene que preguntar al hijo si lo está haciendo bien y le pide ayuda. Son procesos realmente complejos, que se mueven en polos contradictorios. Una de sus características es que empiezan a difuminarse las fronteras; es difícil ver un medio interactivo y uno tradicional, porque de hecho se acoplan, convergen; es difícil hablar de los espacios formales y de los informales.

Rafael Hernández: Irina, ¿cómo el consumo audiovisual informal influye en la formación de gustos, valores, etcétera?

Irina Pacheco: Yo quería apuntar que la proliferación del consumo alternativo reconfigura los códigos identitarios de la construcción del sentido de la ciudadanía. Al mismo tiempo, observamos la conformación de una ciudadanía global. Con la globalización neoliberal el modelo de racionalidad sufre fracturas evidentes, apreciables en la pérdida de los valores tradicionales y de las maneras de expresarse el sujeto, donde en muchos casos la banalidad y la enajenación cuestionan el imaginario colectivo e individual.

En relación con lo que destacó Cecilia sobre este aspecto, hay que estudiar cómo el receptor-consumidor cada día se resemantiza más, pues no solo es importante lo que ve en la pantalla, sino cómo se ve identificado en función de lo que quiere. En ello intervienen los dispositivos de poder; el que tiene mayores posibilidades, mayores prebendas económicas, puede movilizar y ser además un facilitador de todas estas alternativas. Si analizamos el fenómeno en función de las áreas geográficas, habría que apuntar que no es lo mismo la movilidad de la ciudad, que la que puede existir en las áreas rurales.

También hay que tener en cuenta las edades, los niveles ocupacionales y los contextos. Por ejemplo, según estudios realizados por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT, las mujeres cubanas amas de casa lo que más buscan son las telenovelas y los *shows*.

Mario Masvidal: A mí me preocupa el tratamiento de este tema porque tendemos a satanizar. Damos por sentado que el consumo informal deforma el gusto y la personalidad. Sin embargo, hay programas de la televisión cubana que son horribles y deformantes, y pertenecen al consumo formal.

Ciertamente es inquietante que en Cuba el consumo informal facilite, incentive la práctica de la piratería y ponga en riesgo el derecho y la propiedad intelectual, sobre todo en el audiovisual. Pero ¿cómo la gente no lo va a hacer si la televisión cubana descarga gratis toda la programación norteamericana que cubre casi la mitad de la nuestra? Es verdad que la brasileña y la de otros países se negocia, y con los americanos no hay arreglo; por tanto, como son los malos, lo bajamos, y caemos en el contrasentido de poner en televisión, acriticamente en la mayoría de los casos, mucho material pirateado. En la radio, en *Nocturno*, hay un día en la semana que es «La noche de las grabaciones». Te anuncian lo que van a poner y no hay interrupciones para que tú lo grabes. En ese caso, los trabajadores de la radio no se benefician económicamente, pero tampoco el autor de la canción. Muchas de las prácticas del consumo informal me parecen mal pero me preocuparía satanizarlas, porque, según la experiencia, cuando algo se sataniza se bota el niño, la palangana, el agua, y no hay agua nunca más. Es cierto que deforma, pero también forma. Su valor radica en que la gente tiene una libertad de intercambio, y además potencia nuevas formas de socialización. Yo preferiría mantener como valor el hecho de que las nuevas tecnologías y su inclusión entre nosotros permiten una forma de socialización obligada por la misma marcha de la tecnología y que nos va a cambiar en alguna medida.

En relación con el criterio de Cecilia, considero que la brecha existe, pero cada vez la noto menos.

Rafael Hernández: Entre el mercado informal, que crea patrones basados en la libertad del mercado, y la prohibición, puede haber puntos intermedios que permitan ejercer una asimilación crítica, no solo sobre la base de lo que no se hace, sino de lo que se podría hacer. En relación con lo que circula por el mercado informal, la probabilidad de que alguien aparezca haciendo una crítica de *Sábado gigante* en el periódico es muy baja, porque se supone que nadie lo ha visto, mientras que se reproducen algunos programas de televisión que lo imitan, lo cual es mucho peor. Quizás el asunto sea no plantearse en términos puramente dicotómicos. Una cosa es la posibilidad de elegir lo que uno quiere ver y otra es la de desarrollar una conciencia crítica. Esas formas alternativas a los males del consumo audiovisual formal, y a los del informal —sin satanizar ni sacralizar a ninguno de los dos—, de abordar el desarrollo de una conciencia y una cultura crítica en el ciudadano, en el consumo de ambos tipos de producto, ¿cómo podría hacerse aquí y ahora? Esa sería mi tercera pregunta, para que el panel responda después de que el público haga sus intervenciones.

