



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CEDIC

TÍTULO:

**Una mirada a las tendencias del consumo cinematográfico en el
contexto santiaguero actual.**

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE
MÁSTER EN DESARROLLO CULTURAL COMUNITARIO
MENCIÓN ESTUDIOS CULTURALES DE COMUNIDADES

AUTORA: Lic. Vivian Concepción Martín

SANTIAGO DE CUBA- Marzo- 2013





UNIVERSIDAD DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CEDIC

TÍTULO:

**Una mirada a las tendencias del consumo cinematográfico en el
contexto santiaguero actual.**

**TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE MÁSTER EN DESARROLLO
CULTURAL COMUNITARIO**

MENCIÓN: Estudios Culturales de Comunidades

AUTORA: Lic. Vivian Concepción Martín.

TUTORAS: Dra. Mercedes Cathcart Roca.

Lic. Yaneidys Arencibia Coloma

SANTIAGO DE CUBA - MARZO-2013.

REFLEXIÓN

“A QUIENES VIVIMOS EN ESTA ÉPOCA, EN LA QUE EL CINE YA NO OSTENTA EL LIDERAZGO DEL OCIO Y DEBE COMPETIR FERROZMENTE CON NUEVAS MANERAS DE COMBINAR IMAGEN Y SONIDO, NOS TOCA PENSAR LO NO PENSADO (...) PENSAR AL CINE EN EL REINO DE LA IMAGEN ELECTRÓNICA”.

JUAN ANTONIO GARCÍA BORRERO

DEDICATORIA

DEDICATORIA

- A mis queridos padres, Sucel Martín Lorenzo y Ramón Concepción Hernández, aunque distantes, siempre presentes en mi pensamiento y gratitud.
- A mi segunda madre, Lily Martín Lorenzo, por su preocupación constante en los avatares de mi vida.
- A la memoria de un modelo de ser humano, que hoy sentiría orgullo de este título alcanzado, a mi segundo padre, Reinerio Borjas González.
- A mis hijos Gustavo y Frank Alejandro, lo más importante en mi existencia, por las horas de angustia y desatención.
- A mi esposo Luis Gustavo Ortiz Hernández, el colaborador de siempre, por sus acertados criterios y su presencia permanente en los momentos cruciales.
- A mi familia toda, lo primordial con lo que cuenta el ser humano.
- A Sadia Acosta Brooks, entrañable compañera, quien me introdujo en el mundo de la cultura cinematográfica.
- A la Revolución Cubana, por la persistencia de sus ideales y la confianza en el desarrollo humano.
- A la existencia del Centro Provincial de Cine en Santiago de Cuba y sus instituciones cinematográficas.
- A todos los seguidores del séptimo arte, los de las vías tradicionales y alternativas.

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS:

-A las profesoras, Dra. Mercedes Cathcart Roca y la Lic. Yaneidys Arencibia Coloma por su tiempo, dedicación y atinadas recomendaciones.

-Al colectivo de profesores del Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC), por la agudeza y profundidad de sus conocimientos científicos y la perseverancia en la preparación de los profesionales de la Cultura, en especial a quien comanda este excelente grupo, la Dra. Alicia de la Caridad Martínez Tena.

-A las especialistas del Departamento Técnico de la Maqueta de la Ciudad., en particular a Gisela Mayo Gómez (Chely), Marilyn Peña Pérez, Saily Cristiá, Susana Herrera y a mi querida hermana Ivette Borjas Martín, por su apoyo incondicional.

-A mi sobrino Carlos del Toro Borjas, por su pertinente colaboración.

-A mis compañeros del Centro Provincial de Cine, que de diversas maneras contribuyeron a la materialización de esta investigación, a sus Directivos Alfredo Bárzaga Sánchez, Laudelio Alvarado Fabrè y René Matos, por la deferencia para con esta investigación.

-Al equipo del Departamento de Programas Culturales: Alejandro Salvador, joven historiador de arte que con su sapiencia me alumbró el camino, a Nivia Montoya Martínez (por su lealtad y el cariño que me profesaba), a Betsy Gómez San Juan, Annelis Blanco, Ivette Joa Cala , Katia Torralba Ramos, Ana Gloria Torres Planes y la nueva adquisición Yurima Zapata Bicet.

-A los no menos colaboradores de otros Departamentos: Cristina Venero y a su hermana Grissel Venero, Juan Carlos Duarte, Juan Carlos Morgado, Yeniset Lobaina, Ricardo Zapata Esparraguera, Orlando Zapata Rodríguez (Zapatica), María Caridad Chacón (Administradora del Cine Rialto), Roberto Domínguez y Yamilé Semanat.

-A Alain de la Vega Díaz y Adonis Vargas Blanch, colaboradores permanentes, por su desinteresada contribución, preocupación constante y sugerencias oportunas en los baches institucionales.

-A mis compañeros de la 6ta edición, sosegados y naturales unos, apasionados e irreverentes otros, compañeros, al fin.

-A todos los que de una forma u otra contribuyeron con el desarrollo de esta investigación **!GRACIAS!**

RESUMEN

RESUMEN

En Cuba, el tema del Consumo Cultural no ha sido una prioridad en la agenda de investigaciones de las Ciencias Sociales pero se han realizado algunos acercamientos al análisis de las audiencias, los públicos y la utilización del tiempo libre en diversas regiones de la isla. Investigadores del tema vinculan los estudios sociológicos sobre consumo cultural a las indagaciones y las dinámicas por conocer las características de los destinatarios de los bienes simbólicos y su incidencia en la vida cotidiana.

Como variable del anterior, el análisis del Consumo Cultural Cinematográfico, ha devenido en tema de gran importancia toda vez que ha sido investigado desde la perspectiva capitalina sin tener en cuenta las particularidades territoriales de la isla, por lo que el aporte teórico de la investigación, se orienta hacia dos vertientes fundamentales: la primera, examinar las marcadas limitaciones institucionales que provocan vacíos en el accionar sociocultural de las salas de cine y video en las comunidades santiagueras y en segundo lugar caracterizar al público consumidor de cine mediante variables socio-demográficas clasificatorias que permiten **determinar las principales tendencias de esta práctica sociocultural** en el contexto contemporáneo de la Ciudad de Santiago de Cuba.

En tal sentido, la tesis particulariza en el cómo, la irrupción de las nuevas tecnologías de la información, la proliferación de la piratería del bien cultural cine y la autorización a cuentapropistas para comercializar la obra cinematográfica, elementos articulados con el accionar institucional deficiente, estimulan el consumo alternativo del producto audiovisual, marcando segmentos de diferenciación, de integración y nuevos modos de comunicación que **impersonalizan al espectador**, toda vez que impiden su afluencia a las salas tradicionales, violentan los preceptos, normativas y patrones de consumo establecidos por la red institucional y desvalorizan el producto cinematográfico.

A pesar de lo antes expresado, el estudio demuestra que la baja afluencia de espectadores a las salas de cine y video tradicionales, no significa que haya disminuido el gusto de los santiagueros por el cine, como obra artística mantiene su valor simbólico dentro de las preferencias de la población mayoritaria, pero han cambiado las formas de relacionarse con el mismo, pues, los diversos grupos y segmentos poblacionales, desplazan sus actividades de consumo de los espacios públicos hacia nuevos lugares informales e intimistas.

ÍNDICE

INDICE

Resumen	pág.
Introducción	1-7
<u>CAPÍTULO 1: CONSUMO CULTURAL CINEMATOGRAFICO. EL INSTITUTO CUBANO DEL ARTE E INDUSTRIA CINEMATOGRAFICOS (ICAIC). ESPLENDOR Y DECADENCIA.</u>	8-33
1.1 Aproximación al concepto de Consumo Cultural.	8-15
1.2 Algunos apuntes sobre los estudios de consumo cultural realizados en Cuba.	16-23
1.3 Un aparte al consumo alternativo de productos audiovisuales.	23-26
1.4 Patrones de consumo establecidos por el ICAIC en su devenir histórico. Florecimiento y decadencia.	26-33
<u>CAPÍTULO 2: EL CINE EN SANTIAGO DE CUBA. TENDENCIAS QUE DISMINUYEN LA AFLUENCIA DEL PÚBLICO A LAS SALAS CINEMATOGRAFICAS.</u>	34 -73
2.1 Antecedentes	34-38
2.2 Limitaciones institucionales que propician el consumo cinematográfico a través de vías y espacios alternativos.	38-44
2.3 Principales tendencias y regularidades del consumo de cine en el contexto contemporáneo en la Ciudad de Santiago de Cuba. Caracterización del mercado cinematográfico.	44-73
Conclusiones.	74
Recomendaciones.	76
Bibliografía	
Anexos	

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN:

La Política Cultural Cinematográfica mantiene una tendencia que se ha generalizado a todos los niveles y que responde al desconocimiento de la organización del mercado¹ con quien se interactúa en la prestación del servicio cultural, aun cuando, las estrategias del trabajo van encaminadas a satisfacer y educar el gusto estético del público receptor. La mayoría de las instituciones culturales ignoran las características de los usuarios que frecuentan sus espacios; dígase, cines, salas de video tradicionales y Video clubes Juveniles. Se desconocen las tendencias principales de sus gustos a partir de las variables clasificatorias² del mismo, las que permiten trazar estrategias de trabajo convincentes y prácticas.

A lo anterior se suma, la ausencia de investigaciones que indaguen sobre las razones de los que nunca asisten. Se tienen en cuenta, al decir de García Canclini (1984), varias suposiciones sobre las causas de la apatía a los espectáculos artísticos, pero estas hipótesis buscan la explicación en distintos responsables: el público, las propuestas institucionales, la gestión cultural, la política cultural establecida, la crisis económica, entre otras teorías.

En tal sentido, los pronósticos sobre la desaparición paulatina del cine, (salas) como espacio tradicional para el consumo de la obra audiovisual, se hacen realidad en la época contemporánea. Primero a manos de la televisión y luego del video y otras tecnologías, las instituciones corren el riesgo de pasar a la historia de los grandes protagonistas de la cultura local en tanto el público ve más películas que nunca al margen de su calidad artístico-conceptual. Se multiplicaron las pantallas de exhibición y son otras las formas de relacionarse con el hecho filmico caracterizado ahora por la preponderancia del consumo doméstico e individualizado y por la casi total desaparición de un escenario colectivo de gran significación social.

Desde esta perspectiva y en el caso que nos asiste , se introduce el concepto de **impersonalización del espectador** derivada de estudios de público ausentes, que impiden caracterizar el mercado interactuante con las instituciones y el producto cultural cinematográfico. Se desconocen así, las particularidades del sujeto social, a lo que se suma, el avance de las nuevas tecnologías de la información que posibilitan la redistribución de la población de los espacios culturales tradicionales hacia otros de naturaleza mucho más intimista. Con esta tendencia, el producto que se consume de manera alternativa no reconoce

¹ La autora se refiere al proceso que permite la clasificación de los consumidores de cine en grupos que presentan diferentes necesidades, características y comportamientos sociales en el intercambio, comercialización y apropiación del producto cinematográfico auxiliada del texto "*Elementos Básicos de Mercadotecnia*".2000.

² Existen normativas institucionales dictadas por el Ministerio de Cultura que establecen la clasificación de los públicos por edades (menores de 12 años, mayores de 12, 16 y 18 años) y los consiguientes géneros cinematográficos aprobados por grupos de edades.

fronteras genéricas, ni etarias, ocupacionales, de escolaridad, ni gustos estéticos definidos, por lo que se violentan los parámetros preestablecidos por las instituciones rectoras de la actividad cinematográfica en cuanto a horarios y géneros admitidos por grupos de edades.

Se ha conformado un público cinematográfico de nuevo tipo, mediatizado por las redes de información que han ido penetrando mediante procesos diversos en los ámbitos privados, institucionales, organizacionales y que provocan transformaciones en el comportamiento individual del receptor, orientadas hacia la vertiente alternativa. Estos resultados incentivan la preocupación institucional y del gobierno local, al valorar la disminución paulatina del indicador asistentes en las salas de cine y video tradicionales.

Las consideraciones anteriores permiten definir el siguiente **Problema Científico**:

¿Cuáles son las tendencias del consumo de cine en la Ciudad de Santiago de Cuba, que propician una marcada disminución en la afluencia del público a las salas cinematográficas e inciden en la impersonalización del espectador como sujeto cultural?

La **Idea a Defender** responde al siguiente planteamiento: En el proceso del consumo cultural de cine en la ciudad de Santiago de Cuba, convergen elementos articuladores como la piratería cinematográfica, la comercialización autorizada del producto audiovisual y la irrupción de las nuevas tecnologías de la información, relacionados con las marcadas limitaciones institucionales en la gestión cultural que favorecen el consumo alternativo del cine en espacios mediadores, lo que repercute en la disminución del público asistente a las salas tradicionales, en la impersonalización del espectador y en la desvalorización de la obra audiovisual.

Teniendo en cuenta lo antes expuesto, se impone la formulación del siguiente, **Objetivo General**:

Determinar, cuáles son las tendencias del consumo de cine en la Ciudad de Santiago de Cuba; en los últimos cinco años, a partir de la caracterización del mercado cinematográfico y el análisis crítico de la gestión cultural implementada a nivel institucional.

Para cumplimentar dicho objetivo se desarrollaron, las siguientes **Tareas Científicas**:

- ❖ Fundamentar teóricamente el concepto de consumo cultural, consumo cinematográfico y consumo alternativo a través de los estudios realizados por disímiles investigadores del tema.
- ❖ Revelar las condicionantes institucionales que propician la reorganización del consumo cinematográfico a través de nuevas vías y modos en el contexto contemporáneo.
- ❖ Caracterizar el espectador cinematográfico en la Ciudad de Santiago de Cuba, a partir de la realización de un estudio de público y determinar así, el modo en que intereses, expectativas y

conductas se entrelazan con elementos de orden estructural como edad, sexo, nivel escolar, ocupación y lugar de residencia, demostrando las principales tendencias del consumo de cine y estableciendo modos de integración y comunicación o marcando segmentos de diferenciación en la población santiaguera del territorio.

Para el desarrollo de la investigación fueron utilizados los métodos y técnicas de la investigación científica a nivel empírico: la observación participante, la aplicación de encuestas al público destinatario del producto cultural cinematográfico, la realización de entrevistas a directivos, especialistas, a trabajadores autorizados por el estado cubano para comercializar la obra cinematográfica, a estudiosos del cine, asiduos colaboradores de la institución (Centro Provincial de Cine), entre otros. Se realizó además el análisis de los resultados estadísticos en el indicador espectadores en los últimos cinco años, la revisión documental y los grupos de discusión que avala el resultado evaluativo del Programa de Desarrollo Sociocultural de la entidad.

La tesis se desarrolló con una perspectiva interdisciplinar para abordar el objeto de estudio, enlazándose los métodos cuantitativo y cualitativo, con predominio del último, al analizar en profundidad las significaciones, los elementos intersubjetivos y la variedad interpretativa de los sujetos en la exploración del consumo cinematográfico. Cómo, cuándo y porqué ocurren los hechos relacionados con este particular donde se enfocan los procesos sociales y relaciones cotidianas a partir de la dinámica interpersonal de los hombres que permitieron orientar a la autora en la clasificación del **consumo tradicional y consumo alternativo de cine**, inclinándose la balanza hacia la segunda modalidad con una **acelerada práctica sociocultural** al respecto.

Esta importante investigación permitió comprobar a través del paradigma **socio-crítico** de interpretación de la realidad contextual, las transformaciones que se suceden en las prácticas del consumo cinematográfico, como variable del Consumo Cultural, a partir del análisis crítico de los resultados institucionales y del proceso de irrupción de las nuevas tecnologías de la información en la ciudad cabecera.

La **dimensión simbólica**, presente en la caracterización del consumo cinematográfico y sus principales tendencias, cobra importancia en los procesos de interacción social e intercambio comunicacional y en las conductas de los individuos sujetas al significado que les atribuyen al cine desde su entorno contextual y experiencia social.

Se considera, que la muestra probabilística aleatoria seleccionada, respondió a las expectativas de los resultados esperados. Se aplicaron un total de 175 encuestas como promedio, según la cantidad de

espectadores que acuden a las salas de cine en el período de un mes, entre el total de instituciones que prestan servicio en la Ciudad de Santiago de Cuba, territorio con la cifra de habitantes siguiente: 379 896 y una densidad poblacional de 477.2 h por kilómetro cuadrado³ (los cuatro distritos referidos en la investigación). Esta decisión permitió obtener una representación general de los comportamientos de consumo de cine a nivel macrosocial. La población objeto de estudio estuvo conformada por aquellas personas pertenecientes a diferentes grupos poblacionales: de 12 a 15 años, de 16 a 25 años, de 26 a 35 años, de 36 a 45 años, de 46 a 55 años, de 56 a 65 años, y 65 años y más, respondiendo a las normas preestablecidas por el ICAIC para la exhibición del cine (mayores de 12 y 16 años, según la clasificación por géneros cinematográficos).

El alcance geográfico de la investigación comprendió el Centro Histórico Urbano de la ciudad de Santiago de Cuba, perteneciente al Consejo Popular José María Heredia, y al Distrito 2 “26 de julio”, con un total de 15 611 habitantes, 7579 mujeres y 8032 hombres, lugar donde confluye la mayor cantidad de residentes en busca de esparcimiento y como espacio de circulación y recirculación de la población mayoritaria de la ciudad, a causa de la inserción laboral. En este entorno, donde se ubican las instituciones cinematográficas emblemáticas de la urbe (cines Cuba y Rialto) se aplicaron de manera intencional la mayor cantidad de encuestas (61).

En tal sentido, los cuatro distritos que conforman la ciudad (José Martí, (37 encuestas), 26 de Julio (20), Antonio Maceo (20) y Abel Santamaría (37), de igual forma, fueron objetos de estudio, específicamente en aquellas comunidades donde se sitúan las Salas de Video que prestan servicio de exhibición cinematográfica: Rajayoga, Pastorita, Los Olmos, 30 de Noviembre, Bloque J, Micro1B y Micro3, Sueño, Micro 8, Antonio Maceo, Boniato, entre otras y en los poblados más alejados de la ciudad, cuyas comunidades no cuentan con instituciones cinematográficas dentro de su concepción territorial: Santa María, Cuabitas, Quintero y Versalles.

Para la aplicación de las encuestas se elaboró un cuestionario con preguntas estructuradas y cerradas, dirigidas a tópicos específicos y varias alternativas de selección y para procesar los datos, se recurrió al método estadístico-matemático para las Ciencias Sociales (SPSS 11.5.1) que permitió a través de los gráficos diseñados, la combinación de variables y su relación causal. En el procesamiento de datos se contó con la colaboración de las sociólogas del Departamento Técnico de la Maqueta de la Ciudad de

³ Información recogida en la Oficina Nacional de Estadísticas en Santiago de Cuba. Departamento de Demografías, Censo y Encuestas. Enero-Diciembre 2011.

Santiago de Cuba: Marilyn Peña Pérez y Saily Cristiá; así como, la colaboración de Grissel Venero Andrial, especialista de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos en Santiago de Cuba.

La investigación se estructura en dos capítulos con epígrafes. **El primer capítulo**, aborda un acercamiento a los referentes teóricos del concepto consumo cultural en Iberoamérica, América Latina y en Cuba, el consumo cinematográfico de manera específica, el consumo alternativo de los productos culturales y una aproximación al papel que desempeñó el ICAIC en el establecimiento de los patrones de consumo en la población cubana a través de su devenir histórico. Por la importancia del tema, este ha sido abordado por varios investigadores extranjeros y nacionales. Desde la perspectiva antropológica se destacan Jesús Martín Barbero (1987, 1998, 2002), Néstor García Canclini (1993a, 1993b,, 1995, 1999b,) y desde las miradas sociológica y educativa Guillermo Orozco (1996, 2000,2001, 2002) y Guillermo Sunkel (1997,1999,.2002,.) entre otros, quienes realizaron aportes teóricos con una lectura crítica y reflexiva acerca de la importancia de la investigación del Consumo Cultural como instrumento de conocimiento de los comportamientos sociales a nivel microsocial.

En Cuba, los estudios de consumo cultural no han sido una prioridad dentro de las investigaciones de las Ciencias Sociales, aunque se han realizado algunas aproximaciones al análisis de las audiencias, los públicos y la utilización del tiempo libre en diversas regiones de la isla durante las diferentes etapas del desarrollo de la sociedad cubana. Se destacan las investigaciones de Cecilia Linares Fleites, Yisel Rivero Baxter y Pedro Emilio Moras Puig (2002, 2008, 2009,2011) del Instituto Cubano de Investigación Cultural (ICIC) “Juan Marinello”, así como de Alain Basail Rodríguez (2002,2006), profesor e investigador de la Universidad de La Habana y en el caso particular que nos ocupa, el Consumo Cultural Cinematográfico, se circunscriben sólo a la caracterización macrosocial de esta práctica generalizada en la población cubana, sin dilucidar en el cuánto, cómo, quiénes, dónde, cuándo y que tipifica los públicos que consumen cine a partir de las grandes transformaciones que se suceden con la pérdida vertiginosa de las salas tradicionales y el creciente consumo alternativo.

En la Ciudad de Santiago de Cuba, específicamente en el Centro de Investigación para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC); perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Oriente se desarrollan varias investigaciones que redundan en el tema del consumo cultural como es el caso del Proyecto: “Juventud entre modelos de exclusión e inclusión sociocultural. Consumos y prácticas culturales en jóvenes del Oriente cubano. (2012-2015)”, de varios investigadores del alto centro de estudios, con resultados parciales al respecto, que refieren cambios de comportamientos en los jóvenes

respecto al consumo cultural en general, estudios pertinentes para la investigación de consumo de cine, pues perfila la construcción de identidades juveniles a partir de la apropiación del cine.

Se tuvieron en cuenta además, los resultados de las Tesis en Opción al grado científico de Doctora en Ciencias Sociológicas de la investigadora guantanamera Migdalia Tamayo Téllez: "Consumo Cultural y Artes Plásticas en Guantánamo (1990-2005). Bases para un análisis sociológico."(2012) que particulariza en el cómo las instituciones que promocionan las Artes Plásticas, dentro del sistema de la cultura artística, desde sus prácticas cotidianas condicionan, reproducen y transforman el desarrollo del consumo de bienes y servicios de las obras pictóricas, trabajo que permitió enlazar hilos conductores con el objeto de estudio de consumo cinematográfico.

En el análisis crítico a las fuentes consultadas, se referencia que existe una marcada limitación en el tratamiento del tema del consumo cinematográfico en los trabajos investigativos realizados por los especialistas y estudiantes de la Carrera de Historia del Arte de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Oriente. Entre las 16 tesis de graduación y Exámenes Estatales revisados en los últimos 6 años (2007-2012), todos se circunscriben al análisis autor-obra/crítica-obra, omitiendo el desplazamiento a la investigación y análisis del consumo del cine como producto audiovisual.