Rolando Rogés: Siguiendo la tónica del planteamiento, mi pregunta es: ¿cómo se forma el ser humano, formal o informalmente? Yo siempre he pensado que el hombre moderno gira entre dos novelas, *1984* de George Orwell, por un lado, y *Un mundo feliz*, de Aldous Huxley, por otro. Si yo voy a formar al ser humano de un modo formal, lo estoy sesgando. La televisión y el medio de comunicación masiva como tal es algo que el individuo recibe pasivamente, déselo quien se lo dé y del modo que sea. Puede ser un amigo, una conversación, un libro lo que cambie el giro de una persona, bueno o malo de acuerdo con su criterio y a su proyecto de existencia; por lo tanto, ¿qué es formal y qué es informal?

Hay un punto en donde tengo cierta diferencia con el panel: el problema de los valores. En mi criterio, los valores no se crean; lo que se modifica es la capacidad que tiene la persona para aprehenderlos.

Pienso que el ser humano es un campo lúdico, donde se crean relaciones que pueden ser funcionales o relacionales; mientras más relacionales sean esos campos de juego más valor tienen; claro, tiene un norte, que es la formación, en la que entra la familia, el medio.

Arnaldo Coro: En 1895, la imagen se pudo poner en movimiento; en 1920, surgió la radio; en 1929, se le puso audio al cine, y así sucesivamente. La televisión despega después de la Segunda guerra mundial; y comenzó a verse en colores en el año 58, más o menos. Y ninguna de esas formas ha desaparecido; todas tienen una prevalencia y siguen modulando a las nuevas.

Yo voy a mencionar muy brevemente al aparato Mp3, un fenómeno muy interesante que hay que seguir de cerca, y que tiene que ver con lo que decía Masvidal sobre los derechos de autor. En este caso, estos se afectan, porque se distribuye en una forma masiva la producción de audio.

Finalmente, hay algo muy importante desde el punto de vista académico: las investigaciones hay que hacerlas y luego publicarlas. No se deberían hacer investigaciones de complacencia.

Yasmín Portales: Masvidal mencionaba el ejercicio de la censura en la televisión cubana y su relación problemática con la circulación informal de productos audiovisuales. Efectivamente, no solo gran parte de la parrilla de la televisión cubana es descargada violando los derechos de autor de los canales norteamericanos, sino que después es censurada de manera más o menos sutil de acuerdo con los criterios de personas anónimas en el Instituto Cubano de Radio y Televisión. Mientras tanto, muchas de esas series están circulando de manera informal por los circuitos limitados, como señalaba Cecilia, pero reales, que impactan en la percepción de un grupo significativo de personas, y que implican a la larga la pérdida de credibilidad de los medios oficiales de emisión de conocimiento. La televisión no solo transmite series de ficción, sino también información. Por ejemplo, a mí me golpeó cuando empezaron a transmitir *Crosswood*, porque es una serie de ciencia ficción con un importante valor en términos de normalización de la diversidad sexual, pero desde el primer capítulo fue abiertamente censurada. La serie está circulando de manera informal desde hace más de un año y un montón de gente se dio cuenta; entonces la televisión cubana queda mal. Cuando se tenía el monopolio de la información ocurría, y todos nos dábamos o no cuenta de que las cosas faltaban y seguíamos adelante, pero ahora hay otras opciones, de modo que se están perdiendo espacios.

Alea Beón: Tengo tres preguntas para el panel. La primera es ¿qué ustedes creen acerca del papel de la legalidad en todo esto? Teniendo en cuenta lo que decía un panelista acerca de que lo formal es lo que producen el ICRT y el ICAIC. Se ha demostrado que hay cosas producidas por este último que han circulado de modo informal y se han podido piratear a través de esa vía.

Lo segundo es ¿qué creen acerca de que en Cuba un banco de películas o de música pirata realmente responde a los gustos de la banalidad cultural del cubano? No modifican la cultura del cubano; es este quien facilita el espacio para que eso exista, porque lo necesita.

Y por último ¿por qué ustedes creen que, si en otros países hay más tecnología informal, de todo tipo, haya una industria de cine que permita que las salas se llenen, y aquí en Cuba, donde hay menos tecnología supuestamente, estén vacías?

Fidel Alejandro Rodríguez:

Nosotros debíamos intentar, en espacios como estos, avanzar hacia diseños de políticas públicas alrededor de la comunicación y la cultura. Eso no lo podemos hacer si seguimos discutiendo la cultura, o digamos, este problema del audiovisual, desde lo que se hace o desde lo que se nos enseña de manera formal, en la escuela. Toda nuestra visualidad está construida desde instituciones del arte, como el ICAIC. ¿Cuándo vamos a empezar a legitimar, y a construir entre todos, que la visualidad del hombre común y los intereses y herramientas que necesita para describir su mundo y formarlo son quizás las esenciales para poder enfrentarnos a un proyecto de mundo que va justamente en contra de eso? Eso está sucediendo, de alguna manera, en Internet, y sucede en pequeños grupos en Cuba. Debemos buscar, adoptar y propiciar estrategias de comunicación popular, sobre todo para poder leer procesos que llevan a momentos realmente negativos.

A mí me llamó la atención cómo compañeros míos podían permanecer doce y quince horas siguiendo una serie. Hay algo que leer ahí, un proceso que nos va tomando y va formando una manera también nueva y distinta de ver el mundo, y no es precisamente la que queremos. No la podemos construir desde los espacios que ya tenemos, porque estaríamos también imponiendo nuestras miradas. Hay que propiciar herramientas para construir eso desde la gente.

En la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana ha habido algunas experiencias al respecto. Recientemente se hizo una de metodologías para aprehender el audiovisual desde lo que la gente comparte e intercambia a través de las memorias flash, desde las metodologías de la educación popular.

Rafael Hernández:

Quisiera, ya que le voy a devolver la palabra al panel, añadir otras preguntas relacionadas con algunas de las cosas dichas.

¿Lo que se puede bajar o sustraer ilegalmente del mercado es lo que sale los sábados por la noche en la televisión? ¿No hay en los canales de cable, si se trata de la «piratería ejercida institucionalmente», nada mejor que eso? ¿No hay canales de cable de películas de arte y de otras que no lo sean y que tengan calidad artística; o lo que está disponible es «lo que la gente quiere ver»? ¿El público disfruta lo que ponen una y otra vez; o se repite porque a la gente le gustó?

¿Se trata de que el mercado es el espacio para el ejercicio de la libertad y la voluntad de elección, de que el sujeto se mueve no solamente frente a los objetos del consumo audiovisual sino frente a todo tipo de objeto del mercado, observa las cosas y elige libremente lo que está puesto ahí? Naturalmente que quien se mueve dentro de ese espacio está convencido de que está ejerciendo la libertad, así como otros lo están de que no tienen libertad. ¿Se trata de que ambos están desarrollando formas diferentes de percibir la libertad de elección cuando hay que elegir entre diecisiete marcas de desodorante? ¿Cuáles son los mecanismos que están instalados en las relaciones sociales, en la cultura, en la conciencia de las personas, en el mundo que condicionan esa «libre elección»?

Cuando estamos pensando en formas alternativas de desarrollar un ciudadano más culto y capaz de poder tener delante un montón de cosas y elegir la mejor de todas, ¿cómo desarrollar políticas públicas que lo favorezcan? ¿Cómo desarrollar políticas que no encapsulen en un solo patrón la heterogeneidad social? ¿Cómo poder disponer de películas de horror, eróticas, de guerra, de acción, de aventura, infantiles, que nos enriquezcan espiritualmente?

Benigno Iglesias:

Aquí se mencionó un fenómeno interesante, el de los bancos de video y sus preferencias. Yo recordaba el papel que desempeña la televisión precisamente en ese fenómeno que estamos analizando, porque su potencialidad en relación con la influencia sobre este fenómeno es incomparablemente superior a la de cualquier otro medio. En los cinco canales nacionales se exhiben anualmente, en los espacios regulares, más de tres mil películas. Nosotros estamos estrenando en los cines, ahora que estamos recuperando la programación, aproximadamente unas ciento ochenta o doscientas películas al año. Uno en su casa puede ver todos los días tranquilamente diez películas diarias. Ese es un fenómeno tremendo, que empieza a generar preguntas sobre cómo es posible diseñar una programación de cine en televisión a partir de patrones muy selectivos y cuidadosos sobre la base de esa cantidad tan enorme de películas.