En la búsqueda de información bibliográfica al respecto, proliferan, los estudios sobre el cine cubano, cuyos autores se concentran en la capital del país (críticos, investigadores, cineastas, directivos), y se observa el predominio de los volúmenes colectivos, las cronologías, las guías críticas y textos que abordan determinadas zonas o poéticas particulares donde se enfatiza en el análisis de los valores y carencias de las propuestas estéticas, con una exigua incursión en estudios que demuestren el nivel de consumo e impacto de los públicos receptores al apreciar el cine cubano e internacional en su diversidad de géneros.

El **segundo capítulo** nos remite a la relación Centro Provincial de Cine- Espectador en la Ciudad de Santiago de Cuba, los antecedentes en la gestión institucional y su repercusión en los últimos cinco años desde la perspectiva del consumo. El texto analiza, cuáles son las limitaciones institucionales tanto a nivel macro como microsociales, lo que favorece la apropiación del producto audiovisual a través de vías no tradicionales y de manera conclusiva se exponen las principales tendencias del consumo de cine en el contexto santiaguero actual a partir de la caracterización del mercado cinematográfico.

La investigación, hace un análisis de las causas que inciden en la disminución vertiginosa del público a las salas de cine en la ciudad de Santiago de Cuba en los últimos cinco años, y expone las principales

tendencias del consumo cinematográfico, a partir de un necesario estudio de público, donde la concentración, reproducción y fragmentación del mismo, está incidiendo de manera negativa en el uso de los circuitos tradicionales de difusión e impersonaliza cada vez más el mercado para quien se trabaja.

En tal sentido, las restricciones económicas y los vacíos provocados por la insuficiente gestión institucional en su proyección estratégica agudizan **el desplazamiento del consumo tradicional de cine al consumo alternativo**, a través de espacios y vías, donde la manera en que intereses, representaciones y conductas se fusionan con las variables socio-demográficas seleccionadas, posibilitando representaciones múltiples en la comunicación versus incomunicación e integración versus desintegración, ante la influencia globalizadora de las nuevas tecnologías de la información.

La ausencia de antecedentes investigativos sobre esta temática, enmarca la importancia de la misma en tanto aporta una primera caracterización del consumo cinematográfico en la Ciudad de Santiago de Cuba y sus principales tendencias, como instrumentos que permiten a directivos, organizadores, analistas y especialistas en general, perfeccionar la gestión del Centro Provincial del Cine en su accionar territorial, enriquecer los estudios culturales en el ámbito de la cultura cinematográfica en la ciudad de Santiago de Cuba y encausar el desarrollo cultural comunitario en la región.

Para una mejor comprensión del tema a investigar, se abordaron diferentes conceptos que fueron analizados de manera pertinente y cuya definición y precisión aparecen en el desarrollo del trabajo investigativo: **Consumo Cultural, Consumo Alternativo, Prácticas Culturales, Espacios Culturales, Espacios Alternativos e Impersonalización del Espectador.**

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO I: CONSUMO CULTURAL CINEMATOGRAFICO. EL INSTITUTO CUBANO DEL ARTE E INDUSTRIA CINEMATOGRAFICOS (ICAIC). ESPLENDOR Y DECADENCIA.

I.I APROXIMACIÓN AL CONCEPTO CONSUMO CULTURAL.

A partir de los estudios culturales británicos se percibe el Consumo Cultural como un proceso fundamental para comprender las sociedades modernas. Ha sido posible identificar varios desplazamientos teóricos-metodológicos que denotan la evolución de dichas investigaciones con un enfoque sistémico e influyente que lo hace emerger como un elemento fundamental en los análisis sociológicos donde el proceso comunicativo ha jugado un papel fundamental en tanto comportamientos sociales y prácticas culturales en los diferentes contextos. (Hall 1992, Fuenzalida 1984, Morley 1996, Orozco 1996).

Con esta perspectiva que se emparenta con los postulados de la corriente teórica del relativismo cultural en cuanto a la validez de la diversidad cultural, a la socialización y el lenguaje, se plantea la necesidad del estudio de la comunicación desde lo popular (Martín Barbero, 1987), articulándolo desde el punto de vista histórico con la permanencia de las identidades sociales y el replanteo del lugar del individuo en la sociedad.

Durante los años 90 y un poco más ,diversos estudios sobre las practicas de consumos culturales en la población latinoamericana destacaron la recomposición social de las ciudades en este ámbito y a las nuevas dinámicas culturales producto de los intensos procesos de globalización, modernización urbana, liberación económica y democratización presentes en esos territorios. Los acercamientos demostraron la expansión de los consumos de cultura masiva en la población y altos niveles de segmentación de sus diferentes audiencias. En este sentido, se destacaron prácticas de alta cultura fuertemente condicionadas por la industria de la comunicación y nuevas tecnologías, al igual que hábitos de cultura fuertemente condicionados por los procesos de folklorización y descontextualización de géneros. Desde entonces los estudios de consumo cultural en México y otras áreas de Latinoamérica tuvieron gran impulso.

La mirada antropológica de García Canclini (1993, 1994, 1995, 1998, 1999), de Rosas Mantecón (1997, 2002), de Mabel Picini (1997), el enfoque semiótico-antropológico de Martín Barbero (1987, 2002), la mirada sociológica y educativa de Guillermo Orozco (1996, 2000,2001,2002) y las compilaciones teóricas de Guillermo Sunkel (1997, 1999, 2002), contribuyeron a las aportaciones de los estudios culturales y otras disciplinas del conocimiento social en América Latina y a la amplia gama de demandas surgidas

por políticas públicas en la acción extensiva de las industrias culturales. En este sentido, si bien durante mucho tiempo las investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes y servicios culturales fueron escasas en nuestro medio en los últimos años, tal como ha sucedido en otros países y ciudades latinoamericanas (Sunkel, 1999), ellos han adquirido un papel preponderante en los análisis de los procesos culturales y los estudios sobre ciudad, comunicación, culturas urbanas y ciudadanía. De esta manera se han constituido como importantes sujetos epistemológicos pese a la diversidad de confluencias, horizontes, metodologías y los extensivos procesos de experimentación de sus distintos componentes.

Así, la teoría cultural latinoamericana focaliza sus análisis en las relaciones de poder, exponiendo varias preocupaciones del pensamiento crítico: lo continental y nacional, la tradición versus modernidad - versus posmodernidad, la memoria y su identidad, los sujetos y sus ciudadanías y las formaciones discursivas de las instituciones en las practicas culturales y sociales, enfatizando en la dimensión simbólica presente en todas las prácticas del hombre (Martínez Tena ,2011), esencialmente en la de consumo cultural.

Varios especialistas latinoamericanos han contribuido al avance de esta corriente de pensamiento, incorporando reflexiones, nuevos elementos de análisis y metodologías de la investigación. Por una parte Orozco en Guadalajara propone una dialéctica que considere las diferentes mediaciones institucionales, tecnológicas e individuales de la recepción como un proceso interactivo para contribuir a la educación del ser social, mientras que Sonia Muñoz en la Universidad de Cali (Colombia), María Cristina Mata en Córdoba (Argentina) ; María Immaculata y V. López , Antonio Arantes en Sao Paulo (Brasil), Marcelino Bisbal en Venezuela y Valerio Fuenzalida en Chile (Sunkel, 1999) han enriquecido las teorías conceptuales del tema del consumo en las agendas de los estudios culturales latinoamericanos.

De esta vasta y fecunda producción intelectual consideramos que se destacan los aportes fundamentales y fundacionales de dos autores: del semiólogo y antropólogo colombiano, Jesús Martín Barbero y del antropólogo argentino Néstor García Canclini. La contribución de ambos ha sido fundamental porque detectaron la importancia de la temática del consumo en un momento en que la preocupación dominante en los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina todavía era el análisis de los mensajes en los medios masivos en tanto soportes de la "ideología de la dominación" (Sunkel, 1999). En ese contexto, ellos contribuyeron a generar el desplazamiento teórico-metodológico desde el énfasis en el mensaje como estructura ideológica y la posibilidad de abordar desde la empírea el estudio del consumo.

Entre los elementos conceptuales básicos aportados por ambos existen aproximaciones y diferencias significativas que complementan los referentes teóricos acerca del tema. García Canclini acotó que el consumo cultural es un elemento importante del ciclo de producción y circulación de bienes simbólicos y lo definió como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”⁴, (1995: 42).

Desde su enfoque, Martín Barbero (1987) consideró que los estudios sobre el consumo cultural, debían apuntar hacia un acercamiento interdisciplinario capaz de comprender los cambios en el sistema comunicativo-cultural y desde una perspectiva socio-antropológica introduce el concepto de “mediaciones”, referido al lugar donde se desarrollan las prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación: la cotidianidad familiar, la solidaridades vecinales, la amistad, la temporalidad social y la competencia cultural, por lo que nos permite una comprensión de las nuevas formas de agrupación social, de los cambios en los modos de estar juntos de la gente”⁵

Por su parte la perspectiva del investigador Guillermo Orozco (1993), intenta simplificar el aporte teórico de Martín Barbero e introduce el modelo de la “mediación múltiple” donde además de reconocer el espacio, donde se objetiviza el proceso de consumo, toma en cuenta la subjetividad del individuo, su noción cognoscitiva e interacción con los medios tecnológicos, en este caso la TV, como elementos estructurantes, donde el público se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo. Las mediaciones para el teórico, se vinculan a la identidad cultural de los sujetos y las clasifica en mediación individual, situacional, institucional y tecnológica⁶. Clasificación que se articula de manera pertinente al

⁴ La autora escoge este concepto porque el cine como obra de arte tiene intrínsecamente sus propios valores simbólicos y sus códigos de comunicación. La dimensión simbólica ubica al lenguaje audiovisual como un poderoso inductor y difusor cultural que interfiere en nuestro imaginario (imágenes y realidades inventadas) con un gran poder de penetración psicológica y capaz de inducir en nuestro espíritu diversos valores.

⁴ Martín Barbero se apoya en los presupuestos teóricos de García Canclini y alude a la reorganización de los consumos culturales en América Latina, tomando como referente las transformaciones de las tecnologías de las comunicaciones y el protagonismo del ámbito doméstico en el desarrollo de las prácticas socioculturales.

⁶ Orozco (1993), sugiere cuatro grupos de mediaciones fundamentales y concibe que la cultura las impregna a todas, **Individual**: Son las que surgen del sujeto, tanto en su calidad de individuo, con un desarrollo cognoscitivo y emotivo específico, como en su calidad de sujeto social, miembro de una cultura. A su vez, ellas se subdividen en: Mediación cognoscitiva y Mediación de referencia. La mediación cognoscitiva, la más importante para este autor, es derivada de la estructura mental por medio de la cual el sujeto conoce. La mediación de referencia, es empleada por Orozco y alude a programas de representaciones generalizadas de la realidad y de los modos de actuar en ella que los sujetos sociales han adquirido a través de la interacción social en condiciones de sexo, la edad, la etnicidad, etc y que son para el teórico, cultural e históricamente determinadas. **Situacional**: Son los escenarios y situaciones concretas en que se entabla la relación entre el espectador y la TV y que se expresa a través de todas las otras mediaciones. **Institucional**: Son las que desempeñan las diferentes instituciones sociales de pertenencia de los sujetos, que al aportar un conjunto de recursos materiales y de poder, reglas y significados compartidos, crean una subcultura propia a través de la cual se realiza la mediación.

análisis de la investigación propuesta, el estudio del consumo cinematográfico en la Ciudad de Santiago de Cuba y la interacción espacios-medios de comunicación-espectador.

Dando continuidad a lo planteado con anterioridad, las definiciones teóricas se interrelacionan, mostrando elementos aportativos a los estudios de consumo cultural. La definición conceptualizada por García Canclini ha orientado buena parte de las investigaciones sobre consumo cultural realizadas en América Latina, esta construcción teórica como objeto de estudio de la antropología sociocultural, ha sido uno de los principales y más influyentes aportes del autor al desarrollo de la investigación de las formas de vida y de las culturas y su vínculo interdisciplinar con la semiótica presupone un conjunto de acciones asentadas históricamente. Estas redes de significación cultural nos ubican en el campo de la acción social, donde se articulan los referentes simbólicos implícitos y explícitos entre los individuos en su interacción; los signos adquieren significaciones comunes y sirven de medio de comunicación entre los actores sociales.

En la posmodernidad, los estudios culturales y específicamente los de consumo cultural explican las dinámicas sociales y designan la dimensión simbólica como elemento presente en todas las prácticas del hombre. Así, el tratamiento del concepto “pensamiento simbólico” retomado por el antropólogo Adolfo Colombes, expone la particularidad histórica de las redes simbólicas y plantea que “todos los hombres no participan de la misma simbología (...) cada sociedad teje su propia red, la que viene a ser su cultura” (Colombes, 2011: 26), así múltiples culturas pueden compartir un mismo elemento pero éste, tendrá en cada una de ellas un sentido específico, diferente, caracterizador o resultante de la interacción del medio social donde se desarrolla ese grupo y la subjetividad del mismo.

En este orden, García Canclini se pregunta: ¿tienen los llamados consumos culturales una problemática específica? y argumenta, “si la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo — y no sólo las relaciones con el arte y el saber — son hechos culturales, entonces ¿ por qué separar, lo que sucede en conexión con ciertos bienes o actividades y denominarlo consumo cultural?” (1999 : 41, 42), a lo que alega: la delimitación del “consumo cultural” como una práctica específica frente a la práctica más extendida del consumo se

.Tecnológica: Son las que se derivan de la televisión en tanto institución social y dispositivo electrónico, especialmente de la especificidad el lenguaje televisivo, como son su alto grado de verosimilitud y representatividad. Aquí se incluye el papel de los géneros televisivos como organizadores de las competencias de los televidentes.

justifica teórica y metodológicamente, por la parcial independencia alcanzada por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad.⁷ En este sentido dispuso (Sunkel, 2002) que los bienes culturales, es decir, los bienes ofertados por las industrias culturales o por otros agentes que actúan en el campo artístico-cultural (estado e instituciones culturales) se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina sobre su valor de uso o de cambio.

Si compartimos el concepto dado por el teórico argentino sobre consumo cultural y lo vinculamos al estudio específico de la obra audiovisual agregándose cinematográficos al de consumo cultural quedaría conformado el concepto de consumo cultural cinematográfico, cuya dimensión simbólica ubica al lenguaje audiovisual al decir del teórico brasileño Orlando Senna (2010) como el más poderoso inductor y difusor cultural que interfiere en nuestro imaginario, con un gran poder de penetración psicológica y capaz de inducir en nuestro espíritu, valores ideológicos, religiosos y de identidad.

García Canclini examinó además, distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo. Entre ellos están: el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; el lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; el sistema de integración y comunicación; el proceso de objetivación de deseos y como proceso ritual. Cada uno, es sumamente necesario para explicar aspectos del consumo cinematográfico.

Por su parte, la teoría de las mediaciones asumida por Martín Barbero se conecta con la de García Canclini porque permite el conocimiento de los modos de apropiación cultural y usos sociales de la comunicación en cuyas prácticas cotidianas las personas "llenen de sentidos sus vidas" (Martín Barbero, 1987:231). Categoriza el consumo como productor de sentidos, de significados, en una lucha constante por la posesión de los objetos, constituye identidades, conforma comunidades y permite una comprensión de las nuevas formas de agrupación social, de los cambios en los modos de estar juntos de la gente, en un contexto en que la globalización de los mercados se encuentra directamente unida a la fragmentación del mismo (Sunkel, 2002).

Los estudios sobre el Consumo Cultural se desarrollaron de manera paulatina para definir quienes eran los destinatarios de la producción y comunicación de cultura y conocer qué les pasaba a los públicos, los receptores, las audiencias. En varios países de la región se cuenta con los datos básicos sobre los públicos que asisten a los espectáculos, quiénes se quedan en casa a ver la televisión, lo que escuchan

⁷ Con esta aseveración el teórico consideraba innecesario agregar al sustantivo consumo, el adjetivo cultural; en tanto, todos los actos del consumo son hechos culturales, y plantea que este se constituiría como una práctica específica por el carácter particular de los productos culturales.

y las prioridades literarias. Se han generado reflexiones teóricas, respecto a los usos que le dan los públicos a los bienes culturales y a las maneras en que relacionan estos con su vida cotidiana⁸.

En correspondencia, algunos autores han privilegiado el análisis de su lugar creciente en la configuración de las identidades colectivas o de clase y en la permanencia de las posiciones de ventaja y desventaja de las mismas, en tanto, su estudio coadyuva al conocimiento objetivo, integrado e interpretativo de las sociedades actuales.⁹

En la reorganización de los consumos culturales, línea de investigación encaminada por García Canclini (1993b), se valora en total acuerdo, las transformaciones en los escenarios de la comunicación, en las nuevas maneras de apreciar el producto cinematográfico, donde se toman como referencia las evoluciones tecnológicas de las comunicaciones. El cine, se aprecia en otros espacios, no sólo en las salas cinematográficas sino también en salas de video, televisión a lo que se agrega el consumo intimista donde el hogar se convierte en el lugar por excelencia.

El teórico acota, que el espectador de cine es producto de cierto aprendizaje¹⁰ pero los escenarios donde se aprecia la obra audiovisual han cambiado¹¹ por lo que en un estudio de público realizado sobre el consumo cinematográfico ya avizoraba lo que ocurre a nivel global: el cambio de la figura del espectador cinematográfico y con ella los modos de ver películas. En vez de llegar a las salas de cine para buscar “la intimidad en medio de la multitud, en la comunidad intimista que se torna en el oscuro silencio frente a la pantalla, las personas prefieren otros espacios que sustenten sus gustos y consientan sus imaginarios”. (Canclini, 1993b:134). En el ámbito latinoamericano, las semejanzas y diferencias

⁸ Estudios que en opinión de la autora, se deben sistematizar en el ámbito del cine, pues las dinámicas de las instituciones públicas consagradas a la difusión de la cultura cinematográfica en Cuba y de manera específica en Santiago de Cuba, corren el mismo riesgo de la apatía del público visitante y el detrimento de sus funciones sociales.

⁹ Es una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este comienza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales (Mata 1997: 17). Para los investigadores de la comunicación y la cultura en América Latina es esta perspectiva la que devuelve interés al análisis del consumo de medios y de otros productos culturales.

¹⁰ Donde se aprendió a ser espectador de cine, a ir periódicamente a la sala oscura, elegir la distancia adecuada de la pantalla, disfrutar las películas solo o acompañado, pasar de la intimidad de la proyección al intercambio de impresiones y a la celebración de las estrellas o protagonistas de las películas.(García Canclini,1993)

¹¹ Sobre esto mismo, García Canclini también ha apuntado que “Hoy las películas se ven por televisión, en la sala iluminada de la casa, cortadas por anuncios publicitarios, el timbre del teléfono o las intervenciones discordantes del resto de la familia. ¿en qué se convierte el cine cuando ya no se va al cine sino al videoclub o se ve lo que al azar transmite la TV”. (García Canclini, 1995: 133).

¹² Donde se fortalecieron las salas múltiples en centros comerciales con atrayentes propuestas (venta de juguetes, confituras, juegos didácticos, historietas, etc), siempre relacionadas con el material fílmico, incluyendo los refrigerios a los que tiene acceso el consumidor en estos grandes espacios.

regionales, la situación contextual socioeconómica y las estructuras de poder, mediatizan las prácticas de consumo de cine

En tal sentido, la investigadora mexicana Ana Rosas Mantecón, examina el proceso de reactivación de la exhibición cinematográfica que se produce en México desde mediados de los 90 y su impacto en la reestructuración de los públicos¹², experiencia que según el criterio de la autora, pudiera asumirse en la realidad cubana de hoy, sin soslayar, la depresión de las condiciones socioeconómicas del país, en tanto, las perspectivas estratégicas de coordinación desde las mentalidades, favorecerían los resultados rentables de la actividad cinematográfica a nivel institucional.

A modo de resumen, Martín Barbero y García Canclini contribuyeron a generar el desplazamiento teórico-metodológico desde el énfasis en el mensaje como estructura ideológica a los procesos de consumo, con lo cual han situado el análisis comunicacional en el contexto de los procesos socio-culturales. En segundo lugar, estos autores han definido una cierta aproximación conceptual desde la cual se ha hecho posible abordar empíricamente el estudio del consumo, donde este pasa a ser pensado como un espacio clave para la comprensión de los procesos sociales y como tercer aspecto, la formulación de la temática del consumo se encuentra asociada al reconocimiento de que una política cultural democrática requiere superar las formulaciones convencionales preestablecidas y vincular sus orientaciones a las demandas reales de la población.

El consumo cultural se conceptualiza como una variable para explicar las prácticas culturales y las estructuras sociales y cada vez más ha devenido en un eje de análisis que permite comprender actitudes, comportamientos y desigualdades en los más diversos contextos sociales. Es una noción que ha originado múltiples polémicas, sobre todo en su vinculación con las investigaciones culturales, debido a su impronta económica. Esto ha favorecido un incremento de su atención sociológica. Se considera que en la vida de la gente gana espacio el uso material (de bienes y servicios) y el simbólico (de conocimientos, información, imágenes, entretenimiento e íconos) (Baxter, 2002).

La investigación sobre consumo cultural es un proyecto en pleno desarrollo que requiere enfrentar un conjunto de inquietudes tanto desde el punto de vista teórico, como de sus usos sociales y políticos. Interesa señalar dos ejes de reflexión en torno a la investigación del mismo (Sunkel, 2002), en primer lugar, resulta paradójico como a la fecundidad teórica de este tipo de estudios se opone el escaso uso que se le ha dado en la formulación de políticas culturales, respondiendo a los resultados investigativos,

cuando estas debieran estar conectadas a las demandas reales de la población. En la mayoría de las ocasiones, los estudios se asumen por una estructura burocrática que no está diseñada para recibirlos y para transformarse en función de lo que plantean, lo cual dificulta que las investigaciones sobre los públicos tengan el impacto deseado (Rosas Mantecón, 2002).

En segundo lugar, es necesario profundizar en el estudio entre consumo y acceso, tema que adquiere creciente importancia en el nuevo panorama comunicacional del siglo XXI. El incremento en la cantidad de imágenes, información y datos que se difunden a través de un espectro cada vez más amplio de medios, dispositivos y redes, causan profundas desigualdades en la población en cuanto al acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación, que en buena medida son producto de la ausencia de una política que busque enfrentar este nuevo panorama comunicacional.

El consumo cultural se manifiesta en el conjunto de prácticas socioculturales que las personas manifiestan en sus comportamientos, lo que apunta a la noción de estas como elementos objetivos, en tanto se puede captar el nivel de frecuencia y de ocurrencia de estas conductas, a través de la observación y de indagaciones en las que los sujetos se incluyen en una gama de propuestas previamente elaboradas por el investigador. Dichos estudios, exploran las necesidades como demandas sociales y la influencia histórica de los bienes culturales, cuya apropiación no termina en la adquisición del mismo, sino que continúa en la interacción que los sujetos establecen con estos en su uso y disfrute. (Moras, 2008).