Otro fenómeno complicadísimo es «la película del sábado» que, según las cifras del área de investigaciones del ICRT, es un programa que ven millones de personas, semana tras semana. Ese espacio, que tiene un alcance tan demoledor, va marcando determinadas tendencias en las preferencias del público que son evidentes.

La piratería en Cuba es un hecho generalizado. A nosotros, en el ICAIC, nos piratean las películas cubanas, se estrenan un día determinado y ese mismo día ya está en muchos bancos de video privados. Ahora cuando estrenemos una película masivamente, la pondremos en todas las videotecas estatales para que la gente la pueda alquilar y verla en su casa.

Otro punto interesante es nuestro intento de sistematizar esas películas en cines de programación especial, como el Multicine Infanta, La Rampa, etc., y también en las videotecas. Sin embargo, no todas las piratean; las que se filtran son las más comerciales. Ese es un reflejo de una realidad también importante que considerar en relación con el impacto sobre el espectador.

Cecilia Linares:

Es cierto que el mercado dice: «Yo doy libertad de elección, a fin de cuentas la cultura es una mercancía más, el usuario tiene la libertad de seleccionar». Pero eso es una falacia y esa es una de las estrategias fundamentales de las empresas norteamericanas. Ellos, de manera sistemática, usan una serie de estrategias para eliminar cualquier tipo de competencia; por lo tanto, no es cierto que haya un mercado libre, enriquecido, con muchas posibilidades. En el tema del consumo no puede haber política, toda la responsabilidad se la pasan al usuario, que debe saber lo que quiere. Tienen un desarrollo enorme de procesos de investigación; procedimientos para seguir al público, acaparar los mercados, y hasta los circuitos. Ese es uno de los problemas del cine norteamericano; produce pero no tiene espacios para exhibirse. Casi no se conocen las películas que los argentinos producen, las que producen en Brasil, incluso las que tienen éxito. Este es uno de los problemas que están discutiéndose en relación con las políticas. Los estados se concentraron más en el tema de cultura clásica, o sea, garantizar y financiar el arte, la literatura, y se ocuparon menos de las cuestiones vinculadas con el formato industrial, que se desarrollan entonces a través de las empresas transnacionales.

El caso de Cuba es muy especial, porque desde el principio el ICAIC asume una política que tiene como uno de sus principios la necesidad de crear un cine nacional, de desarrollar el gusto del público. Pero no es únicamente el ICAIC el actor formador de ese público. Hay una política de formación que tiene que estar articulada con todos los actores, y tiene que tener una responsabilidad: darle la posibilidad y la competencia necesaria al espectador para que sea capaz de valorar otras formas audiovisuales, otras creaciones, incluso, en su propio medio. Un actor importante en esto es la escuela, que ha estado bastante ausente de los procesos de formación artística y cultural. ¿Qué modelo de aprendizaje tendría que tener la escuela como un actor fundamental para poder enseñar las competencias suficientes para poder seleccionar? En ella no se enseña nada sobre el lenguaje audiovisual. Si tiene un papel tan importante en la formación de los valores y las representaciones del mundo ¿por qué la escuela no introduce un programa audiovisual que enseñe qué es el lenguaje audiovisual como cualquier otra materia?

No se trata de prohibir, sino de la necesidad de un diseño público de políticas, que será más ideal mientras más gente participe en él. El objetivo sería descubrir cuáles son las capacidades necesarias en que habría que formarnos para enfrentar ese nuevo ecosistema comunicativo que nos va a llegar y ya nos está llegando.

Irina Pacheco:

Uno de los elementos fundamentales referidos aquí es la banalidad. Esto hay que analizarlo desde las paradojas, pues si bien esta es una respuesta al ocio y su retórica, donde determinados individuos hacen del entretenimiento prácticas enajenantes, otros sujetos tienen una postura verdaderamente movilizadora y activa a la hora de poder seleccionar. Entonces se produciría un aprendizaje crítico a través del cual las personas crecerían espiritualmente.