El consumo cultural refleja además, en la apropiación y uso de bienes, significados y sentidos atribuidos a dichos bienes, en los que prevalece el valor simbólico sobre los valores de uso y de cambio. De esta manera aflora como una construcción subjetiva donde cada grupo social tiene demandas, motivos y actitudes propias hacia diferentes opciones culturales y perfila de esta manera identidades bien delineadas que responden a representaciones y realidades culturales propias. Hablamos aquí de una tendencia que indaga en el mundo de las significaciones y de la subjetividad, en la búsqueda de alternativas interpretativas y de un conocimiento profundo de causales y orientaciones, donde interesa la realidad tal y como es percibida y apropiada por los individuos, por lo cual resulta evidente la conveniencia de la investigación cualitativa. (Moras 2008).

Como se aprecia, las indagaciones sobre el consumo cultural responden a la interrelación de las perspectivas cuanti-cualitativas y al análisis de los elementos objetivos y subjetivos que caracterizan el objeto de estudio.

1.2 ALGUNOS APUNTES SOBRE LOS ESTUDIOS DE CONSUMO CULTURAL REALIZADOS EN CUBA.

En nuestro país el tema del consumo cultural no ha ocupado un espacio privilegiado en el área de la investigación científica, debido por una parte, a que en el pensamiento social y en las políticas implementadas se han considerado las relaciones objetivas como las esenciales y lo subjetivo como algo derivado, sin tener en cuenta su carácter constructor de la realidad; de forma que predominó una centralidad en la dicotomía objetivo-subjetivo en la explicación de las relaciones sociales y por otra parte, a la fortaleza de las transformaciones llevadas a cabo por la Revolución para ampliar el acceso al consumo cultural de los sectores populares, que si bien atenuaron las distancias sociales, invisibilizaron nuevos procesos de diferenciación, lo que implicó que éste no se configurara en un área de investigación en sí misma, ni como componente importante de los estudios de desigualdad (Rivero, 2002).

Estos elementos contribuyeron de alguna manera a que no haya sido un tema prioritario en las ciencias sociales cubanas. No obstante, fue abordado a través de dos caminos fundamentales: las investigaciones de la comunicación y los estudios sobre el empleo del tiempo libre de la población. Las investigaciones de la comunicación han tenido varias etapas. La primera, en la década del 40, donde se introducen las encuestas electorales y la medición cuantitativa de las audiencias y en los años 50, en que se incrementa el análisis de la publicidad. En la segunda, durante los años 60 y principio de los '70, estos estudios se debilitaron, debido a la nacionalización de los medios y sus nuevas funciones de educación, orientación y movilización, aunque entre los pocos que se hicieron, se destacan aquellos preocupados por la imagen de dirigentes políticos y por la comparación entre la prensa burguesa y la revolucionaria.

La tercera etapa, contempla mediados de los años 70 y finales de los 80, en la cual sobresalen dos tendencias en la investigación: los estudios de audiencias y efectos en los medios audiovisuales y el análisis de contenido e investigaciones históricas. La cuarta es posterior a los años '90, cuyo énfasis radica en la recepción y el consumo, hay un retorno al sujeto, su recepción activa y se perfila un interés por lograr un conocimiento profundo, donde la actividad de la audiencia se relacione con estructuras y procesos sociales más generales. En este mismo período, se mantuvo la preocupación por conocer los gustos, preferencias, actitudes y niveles de satisfacción del público¹³ (Linares, Rivero, 2008), que

¹³ Con respecto a la manifestación artístico-literaria de que se tratara y la de valorar el papel de las instituciones en la modificación de actitudes, conductas y en la formación de determinados valores.

comenzó a resquebrajarse luego del desplome del campo socialista en Europa del Este y las nuevas formas de subsistencia que asumió la población cubana.

Por otra parte, los estudios acerca del empleo del tiempo libre en la población cubana, devino en preocupación y demanda política para la lucha ideológica¹⁴, El análisis del empleo del tiempo libre y el consumo cultural y recreativo era relevante. La intención era proporcionar datos socioeconómicos científicamente confiables a los órganos del estado en aras de lograr un equilibrio entre los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. En estas etapas los tópicos a medir tuvieron recorridos paralelos y desiguales¹⁵. La dirección y evolución de las investigaciones de consumo cultural siguieron un rumbo permeado por el condicionamiento del contexto social; las concepciones teórico-metodológicas dominantes en el ámbito nacional y sus interinfluencias con enfoques internacionales.

Los estudios de las audiencias fue realizada por el (ICIODI)¹⁶; quien tuvo entre sus primeras incursiones, el estudio de las actividades principales en el interior de los hogares, quiénes y en que espacios las realizaban, los problemas que afectaban a las mujeres en las tareas domésticas; las actividades que incluía y la comparación de éstas durante los días entre semana y el fin de semana. El aumento del tiempo libre, la manera en que se distribuía y la racionalidad en su empleo se convirtieron en los ejes de análisis por excelencia (Linares, Rivero, 2008) del Ministerio de Cultura y se estableció como uno de los problemas principales de las Ciencias Sociales.

Dicha posición defendió la tesis de que “el tiempo libre estaba asociado más a procesos de orden cultural y a las barreras creadas por la propia gestión estatal que a las dificultades económicas, materiales o de otra índole (Roque, 1993) y se conformó un modelo de estudio con cuatro dimensiones para el análisis: oferta estatal y social (sistema de actividades, opciones e instalaciones; educación (información y conocimiento sobre la existencia, calidad y las funciones de cada opción, así como de sus valores culturales), motivación para el tiempo libre (orientación motivacional, sentido personal, sistema de vivencias y sistema de objetivos) y por último la práctica recreativa (ubicada en el modo de vida).

¹⁴ Se refiere a que en las confrontaciones de clases y en la formación de nuevos valores sociales, no solo se requería de una infraestructura a resolver por el estado, sino también cambios en los hábitos, los gustos y las preferencias en la población.

¹⁵ Con mayor o menor peso y continuidad que muestran coincidencias e interrupciones, diversas estrategias y dimensiones de análisis, orientaciones teóricas y metodológicas e intereses y demandas institucionales específicas.

¹⁶ (ICIODI) El Instituto Cubano de Investigación y Orientación de la Demanda Interna creado en el 1971 cuyos objetivos eran el análisis de las necesidades recreativas, las ofertas de los productos y los servicios destinados a satisfacerlas y la manera de manifestarse el consumo.

Se destacaron diversos trabajos¹⁷, los que tenían un carácter empírico pero se esforzaron por lograr una articulación coherente entre la teoría y la práctica. Dentro de los estudios de consumo realizados por el Departamento de Investigaciones Sociales del ICRT¹⁸. Se constataron estilos verticales y poco democráticos de dirección, ausencia de integralidad y coordinación en la gestión cultural y alejamiento de las necesidades reales de la población al no tener en cuenta los contextos en que se desarrollaban los grupos sociales. La autora considera que el estudio se centraba en las respuestas inmediatas que las personas emitían (aceptación-rechazo) a las propuestas ofrecidas, en vez de considerar el binomio (relevancia-irrelevancia) en el proceso de interpretación de las diversas opciones para la ocupación del tiempo libre de la población.

A pesar de que el desarrollo investigativo se vió obstaculizado por la organización social existente, en extremo centralizada, con múltiples regulaciones y normas estatales que limitaba la real autonomía de estas localidades (Linares, 2008), esta experiencia constituyó un antecedente importante en la posterior reivindicación de la comunidad como agente de transformación social y la participación popular. Se enriqueció el panorama de los estudios sobre público y audiencias¹⁹ donde la mayoría de las investigaciones tuvieron un carácter instrumental, funcionales a los organismos que las patrocinaban; buscando los resultados inmediatos que producían sus mensajes culturales, en el marco de un modelo de comunicación lineal de causa-efecto, donde se esperaba que el comportamiento dependiera de la naturaleza del estímulo, era importante identificar las distancias entre la intención de los creadores y la recepción de sus mensajes. Este interés estaba asociado en gran medida a la función educativa e

¹⁷ “Empleo del Tiempo Libre en Cuba”(1975); “El Tiempo Libre y la Cultura en el preuniversitario de Ciudad de la Habana”(1979-1982) “El sistema motivacional vinculado al tiempo libre y al cine en dos municipios de Ciudad de la Habana”(1980-81),“ “Características del presupuesto de tiempo”(1981); “La vida cultural y el tiempo libre de los trabajadores de la flota del golfo (1982); “ Las casa de cultura como vehículo de la promoción cultural y su incidencia en la utilización racional del tiempo libre de la Juventud” (1982), “El empleo del tiempo libre de la juventud en Camagüey” (1982) , Las actividades físicas en las zonas montañosas en Granma (1983),”El tiempo libre y la participación en la cultura física de la población (1985) , “El tiempo libre de los jóvenes en Habana del este” El tiempo libre en la Juventud cubana”(1983-85), “El tiempo libre como factor en la formación socialista (1983), entre otras investigaciones.

¹⁸ Dicho estudio de comportamiento de las preferencias por la programación televisiva cinematográfica y el Centro de Información del ICAIC se enfrascó en dos vertientes de análisis principales: las características del espectador cinematográfico y el estudio de la génesis y evolución del cine en Cuba. El primero, trató de acercarse a las preferencias, prejuicios, hábitos, recepción de la crítica y procesos de percepción de acuerdo a los rasgos socio demográficos de los espectadores y el segundo se propuso realzar la historia del cine en Cuba.

¹⁹ Se hizo énfasis en el uso de los bienes culturales clásicos (Cine, Teatro, Artes Plásticas, Danza Clásica, Música Clásica) y de las instituciones. Dentro de estos ejes se abordaron las características socio demográficas, gustos, preferencias, hábitos, motivaciones, estereotipos y niveles de satisfacción de los destinatarios del hecho cultural. Se ofreció una caracterización detallada del consumo televisivo y de otros medios, así como del uso de los bienes culturales clásicos ya referidos.

ideológica que se le atribuía a los medios de comunicación y a la producción cultural en Cuba, en la transmisión de valores y actitudes acordes al proyecto político.

Se considera que los estudios de consumo cultural en las décadas del 70 y 80 no arrojaron resultados definitorios²⁰, más bien se limitaron a exploraciones cuantitativas donde las decisiones políticas mantenían el consenso de una sociedad en formación con patrones estéticos preestablecidos para no empañar la legitimidad del sistema social, lo que sesgaron la función esencial del consumo: dar sentido y significación al producto consumido.

Ante la urgencia de los años 90²¹, la aplicación práctica de nuevos cambios desencadenó efectos no deseados que contrastaron con el modelo social característico de las tres primeras décadas del proceso revolucionario estructurado sobre la base de una redistribución equitativa de la riqueza social y la atenuación de las desigualdades sociales fundamentalmente la de clases. (Martínez, 2001). Entre los impactos negativos más importantes se encuentran según expone Maricela Perera (1998) la diferenciación por el ingreso que sitúa en posiciones desiguales a los grupos sociales con respecto a sus posibilidades de acceso al consumo de bienes y servicios. Se evidenció un incremento progresivo de las distancias sociales y la polarización en “élites y vulnerables”, aparición de valores en determinados grupos poblacionales alejadas del proyecto social revolucionario; así como de sentimientos de incertidumbre e inseguridad ante la situación de cambio (Martín, C.1996). Disminuyó el salario y se concentró en un número limitado de la población lo que ha trascendido a la subjetividad cotidiana el tema económico y del mercado.²²

El tema del consumo comienza a tener un lugar significativo para los investigadores sociales, en el área de comunicación y cultura ,se perfila gran interés por lograr un conocimiento profundo de los públicos y

²⁰ Los mismos no abordaron las preferencias de los diferentes grupos poblacionales existentes, relacionadas con las construcciones simbólicas e imaginarios individuales y colectivos; en correspondencia con los bienes culturales apreciados y prácticas culturales desarrolladas, respondiendo a los intereses de un sistema social donde la ideología y la construcción hegemónica eran centrales.

²¹ El país se ve obligado a insertarse en el proceso de la mundialización del capital y de la globalización con desiguales capacidades competitivas que en el plano interno conllevó a un rediseño de la política económica a partir de un impulso de la descentralización empresarial y local, la entrada del capital extranjero y la diversificación de la propiedad.

²² La relación precio-disponibilidad monetaria en la familia y la relación de cambio peso cubano-dólar se ha convertido en una constante en la economía doméstica. (Ferriol, 1999), quien alega que los ingresos laborales promedios son mayores en el sector informal (no estatal), cuyas actividades son más lucrativas que las de los empleos estatales, lo que influye en el área cultural donde persisten diferencias en el acceso de los grupos sociales a determinados tipos de bienes y servicios. Si bien en Cuba la desigualdad social no alcanza los derechos esenciales históricamente garantizados por el proyecto revolucionario, ha empezado a ser parte de la realidad cubana, cobra significación especial en relación con los procesos de consumo en su sentido más amplio en tanto se torna un marcador de diferencias cuantitativas y cualitativas de incuestionable valor que justifica la pertinencia de su abordaje investigativo.

las audiencias en su articulación con estructuras y procesos sociales más generales, se subraya su carácter activo y los rasgos propios de la producción social de significados, además de los ejes interpretativos específicos de los grupos donde la posición del individuo en la estructura socio clasista influye en sus estrategias y códigos receptivos. Devino en contenido de análisis clave²³, asumido como forma de participación, que se cristaliza en prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos que a su vez sirven para modificar las mismas. La combinación de las lógicas cuantitativas y cualitativas ha sido la base de sus propuestas²⁴.

Se ha podido delinear un mapa global²⁵ donde se valora que la mayoría de las investigaciones se vincula a la cultura masiva, en especial a la TV y a la radio, y el hogar constituye el espacio cultural por excelencia. A pesar de estas coincidencias, se observa una diversidad en su interior, expresada en diferentes intereses, hábitos y expectativas, condicionadas por las características de los grupos sociales. Ello posibilita definir conjuntos poblacionales con particulares formas de interconectarse con los circuitos de la cultura, indicadores de múltiples identidades que conviven en la sociedad, como reflejo de su complejidad. En este sentido, en la población cubana se constatan fragmentaciones que hablan de distintos niveles de consumo cultural y jerarquizaciones implícitas, por parte de los sujetos, con relación a los tipos de bienes con que interactúan.

Los datos indican que el consumo cultural descansa sobre una estructura compleja y opera con una lógica dictada por los más diversos factores, como son: trayectorias profesionales, géneros, edades, matrices consolidadas de intereses, hábitos, expectativas, formas de participación, así como de

²³ Con el surgimiento de la Facultad de Comunicación en la Universidad de la Habana y el Centro de Investigaciones Sociales Juan Marinello se observa un interés por profundizar en las matrices teóricas de la comunicación masiva y el consumo cultural con un mayor nivel de actualización y un acercamiento a las perspectivas latinoamericanas. Se destacan los trabajos: “Estudio de algunas de las mediaciones del entorno comunicativo cubano” (1996), “Los receptores tienen la palabra. Breve estudio de consumo cultural en la Habana” (1998), la Encuesta Nacional en zonas urbanas del país (1998), lo constituyó el esfuerzo por conocer los intereses y hábitos culturales de la población, al identificar las principales actividades culturales que eran realizadas con mayor frecuencia, sus inquietudes y expectativas, mediados por las variables socio demográficas (sexo, edad, nivel de escolaridad y ocupación).

²⁴ Resultados investigativos: “Algunas tendencias sobre el consumo cultural de la población urbana en Cuba” (1998), “La población como actor de participación: un estudio de caso de la provincia Villa Clara” (1999), Participación social y cultura: un estudio de caso de la provincia de Holguín (2002) Prácticas culturales cubanas: una mirada al interior del país (2002); Una mirada a los intereses literarios y a las prácticas de lectura en Cuba (2002); En torno a la participación: el consumo cultural cubano (2004). En esta indagación se han considerado como ejes centrales las necesidades, los discursos, el repertorio de conocimientos y significaciones, junto a las conductas que modelan y orientan las maneras en que los sujetos sociales se apropian de determinados bienes.

²⁵ Sobre la interacción de los distintos grupos sociales con los bienes simbólicos, así como identificar algunas de las mediaciones que pueden estar incidiendo en la misma. Los resultados de esta labor permiten distinguir, en relación con el consumo, patrones similares para toda la sociedad, que devela la existencia de rasgos integradores, los cuales sirven para comunicar e interconectar a las personas, en relación con prácticas e intereses comunes a todas por igual.

necesidades y significaciones, en relación con la cultura. Así, dichos estudios profundizaron en el universo de necesidades de los sujetos, caracterizado por estar estrechamente ligado a la realización personal, la familia y el trabajo, en la búsqueda de satisfacciones materiales de sustento, que les impiden trascender los planos existenciales más inmediatos de su cotidianidad.

Hay que destacar que el predominio en la subjetividad social, construye y reproduce a diario categorías afines a un modelo jerarquizador que, de una manera consciente o no, sigue siendo el dominante en las estrategias que se implementan, tanto por los medios de comunicación, las políticas culturales y educativas, como por la familia. La línea de análisis, hasta aquí descrita, pretende adentrarse en las principales prácticas culturales de la población y en el mundo de significaciones, necesidades, percepciones y representaciones sociales, que las acompañan. Se parte del hecho de que no es posible comprender el comportamiento cultural, al margen de la subjetividad individual y social que ayuda a construirlo²⁶ y resignificarlo.

En tal sentido, los estudios recientes del Instituto Cubano de Investigaciones Culturales Juan Marinello (ICIC) en coordinación con el Centro de Estudios de Población y Desarrollo (CEPDE) de la Oficina Nacional de Estadísticas, durante los años 2008 y 2009, demostraron algunas tendencias válidas a través de una Encuesta Nacional que describe, lo antes argumentado. En este sentido, la autora enfatiza que la investigación aporta, en menor medida, los estudios realizados sobre el consumo de cine en Cuba, a través de una mirada comparativa y reduccionista en referencia a otros medios de comunicación masiva, sobre todo la TV y se emite la siguiente interrogante : ¿Encuesta Nacional?, con la impresión de un estudio realizado, desde la capital del país mediante datos estadísticos provinciales vinculados al muestreo capitalino, dando así, una visión nacional del comportamiento del consumo de cine en la isla.²⁷

²⁶ Las evidencias empíricas han permitido identificar cómo la población cubana se relaciona con los distintos campos artístico-culturales y se logran identificar tendencias del consumo cultural en el país: la centralidad de la televisión y otros medios de comunicación, los cuales mediatizan según su lógica los trayectos y rutinas diarias de la vida cotidiana de la mayoría de los cubanos, como otro elemento la aparición de nuevas configuraciones y formas de relaciones del público con los bienes culturales asociadas a las transformaciones tecnológicas en el campo de la comunicación y la aparición en nuestro país de soportes digitales y en tercer lugar prácticas que privilegian el ámbito familiar doméstico como escenario de consumo. (Linares, Moras. 2011).

²⁷ Se asevera lo anterior, con la preocupación de que dichas estadísticas sólo refieren en los resultados de espectadores asistentes a las salas de cine, las variables socio demográficas que fragmentan los públicos, según los grupos generacionales (niños y adultos). Así mismo, la institución rectora (Centro Provincial del Cine), quien dirige la actividad cinematográfica en el territorio, desconoció la pretensión de un estudio de público en la fecha referida.

En el desarrollo de la presente investigación pudimos constatar que los estudios sobre consumo cultural en la provincia Santiago de Cuba no son considerables. Se consultó un artículo relacionado con un trabajo de campo realizado por una investigadora extranjera acerca de las nuevas tecnologías y el consumo audiovisual en dos comunidades urbanas de la ciudad de Santiago de Cuba (sin referir sus nombres)²⁸. Otros estudios se circunscriben al análisis estadístico; en tanto resultado de las propuestas culturales presentadas en la ciudad, que emanan de la gestión llevada a cabo por los Centros y Consejos de la Cultura en su proyección estratégica para dar cumplimiento a la Política Cultural establecida en el país. Se valora de manera cuantitativa el público asistente a los cines, teatros, casas de cultura, museos, para dar cumplimiento a planes económicos preestablecidos (funciones, espectadores, recaudación) pero se obvia la necesidad del mismo, según sus intereses estéticos y construcciones simbólicas.

En el Centro de Investigación para el Desarrollo Integral de la Cultura (CEDIC); perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Oriente se desarrollan varias investigaciones que redundan en el tema del consumo cultural como es el caso del Proyecto: “Juventud entre modelos de exclusión e inclusión sociocultural. Consumos y prácticas culturales en jóvenes del oriente cubano. (2012-2015)”, de varios investigadores del alto centro de estudios, con resultados parciales al respecto, que refieren cambios de comportamientos en los jóvenes respecto al consumo cultural en general, estudios pertinentes para la investigación del consumo cinematográfico, pues analiza dentro de sus objetivos fundamentales la construcción de identidades juveniles a partir de la apropiación del cine.

Los resultados de la Tesis en Opción al grado científico de Doctora en Ciencias Sociológicas de la investigadora guantanamera Migdalia Tamayo Téllez: “Consumo Cultural y Artes Plásticas en Guantánamo (1990-2005). Bases para un análisis sociológico.”(2012), particulariza en el cómo las instituciones que promocionan las Artes Plásticas, dentro del sistema de la cultura artística, desde sus prácticas cotidianas condicionan, reproducen y transforman el desarrollo del consumo de bienes y servicios de las obras pictóricas, trabajo que permitió enlazar hilos conductores con el objeto de estudio de consumo cinematográfico.

En el análisis crítico a las fuentes consultadas, se referencia que existe una marcada limitación en el tratamiento del tema del consumo cinematográfico en los trabajos investigativos realizados por los

²⁸ El mismo, asumido en el año 2003 por una investigadora cubano- australiana Ana Cristina Pertierra, enmarca el estudio socioeconómico y las posibilidades alcanzables de las muestras escogidas en la adquisición de medios tecnológicos, donde emergieron desigualdades e integraciones propias de la vida en comunidad pero no se perfilan tendencias en cuanto al consumo de cine. Referido en el artículo “Placeres privados”. Revista “La Gaceta de Cuba”. UNEAC.2011.

especialistas y estudiantes de la Carrera de Historia del Arte de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Oriente. Entre las 16 tesis de graduación y Exámenes Estatales revisados en los últimos 6 años (2007-2012), todos se circunscriben al análisis autor-obra / crítica-obra, omitiendo el desplazamiento a la investigación y análisis del consumo del cine como producto artístico.²⁹

1.3 UN APARTE AL CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES.

En las últimas décadas los modos de producción alternativos han logrado producir nuevos tipos de relaciones sociales.. Si fuera necesario, caracterizar las formas de expresión y concreción de lo cultural en la contemporaneidad nos enfrentaríamos a un escenario signado por el protagonismo de lo cultural industrial a través de producciones seriadas, masivas, transnacionales como los representados por editoriales, casas disqueras y las industrias audiovisuales.

Los tiempos actuales anuncian un nuevo modelo, el del reconocimiento de la subjetividad del sujeto, donde la industria audiovisual ha sufrido una ruptura de sus moldes como gestionadora de la reproducción de la sociedad civil, y se ha transitado por el contradictorio espacio de la construcción y deconstrucción de sentidos desde el inquietante universo de recomposición de la hegemonía cultural como clave en el marco de las mediaciones, y desde la reestructuración de clases, grupos e instituciones.

Por otra parte el investigador cubano Alain Basail (2006) fundamenta que al organizarse los circuitos de circulación alternativa en el ámbito cinematográfico se pone en evidencia la polarización de la oferta de

²⁹ Tomado del gabinete metodológico del Departamento de Historia del Arte, Universidad de Oriente Tesis de Licenciatura y Exámenes Estatales: Yalina Larramendi Paneque y José Luis Reyes González (2007-2008): “La maldición del oficio de escribir sobre cine en Cuba, Frank Padrón Nodarse y la poscrítica de cine.(1980-2008)”,- Lily Irina Castillo Placeres y José Antonio Orozco Portuondo.(2006-2007): “El tratamiento de la problemática familiar en el cine cubano de ficción: 1993-2006”, Yamila Marrero Montero y Ana Teresa Olivó Benavides.(2007-2008): “Las noches de Arcadia, una mirada analítica al cine cubano de ficción del período especial (1990-2007)”, Mario Carlos Perdomo Martínez (2009-2010): “Imágenes del desafío: Acercamiento al documental realizado en Holguín entre los años 2000-2009”, Eugenia Mena Rivero (2011): “Lester Hamlet: un grande del audiovisual cubano”, Examen Estatal de Daylén Arzuaga Lamorú, (2010): Hermandad entre el cine y el teatro.”Películas cubanas basadas en obras teatrales 1965-1990,-Annell Elena Reyes Tamayo (2010): “Festival Internacional de Cine Pobre de Humberto Solás. Gibara (2003-2010),- Maylén de Jesús Pérez Parrado (2011): “Orígenes y perspectivas de “El Taller Nacional de Crítica Cinematográfica de Camagüey (1993-2010).Volver a la elocuencia del silencio”,- Rolando Leyva Caballero (2004-2005): Del verbo original a la inmaculada concepción de lo poético. Rufo Caballero y la poscrítica del cine en Cuba (1990-2005)”,-Saray Velásquez y Addán Nellys Pérez Gómez (2007),:”Eva, finisecular y poliédrica: La mujer, las relaciones intergenéricas y su tratamiento en el cine cubano de ficción de1990 al 2000”,-Ivette Castellanos Duvalón- Guivert (2012):“Cascabeles en la punta: el choteo en la comedia del cine cubano de ficción del ICAIC (1962-2010)”,- Yenney Ricardo Leyva. (2012):“Los personajes infantiles en las películas cubanas, Viva Cuba y Habanastation”,-Leannis Lissette Peña Rodríguez (2012): “El séptimo arte en la ciudad del golfo. Derrumbar el muro del silencio, -“Una mujer de sueños, acercamiento a la obra audiovisual de Niuvère Rodríguez Ceballo (2011), Iliana Ramírez Zayas (2012). “El tratamiento de la muerte en el cine cubano de ficción. Las intermitencias de Tánatos. (1995-2010).

servicios audiovisuales desde la opción estatal y la privada. La segunda opción potencia el consumo segmentado de videos en distintos grupos según el poder adquisitivo y la conectividad a la red ilegal u oficial. Estas prácticas y hábitos socioculturales tienen una geometría social variable que no se limita a individualismos, afanes de lucro y egoísmos sino que se establecen en medio de amplias redes comunitarias, barriales, laborales, familiares donde se establecen cercanías y distancias, integraciones y exclusiones, adaptaciones o rechazos culturales.

Los nuevos soportes audiovisuales posibilitaron una nueva forma de consumo, segmentando las audiencias ahora diferenciadas y con mayores posibilidades para conectarse con la “vida real”. Esa “masa homogénea” que antes recibía pasiva y conforme un mensaje único tiene acceso ahora a otros productos audiovisuales o informáticos distribuidos sin control a lo largo y ancho de la isla a través de todo tipo de soportes: memoria flash, discos duros, DVD, computadoras, internet, blogs, celulares o señales satelitales que son copiadas y vendidas en el mercado informal, generando por tanto comunidades y grupos sociales reunidos bajo nuevos intereses, gustos e identidades (Arcos, 2011).

Al decir de la investigadora cubana Irina Pacheco (2012) es imposible agrupar bajo un mismo molde la pluralidad de posiciones existentes en la actualidad en los acercamientos al impacto del consumo alternativo o informal. Sin embargo, una mirada al conjunto de propuestas nos permite determinar tres tendencias fundamentales: En primer lugar, los enfoques críticos de orientación marxista donde lo alternativo reproduce no sólo el imaginario individual y colectivo, sino también reproduce el mercado con una marcada influencia de la globalización neoliberal. En segundo lugar, en los enfoques de carácter instrumental y tecnocrático, se tiende a ver lo alternativo desde las ventajas o desventajas y las aplicaciones que los sujetos le dan desde el uso de los distintos soportes, como: las USB, MP3, CD, DVD, entre otros y las encrucijadas en que se ubica la propuesta audiovisual formal, cada vez más amenazada.

En tercer lugar la propuesta de los Estudios Culturales, es más integradora, ya sea desde su visión norteamericana o desde la perspectiva de los estudiosos latinoamericanos, pues se busca un equilibrio entre las posiciones teóricas y las investigaciones de corte empírico. Podemos apreciar el **consumo alternativo**³⁰ como una nueva expresión de la sociedad civil, un nuevo estilo de vida cotidiana, una

³⁰ Para ampliar el concepto la autora afirma que en el **consumo alternativo** el espectador busca otras vías para asimilar los bienes artísticos, ya sea a través de las nuevas tecnologías de la información (TV; DVD; computadora) o de diversos modos de acceso a estos. En el caso específico del consumo del cine (los alquileres clandestinos, la compra a los cuentapropistas o comercializadores del cine, la piratería cinematográfica, los

nueva mediación cultural que atraviesa por las marcas identitarias de gustos, preferencias, niveles de escolaridad, género, zonas geográficas, entre otras. (Pacheco, 2012)

La proliferación del consumo alternativo reconfigura los códigos identitarios de la construcción del sentido de la ciudadanía por lo que a través de la globalización neoliberal el modelo de racionalidad sufre fracturas evidentes, apreciables en la pérdida de valores tradicionales y de las maneras de expresarse el sujeto. En muchos casos, la enajenación y la banalidad cuestionan el imaginario colectivo e individual por lo que el tema del consumo alternativo debe someterse a debates y contrapunteos a través de la creación de espacios de discusión para la población, desde el escenario de la comunidad y sus variantes de interacción entre los receptores-consumidores. No se debe olvidar nunca, la libertad de estos para resemantizar su mundo simbólico desde sus propias interpretaciones de los mensajes y, por tanto, sus posibilidades para resistirse a las imposiciones de códigos o juicios de valor.

El consumo del audiovisual por vías alternativas y a través de **espacios alternativos**³¹ se ha multiplicado y la tendencia a incrementarse será aún mayor en la misma medida en que el ingenio humano lleve al competitivo mercado variantes cada vez más sofisticadas de apreciar imágenes en movimiento acompañadas de sonido.

Los consumos de nuevos artefactos tecnológicos (celulares, video-juegos, mp3, mp4, computadoras) y de productos audiovisuales informales (series, películas, animados, novelas) han condicionado la construcción de redes sociales que estructuran prácticas y otorgan sentidos a la cotidianidad. Los consumos culturales han devenido en lugar de diferenciación y distinción entre las clases y grupos sociales y nos hacen llamar la atención en los aspectos simbólicos y estéticos del acto de consumir. Los procesos de consumo que hoy se desarrollan en la sociedad cubana, más en los circuitos donde se distribuyen y comercializan los productos culturales, reproducen códigos como resultado de la acción de los medios de comunicación manipuladores y las audiencias ya atrapadas en la práctica de consumir. (Martínez Tena, Expósito García, 2011).³²

intercambios y préstamos, entre otras) alejan esta práctica de los espacios habituales para su desarrollo, llevándola al ámbito doméstico.

³¹Los **espacios alternativos** son lugares públicos que difieren de los establecidos a través de la oficialidad de las políticas culturales y donde las personas interactúan en la apropiación de los bienes culturales a partir de la actividad privada. Son espacios intimistas donde el consumo de bienes se particulariza y se aprecia desde una perspectiva individualizada, ejemplo: el hogar, casa de amigos, espacio donde se comercializa el cine (plazas, calles, ventorrillos, domicilios, diplotiendas, etc).Concepto asumido por la autora.

³²Léase: “La gestión cultural en las instituciones culturales urbanas” de los autores, Dra. Alicia de la C. Martínez Tena y Dr. Elpidio Expósito García en Dossier **Gestión de los Procesos Culturales**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

En tal sentido, según la investigadora cubana Cecilia Linares, (CUBAHORA, 2012), en Cuba, el 98% de los espectadores dedica su tiempo al consumo televisivo, en una vida que se repliega fundamentalmente al hogar y tiene muy poca participación en las instituciones públicas de cultura, indicador que coincide en porcentaje con el resultado investigativo en la ciudad de Santiago de Cuba en la utilización de este medio. Por lo tanto, los medios, ejercen una incidencia grande en la conformación de los imaginarios, de las representaciones sociales y de las identidades.

La proliferación del consumo alternativo reconfigura los códigos identitarios de la construcción del sentido de la ciudadanía, además se observa 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. (Pacheco, 2012).

1.4 PATRONES DE CONSUMO ESTABLECIDOS POR EL INSTITUTO CUBANO DEL ARTE E INDUSTRIA CINEMATOGRAFICOS (ICAIC), EN SU DEVENIR HISTÓRICO. FLORECIMIENTO Y DECADENCIA.

Antes del triunfo revolucionario de 1959 y durante muchos años, el grueso de las salas cinematográficas de nuestro país, los circuitos de estreno y las distribuidoras estuvieron dominados por empresas norteamericanas y mexicanas que operaban como avanzada de su propaganda e ideología.

La gran conmoción que significó el triunfo de la Revolución Cubana, el primero de enero de 1959, comprendió el cambio de todas las estructuras en el país: la social, política, económica, psicológica, entre otras. En el proceso de transformación de la sociedad, las nuevas instituciones creadas por el gobierno, serían las encargadas de introducir y conducir los cambios sociales. En el sector cultural sería el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), la primera institución en ser fundada el 24 de marzo de 1959, con una tarea gigantesca: la de crear y promover un movimiento cinematográfico diferente en el país, para dar cumplimiento a la Política Cultural establecida por el Estado Cubano donde el ser humano sería el mayor beneficiario y teniendo como premisas fundamentales la transformación del producto cinematográfico nacional y de todo el sistema de producción, distribución y exhibición de películas.

Así, cuando en Cuba comenzó a vivirse el esplendor de la cultura audiovisual desde la década del 60, las circunstancias eran otras, Alfredo Guevara, el líder indiscutible de esta gesta supo revolucionar todo lo referente al cine en Cuba, logró con la densidad de su pensamiento nutrirse del espíritu de la época y

estar atento a lo que ocurría a nivel mundial. Siempre contó con el apoyo de la máxima dirección del país y con la ayuda de un grupo de colaboradores muy valiosos emprendió un nuevo camino. (García Borrero, 2011)

Una de las primeras tareas del ICAIC fue romper el monopolio de la distribución y asegurar nuestros propios canales y para poder hacerlo “nos vimos obligados a contratar masivamente y sin todo el rigor que hubiéramos querido películas procedentes de los países socialistas o realizadas por artistas progresistas o figuras de prestigio de otras latitudes”³³ y de forma paralela se hizo una selección de las películas norteamericanas de valor artístico cuya exhibición promediaba el 65 por ciento anual y el porcentaje restante correspondía a Europa Occidental y América Latina con particular presencia del cine mexicano.

La contribución del ICAIC, que se situó rápidamente en la vanguardia de un proceso en pos de legítimos valores artísticos y la expresión de la nacionalidad, no se limitó sólo al apoyo en la producción y promoción de un movimiento que abarcó el cine de ficción, el documental y el dibujo animado, sino que además impulsó la exhibición y conocimiento de lo mejor del cine mundial. Patentó su virtud como instrumento de opinión y formación de la conciencia individual y colectiva y su contribución a paliar la ignorancia, dilucidar problemas, reformular soluciones, a plantear estéticamente los conflictos del hombre y la humanidad. Fue el encargado de diseñar y orientar la política cinematográfica en el país (mantenida hasta hoy), de producir la imagen de la Revolución, de los cambios sociales y su desafío fundamental fue llevar el Proyecto Cinematográfico del nuevo sistema social.

Creó las condiciones necesarias para consolidar una industria nacional al apropiarse de la distribución y exhibición cinematográfica concluida en 1965 con la compra de las salas que pertenecían a pequeñas empresas o propietarios individuales y se inauguraron nuevas salas de cine, principalmente en las ciudades del interior. Estimuló disímiles actividades para la formación de públicos, a través de programas de divulgación y educación cinematográfica por la televisión nacional. Además, llevó a cabo otras acciones de apreciación en centros laborales y educacionales en la búsqueda de un nuevo interlocutor capaz de apreciar y exigir formas de comunicaciones descolonizadas y participativas. Al decir de la investigadora cubana María Eulalia Douglas (1997), este encontró y sedimentó su identidad nacional, además de crear un lenguaje y estética propios.

³³ Guevara, Alfredo: Informe al Primer Congreso Nacional de la Cultura. 1963.

Al descolonizar las pantallas, el ICAIC, contribuyó a la descolonización del espectador, abrió las salas y le garantizó a la población el derecho a ver películas de todas partes del mundo en un momento en que voces y criterios se contraponían a la política de exhibición asumida por la institución que fue desplazando de manera paulatina el cine norteamericano por el de producción nacional y de otras latitudes.

Abrir las pantallas al cine de todo el mundo propició que el público llenara las salas, cuya programación se realizó en forma proporcional a la producción de cada país, evitando que ninguna cinematografía resultara hegemónica. Igualmente se terminó con la práctica discriminatoria de reservar las salas de tercera para las películas latinoamericanas. Por principio, las mejores salas eran para las mejores películas, vinieran de donde vinieran y se concluyó con la práctica de reservar las mejores películas sólo para las salas de las ciudades más importantes. La descolonización fue eliminando prejuicios y condicionamientos históricos que tenían prisionero al espectador cubano.

En los cinco primeros años de la Revolución creció el rigor del ICAIC en cuanto a la selección de las películas programadas, la creación de un circuito de arte en la red de distribución nacional, (500) salas en aquel entonces con tandas dobles y hasta triples de todos los programas que circulaban en el país. El hecho más importante de este período fue el encuentro del público cubano con la cinematografía del área socialista. Se distribuyeron programas de la Unión Soviética, Checoslovaquia, República Democrática Alemana, Polonia, República Popular China, Rumanía, Hungría, entre otros, pudiendo apreciar estilos y corrientes artísticas diferentes.

Con la cooperación del estado cubano y la asignación de divisas fue posible la inserción en el país de una parte de la cinematografía del área capitalista cuyos temas merecieron su apreciación por el público cubano: italianas, francesas, suecas e inglesas. Se comenzó a editar además, un boletín de información y traducciones que reunían los más importantes artículos y ensayos que se publicaban en el extranjero. En total fueron distribuidas y exhibidas; entre los años 1962 y 1968; en la red cinematográfica nacional: 260 títulos, 174 del área socialista y 86 de artistas progresistas del resto del mundo. (Douglas, 1996).

Las semanas de cine y la presencia de sus directores e intérpretes ayudaron a promocionar las obras artísticas con un resultado rentable en las taquillas del país. Los resultados de las mismas en los primeros años de la Revolución arrojaron cifras millonarias de espectadores lo que demuestra que el gusto por el cine se había generalizado con la gestión de las instituciones cinematográficas en el territorio nacional.

La Política Cultural de la Revolución que recogía entre sus presupuestos “la participación de las masas en la actividad cultural con la incorporación activa de trabajadores, estudiantes, campesinos y muy especialmente niños y jóvenes”³⁴ se pone de manifiesto con la puesta en práctica de las principales acciones de la institución como la creación de los Cines Móviles (Ver anexo 1), que en los primeros años de la Revolución aportaron millones de espectadores en lugares donde nunca había llegado el cine y la organización y creación de los Cineclubes (Ver anexo 2), como grupos que pretendían organizar las actividades de orientación y apreciación del cine como obra artística y que incidieron en la promoción y consumo del producto ofertado en las salas de cine.

En el campo de la exhibición, la campaña de alfabetización de 1961, que elevó el nivel educacional de grandes masas de la población y la nueva política cultural cinematográfica basada en la diversidad y la calidad de los filmes, elevó la cifra de espectadores. Además, los cine debates, los cursillos, programas de televisión y radio y la labor realizada por la Cinemateca de Cuba permitieron incorporar en cifras millonarias, un nuevo público en una población que históricamente había mostrado su afición por el cine, pero que no siempre contó con facilidades para disfrutarlo. Desde la propia campaña de alfabetización, la Revolución manifestó que el desarrollo social tenía que ser un desarrollo cultural y con ella, mostró la fuerte voluntad universalizadora del acceso a los bienes y servicios culturales porque todos los ciudadanos tenían iguales derechos sociales.

Otra de las acciones importantes que desarrolló la institución fue la coordinación de programas televisivos de corte didáctico, donde el cine, el de mayor rigor artístico y el más comercial se descubría a los espectadores televidentes. Mario Rodríguez Alemán en Cinemateca de Cuba en Televisión, José Antonio González primero, Carlos Galiano después, en Historia del Cine y Enrique Colina en “24 por segundo” se inscribieron en la memoria cultural del país como maestros y comunicadores que enseñaron a multitudes, las virtudes y defectos presentes en miles de filmes de todas las procedencias. Después llegaron otros espacios como: Cine vivo, Tanda del domingo, Toma1, atentos a asimilar un propósito didáctico-informativo.

Existió una época prudencial en que la cultura audiovisual cubana mostró índices dignos en cuanto a la eficacia de un sistema donde producción, distribución, recepción y debate de lo que se consumía funcionaba como un todo integrado. Es meritorio destacar el empeño de la Cinemateca de Cuba³⁵, de la

³⁴ Léase: Política Cultural de la Revolución Cubana. Documento del II Congreso del PCC. pág. 23.

³⁵ La **Cinemateca de Cuba** es la institución que conserva y promociona el mejor cine nacional y mundial, los llamados clásicos de la cinematografía.

organización y resultados en cuanto a impacto social del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, referente a los encuentros con cineastas y actores de renombre de diversas latitudes en otras regiones del país, hecho que no ocurre en nuestros días, entre otras acciones.

El gusto colectivo se evidenció además en interesantes muestras que recorrieron los circuitos de exhibición de la isla: estrenos de cine cubano del área socialista (URSS, Checoslovaquia, Alemania, Polonia, China), entre otros. Se abrieron las pantallas a otras latitudes como Italia y Francia y la presencia de realizadores y protagonistas representando sus obras en el país motivaron la recepción millonaria de espectadores que apreciaron estilos y corrientes artísticas diferentes (la Nueva Ola Francesa, el Neorrealismo Italiano, el Cinema Novo brasileño, entre otras).

El público cubano concurría de manera masiva a ver las películas de su país, caso excepcional en América Latina. Esta masividad llegó a alcanzar con los años un 99,42 % del público asistente a las salas donde era preferido el género ficción en un 86.04%. (Douglas, 1996). El Noticiero ICAIC Latinoamericano dirigido por el cineasta Santiago Álvarez Román durante muchos años, contó siempre con el interés de los espectadores, al punto que en ocasiones pagaban su entrada al cine con el solo propósito de apreciar las noticias que correspondían a la semana, lo que reafirma que este logró un estilo muy peculiar.

El cine épico de los años 60, donde se presenta la imagen de la Revolución, el didáctico y educativo, que pretendió inculcar la formación de valores en un sistema social naciente, el cine reflexivo sobre la práctica del socialismo caribeño, catalogado como retro o historicista de los 70, dentro de un contexto social convulso, el cine obrero, estudiantil, las comedias costumbristas, los dramas sociales, donde el imaginario popular se enarbola con el espíritu de la idiosincrasia criolla de los 80 y la sátira, la ironía y el equivoco de los 90 fueron propuestas siempre buscadas por los espectadores cubanos a todo lo ancho y largo del país. (Ver anexo 3).

Los años 90 arribaron a Cuba con la desintegración del socialismo en el este europeo y el divorcio político y económico con la Unión Soviética, quien por los años 74-75, había colaborado con nuestro país en la venta de los proyectores para la exhibición cinematográfica en 70, 35 y 16 mm (celuloide), instalados en las cabinas de proyección de las salas de la isla y en otras entidades que contaban con teatros o salones donde se exhibía cine; de manera eventual.

Los proyectores rusos sustituyeron los de nacionalidad norteamericana, checa y alemana y fueron utilizados además en acciones de extensión cinematográfica o cines móviles, específicamente los de

16mm. A partir de la fractura de las relaciones políticas entre ambos países, las piezas de repuesto se extinguieron y gracias al trabajo de los innovadores en la recuperación e invención de las mismas, dichos soportes mantienen su funcionamiento en algunas instituciones y territorios.

Unido a lo anterior, las instituciones cinematográficas han ido presentando un deterioro físico progresivo y el alto costo de los medios materiales que se obtienen en divisas convertibles, imposibilita la recuperación de la mayoría de las salas. En este orden, la adquisición por derechos de autor de producciones latinoamericanas y europeas en soporte de 35mm, es limitada, para su exhibición en el circuito nacional de estrenos y en los cines de barrio.

Para paliar lo antes expuesto, la política del ICAIC asumió la construcción de salas de video a nivel nacional con el apoyo de los gobiernos provinciales donde el soporte VHS (hoy obsoleto), fue sustituyendo el visionaje de las películas en el soporte anterior. Las mismas se ubicaron en comunidades cabeceras y en zonas de difícil acceso, alternando con la exhibición cinematográfica en 35mm.

En tal sentido, el intercambio cultural con las embajadas radicadas en la capital del país y el apoyo de los agregados culturales de las mismas, permitieron y permiten exhibir de manera eventual, muestras de diversas latitudes: Noruega, España, Francia, Rusia, Chile, Argentina y otras que posibilitan al público la apreciación de propuestas alejadas de la producción hollywoodense, la que predomina en la distribución nacional (DVD) con el drama social como género recurrente.

Por estos tiempos, la industria cinematográfica nacional vió reducida casi a la nulidad su producción fílmica, por circunstancias económicas cuyos proyectos de realización buscaron y buscan apoyo en producciones extranjeras. Antes de los años 90, cuando en nuestro país se producía una película en 35mm (pantalla grande) se garantizaba una copia para cada provincia, luego se redujeron a cinco copias que circulaban según la política de exhibición del ICAIC, y en la actualidad se producen sólo dos para su recorrido por todo el territorio nacional.