Parafraseando a Jesús Martín Barbero, el consumo no es una reproducción de fuerza, sino una reposición donde el sujeto construye y reconstruye sentidos. El consumo, además, lo tenemos que ver desde esa filosofía y mediante esas prácticas culturales; es una mediación que no va desde el valor de cambio sino desde el de uso; es decir, esa apropiación que tienen los sujetos precisamente desde sus vivencias, experiencias y roles permeados por la subjetividad

de cada individuo, pues este último reconfigura sus posiciones desde la interacción y transformación de la realidad circundante.

Se hablaba de la televisión como uno de los dispositivos de moldeamiento de gustos y de preferencias. ¿Qué producción, en este caso, tiene la televisión? Gerardo Calderín en su libro *La radio y la televisión cubanas en sintonías con sus públicos*, anunció deficiencias que aún persisten en el escenario televisivo; por ejemplo, una alteración de la oferta, una constante violación de los horarios, de la programación de la parrilla, lo que aumenta el desequilibrio entre los programas de carácter informativo y de entretenimiento, e incrementa considerablemente la reposición de programas.

De ahí que nos urja visitar las producciones televisivas que se están realizando, así como el deber de los investigadores, realizadores, directores, asesores, guionistas de desempeñar un papel primordial dentro de esas dinámicas y en las políticas culturales institucionales que se llevan a cabo.

En la Cuba actual, la polémica identitaria sobre el consumo alternativo no debe centrarse en una campaña contra el fenómeno, que al parecer llegó para quedarse, sino en buscar las estrategias comunicativas que permitan la construcción de sentidos, de experiencias enriquecedoras y de saberes. En ese orden, la familia y la escuela desempeñan un papel primordial a la hora de educar las maneras de seleccionar lo que es provechoso para los individuos, o sea, las capacidades de discernir entre lo banal y lo productivo. Las dinámicas del consumo informal deben someterse a debates y contrapunteos a través de los espacios de discusión para la población, quizás desde el escenario de la comunidad y sus variantes de interacción entre los receptores-consumidores, sin olvidar la capacidad de estos para resemantizar su mundo simbólico y, por tanto, sus posibilidades para resistirse a las imposiciones de códigos o juicios de valor.

Mario Masvidal:

Seguimos viendo los medios, la producción mediática en Cuba, aceptando acriticamente que tiene que ser unidireccional, con poca retroalimentación. Los estudios realizados por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT apenas los consultan los directivos de muchas instituciones. Históricamente es esa la lucha de los teóricos, los críticos, etc., contra la televisión. La televisión y los medios cubanos —el cine en menor medida— siguen una política establecida por el Estado y el Partido. A mí me parece muy bien, pero ya es tiempo de tener en cuenta al público que no es ni tan inerte ni tan inerte, ni tan manipulable, como nos hacen creer. Nadie, desde ningún buró, puede decidir, incluso con la mejor de las intenciones, qué debo ver y qué no.

Yo no voy a pelearme más con la televisión ni con el ICAIC. Vamos a buscar otras vías diferentes a las televisoras provinciales, los telecentros, que resultan reproducciones del ICRT a nivel territorial, y repiten el mismo mensaje. Pudiéramos tener radios y televisoras comunitarias. En América Latina hay una tradición muy larga al respecto. Solo en Venezuela hay 244 radios comunitarias, y unas cuantas televisoras, porque se abaratan los costos; la tecnología está llegando y esa brecha se hace más pequeña. Entonces en algún municipio o alguna región se elegirían cada cierto tiempo personas para decidir la política informativa. Eso va a buscar fortalecer la sociedad civil. La ANAP, la Asociación de Artesanos, el Sindicato, se activarán en función de los medios. Así la gente aprenderá a participar. Ese es un posible camino.

Ya hay comunidades virtuales de muchachos que están asociados en el país por los *mangas* y los *anime*. Una de esas comunidades llamada Konoha no Fansub posee cerca de seiscientos miembros en todo el país; se reúnen, se comunican por Internet, o intranet, y tienen la organización que no alcanzan muchas instituciones: efectiva, voluntaria, participativa. Quizás no tienen nada que ver con su vecino de al lado, pero están conectados con otros de diferentes provincias, y se reúnen una vez al año, por ejemplo, en Las Tunas, con una eficiencia tremenda; es decir, la tecnología no hay quien la pare. Debamos hacer uso de ella en función de la democratización, de la participación.

Benigno Iglesias:

Voy a agregar algo relacionado con el tema de buscar una alternativa que no se concentre forzosamente en las instituciones responsables de la circulación del audiovisual por las vías formales, y en alguna medida en su vínculo con la informalidad también. En el caso concreto del cine, tenemos un serio contratiempo derivado de la falta de recursos. Por ejemplo, en estos momentos existen aproximadamente unas cuatrocientas salas de video en todo el país,

muchas de ellas ubicadas en lugares donde no hay cines, y ni siquiera tienen equipos de DVD, aún trabajan con caseteras VHS. Eso los pone en una situación bastante desfavorable en relación con el manejo de opciones. Estamos auspiciando un acuerdo, en línea con lo que mencionaba Masvidal, con el programador de la sala de video de cada municipio, quien tendrá la opción de manejar la programación que se brinde en ese lugar. Ellos conocen el público al cual se dirigen, así como sus intereses.

La institución no se puede desvincular, ni ser indiferente en relación con una forma de interactuar, con esa decisión que se está trasladando al nivel de la comunidad para manejar este aspecto, pero es una línea que hay que tratar de impulsar, y que enfrenta, lamentablemente, la seria restricción de no contar con los medios para poderla aplicar como se debe.

Rafael Hernández: Otra persona del público pidió la palabra.

Marta Angulo: Mi pregunta es: ¿qué ha pasado con las políticas que se han seguido durante cincuenta años? ¿No han surtido efecto en el público? ¿Entonces cuál es la política que se tiene que seguir en lo adelante?

Rafael Hernández: Quisiera llamar la atención sobre dos cuestiones. Primero, es curioso que al discutir sobre el consumo audiovisual informal le hayamos dedicado un tiempo probablemente mayor al formal. Aun cuando no se puede hablar de uno sin el otro, el hecho de que los problemas que se hayan planteado tengan que ver básicamente con lo que se divulga institucionalmente en el país, se vincula con la preocupación de la mayor parte de los que están sentados aquí, incluido el panel, por la esfera pública.

Tendemos a hacer esta dicotomía que criticaba Masvidal, entre lo estatal oficial y lo privado, como si no hubiera nada en el medio. Podría decirse que el dilema de la comunicación social, de los medios, sea precisamente el pensar que la realidad, las opciones posibles están en esas dos y más ninguna. Me pregunto si en el sector público las publicaciones de una institución establecida tienen que ser el reflejo del punto de vista del gobierno o del punto de vista incluso de la propia institución. De hecho, en otros países que no son socialistas, existe un sector público, productoras audiovisuales públicas, que suelen ser mejores que mucho de lo que se hace en la televisión privada. Lo que hace PBS o la BBC, por ejemplo, es infinitamente mejor que muchos programas de History Channel o de National Geographic; de manera que el asunto tiene que ver con formas de organización, alternativas que no tienen que ser, como mencionaba Masvidal, oficiales o privadas, y que les den espacio a las instituciones existentes, a las mismas que están ahí. Existen escuelas en países con recursos para tener estaciones de televisión propias, con canales de alcance local, que tienen estudios televisivos, y son públicas, no privadas. Si el Instituto Superior de Arte tuviera un canal de televisión, ¿sería oficial? No se podría definir como una estación de televisión oficial, y tampoco privada, puesto que es una institución pública.

En buena medida se trata de cuáles son los intersticios por los que circula una producción, que es la parte preocupante del consumo audiovisual informal, que no está sometido a la crítica y ante el cual habría que decir: «Todo esto lo puedes ver, pero realmente no sirve. ¿Por qué no? Porque es malo». Tenemos que empezar por dirigirnos al problema e identificarlo. Este panel lo ha hecho muy bien, con la colaboración entusiasta de ustedes.

Participantes:

Benigno Iglesias. Vicepresidente del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC).

Responsable de la programación cinematográfica.

Cecilia Linares. Investigadora. Instituto Cubano de Investigaciones Culturales Juan Marinello.

Mario Masvidal. Profesor. Facultad de Medios Audiovisuales del Instituto Superior de Arte (FAMCA).

Irina Pacheco. Investigadora. Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (CIS-ICRT)

Rafael Hernández. Politólogo. Director de la revista *Temas*.