Por decisión de la institución rectora, fueron creadas las multisalas (en la capital del país) y reestructuradas las denominadas “salas de estrenos”³⁶de capitales provinciales (Cines Rialto y Cuba en el caso de Santiago de Cuba) donde el público puede apreciar con mayor calidad técnica la exhibición con los proyectores de última generación (video-proyectores) y el sonido digital. Estas tratan de

³⁶ **Salas de Estrenos:** Las consideradas instituciones fundamentales de las provincias, áreas claves para el desarrollo de la apreciación cinematográfica, donde se exhiben las películas de estreno que llegan de la Distribuidora Nacional (ICAIC).

diversificar la programación en función de los gustos e intereses de los diferentes sectores poblacionales, sin embargo, hoy las mismas funcionan como un medio promocional para otros mercados que pueden llegar a ser más lucrativos que el que ellas representan, su razón de ser.

En conferencia ofrecida por Omar González Jiménez, presidente del ICAIC, el 6 de mayo del año 2009 (versión abreviada. Revista Cine Cubano 173/174) como cierre del Ciclo Cine y Revolución, convoca de manera emergente y declara que no basta con programar y promover el mejor cine nacional y foráneo, se debe seducir al espectador que vive acosado por la seudocultura y las tentaciones de la banalidad. Conviene considerar los efectos de la circulación informal de productos audiovisuales de la peor calidad y evitar la disminución ininterrumpida de espectadores en las salas de cine. Se debe trabajar en base a restituir niveles de apreciación perdidos o deteriorados a lo largo de más de 15 años, período en el cual el país ha estado expuesto a difíciles circunstancias económicas.

Así, el siglo XXI llega al público con la irrupción del llamado cine independiente en Cuba y la obligada asistencia de varios países europeos como coproductores en la creación audiovisual cubana, donde se destaca España. Llega el cine juvenil, crítico, de temática contemporánea, apoyado en las nuevas tecnologías y la política al interior del ICAIC se encausa en la combinación de talentos probados y emergentes. Existe un viraje al cine de autor y desde este punto de vista se revela la uniformidad temática: la introspección psicológica; acercándose a problemas individuales y existenciales, temas subjetivos y de refugio en actitudes intimistas donde el público mayoritario no se identifica con los códigos de comunicación audiovisual aportados en la actualidad.

Desde sus inicios, el ICAIC ostentó el papel rector dentro de la cultura audiovisual en el país pero la llegada de las nuevas tecnologías de la información, la democratización de las prácticas fílmicas, la hegemonía de soportes móviles y la entronización de la cultura televisiva desviaron este protagonismo, propiciando un consumo cinematográfico desmedido “donde se piensa menos” (García Borrero, 2011: 3). Se denota la ausencia del consumo y debate de un cine plural, alternativo al modelo de representación hegemónico y sobre todo movilizador de ideas. Detrás del deterioro de la calidad de este consumo se detecta la pérdida del público de masas que antes tenía al cine como espacio imprescindible de confrontación y crítica; donde la vida, aún corta de una película permitía hablar de ella, volverla a ver, recomendarla a amigos y parientes y apreciarla en la magnitud de la gran pantalla. (García Borrero, 2011). El debate cultural colectivo ha cedido espacio al consumo intimista individualizado.

Durante muchos años existió una estrategia de programación institucional centrada por el ICAIC que trazó pautas en cuanto al equilibrio geográfico de las películas exhibidas, pero ante las precariedades económicas para adquirir copias en 35mm que garantizaran las programaciones de las salas de cine no existe otra alternativa que acudir al DVD con películas de producción norteamericana en general aunque constan los esfuerzos por diversificar la programación, cuyo destinatario es tomado en cuenta muy pocas veces, por no decir ninguna.

En el listado de los envíos semanales a las provincias, se observan en mayor medida, las películas, los series y los animados de procedencia norteamericana, país con el que se mantiene una dura porfía política desde hace medio siglo, por lo que la inexistencia de relaciones entre ambos, hace que tampoco se hayan suscrito convenios que regulen la distribución y exhibición del producto cinematográfico, “no hay derechos de autor que respetar o pagar y la piratería reina a ambos lados del estrecho de la Florida”. Las estadísticas de los últimos años demuestran que los espectadores cubanos han consumido a través de las salas cinematográficas un porcentaje bastante alto de imágenes producidas “por su mayor enemigo” práctica que se ha generalizado en la actualidad a través del consumo de cine por vías alternativas. (Arcos 2011).

Cada vez se asiste menos a las salas de cine, según datos recogidos por el Centro de Investigación de la TV Cubana en el año 2009, sólo el 4,6% de los más de mil encuestados refería la asistencia al cine como opción principal de su tiempo libre mientras que el 73% prefería la TV. Muchas de estas salas cerradas, reconvertidas los fines de semanas en espacios para presentaciones culturales de otra índole, destacan de manera impresionante, el impacto que está teniendo en la sociedad cubana, la distribución alternativa de materiales audiovisuales y donde la actividad relativa a la cultura audiovisual en el país ya no lo ostenta el ICAIC y su red de instituciones cinematográficas.

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 2: EL CINE EN SANTIAGO DE CUBA. TENDENCIAS QUE DISMINUYEN LA AFLUENCIA DEL PÚBLICO A LAS SALAS CINEMATOGRAFICAS.

2.1 ANTECEDENTES

A partir de 1959, con el triunfo revolucionario, la ciudad de Santiago de Cuba experimentó una notable transformación en su modo de crecimiento donde la urbe evidencia su protagonismo y se gestionan soluciones populares a problemas sociales latentes como la vivienda, la educación, la salud y donde la diversidad cultural caracteriza esta área geográfica tan cercana a los pueblos del Caribe: mezcla de razas y culturas y dos particularidades irrepetibles: su gente, siempre presta al gesto hospitalario y su rico acervo histórico-cultural.

Cuando se hace referencia a la Ciudad Heroica, es imposible soslayar su importancia histórica, los sucesos relacionados con la defensa de los principios revolucionarios, hechos que la hicieron merecedora del título de Héroe de la República de Cuba y otros que la relacionan con las manifestaciones particulares que los actores sociales despliegan en su hábitat, y que forman parte de los procesos de expresión de su identidad cultural.

Al mismo tiempo, es oportuno colocar como referente significativo en este apartado epistémico de la comunidad santiaguera, las **prácticas culturales**³⁷ como generadoras y transmisoras de cultura, en la que tienen gran importancia las tradiciones, la identidad, la historia, el imaginario popular, la subjetividad del actor social, entre otros elementos que indudablemente repercuten en los intereses y el sentido de pertenencia de cada grupo social que convive en la misma.

Se percibe la ciudad no sólo como el conjunto de instituciones sociales, gubernamentales y familiares, sino como el conjunto de emociones, afectividad, recuerdos, creencias, de vida espiritual que le da corpus y sentido al obrar humano, singularizado en prácticas diversas, permeadas de un temperamento

³⁷ Las **prácticas culturales** son conductas y formas de proceder de las personas que expresan cierta relación con los objetos culturales. Se refiere a la acción directa y conscientemente practicada por los individuos a través de las prácticas cotidianas. Procedimientos que exponen las particularidades de cada territorio o localidad en su diario accionar, en diferentes contextos y espacios temporales: comer, pasear, visitar tiendas, casa de amigos y familiares, vacacionar, asistir a lugares públicos: teatros, cines, salas de video, librerías, bibliotecas, escribir una novela, ver televisión, leer, practicar las diversas creencias religiosas, entre otras.(Síntesis del concepto planteado por los investigadores del ICIC, en la aplicación de la II Encuesta Nacional sobre Consumo Cultural,2009)

peculiar que diferencia el comportamiento social del santiaguero con el accionar de la población de otras regiones de la isla.

En la urbe, existen preferencias por los diferentes géneros musicales, las tradiciones populares, las prácticas mágico-religiosas, las fiestas, la celebración del Carnaval como la acción más esperada en el verano, donde se ponen de manifiesto los elementos identitarios del santiaguero: en lo temperamental y bullicioso. Se valoran además, en esta parte de la isla, la presencia de los hábitos de lectura, la ocupación de un tiempo libre asumido de diferentes maneras según las posibilidades económicas de los pobladores: salir o quedarse en casa, asistir a una sala de cine o video, acudir al teatro, a los espectáculos danzarios y musicales, a los museos, las exposiciones de Artes Plásticas, las discotecas, compartir con amigos en plazas y parques y apreciar todo tipo de producto audiovisual a través de las nuevas tecnologías de la información en aquellos hogares donde han podido ser adquiridos.

Estos patrones de consumo cultural muestran formas disímiles de experimentar la cultura y el arte y expresan diferentes tipos de problemáticas en torno a cómo se relacionan los ciudadanos con la ciudad en que viven. El trazado de territorios culturales diferenciados evidencia una diversificación de los estilos de vida. El consumo cultural en las diferentes zonas y grupos sociales expresa valoraciones heterogéneas a la hora de la selección de las opciones culturales que se traduce en diferentes maneras de sociabilidad con amigos y familias, a través de formas interactivas e individualizadas.

Ahora bien, en la ciudad de Santiago de Cuba existe una tendencia creciente en los diversos grupos y segmentos sociales a desplazar sus actividades de consumo cinematográfico de los espacios públicos y tradicionales hacia nuevos lugares, la esfera individual y privada y el ámbito doméstico³⁸. Ello se debe al crecimiento urbano de las últimas décadas y a una diversificada oferta de bienes y servicios culturales provenientes de distintos medios de comunicación y nuevas tecnologías digitales que han impactado de manera determinante en los pobladores. Los nuevos itinerarios de la población en el espacio público, con prácticas culturales en creciente interacción con los procesos globales, manifiestan identidades diferentes e inciden en sus formas de relación.

En ese sentido, la urbe es hoy un espacio de intercambio y experiencia cultural, donde los procesos de hibridación erosionan y confrontan las viejas identidades y favorecen dinámicas de fusión y

³⁸ Los **espacios culturales** son instituciones y lugares públicos y privados donde las personas interactúan con la cultura en un sentido más amplio. Los primeros se establecen a través de la oficialidad de las políticas culturales y sociales y en ellos la apropiación de los bienes culturales responde al intercambio colectivo, ejemplo: teatros, museos, cines, casas de cultura, librerías, parques, etc. (Versión asumida por la autora a partir del concepto planteado por los investigadores del ICIC, en la aplicación de la II Encuesta Nacional sobre Consumo Cultural, 2009)

transformación acelerada. El crecimiento constante de la población, a consecuencia, de las migraciones externas e internas, sobre todo del área rural, favorece el incremento de prácticas culturales diversas donde se combinan las nuevas influencias de la modernidad con las diversas tradiciones de la ciudad.

Retomando la historia del territorio, asumimos que la urbe santiaguera, es depositaria de un centro histórico urbano heredado del período colonial y enriquecido durante la etapa de la República en cuyo entorno, declarado Monumento Nacional en 1978, surgieron a comienzos del siglo XX, importantes instituciones con el objetivo de fomentar la apreciación del arte cinematográfico en la zona oriental del país: los cines Oriente, Cuba, Rialto y Heredia. Luego, fueron edificados en el entorno citadino: el Aguilera, Capitolio, Maceo, Victoria, Siboney, Estrada Palma (hoy Trocha), América, Latinoamericano, Rex, entre otros, quienes con su accionar contribuyeron al desarrollo cultural de la población bajo el dominio de la Compañía Exhibidora y Comercial Botta. Hoy, por disímiles causas la mayoría dejó de prestar servicio como institución cinematográfica.

Así, por orientación del ICAIC, surge la Dirección Provincial de Distribución y Exhibición Cinematográfica que abarcó toda la provincia de Oriente (hoy cinco provincias) ,ubicada en los altos del hoy Banco Aguilera entre Calvario y Reloj, luego es trasladada para la Avenida Victoriano Garzón nro. 234 y a partir de 1974 se ubica en Mambí nro. 5 entre Anacaona y Padre de las Casas. Terrazas de Vista Alegre, espacio que ocupó desde 1961 hasta 1974 la Sede del Noticiero ICAIC Latinoamericano en la provincia.

En 1974 se produce la división político-administrativa en el país y comienza a funcionar en Santiago de Cuba, la Empresa Exhibidora de Películas, quien tuvo a su cargo la recepción y distribución del material audiovisual enviado desde la capital hacia las hoy cinco provincias orientales, otrora Provincia Oriente y administrativos y responsables de la actividad cinematográfica en cada ciudad o pueblo, asumieron la programación establecida por el ICAIC, en los soportes de 16 y 35 milímetros, como órgano encargado de la producción, distribución, exhibición y promoción a nivel nacional, función que mantiene en la actualidad.

En los primeros y posteriores años de la Revolución creció el rigor de este en cuanto a la selección de las películas programadas y a la creación de un circuito de arte en la red de distribución provincial que incluyeron (12) salas en la ciudad de Santiago de Cuba, que por aquel entonces, prestaron el servicio de apreciación cinematográfica con tandas dobles y triples de todos los programas que circularon por el país. Se evidenció que el cine como manifestación artística gozaba de plena salud en una ciudad que incluyó dentro de sus principales opciones para la recreación, el asistir a las salas de cine para consumir

el producto cultural que allí se ofertaba. Llegó a la misma con la cooperación del estado cubano y el ICAIC gran parte de la cinematografía del área socialista y capitalista respectivamente, cuyos temas merecieron la acogida del público santiaguero y las semanas de cine con la presencia de sus directores e intérpretes ayudaron a promocionar las obras artísticas con un resultado rentable en las taquillas de la urbe. Las cifras millonarias evidenciaron el gusto por el cine nacional de todos los tiempos. Los géneros más codiciados eran las comedias y musicales y en la realización de acciones patrióticas se apreció el cine épico o histórico con marcada incidencia en las programaciones enviadas por la instancia nacional.

Se exhibió cine, con la ubicación en la generalidad de las salas, de proyectores rusos que llegaron al país entre los años 74-75: 23 KPK, KH-20, KPT 7 de carbón, KPT-30 de carbón (35mm), Complejo Mix 35 KCA (70 mm) y Ucrania 4 y 5 (16mm) que fueron sustituyendo de manera paulatina a los Súper Simple, Simple XL, Motiográf de procedencia estadounidense, el Dredden (alemán) y el Miopta (checo)³⁹.

En las décadas del 70 y 80 las colas eran interminables para acudir a los cines Cuba, Oriente y Rialto con ubicaciones geográficas privilegiadas en el centro histórico de la ciudad, donde confluían estudiantes, trabajadores, amas de casas, jubilados, parejas de enamorados, ciudadanos en general para apreciar desde los filmes de acción de Bruce Lee, Alain Delón, hasta Varietés, Curro el perro asesino, Cecilia, Los pájaros tirándole a la escopeta, las propuestas de Viridiana, Vértigo, y muchos más que evidenciaron con los resultados en taquilla que el público santiaguero mantenía su cultura cinematográfica.

Durante la exhibición de los estrenos y para evitar las grandes aglomeraciones del público, los administrativos de las instituciones asumían estrategias como el intercambio de las cintas o rollos de un cine a otro y se producía una triangulación⁴⁰ entre las salas, fundamentales del centro de la ciudad, repletas en su interior.

A las instituciones cinematográficas asistieron miles de espectadores de todas las edades, sin diferencia de género, raza y nivel cultural, tanto a los cines de estreno, como a los de barrio que se fueron construyendo de manera paulatina en diferentes etapas. Para finales de los 80, los municipios de la

³⁹ Información ofrecida por Juan Carlos Morgado, responsable de la Brigada Técnica del Centro Provincial de Cine y uno de los más destacados anaristas. Por su trabajo y el de otros compañeros, muchos cines prestan aún sus servicios, en el soporte de 35mm.

⁴⁰ Una película que contaba con cinco rollos por su metraje, al terminar el primero en el cine Cuba, era trasladada con rapidez al cine Oriente, luego al cine Rialto y así sucesivamente se podía apreciar la misma de manera simultánea en las tres salas.

provincia contaron con el llamado cine cabecera⁴¹ y la inauguración de 13 salas de video en las comunidades de difícil acceso, con la inserción de los hoy obsoletos soportes (VHS y BETTA), lo que posibilitó la apreciación del cine en mayor medida.

Hacia la década del 90, época difícil para la sociedad cubana al fragmentarse las relaciones con el campo socialista, suministrador en potencia para Cuba, se agudiza la crisis económica en la isla. En este contexto, se funda en Santiago de Cuba, el Centro Provincial del Cine, institución económica, subordinada al Órgano Provincial del Poder Popular, a la Dirección Provincial de Cultura y a la política de exhibición del (ICAIC), cuyo objeto social versa en la recepción, distribución y promoción del arte cinematográfico.

El mismo, enfrentó el deterioro paulatino de las salas cinematográficas, muchas sin retorno a su actividad fundamental, y las carencias de piezas de repuesto para las cabinas de proyección, situación que se mantiene.

2.2 LIMITACIONES INSTITUCIONALES QUE PROPICIAN EL CONSUMO CINEMATOGRAFICO A TRAVÉS DE VÍAS Y ESPACIOS ALTERNATIVOS.

Con este preámbulo y la llegada del siglo XXI, los indicadores estadísticos demuestran la baja afluencia del público a las salas de cine y video, que se corresponde con una tendencia internacional. A lo anterior se asocia la influencia de la televisión y otras tecnologías de la comunicación y se añade el impacto social de la crisis económica y su repercusión negativa en la producción, distribución y exhibición cinematográficas, especialmente, en la ampliación y el mantenimiento de las instituciones, lo que por supuesto, repercute en nuestro entorno.

En Santiago de Cuba la añoranza de diversos sectores poblacionales por la pantalla grande, continúa. Se corrobora con la presencia del público en la búsqueda de determinados eventos cinematográficos de envergadura, como el Festival de Cine Francés, las muestras de cine extranjero o el estreno de determinadas películas de producción nacional. En los últimos cinco años las películas cubanas más taquilleras fueron: “Kangamba” del director Rogelio París con (42 860 espectadores), “Los dioses rotos” de Ernesto Daranas (23 962), “Habanastation” de Iam Padrón (21 626), “José Martí el ojo del canario” de Fernando Pérez (11 361) y “Ciudad en rojo” de Rebeca Chávez con un total de 9 194 espectadores⁴².

⁴¹ Institución cinematográfica fundamental que asume las acciones culturales más importantes relacionadas con el cine en los diferentes municipios de la provincia.

⁴² Información copiada de la Estadística General del Centro Provincial de Cine, en los últimos cinco años. Departamento Económico.

Sin embargo, la época en que nuestras salas de cine constituían uno de los espacios públicos de mayor significación cultural y de socialización por excelencia, ha variado paulatinamente. No existe una ausencia absoluta, como se explica en el acápite anterior, pero, el espectáculo masivo que durante tanto tiempo conformó parte de las rutinas de entretenimiento de numerosas personas en la ciudad, ya no ocupa el mismo lugar.

Se hace referencia constante a la crisis de espectadores, un hecho del cual las estadísticas, están dando cuenta desde hace varios años y que necesita ser evaluado con profundidad al analizar los múltiples factores objetivos y subjetivos que desde la política centralizada del ICAIC y la insuficiente gestión cultural del Centro Provincial del Cine en Santiago de Cuba, inciden en el alejamiento del público mayoritario hacia la búsqueda de otros espacios y vías para satisfacer sus intereses.

La polémica abordada en el análisis investigativo aporta en primer lugar, las principales limitaciones presentadas por la instancia nacional, en tanto responden a la política cinematográfica establecida a nivel de país, lo que repercute de manera negativa en los resultados institucionales de la ciudad de Santiago de Cuba. Así, en el caso que nos ocupa, se valora que no existe correspondencia entre el suministro, distribución y programación de los estrenos cinematográficos enviados por el ICAIC y la promoción que establecen los medios de comunicación nacionales, sobre todo al proponer los estrenos del cine cubano. La morosidad de la instancia superior en el envío, propicia la búsqueda del producto cultural a través de vías alternativas y al corresponder por programación oficial, la mayoría de los ciudadanos ya han apreciado el producto.

En este orden, la generalidad de las muestras que llegan a la ciudad, están en correspondencia con la disponibilidad de títulos que la Distribuidora Nacional determina presentar en el territorio, no por las necesidades, preferencias y solicitudes que le manifiestan los programadores del Centro Provincial del Cine. Respuestas como: “no la tenemos”, “ya no existe”, “se sulfató”, “ya no quedan copias”, “poseen alto grado de acidez y hongos” (35mm), “no existen cassetes vírgenes o DVD para reproducir las copias”, “no ha llegado el barco que los transporta”⁴³, entre otras, se reciben con reiteración respondiendo a la gestión de programadores y especialistas.

Así, las películas de celuloide en soporte de 35mm, se transportan a la provincia con frecuencia trimestral, en lotes de 16 a 20 títulos, en condiciones pésimas para su exhibición: manchas de agua,

⁴³ Respuestas emitidas por especialistas y programadores de la Distribuidora Nacional de Películas, entidad perteneciente al ICAIC y encargada de distribuir las películas a las provincias y las solicitadas por el Centro de Cine de Santiago en la gestión de programadores para organizar y apoyar muestras especiales, semanas de cine, eventos, etc. y que no se encuentran en el fondo videotecario del centro, ni en el *stock* de películas de 35 y 16mm.

roturas, hongos, hiperacidez, etc. Las mismas se programan en los cines cabeceras y de barrio y por un período de tres meses, circulan y recirculan por las instituciones provinciales retornando a la capital para ser sucedidos por otros lotes que se repiten una y otra vez. Estas circunstancias hacen, que la programación de películas de rollos (35mm) obtenga resultados de espectadores muy bajos, situación que se contrapone al encarecimiento de la transportación de este soporte, realidad que se revierte con el traslado menos costoso de las películas en soporte DVD (Disco de Video Digital), y que predomina hoy en la red de exhibición nacional.

De hecho, desde el último trimestre del año 2012 a principios del año 2013, sólo cinco instituciones en la provincia asumen la exhibición de películas en celuloide y a lo anterior se añaden, las condiciones técnicas desfavorables de los proyectores rusos, cuya vida útil se alarga por la gestión de técnicos innovadores. Al decir de la responsable del Departamento de Programación de 35MM en el ICAIC, Belkis Cancio Izquierdo, la tendencia de la producción del cine cubano en este soporte tiende a desaparecer y las pocas películas que se obtienen en el país a causa de las restricciones económicas, no se pueden exhibir fuera de la capital, por las limitaciones tecnológicas en cuanto al sistema de sonido monofónico existente en las salas de proyección provinciales que se contrapone al sonido estéreo (de mayor nitidez auditiva) con que cuentan dichas cintas en sus bandas sonoras⁴⁴.

Al tener en cuenta lo planteado con anterioridad y según el análisis estadístico (Ver anexo 4) de los últimos cinco años; la aceptación del público por las películas en 35mm disminuyó considerablemente, obteniendo resultados un tanto superiores en los soportes video VHS y DVD , los que fluctuaron en mayor y menor medida con la inserción al Centro Provincial de Cine de 32 Videoclubes Juveniles en el año 2010 que favorecieron un tanto, la asistencia de público, a través del desarrollo de video debates de temática histórica, coordinados con los centros educacionales circundantes a las salas y orientados metodológicamente por el Departamento de Programas y Proyectos del Centro Provincial del Cine.

En otro orden, consideramos necesario exponer que las producciones cubanas más recientes adolecen de variedad temática por lo que el existencialismo, el repliegue en el mundo interior del individuo y la enajenación del ser social alejan, al público mayoritario de los códigos de comunicación que les presenta la pantalla. Este, prefiere un cine donde los problemas propios se vean reflejados por lo que busca el esparcimiento en un producto de fácil entendimiento. Amén, de que el cine producido en el país en los

⁴⁴Entrevista telefónica, realizada por la autora, el 8-2-13,3.00pm, desde el Departamento de Programas Culturales. Centro Provincial de Cine. Santiago de Cuba.

últimos años, se enmarca dentro de las claves del bajo presupuesto, el minimalismo y la mesura por las condiciones económicas que atraviesa la industria, se debe tener en cuenta a nuestro criterio por realizadores y guionistas, que el cine es algo más que un producto artístico, es un espectáculo cultural de interacción colectiva, reflejo de la identidad cubana, en consenso social mayoritario.

Otro aspecto importante que influye de manera negativa en los resultados institucionales, se enmarca en la concepción donde las películas cubanas no se pueden exhibir en Cuba y menos en las provincias, hasta tanto recorren el mundo para ser mostradas en el país que “colabora”⁴⁵ con la producción. Luego de los recorridos internacionales se visionan en las sedes provinciales, respondiendo a la política de exhibición y programación concebida por el ICAIC, mientras tanto, la piratería cinematográfica, los comercializadores oficializados por las leyes cubanas, la sustracción y contrabando de copias inconclusas en el proceso de posproducción y edición de los laboratorios del ICAIC, entre otras acciones, ganan ventaja y las salas tradicionales se quedan vacías.

Otro elemento interesante en el análisis, es el referido a las esperadas muestras competitivas o paralelas del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano que cuentan con una amplia cobertura promocional a través de los medios de comunicación capitalinos (dígase radio, TV, prensa plana) y que nunca llegan a la ciudad. En su lugar, la Distribuidora Nacional envía a la provincia muestras retrospectivas de 3 ó 4 ediciones anteriores a lo que se impone la pregunta ¿qué resultados puede obtener el Centro Provincial de Cine en el cumplimiento de esta acción de apreciación cinematográfica, cuando el público espera un producto cultural anunciado en la promoción nacional, pero ausente en las salas de cine y video locales? La respuesta es evidente.

Siguiendo esta línea de análisis investigativo y al evaluar los resultados de la institución provincial, se observa a través de la experiencia práctica, la constante violación implementada en la política de exhibición cinematográfica (ICAIC versus ICRT), situación que repercute de manera negativa en el territorio santiaguero. La transgresión precisa, la exhibición de las películas de estreno, a través de la señal abierta de la Televisión Nacional, en el horario estelar de los sábados a las 10pm, espacio esperado por la mayoría de la población cubana, luego de consumir la telenovela del momento. Dichos estrenos se programan en subsiguientes semanas en las instituciones provinciales a cuenta del ICAIC, con excepción del cine cubano. Esta situación se repite con la exhibición de dibujos animados de última generación por el Canal Multivisión. La recurrencia de la acción, omite el resultado favorable en el indicador espectadores de las salas de cine y video territoriales.

⁴⁵ País que contribuye con el presupuesto para la producción de la película.

En anteriores décadas y por el vertiginoso incremento de videocaseteras, el ICAIC, las salas de video pertenecientes a otros organismos, la Dirección del Partido en la Provincia, los Video clubes Juveniles y la Televisión Nacional, imponían consensos en la distribución y exhibición de filmes que reglamentaba y conciliaba sus respectivos intereses económicos, en el siguiente orden: estreno de la película en salas, salida al mercado de video durante su primer año de vida y transmisión por señal abierta a través de la Televisión Nacional. Este esquema hoy, no se cumple, por el contrario cada cual acciona, sin un previo análisis de los perjuicios ocasionados al otro.

Como aspecto importante en el proceso investigativo y de resultados se debe tener en cuenta que, el Centro Provincial del Cine en Santiago de Cuba, padece del hegemonismo cultural donde el gusto de especialistas capitalinos, predomina sobre el público territorial, sin tener en cuenta la demanda del mercado cinematográfico en este contexto. Se tienen que exhibir, única y exclusivamente, en las salas de cine y video, los listados de películas que autoriza y aprueba el ICAIC, con la revisión comprobatoria de los títulos a través de las estadísticas que regresan a la instancia superior. Así, llega una programación sistemática según el período que ellos determinen, conformada por cintas norteamericanas en un porcentaje mayoritario, y la inserción de algunas de otras nacionalidades, donde priman los géneros de acción y dramas sociales. (Ver anexo 5).

Dicha programación se hace extensiva a todos los municipios de la provincia, omitiendo las muestras especiales de otras nacionalidades que llegan para ser exhibidas sólo en el municipio cabecera, a causa de la disponibilidad de títulos con la autorización de las embajadas y agregados culturales que radican en la capital del país. El ICAIC organiza, de manera eventual, programaciones especiales que responden a determinados eventos organizados desde la capital hacia las provincias en coordinación con instancias nacionales: Festival Nacional de Cine en la Montañas, Festival Nacional de Cine Universitario (SUCINE), Festival Nacional para la Niñez y la Adolescencia, Festival de Cine Francés, de Cine Pobre, entre otros, las que hace años no llegan a la región con excepción del cine francés.

Los elementos antes expuestos responsabilizan a la institución rectora en cuanto a los resultados institucionales locales, pero el raciocinio y la justeza indican que no sólo la política centralizada, establecida por la entidad nacional, hace 54 años, condiciona los resultados desfavorables del Centro Provincial del Cine en Santiago de Cuba. Este, padece de marcadas restricciones que contribuyen al desplazamiento del público mayoritario, de sus salas tradicionales hacia otros espacios, en la búsqueda del producto cinematográfico a través de diferentes métodos y vías alternativas.

La experiencia práctica y la coexistencia en este entorno permite valorar un limitado conocimiento de sus especialistas acerca de qué necesita y desea el mercado para el cual se trabaja por la ausencia de necesarios estudios de público, de iniciativas y estrategias que propician erráticos conceptos en la programación y conllevan a la insuficiente variedad de propuestas que más que atraer, alejan a los espectadores.

El insuficiente accionar de las instituciones cinematográficas en la gestión de público, la ausencia de críticos en la actividad cinematográfica, para mejorar la información de las propuestas a exhibir, el bajo nivel cultural de los trabajadores de las instituciones que repercute en la prestación de un servicio cultural sin la calidad requerida, la limitada promoción en y desde las instituciones de cine, incluyendo la gestión promocional de las videotecas municipales, los desempeños laborales deficientes, a partir de la esfera profesional hasta el desarrollo y la puesta en práctica de habilidades tecnológicas, constituyen elementos sustanciales que contrarrestan los resultados institucionales favorables.

Otros indicadores que demeritan la imagen corporativa de la entidad se refieren a la disminución de títulos de estrenos, la reducción de tandas, el deterioro constructivo de las salas de cine y equipamiento técnico, la insuficiente calidad de las proyecciones, la ausencia de comodidad y confort que se traduce en lunetarios dañados, climatización defectuosa, iluminación insuficiente, sistema de sonido monofónico, la pérdida vertiginosa de instituciones ubicadas en barrios y comunidades y el funcionamiento irregular de los cines estrenos, elementos que han coadyuvado a la pérdida del público habitual.

De 7 cines que prestaron servicio en el año 2007 en la Ciudad de Santiago de Cuba (Cuba, Rialto, América, Capitolio, Trocha, Medimarg, Dúplex), sólo el Rialto abrió sus puertas desde el segundo semestre del año 2011, hasta octubre del 2012 fecha en que un devastador huracán, arrasó con la mayoría de las instituciones cinematográficas y un por ciento amplio del fondo habitacional en la ciudad de Santiago de Cuba. Algunos, fueron cedidos a otros organismos (ABCDEF, Trocha y Dúplex) por la imposibilidad de recuperarlos constructivamente, varios yacen a la espera de su resurgir (América, Latinoamericano, Siboney y Medimarg) y otros corrieron mejor suerte; como el Caney, el Turquino del Cobre y el Capitolio, este último, recuperado con la finalidad de convertirse en la Casa de la Década, una función social que enfoca la vinculación del consumo del producto musical y el cinematográfico de la llamada década prodigiosa (de los años 60), alternativa que favorece a la población que excede los 40 años y que no encuentra propuestas sugerentes en la vida cultural del centro de la ciudad y su entorno.

De los elementos, que inciden de manera negativa en los resultados de la gestión institucional del Centro Provincial del Cine, se refiere además la desvalorización paulatina por parte de las instancias superiores, dígase Dirección Provincial de Cultura e ICAIC, de las acciones de apreciación cinematográfica, indicadores fundamentales del objeto social de la entidad, quienes no se toman en cuenta a la hora de evaluar su desempeño cultural con el mismo interés que se enfoca el análisis del resultado del uso alternativo o polivalente de las salas cinematográficas que acogen en sus espacios otras manifestaciones artísticas.

Es innegable que el accionar sociocultural de las instituciones de cine amerita de una infraestructura económica con resultados rentables para su sustentabilidad, pero se impone en medio de la influencia globalizadora del audiovisual, el rescate del debate cultural colectivo. Las alarmantes limitaciones institucionales (nacionales y provinciales) facilitan el accionar alternativo del público que mantiene al cine dentro de sus preferencias.

2.3 PRINCIPALES TENDENCIAS Y REGULARIDADES DEL CONSUMO DE CINE EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CUBA. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO CINEMATOGRAFICO.

Se asume con postura crítica el desconocimiento de la organización del mercado cinematográfico en el territorio objeto de estudio y por ende de las principales tendencias y regularidades que lo caracterizan. La consiguiente **impersonalización del espectador** se conceptualiza como la derivación de estudios de público ausentes, que no permiten caracterizar el consumidor interactuante con las instituciones y producto cinematográficos y se acrecienta a consecuencias del avance de las nuevas tecnologías de la información. Estas, impiden la asistencia del espectador a los espacios culturales tradicionales y con esta tendencia lo que se consume de manera alternativa en los hogares o en otros espacios no reconoce fronteras genéricas, ni etáreas, ocupacionales, de escolaridad, ni gustos estéticos definidos. En este sentido, la realización de un estudio de público que enmarca dicha caracterización arrojó resultados muy ilustrativos que muestran la gama de comportamientos y actitudes, hábitos culturales y construcciones imaginarias relacionadas con el consumo de cine en la Ciudad de Santiago de Cuba.

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En el análisis de las encuestas aplicadas, las variables socio-demográficas y regionales, vinculadas a indicadores como frecuencia de asistencia a salas de cine y video estatales, preferencias de géneros cinematográficos, de la nacionalidad en el cine, la opción de otros espacios y vías para consumirlo y la posibilidad de elegir este bien cultural en correspondencia con la gama de productos audiovisuales que

circulan en las redes formales e informales, demostraron las principales tendencias en cuanto al consumo cinematográfico en el comportamiento sociocultural de la población santiaguera. Se muestra en los resultados investigativos, desde una perspectiva bidireccional, la utilización de las instituciones tradicionales (salas de cine y video) y el consumo de cine a través de espacios, vías y modos alternativos dentro de las prácticas culturales del santiaguero de hoy, con una marcada preferencia generalizada hacia la segunda dirección.

A continuación se describen los resultados de las 175 encuestas aplicadas: (Ver Anexo 6)

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR GRUPOS DE EDADES. (Ver gráfico 1).

La población que asiste con mayor frecuencia a los cines y salas de video estatales, es la comprendida entre los **12 y 15 años**; en un 63% mensual, convocados por profesores y comunicadores culturales para su participación en los video debates de diversas temáticas (históricas y de salud). Estas acciones se desarrollan de manera coordinada; entre los videoclubes ubicados en las diferentes comunidades de la ciudad y los centros educacionales del entorno, con el asesoramiento del Departamento de Programas y Proyectos del Centro Provincial de Cine en Santiago de Cuba. De estos adolescentes y jóvenes, el 13% asiste una vez a la semana y en un porcentaje similar, dos veces por semana, y un 13% nunca asiste, porque según sus criterios, las propuestas a exhibir no son sugerentes a los intereses propios de sus edades.

Del grupo de adolescentes y jóvenes de **16 a 25 años**, el 13% asisten con frecuencia mensual, el 13% anual, el 12% trimestral, el 12 % quincenal, el 9% una vez por semana y el 8% dos veces por semana. Un 33% no acude nunca. Del comprendido entre los **26 y 35 años** participa en las propuestas culturales ofrecidas por las salas de cine, el 25%, dos veces por semana, el 21% mensual, el 18% semanal, el 11% trimestral y el 4% anual. No se preocupan por frecuentar las salas de cine y video de la ciudad y sus alrededores el 21%.

La población de **36 a 45 años** encuestada acude en un 41 % mensual, el 9% dos veces por semana, el 9% trimestral, un 9% anual, 5% semanal. No va nunca el 27% del grupo. Por su parte los incluidos entre las edades de **46 a 55 años** frecuentan las instituciones cinematográficas en un 36% mensual y en indicadores similares de 4% semanal, 4% quincenal, 8% trimestral y 8% anual. No asiste nunca el 40%.

Entre los **56 y 65 años**, un 46% arriba a las salas mensualmente, el 23% una vez por semana, 8% quincenal, 8% anual y el 15% no acude de ningún modo. La búsqueda de estrenos de cine cubano y propuestas novedosas que responden a la promoción nacional es el objetivo de estas personas, que

cuentan entre sus opciones principales, con la visita a la sala de cine o videoclub, como institución cultural que se destaca en la comunidad.

Ahora bien, de estos grupos graficados, el de **65 años y más**, asiste a las instituciones cinematográficas de manera eventual, una vez al año, donde el 67%, se interesa por el cine del recuerdo y valora otras propuestas culturales que nada tienen que ver con la apreciación del cine como obra artística, la presentación de grupos musicales, humorísticos, galas culturales en conmemoración a efemérides históricas, reuniones partidistas o encuentros entre combatientes de la Revolución Cubana, entre otras opciones. De estos, el 33% restante asiste dos veces por semana. A medida que se avanza en edad, el número de espectadores de cine disminuye. De las personas encuestadas, referente al por ciento con respecto al grupo de edades, nunca asisten a las tradicionales salas de cine y video el 40% del grupo de 46-55 años, el 33 % de 16 a 25 años, el 27% de 36 a 45 años, el 21% de 26-35 años, el 15% de 56 a 65 y el 13 % de 12 a 15 años.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR SEXO (Ver gráfico 2).

La asistencia a cines y salas de video aparece con niveles similares para mujeres y hombres, con los siguientes indicadores: el 11% de las féminas y el 10 % de los hombres una vez a la semana, el 7% y 14% dos veces por semana, el 4% y el 10% quincenal, 30% y 20% mensual, 12 % y 6% cada tres meses, 8% y 14 % anualmente, y el 30% de las mujeres y el 27% de los hombres no asisten nunca a las salas de cine.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR NIVEL ESCOLAR (Ver gráfico 3).

Los resultados de las encuestas emiten elementos interesantes en cuanto a la asistencia de espectadores a cines y salas de video por nivel de escolaridad, con las siguientes frecuencias: una vez a la semana asiste el 33% del **nivel primario**, 29% de los **obreros calificados**, 21% de los **técnicos medios**, el 7% de los niveles **preuniversitario y universitario**, y el 5% del nivel **secundario**.

Dos veces por semana el 14 % de los obreros calificados, busca las propuestas en el cine, el 13% de los de nivel preuniversitario y universitario, el 6% técnico y el 5% del nivel secundario. Con frecuencia quincenal frecuentan las salas en este orden 25% primario, 10% secundario, 9% preuniversitario y 4% universitario. Una vez al mes el 28% secundario, 27% técnico, 26% preuniversitario, 25% primario, 24% universitario y 14% obrero calificado. Cada tres meses, 13% secundario y pre, 9% universitario, y 3% técnico medio. Anualmente, el 15% se refiere al nivel preuniversitario, 11% al universitario, 10% al secundario y 6% al técnico.

Como se puede valorar los que frecuentan las instituciones cinematográficas con mayor sistematicidad son los obreros calificados con un 29% semanal y los que menos lo hacen son los preuniversitarios con un 15% de asistencia anual. Ahora, bien, los porcentos mayores indican que el 43 % de los obreros, 36% de los técnicos, 33% de los universitarios, 28% del nivel secundario, 25% primario y 17% preuniversitario no asisten nunca a los cines y salas de video.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR OCUPACIÓN. (Ver gráfico 4).

La investigación demostró que los **estudiantes** asisten a las salas de cine y video en las siguientes frecuencias: el 9% semanal, 7% dos veces a la semana, 7% cada quince días, 22% mensual, 15% cada tres meses y 15% anual. El 24% nunca asiste. Los **trabajadores** acuden en un 11% semanal, 11% dos veces/semana, 7% c/15 días, 28% mensual, 5% trimestral y 8% una vez al año. De ellos no asisten nunca el 29%. Los **desvinculados** laboralmente acuden en estas frecuencias: 7% semanal, 7% 2/v por semana, 20% mensual y 20% cada 3 /meses, 7% anual y 40% no asiste nunca.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR LUGAR DE RESIDENCIA (Ver gráf 5).

En el estudio realizado se valoró que la población que reside en el **Distrito 4 “Abel Santamaría”** es la que concurre con mayor frecuencia a los cines y salas de video estatales con un 37% una vez al mes , a pesar de las dificultades con la transportación y la lejanía de las instituciones cinematográficas emblemáticas. Dicha práctica se relaciona con la búsqueda constante de opciones culturales que no encuentra en su contexto y el alto grado de movilidad de la misma hacia espacios más céntricos de la ciudad, donde la mayoría desempeña sus actividades laborales, aunque se ubican en su entorno cuatro videoclubes juveniles (Pastorita, Rajayoga, MicroIB y Micro3). En este Distrito, el 14% asiste con frecuencia anual, el 9% dos veces por semana, el 6% quincenal, 6% trimestral y un 6% asiste una vez por semana. El 23% de los pobladores del territorio no asisten nunca a las salas de cine y video tradicionales. Le sigue muy de cerca al anterior, el **Distrito 2 “26 de julio”** con un 35% de asistencia mensual, el 11% 2 veces por semana, 10% trimestral, un 5% semanal y otro 5% quincenal. El 35% no acude nunca a las referidas instituciones.

Por otra parte, la población que menos asiste a las salas de cine y videos estatales es la que reside en el **Distrito 3 “Antonio Maceo”**, donde el 47% de los encuestados no asiste nunca y el 22% lo hace anualmente. Los mismos tienen en cuenta la distancia de los cines estreno, las insuficientes opciones cinematográficas, tomando como referente los estrenos de cine cubano y de otras nacionalidades, cuya demanda responde a la inmediatez de la promoción emitida por los medios de información nacionales. De

esta demarcación, el 21% asiste con frecuencia mensual, el 5% dos veces por semana y el mismo indicador quincenal. No muestra porcentos en los indicadores semanales y trimestrales.

Le continúa el **Distrito1 “José Martí”**; con un 21% de asistencia mensual , donde se suman las valoraciones negativas acerca de las condiciones físicas de los locales y los criterios erráticos de las programaciones concebidas por el Centro Provincial de Cine. Le sigue el 18% de asistencia semanal, 11% dos veces a la semana, el 8% quincenal, 8% trimestral y 5% anual. El 29% de los pobladores no asisten nunca a los cine y salas de video estatales.

Dentro del Distrito 2 “26 de julio”, el **Centro Histórico de la Ciudad**, aporta un 21 % de asistencia mensual, un 14% de asistencia trimestral, un 13% semanal, 11% dos veces a la semana, 11% anual y 6% quincenal. El 24 % de los habitantes ni siquiera se detienen a leer las carteleras o a preguntar por los filmes a exhibir.

UN PARÉNTESIS NECESARIO: En este exhaustivo análisis ,se demuestra que el gusto por la apreciación del cine en la sala oscura y las de video comunitarias, aún perdura en la ciudad de Santiago Cuba, aunque con indicadores muy alejados de la rentabilidad institucional. Ahora bien, se tuvo en cuenta en este acercamiento a la organización y caracterización del mercado cinematográfico, las razones de los que nunca asisten, cuáles son las causas de su indiferencia al espectáculo cinematográfico. Las mismas se resumen, luego de mostrar los porcentos:

Nunca asisten a las tradicionales salas de cine y video, el 40% del grupo de 46-55 años, el 33 % de 16 a 25 años, el 27% de 36 a 45 años, el 21% de 26-35 años, el 15% de 56 a 65 y el 13 % de 12 a 15 años. El 30% de las mujeres y el 27% de los hombres. El 43 % de los obreros calificados, el 36% de los técnicos medios, 33% de los universitarios, 28% del nivel secundario, 25% del nivel primario y 17% del preuniversitario. El 40% de los desocupados, 29% de los trabajadores y 24% de los estudiantes. El 47% de la población del Distrito 3 “Antonio Maceo”, el 35% del Distrito 2 “26 de julio”, el 29% del “José Martí”; el 24% del Centro Histórico de la Ciudad y el 23% del Distrito 4 “Abel Santamaría”.

RAZONES O CAUSAS DE LA INDIFERENCIA: Las razones de los que nunca asisten, se sintetizan en los planteamientos siguientes recogidos en las encuestas aplicadas a la población: “No tengo tiempo”; “no me gusta”; “por cuestiones de trabajo”; “estoy muy ocupado en casa”; “las propuestas no me atraen”; “las programaciones son pésimas y mal concebidas”; “las condiciones de las salas son desfavorables para prestar un servicio con calidad”; “prácticamente no hay cines en Santiago”; “las ofertas se exhiben de manera tardía, se adelanta la TV y los cuentapropistas”; “prefiero consumir el cine en casa”; “se ha

perdido la tradición y emoción que hacía ue lo amara tanto”; “cuento con la nueva tecnología en el hogar”; “estoy desmotivado”; “no me hace falta”; “me siento mejor compartiendo en casa de amigos” entre otros comentarios emitidos.

Parte de estos razonamientos ya fueron evaluados en el epígrafe anterior, como causales de un cambio de comportamiento de la población en cuanto a la práctica del consumo de cine en el territorio objeto de estudio, buscando la explicación en distintos responsables. Así, se demuestra, como el público caracterizado accede al cine a través de las formas tradicionales y alternativas en diferentes porcentos y se inclina de manera particular por la segunda opción.

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico 6).

Los géneros cinematográficos que más atraen a los adolescentes entre **12 y 15 años** son, en un 50% el terror, en un 25 % la acción y al 13%; les atraen las aventuras y comedias. Por otra parte, el grupo de **16 a 25 años** prefiere la acción en un 33 % , el terror en un 28 % y las aventuras y comedias en un 11%.

Los de **26 a 35 años**, se inclinan en un 39% por el género **acción** ,en un 32% por el terror y en un 11% a los documentales. El grupo etáreo de **36 a 45 años** es el que más consume cine de acción, de alta tecnología y espectáculo de la violencia, en un 55% de los encuestados, mientras que el cine de ciencia ficción ocupa el 9% y entre el 6% y 8% consumen cine histórico y comedias. Así, pudimos apreciar a través de la aplicación de la encuesta que la población cuya edad se circunscribe entre los **46 y 55 años** gusta de los géneros terror y acción en un 28%, aventuras e históricos en un 16%, el 5 % gusta del suspenso y la comedia y sólo el 4% de los dramas sociales.

De **56 a 65 años**, gusta en un 32 % el cine de acción, el 23% consume cine de terror e históricos y sólo el 8% aprecia el cine de suspenso y comedias, mientras que los mayores de **65 años** ; en un 33% ;asume los géneros de acción, aventuras e históricos, sin destacarse el gusto por otros géneros. Como se observa, los géneros consumidos mayormente por la población santiaguera son los de acción, terror, históricos y aventuras y los que gustan menos son : el erótico, dramas sociales y musicales.

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR SEXO (Ver gráfico 7)

Los géneros que más atraen a la población femenina santiaguera son los de acción y terror en un 35% y 25% respectivamente, mientras que la población masculina los prefiere en un 37% y 30% en el mismo orden. Le siguen las aventuras en 12%, las comedias en un 11% y el cine histórico en un 9% para las féminas, mientras que los varones gustan además de las aventuras 10%, ciencia ficción 7% e históricos en un 6%. Así, los géneros menos buscados por las mujeres son el erótico, dramas sociales y musicales

con indicadores ínfimos entre 0,5 y 1% de las encuestadas y los hombres coinciden en indicadores y géneros.

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR NIVEL ESCOLAR (Ver gráfico 8).

Como se puede apreciar; el género acción es asumido por el 57% de los obreros calificados, el 41% de los graduados de preuniversitario y el 39% de los técnicos medios. AL 33 % del nivel secundario también le gusta este género, al 26% de los universitarios y al 25% nivel primario. El género terror gusta a la mayoría de los santiagueros sin distinción de escolaridad, por ejemplo los gustos oscilan de la manera siguiente: técnicos medios (36%), nivel preuniversitario (28%), nivel secundario (26%), nivel primario (25%), obreros calificados (24%), y el universitario en un (22%).De lo que se infiere que los estudiantes, graduados y profesores universitarios no cuentan entre sus preferencias con el género terror, pero este si le fascina al técnico medio.

Po su parte, el género aventura, es otro de los más consumidos por la población santiaguera, en un 50% de los encuestados, sobre todo por los graduados y estudiantes de la enseñanza primaria, el 21% de los graduados del nivel secundario y el 14 % de los obreros calificados. EL género épico e histórico se consume por el 20% de los universitarios, el erótico por el 14% de los obreros calificados y las comedias por el 13 % de la población de nivel secundario. Los géneros con menos aceptación se refieren al cine documental, dibujos animados, suspenso, musicales, dramas sociales y el cine erótico.

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 9).

Como se demuestra, el 30 % de los estudiantes prefiere el terror, el 22% la acción y la aventura y el 15% la comedia. Los trabajadores asumen el género acción en un 44%, el terror en un 26% , el género histórico en un 8 % y la aventura en un 7%.El población desempleada , prefiere el género histórico en un 27%,el cine de acción y terror en un 22 % , los documentales en un 13% y la ciencia ficción, la comedia y el drama social en la escala del 7%.

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR LUGAR DE RESIDENCIA (Ver gráfico 10).

El 60% de la población del distrito 26 de Julio , el 37% del Abel Santamaría, el 32% del José Martí y Antonio Maceo y el 30% del Centro Histórico Urbano de la Ciudad prefieren el cine de acción, mientras que el 53% del Maceo, el 47% del Martí, el 29% del Abel Santamaría, el 12 % del centro de ciudad y el 10% del nro 2; 26 de Julio, escogen el género terror. Por otra parte, las comedias gustan en el centro histórico, en un 17 %,y las aventuras en un 14%, así como, el género histórico es preferido por los habitantes del Distrito 4 en un 17%. Los géneros cinematográficos que no gustan a la población

santiaguera en general son: ciencia ficción, documentales, musicales, erótico, dibujos animados, suspenso y dramas sociales.

NACIONALIDAD DE PREFERENCIA POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico 11).

El gusto por el cine de nacionalidad estadounidense es el que predomina en la ciudad de Santiago de Cuba, con un 93 % en la selección de las edades comprendidas entre los 16 y 25 años. EL grupo de 36 a 45 lo consume en un 73%, mientras que los adolescentes de 12 a 15 años , en un 63%. La población de 26 a 35 lo prefiere en un 50% , los de 46 a 55 ,en un 40% y los de 56 a 65 en un 38%. Los mayores de 65 años no ven cine norteamericano.

En otro orden, el cine cubano, tan buscado por la población santiaguera en tanto estrenos y reestrenos, es acogido por el 67% de la población mayor de 65 años, el 62% del grupo entre 56-65 años, el 48% entre 46 y 55, el 46% de los encuestados de 26 a 35 años , el 38% del grupo de 12 a15 años, cuentan con escasos conocimientos acerca del mismo y sus principales figuras, tomando como referente los dibujos animados de Elpidio Valdés. El 18% de 36 a 45 y el 2% de los jóvenes comprendidos entre los 16 y 25 años lo buscan por diferentes vías.El cine de otras latitudes es apreciado por la población encuestada, pero en menor medida, el alemán, al 33% de los mayores de 65 años y el latinoamericano, chino, y francés entre el 8 % y 9% respectivamente gusta a los grupos de 36-45 y 46-55 años.

NACIONALIDAD DE PREFERENCIA POR SEXO (Ver gráfico 12)

El 72 % de los hombres y el 67 % de las mujeres prefieren el cine norteamericano y el 23 % de los hombres y el 27% de las mujeres se inclinan por el cubano. Por otra parte, los indicadores muestran resultados ínfimos en cuanto a la preferencia por el cine de otras nacionalidades.

NACIONALIDAD DE PREFERENCIA POR NIVEL ESCOLAR (Ver gráfico 13).

El cine de factura estadounidense es el elegido por la totalidad de pobladores de los diversos niveles escolares, por ejemplo: el 86% de los obreros calificados, el 76% de los técnicos medios, el 72% del secundario, el 65% de los niveles preuniversitario y universitario y el 50 % del nivel primario, lo prefieren. Por su parte el cine cubano lo prefiere , el 50 % del nivel primario,el 30% de los universitarios, el 26% de los preuniversitarios, el 23% del nivel secundario, el 18% de los técnicos mediosy el 14% de obreros calificados. El cine de otras naciones gusta en porcentos ínfimos.

NACIONALIDAD DE PREFERENCIA POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 14).

El 74% de los estudiantes consume cine norteamericano, el 69% de los trabajadores y el 53% de los desocupados. Al 33% de los desocupados le gusta el cine cubano, al 25% de los trabajadores y al 22%

de los estudiantes. Sólo, un 7% de la población sin vínculo laboral se inclina por el cine latinoamericano y otros.

NACIONALIDAD DE PREFERENCIA POR LUGAR DE RESIDENCIA (Ver gráfico 15).

El cine norteamericano se consume en un 80% del Distrito 2 "26 de julio", en un 79% del Centro de la Ciudad, lo que ilustra que el corazón de Santiago, satisface sus expectativas cinematográficas consumiendo las propuestas hollywoodenses, con predominio del género de acción. En el espacio antes referido, se encuentran ubicadas las principales instituciones de cine del Municipio Santiago y la Ciudad (Cuba y Rialto). El cine norteamericano gusta además en un 69% de la población del Distrito Abel Santamaría, el 63% del Antonio Maceo y el 50% del José Martí. Por su parte, el cine cubano se escalona de la siguiente manera según su nivel de preferencia: 47% el José Martí, 26% el Abel Santamaría y Antonio Maceo, 20 % el 26 de julio y 13 % el Centro Histórico. El cine latinoamericano, chino y otros, gusta entre el 5 y 6% en el centro de ciudad, Distritos 4 y 3, respectivamente.

CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico 16).

Los grupos de edades entre 56-65 años en un 100%, 96% de 46-55, 86% de 26-35, 77% de 36-45, 76% 16-25, 38% de 12-15 y 33% de 65 y más consumen cine en el hogar a través de diferentes medios tecnológicos. En casa de amigos se destacan el 33% de 65 y más, 21% de 16-25, el 18% de 36-45, el 14% de 26-35 y el 13% de 12-15 años. En otros espacios se valoran los resultados del 50% del grupo de 12-15, el 33% de 65 y más en casa de abuelos y otras instituciones culturales que realizan acciones con este grupo etéreo.

CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR SEXO (Ver gráfico 17).

EL 85% de los hombres y el 77% de las mujeres consumen cine en el hogar, el 18% del sexo femenino y el 10% del masculino en casa de amigos y el 6% y 5% de ambos sexos en otros espacios.

CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR NIVEL ESCOLAR (Ver gráfico 18).

El 91% de los graduados de técnicos medios, el 86 % de obreros calificados, el 80% universitarios, el 76% del nivel preuniversitario, el 75% del primario y 74% del nivel secundario se apropian del cine en la comodidad del hogar. EL 21% del nivel secundario, el 20% del preuniversitario, el 15% del nivel universitario, y el 14% del obrero calificado lo consumen en casa de amigos, conocidos y familiares. Por su parte el 25% de los del nivel primario, 6% del técnico medio, el 5% del secundario y 4% de los niveles pre y universitario, lo hace en otros espacios.

CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 19).

Los indicadores en el consumo de cine en espacios alternativos son similares según la ocupación, por ejemplo, el 81% de los estudiantes, el 80% de los desocupados y el 79% de los trabajadores aprecian el cine en los hogares. EL 20% de los desocupados, el 15% de los estudiantes y el 14% de los trabajadores van a casa de amigos y familiares, mientras que el 7% de los trabajadores y 4% de los estudiantes acuden a otros espacios.

CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR LUGAR DE RESIDENCIA (ver gráfico 20).

El 97% de los residentes en el Distrito 4 “Abel Santamaría”, el 87% del Centro Histórico de la Ciudad, el 84% del Distrito 3 “Antonio Maceo”, el 80% del Distrito 2 “26 de Julio”, y el 50% del Distrito 1 José Martí consumen cine en el hogar con frecuencia diaria, a través de DVD, TV, Computadoras y equipos VHS. El 37% del Distrito 1, el 20% del 2, el 5% del 3, el 11% del Centro de la Ciudad, lo prefiere en casa de amistades y familiares. El 13% del Dto. 1, el 11% del 3, el 3% del 4 y el 2% del Centro Histórico lo hacen en otros espacios.

Los porcentos mayores de consumo de cine en el hogar lo presentan el Distrito 4 “Abel Santamaría” y el Centro Histórico de la Ciudad, quienes cuenta en su entorno con varias comunidades y repartos densamente poblados. En el primero, se ubican las zonas de Vista Alegre, Rajayoga, Pastorita, Ampliación de Terrazas, Sueño, San Juan y el Centro Urbano Abel Santamaría, lugares donde habitan personas con un alto nivel profesional, dígase, médicos, ingenieros, profesores universitarios, arquitectos, etc, los que han podido adquirir por diversas vías (la comercialización, remesas familiares y los viajes al extranjero, etc), los medios tecnológicos que le posibilitan el consumo de cine en la tranquilidad del hogar, compartiendo o no con familiares, el producto cultural.

Por su parte, en el Centro Histórico Urbano de la Ciudad, se ilustra lo antes expuesto, tomando como referente un territorio vecinal o cuadra perteneciente a este entorno. La misma, ubicada en el llamado “corazón de la ciudad” (Enramadas e/ San Agustín y Reloj), cuenta con 42 viviendas, donde 35 de ellas, poseen DVD y TV a color, 8 caseteras VHS y 15 computadoras de diferentes modelos, que se utilizan como instrumentos de trabajo o estudio pero son empleadas de manera eventual en el consumo de cine sobre todo por la población joven, de 16 a 25 años. (Diagnóstico realizado el 14 de diciembre del 2012).

El Distrito donde menos se consume en los hogares es en el José Martí, pues un porcentaje bajo de los mismos cuenta con las nuevas tecnologías de la información. El consumo en otros espacios oscila con cifras similares en todos los territorios.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico 21).

El 64% del grupo comprendido entre los 46 y 55 años, el 62% de 56-65, el 55% de 36-45, el 46% de 16-25, el 39% de 26-35 y el 38% de 12 a 15 años consumen cine con frecuencia diaria a través de espacios alternativos como el hogar, casa de amigos, casas de cultura, centros escolares, plazas, entre otros espacios.

-Una vez a la semana, el 67% de las personas de 65 años y más, el 54% de 26-35, el 50% de 12-15, el 39% de 36-45, el 38% de 56-65, el 36% de 36-45 y el 28% de 46-55 se apropian del cine en espacios que no son los habituales para esta práctica cultural. Dos veces por semana, el 10% de 36 a 45 años, el 8% de 26 a 35 y el 5% de 16 a 25 años. Con frecuencia mensual se destacan los grupos de 65 y más en un 33% y de 12 a 15 en un 13%.

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR SEXO. (Ver gráfico 22).

EL 52% de los hombres consumen cine diariamente y el 39% semanal en espacios que no son habituales. Por otro lado las féminas se apropian del producto en porcentajes similares el 46% diario y el 41% con frecuencia semanal. Los restantes indicadores de frecuencia reportan porcentajes bajos. Los del sexo masculino consumen cine en espacios alternativos con mayor frecuencia y porcentaje que el sexo opuesto.

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR NIVEL DE ESCOLARIDAD (Ver gráf. 23).

El 100% de los graduados de nivel primario, el 57% de los universitarios y obreros calificados, el 46% de los preuniversitarios, el 42% secundario y el 39% de los técnicos medios consumen cine diariamente en espacios alternativos. EL 48% de los técnicos medios, el 44% de los de nivel secundario, el 43% de obreros calificados, el 41% de nivel preuniversitario y el 28% de los universitarios realizan esta práctica con frecuencia semanal. El 11% de los graduados universitarios y el 8% del nivel secundario lo hacen dos veces en la semana y una vez al mes los graduados de preuniversitario en un 11%.

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 24).

El 50% de los trabajadores, el 48% de los estudiantes y el 40% de los desocupados consumen cine diariamente en espacios no habituales, el 53% de los desocupados, el 41% de los trabajadores y 37% de estudiantes lo hacen una vez a la semana y en indicadores muy inferiores las demás frecuencias de consumo.

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR LUGAR DE RESIDENCIA. (Ver gráf. 25).

El 63% de los residentes en el Distrito 4 “Abel Santamaría”, el 50% del Distrito 2 “26 de julio”, el 47% del 1 “José Martí”, el 44% del Centro Histórico y el 37 % de la población del Distrito 3 “Antonio Maceo” consumen cine en espacios alternativos con frecuencia diaria. Mientras que el 47% del Distrito 3, el 43% del Centro Histórico, el 42% del Distrito 1, el 40% del Distrito 2 y el 31% del Distrito 4 lo hacen semanalmente. En el análisis de las otras frecuencias de asistencia se valoran resultados inferiores.

Mientras que el 47% del Distrito 3, el 43% del Centro Histórico, el 42% del Distrito 1, el 40% del Distrito 2 y el 31% del Distrito 4 lo hacen semanalmente. Dos veces por semana, consume el 11% del Distrito 3, el 6% del Centro de la Ciudad y el 5% del Distrito 4 Abel Santamaría. Cada quince días lo hace el 3% del Centro de la Ciudad, y con práctica mensual, el 11% del Distrito 1, el 10% del Distrito 2, el 5% del Distrito 3 y un 3% del Centro de Ciudad. Se destaca este último, en el consumo de cine alternativo en todos los indicadores de frecuencia.

Con la tendencia al consumo de cine de modo alternativo en los hogares, en casa de amigos y en otros espacios no habituales para apreciar la obra artística con el dinamismo de las frecuencias diarias y semanales, se intensifica la impersonalización del espectador. No se reconocen fronteras genéricas, ni étareas, ocupacionales, de escolaridad, ni gustos estéticos definidos lo que violenta desde el punto de vista normativo los preceptos preestablecidos en la prestación del servicio cultural de las instituciones cinematográficas como los horarios y géneros en el cine, aprobados por grupos de edades. Estas circunstancias desvalorizan el producto cultural cinematográfico.

OTRO PARÉNTESIS NECESARIO: A consecuencias de las transformaciones en los escenarios para el consumo de cine de los espacios tradicionales hacia el ámbito familiar doméstico, las mediaciones tecnológicas y situacionales condicionan la apropiación del producto a través de diferentes vías y modos. La situación común, para interactuar con los medios tecnológicos, como la televisión, el video, el DVD, las computadoras, etc, como diría el investigador Guillermo Orozco, imponiéndose una visión contemporánea del concepto “mediaciones múltiples”, lo constituye el hogar, como espacio donde se inician las negociaciones y apropiaciones del cine como obra artística para unos y de entretenimiento para otros.

Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de consumo tanto a nivel espacial como de interacción posible de la audiencia, por ejemplo, las habitaciones espaciosas, o más reducidas permiten o no, la interactividad entre los miembros de la familia. Se impone la siguiente ilustración : Se

permite a un menor apreciar una película no apta para su edad en la estrecha sala del hogar, en un horario inapropiado, junto a los padres y hermanos mayores y por demás, escucha el debate respecto al tema. La situación favorece que los referentes simbólicos del filme sean transportados por el pequeño primero a su subconsciente, luego a otros espacios mediadores como la institución-escuela, al espacio-parque, donde interactúa en juegos con niños de su edad y lo más probable, la reapropiación de determinados patrones conductuales del filme, nocivos a su inocencia y que traspola al resto de los infantes. Así, se violentan los preceptos preestablecidos institucionalmente. (Salas de cine-Familia-Escuela).

Como este ejemplo, puede haber muchos, que ilustren la ruptura de construcciones simbólicas acordes a grupos de edades e intereses educativos y cognitivos impuestos, a consecuencia del consumo indiscriminado de cine en espacios no tradicionales, lo que impersonaliza al actor social que cuenta con el poder de los medios tecnológicos, como espacios del reconocimiento de los vacíos que dejan las políticas culturales institucionales. Estos se han convertido en grandes organizadores de las dinámicas de consumo de los santiagueros, a nivel hogareño, elemento que señala una de las más importantes regularidades del consumo alternativo en la ciudad, unido a la utilización del DVD, las caseteras VHS, las computadoras en menor medida, y una novedosa modalidad que impone la modernidad y las posibilidades económicas, como el establecimiento en la ciudad de los Mini-Cines en 3D, en espacios privados e improvisados en el ámbito doméstico para la exhibición de películas en 3 dimensiones, cuya experiencia le cuesta al usuario entre 10.00 y 20.00 pesos cubanos.⁴⁶

Con este preámbulo, se acota que la baja afluencia de espectadores a las salas cinematográficas del territorio, no significa que haya disminuido el consumo de cine. Como indican los resultados investigativos, el interés de los santiagueros por el mismo es una tendencia que se mantiene en el tiempo, pero han cambiado las formas de relacionarse con la obra audiovisual. Los espacios tradicionales para su exhibición han dejado de ser aquel lugar favorito de entretenimiento e intercambio colectivo donde se apreciaba el cine a través de la pantalla fundacional y reflexiva. Hoy se consume, pero fuera de las salas, son otras sus ventanas de acceso y al decir del teórico español Román Gubern (2011), a través de las pantallas mediadoras de la comunicación, de emisión activa: la televisión, el video, el DVD y las computadoras, que se abren al ciberespacio, con menor incidencia en nuestro contexto. Los dispositivos electrónicos al decir de la investigadora Cecilia Linares (2010), favorecen la

⁴⁶ Testimonio de Susana Herrera, arquitecta de la Maqueta de la Ciudad que apreció una película en 3D, en Calle nueva y Barnada. Área cercana al Hospital Oncológico “Conrado Benítez”

mutación en la relación cine-espectador con el protagonismo en la producción, distribución y recepción de mensajes en el marco de la concentración de los mercados internacionales.

Por los elementos antes expuestos, los cines corren el riesgo de perder su función social, al existir una búsqueda constante e inmediata de la obra cinematográfica a través de vías alternativas. Una de ellas, muy en boga por estos tiempos, la comercialización del cine a través de particulares o trabajadores por cuenta propia, los que asocian modos diversos para la apropiación del mismo, por ejemplo, la venta de películas de varias nacionalidades, incluyendo las cubanas en combos o discos que admiten varios títulos, la prestación del servicio al momento que se traduce en “quemar el disco”⁴⁷ o grabar al cliente el material solicitado en su presencia, la venta de información en las memorias flash, cuyo precio oscila en dependencia de las capacidades de las mismas y la solicitud desde el domicilio, entre otros servicios. Al decir, del crítico e investigador del cine en Cuba, Gustavo Arcos (2011), hace pocos meses, estos habilidosos distribuidores corrían el riesgo de ser multados o detenidos, pero una resiente disposición legal legitimó su labor, bajo la ambigua categoría de vendedores-distribuidores de discos. Así, tal vez sea nuestro país el único en el mundo que tenga legalizada la piratería, acotación que compartimos.

Dentro de las técnicas aplicadas, se pudieron valorar en 5 entrevistas realizadas a los “promotores audiovisuales”⁴⁸ y a través de la observación participante como técnica de investigación cualitativa las principales regularidades que caracterizan este tipo de práctica alternativa: de los entrevistados, los menos, dominan la información actualizada de los filmes que comercializan, por lo que la operación oferta-demanda, prevalece con fines mercantilistas sin una promoción adecuada del producto. Se sitúan en lugares céntricos de la ciudad como en la arteria fundamental; la calle Enramadas, el Callejón del Carmen en el Centro Histórico, áreas concurridas como los 18 plantas de la Avenida Victoriano Garzón, los parques, plazas, en casas particulares, entre otros. Los comerciantes se apropian de paquetes de productos audiovisuales que intermediarios, transportan de la capital del país, los miércoles de cada semana: “no dormimos de miércoles para jueves descargando la información en las máquinas” dice el más conocedor de la actividad⁴⁹, “ya uno sabe lo que va a adquirir en los envíos por la demanda de los clientes”⁵⁰.

⁴⁷ Grabar en un disco de video digital (DVD), con inmediatez las películas seleccionadas por el comprador.

⁴⁸ Los llamados cuentapropistas, entre ellos Alejandro Rodríguez Fernández, (Enramadas y San Agustín), Alain de la Vega Díaz .San Basilio y Barnada), Miguel Benavides Oviedo (Callejón del Carmen), Orlando Pastrana Girón (Avenida Victoriano Garzón), Betsy Martínez Heredia (Reperto Abel Santamaría).

⁴⁹ Alain de la Vega Díaz. Especialista y Profesor de Cine .Hoy se dedica a la comercialización del producto cinematográfico.

⁵⁰ Ídem.

La red comercializadora tiene su hegemonía en Ciudad de la Habana, la que abastece a las demás provincias con productos de alta demanda. En ciudad de Santiago, los más buscados por esta vía en el siguiente orden, son: el cine de acción (derroche de tecnología, espectáculo de la violencia y efectismo), de terror, de artes marciales y erótico. Las nacionalidades que prefieren son: los filmes norteamericanos, franceses, ingleses, asiáticos y cubanos con excepción del cine actual.

El producto cinematográfico compite en este contexto, con otros productos audiovisuales como las novelas mexicanas, brasileñas y colombianas, ávidamente consumidas de manera privada por grandes grupos donde prevalecen las mujeres, amas de casa, desocupadas, de mediana edad, las que consideran que las propuestas televisivas no son las mejores, incluyendo las cinematográficas. Las series españolas, norteamericanas e inglesas se alquilan o compran en mayor medida los fines de semanas por los del sexo masculino, estudiantes, jóvenes, de nivel escolar preuniversitario y técnicos medios. Las personas con niveles escolares universitarios de carreras afines con la Historia, las Letras y las Artes, indagan por el cine épico, las versiones literarias llevadas al cine, el cine de autor, las películas premiadas, así como documentales de interés científico. Por su parte, los alquileres particulares están mutando hacia la venta por la marcada competencia con los cuentapropistas y la piratería cinematográfica se ha generalizado de tal manera, que los resultados institucionales disminuyen de manera vertiginosa.

MEDIOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR PARA EL CONSUMO DE CINE, POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico. 26).

EL gráfico indica que el 75% del grupo entre 12-15 años, el 67% de 65 y más, el 54% de 56- 65, el 45% de 36-45, el 44% de 46-55, el 43% de 26 a 35, el 37% de 16 a 25 años cuentan en sus hogares con el telerreceptor (TV) para consumir cine y otras propuestas audiovisuales. Cuentan con DVD como medio tecnológico en las viviendas, en el siguiente orden: el 44% (46-55 años), el 43% (26-35), el 41% (36-45), el 38% (56-65), el 37% (16-25), el 33% (65 años y más) y 13 % (12-15 años).

La computadora es un medio muy costoso y por ende no abunda en los hogares santiagueros, la poseen, los profesionales que han viajado, los que cuentan con familiares en el extranjero y los que se han decidido a construir híbridos tecnológicos, es decir, armarlas por piezas para poder acceder a la información por esta vía. Así, el 18% de los jóvenes entre 16 y 25 años cuentan con ella, el 12% de 46-55, el 9% de 36-45, el 8% de 56-65 y sólo el 7% del grupo de 26 a 35 años. Por su parte la videocasetera (VHS) es la que existe en menor cuantía: el 13% de 12-15 años, el 8% de 16-25, el 7% de 26-35 y sólo el 5% del grupo de 46-55 cuentan en su residencia con este medio.

MEDIOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR PARA EL CONSUMO DE CINE.POR SEXO (Ver gráfico 27)

El 40% de los hombres y el 39 % de las mujeres cuentan en sus hogares con DVD, el 39% de las féminas y el 32% de los varones cuentan solamente con el TV como medio para consumir cine en los hogares, el 6% de ambos cuenta con la cassettera VHS , ya en desuso , y sólo el 23% de los hombres y el 14 % de las hembras tiene acceso a la computadora en el ámbito doméstico.

MEDIOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR PARA EL CONSUMO DE CINE POR NIVEL ESCOLAR (Ver gráfico 28)

Por nivel escolar, cuentan con la TV en sus hogares los siguientes grupos por orden de jerarquía: el 75% de los primarios, el 43% de los obreros calificados, el 39% de los técnicos medios , el 38% del nivel secundario, el 37% de los preuniversitario y el 28% de los universitarios.Cuentan en sus hogares con el DVD como medio para consumir cine y otros productos audiovisuales los siguientes: el 46% de los preuniversitarios, el 45% de los técnicos medios, el 43% de los universitarios,el 31% del nivel secundario, el 25 % del nivel primario y el 14% de los obreros calificados. Como se puede observar, este soporte audiovisual ya se encuentra en la mayoría de los hogares de la Ciudad de Santiago de Cuba, pues los precios del mercado han ido fluctuando más-menos y según el poder adquisitivo, las estrategias ahorrativas y otras variantes asumidas por la población, le han permitido obtenerlo.

Por otra parte, las computadoras como medios de información tecnológica y por su alto costo en el mercado no cuenta entre los hogares mayoritarios del territorio, con ella cuentan el 29% de los obreros calificados, el 23% del nivel secundario, el 20% de los universitarios, el 15% de los graduados en el preuniversitario y el 12 % de los técnicos medios.Sólo el 14% de los obreros calificados, el 9% de los universitarios y el 8% delos de nivel secundario cuentan en su domicilio con cassetteras VHS para el consumo de cine a través de cintas analógicas en soporte de plástico.

MEDIOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR PARA EL CONSUMO DE CINE POR OCUPACIÓN. (Ver gráfico 29).

El 35% de los estudiantes cuentan con Televisores y DVD, el 22% con computadoras, y el 7% con videocaseteras VHS. El 43% de los que están vinculados laboralmente poseen DVD, el 37% televisores, el 15% cuenta con computadoras y sólo el 6% con VHS. Los desocupados tienen en un 40% los TV, 33% DVD, 20% computadoras y 5% VHS. Paradojicamente, el desocupado cuenta con un porcentaje mayor de computadoras en su domicilio, a pesar de ser un medio tecnológico muy costoso.

MEDIOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR PARA EL CONSUMO DE CINE POR LUGAR DE RESIDENCIA. (Ver gráf. 30).

El 68% de los hogares del Distrito 1“José Martí”, el 49% del Abel Santamaría, el 47% del Antonio Maceo, el 35% del Distrito 2 “26 de julio” y el 8% del centro de la Ciudad cuenta con

televisores, solamente. El 65% del Centro Histórico, el 45% del Distrito 2, el 31% del Distrito 4, el 26% del Distrito 3 y el 11% del Distrito 1, poseen DVD en su hogar para el consumo de cine. Sólo el 27% de los encuestados del centro histórico, el 17% del Distrito 4, el 16% del Distrito 3, el 10% del Distrito 2 y el 8% del Distrito 1, disfrutaban en sus hogares de las computadoras. El 13% del Distrito 1, 11% del 3, 10% del 2, el 3% del 4 y el 0% de los encuestados en el centro histórico, cuentan en su domicilio con cassetteras VHS.

CONSUMO DE PELÍCULAS A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR GRUPOS DE EDADES. (Ver gráfico 31).

El 85% del grupo de 56-65, el 75% de 12-15, el 67% de 65 años y más, el 59% de 36-45, 57% de 26-35, el 56% de 46-55, el 55% de 16-25 consumen cine a través del DVD. El 20% de 16-25 y 46-55, 14% 36-45, el 11% de 26-35 y sólo el 8% de 56 a 65 años, lo hace a través de las computadoras. El 33% de los mayores de 65 y el porcentaje similar de 14% para las edades 16-25, 26-35 y 36-45 disfrutaban el cine a través de las propuestas de la TV Nacional. También el video VHS, se ubica en un 13% entre el grupo de 12-15 años. Otras formas de apropiación del producto se relaciona con los préstamos entre amigos, que se aprecia entre los grupos de 16-25 años, 26-35, 36-45 y 46-55 años. Por su parte, los alquileres a privados las realizan mayormente los grupos de 12-15, 26-35 y 36 a 45 años. Los de 16 a 25 años se preocupan más por comprar las películas que forman parte de su colección personal, son apreciadas varias veces en dependencia de la identificación que hayan tenido con las mismas y las intercambian con amistades y familiares.

Otros dispositivos tecnológicos importantes lo constituyen las USB Memorias Flash y los llamados Discos Externos con capacidades de almacenaje de información mucho mayor y donde se trasladan cientos de películas de diversas procedencias para ser apreciadas fundamentalmente en el ámbito doméstico a través de los DVD o Televisores con entrada de memoria.

CONSUMO DE PELÍCULAS A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR SEXO. (Ver gráfico 32)

El 63% de los hombres consumen cine a través de los DVD, el 21% a través de las computadoras, el 7% a través de la TV Nacional, el 2% las compra, el 3% las intercambia, el 2% las alquila y el 2% a través del VHS. Por su parte, el 57% de las mujeres consumen cine a través del DVD, el 12% a través de las computadoras y el 17% mediante la Televisión Nacional. Otros indicadores muestran los préstamos en un 4%, los alquileres en un 2%, la compra en un 2% y el visionaje a través del VHS en un 3%.

CONSUMO DE PELÍCULAS A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR NIVEL ESCOLAR (ver gráfico 33).

El 100% del nivel primario, 67% del técnico medio, 63% preuniversitario, 57% obrero calificado, 54% universitario, y 51% secundario se apropian del cine a través del DVD como tecnología novedosa. EL 29% de los obreros calificados, el 20% de los preuniversitarios, el 15% de los técnicos medios, el 9% de los universitarios, y el 8% de enseñanza secundaria aprovechan el espacio hogareño para apreciar el cine a través de la Televisión Nacional. Por otra parte, el 26% de los del nivel secundario, el 24% universitario, el 14% de obreros calificados y el 11% del nivel preuniversitario lo hacen a través de las computadoras. Se reiteran en los análisis las compras, préstamos, los intercambios y los alquileres que muchas veces responden a la piratería cinematográfica.

CONSUMO DE PELÍCULAS A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 34).

El 63% de trabajadores, 54% de estudiantes y 53% del personal desocupado consumen cine a través del DVD, el 27% de los desocupados, el 13% de los estudiantes y el 11% de los trabajadores valoran el cine en los hogares a través de la TV Nacional. Mientras que el 20% de los estudiantes, y el 13% de los trabajadores y desocupados lo asimilan a través de las computadoras. El acceso a las películas se concentra en los alquileres privados, en los préstamos e intercambios y en la compra a cuentapropistas. Se desconoce por parte de la población mayoritaria de una videoteca estatal ubicada en el espacio del cine Cuba.

CONSUMO DE PELÍCULAS A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR LUGAR DE RESIDENCIA. (Ver gráfico 35).

Por el lugar de residencia el comportamiento del consumo de cine por vías alternativas se evalúa de la siguiente forma : el 80% del Distrito 2, el 61 % del Distrito 1, el 57% del Centro Histórico, el 54% del Distrito 4 y el 53% del Distrito 3 cuentan con el soporte DVD para esta práctica.

El 25% de los encuestados del Centro Histórico Urbano de la Ciudad, mantienen entre sus preferencias el consumo intimista del cine a través de las computadoras porque cuentan con el poder adquisitivo para obtenerlas y con la comodidad del hogar para ejercer dicha práctica cultural, generalmente desde una perspectiva individualizada. Le siguen en esta acción, los residentes del Abel Santamaría en un 14%, el Antonio Maceo en un 13%, la población restante del Distrito 2 en un 10% , al tener en cuenta que el Centro Histórico pertenece a esta porción territorial de la ciudad, y sólo el 6% de la población encuestada del Distrito 1 José Martí, posee computadoras.

Por la Televisión Nacional, los residentes en el Dto 1,4 y Centro Histórico, en un 18%, 17% y 15% respectivamente, asumen el cine a través de este medio. Los préstamos de películas en el Distrito 3 se

elevan a un 16%, y a un 9% en el Distrito 4, los alquileres se destacan en el Antonio Maceo y José Martí y los pobladores de los Distritos 1 y 3 son los que más compran películas.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR GRUPO DE EDADES. (Ver gráf. 36).

EL 62 % del grupo etéreo de 56-65, el 59% del grupo de 36 -45 ,el 52% de 46-55 , el 50% de 12-15 , el 36% de 26-35, y el 30% de 16-25 años consumen cine a través de vías alternativas con frecuencia diaria. EL 100% de 65 años y más, el 51% de 16-25, el 46 % de 26-35, el 39% de 56-65, el 38% de 12-15, el 36% de 46-55, el 27% de 36-45 lo practican con frecuencia semanal. Estos grupos consumen cine a través de la televisión nacional, de dvd, computadoras, equipos de VHS.

Los grupos de 16-25, 26-35, 36-45, 46-55 entre 14% y 9% aprecian el cine por estas vías dos veces a la semana y sólo el 12% de 12 a 15 años y el 5% de 16-25 y el 3% de 26-35 una vez al mes. Por su parte grupo de 16-25 consume cine en un 3% cada 15 días y sólo el 2% cada tres meses. El grupo etéreo que consume cine a través de todas las frecuencias temporales es el comprendido entre los 16 y 25 años.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR SEXO. (Ver gráfico 37).

El sexo femenino consume cine a través de vías alterntivas en la siguientes frecuencias 39% diario, 41% semanal, 13% dos veces por semana, 5% mensual , 1% c/15 días y c/tres meses.El sexo masculino lo practica en un 42% diario,49% semanal, 6% dos veces a la semana,2% c/15 días y 1% mensual. Los hombres consumen cine con mayor frecuencia a través de vías alternativas.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR NIVEL ESCOLAR. (Ver gráfico 38).

El 57% de los obreros calificados, el 50% de los de nivel primario,el 48% de los universitarios, el 39% de los graduados de preuniversitario, el 36% de los técnicos medios y el 33% de los del nivel secundario se apropian del cine a través de vías alternativas con frecuencia diaria.Ahora bien, el 54% de los graduados del nivel secundario, el 2% de los técnicos medios, el 50% del nivel primario, 43% de lo preuniversitarios, 35% de los universitarios y 29% de los obreros calificados, lo conciben con frecuencia semanal.

Dos veces a la semana, el 15% de los universitarios,el 11% del pre, 9% de técnicos y 5% del nivel secundario. Con frecuencia mensual el 14% de los obreros y por debajo del 4% secundarios, preuniversitarios y técnicos. EL 5% del nivel secundario consume cada tres meses. El grupo que más consume cine a través de vías alternativas es el de nivel secundario al apropiarse de dicha práctica cultural a través de todas las frecuencias analizadas.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR OCUPACIÓN. (Ver gráfico 39).

EL 60% de los desocupados, el 39% de los trabajadores e igual cifra de estudiantes se apropian del producto cultural con frecuencia diaria. El 46% de los trabajadores, el 43% de los estudiantes y el 40% de los desocupados lo hacen semanal. EL 11% de los que estudian y el 9% de los que trabajan, dos veces por semana, cada 15 días el 4% de los estudiantes, mensual el 4% de estudiantes y trabajadores y cada tres meses el 4% estudiantes. Estos últimos son los que consumen cine a través de las vías no tradicionales.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR LUGAR DE RESIDENCIA.(Ver gráfico 40).

En 60% de la población del Distrito 4 Abel Santamaría , el 53% del José Martí, el 35% del 26 de julio, el 30% del Centro Histórico y el 21 % del Antonio Maceo consume cine a través de formas alternativas con frecuencia diaria.

El 56% del Centro Histórico, el 45% del Distrito 2, el 39% del Distrito 1, el 37% del Distrito 3 y el 34% del 4 Abel Santamaría lo realiza semanalmente. El 32% del Distrito 3, el 20% del Distrito 2, el 8% del Centro Histórico y el 6% del Distrito 4 dos veces por semana. Con frecuencia quincenal, mensual y trimestral los distritos fluctúan en menos del 10%.La población del Distrito 4 Abel Santamaría es la que más consume cine a través de vías alternativas diariamente, le sigue el Distrito 1 José Martí con el indicador diario y le continúa el Centro Histórico, a través de todos los medidores de frecuencia.

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR GRUPOS DE EDADES (Ver gráfico 41).

EL 75% de 12-15 años, prefiere el cine, el 13% las novelas y el 12% los seriales. El grupo de 16 a 25 años elige el cine en un 58%, los musicales en un 8%, los seriales en un 21%, 4% científicos, 2% dibujos animados, 2% noticiosos, 2% entretenimiento.

Los comprendidos entre los 26 y 35 años escogen las películas en un 54%, las novelas en un 15%, los seriales en un 25% y los productos audiovisuales de contenido científico en un 7%. El 50% de 36-45 años prefiere el cine, el 14% las novelas, el 14% los seriales y el 18% del grupo asume los de temática científica.En esta selección se encuentran los profesionales de la salud y de diferentes técnicas que buscan profundizar sus conocimientos con el apoyo audiovisual.

De 46 a 55 años se destaca la apropiación del cine en el 68% de la población encuestada, el 12% selecciona los musicales, el 16% los seriales, el 4% el entretenimiento. A su vez los agrupados de 56 a

65 años valoran el cine en un 69%, los musicales en un 7%, los seriales en un 21% y los programas de entretenimiento en un 3%. El 67% del grupo de 65 y más gusta del cine y el 33% de los musicales. Las personas encuestadas añoran el cine musical apreciado en la ciudad en décadas anteriores y que no se exhibe en la red institucional y es de difícil acceso en la red comercializadora informal.

Como se valora los productos audiovisuales de menos aceptación por la población santiaguera son: los dibujos animados dentro de los géneros cinematográficos, los noticiosos y los de entretenimiento y el más buscado por los diversos grupos etáreos objeto de estudio, es el cine de ficción. Los seriales buscados por los jóvenes a través de vías alternativas son los que promocionan los canales de televisión nacional y aquellos que propicia el intercambio, la comercialización o el alquiler de un producto altamente cotizado donde el joven busca en el espectáculo de la violencia, por ejemplo, de la Serie Espartaco, *Arrow* o *La flecha*, y otras, referentes simbólicos que los identifica con la fuerza invencible de los protagonistas o la imitación del modelo de héroe que quisieran asumir en determinada circunstancia.

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR SEXO. (Ver gráfico 42.)

El 63% de los hombres y el 57% de las mujeres prefieren las películas, el 18% de los varones y 17% de las féminas los seriales, el 13% (F) y 4%(M) las novelas y el 8% y 5% de las féminas musicales y científicos y el 6% y 4% de los hombres, estos mismos géneros.

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR NIVEL ESCOLAR. (Ver gráfico 43).

El 75% del nivel primario prefiere las películas y el 25% los seriales. El 69% del nivel secundario, las películas, el 15% los seriales, el 10% los musicales, el 5% las novelas. Los consumidores graduados del preuniversitario optan por las películas en un 50%, por los musicales un 8%, 18% telenovelas, 22% seriales y 2% científicos. Por su parte, los graduados de técnico medio gustan de las películas en un 65%, los seriales en un 21%, las novelas en un 4%, los musicales en un 3%, 4% científicos y 3% noticiosos. El 57% de los obreros calificados prefiere las películas, el 30% los musicales y el 13% los seriales. El 54% de los universitarios elige las películas, el 2% los musicales, el 10% las novelas, el 12% los seriales de diferentes nacionalidades, el 16% científicos, 2% dibujos animados y 4% entretenimiento.

Como se valora las películas son preferidas por la mayoría de los graduados de los diferentes niveles educacionales con un porcentaje mayoritario en los del nivel primario y en menor escala en el nivel preuniversitario. Los graduados del pre comparten el consumo del cine con los seriales de diferentes

nacionalidades , las telenovelas brasileñas, mexicanas y los musicales que incluyen videos-clips y monográficos de diferentes artistas famosos del momento (cubanos y norteamericanos fundamentalmente).

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR OCUPACIÓN (Ver gráfico 44).

EL 60% de desocupados , el 59% de estudiantes y trabajadores prefiere las películas, el 22% de estudiantes, el 16% de trabajadores y el 13% de desocupados los seriales y el mismo porcentaje las novelas con indicadores por debajo del 10 % el resto de los géneros audiovisuales.

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR LUGAR DE RESIDENCIA. (Ver gráfico 45).

El 79% del Dto1 José Martí, el 66% del Dto 4 Abel Santamaría, el 55% del Dto2 26 de julio, el 52% del Centro Histórico y el 37% del 3 Antonio Maceo prefieren las películas. Le sigue el gusto por los seriales en un 32% el Dto3, el 30% el centro, el 25 el 2 en porcentajes menores de 15 los otros géneros

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE LA TV NACIONAL QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR GRUPO DE EDADES. (Ver gráfico 46).

El 64% de la población comprendida entre los 46-55 años, el 63% de 12-15, el 62% de 56-65, el 50% de 26-35, el 42% de 16-25, 41% 36-45, 33% de 65 y más ven películas por la TV Nacional. El 33% de 65 y más, 14% de 36-45, 11% de 16-25 y el 4% de 26-35 aprecian musicales. Las telenovelas son vistas por el 31% de 56-65, el 13% de 12-15 , el 11% de 16-25, 9% 36-45, 8% 46-55, 4% de 26-35 a través de este generalizado medio de comunicación. Los seriales por la TV los valoran en un 33% el grupo de 65 y más, el 32% de 26-35 y 16-25 respectivamente, el 14% de 36-45, 13% de 12-15, 8% de 46-55 años. El gusto por los programas de corte científico se evidencia en los grupos de 36-45 en un 14%, 46-55 en un 12%, 56-65 en un 8%, 26-35 en un 7%. El 13% del grupo de 12-15 años prefiere los programas de entretenimiento, el 5% de 36-45 y un 4% de 16-25 años. Los programas noticiosos son buscados por la población de 26-35. Como se puede observar las películas siguen siendo las preferidas en un porcentaje mayoritario de la población.

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE LA TV NACIONAL QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR SEXO. (Ver gráfico 47).

Las mujeres prefieren en un 49% las películas, 9% los musicales, 12% las telenovelas, 22% los seriales, 2% programas educativos, 4% científicos y en porcentajes mínimos los dibujos animados, noticiosos y de

entretenimiento. Por su parte los del sexo opuesto ven películas en un 48%, musicales en un 6% , 8% telenovelas, 24% seriales, 2% educativos, 8% científicos, 3% dibujos animados y 5% entretenimiento.

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE LA TV NACIONAL QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR NIVEL ESCOLAR (VER GRÁFICO 48).

El 57% de los obreros calificados, el 56% del nivel secundario, el 52% de los técnicos medios, el 50% del nivel primario, el 48% de los preuniversitarios, y el 39% de los universitarios consumen cine a través del telereceptor. El 33% de los técnicos medios, 29% de obreros calificados, 25% del nivel primario, 22% del preuniversitario, 21% del secundario y el 17% del universitario prefiere los seriales. El 25% del nivel primario, 14% de obreros calificados, 13% preuniversitarios, 9% de técnicos y universitarios y el 8% del secundario se pronuncia por las telenovelas. El 20% de los universitarios prefieren los programas científicos, y en porcentos menores los programas noticiosos, de entretenimiento y dibujos animados. Estos también son escogidos en bajos indicadores por los del nivel secundario, preuniversitario y técnico medio.

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE LA TV NACIONAL QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR OCUPACIÓN (VER GRÁFICO 49).

El 54% de los estudiantes, el 47% de los trabajadores y el 40% de los desocupados prefieren las películas por la TV. El 33% de los desocupados, el 30% de los estudiantes y el 18% de los trabajadores eligen los seriales. En porcentos menores se encuentran las telenovelas, musicales, programas científicos, dibujos animados, noticiosos y de entretenimiento.

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE LA TV NACIONAL QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR LUGAR DE RESIDENCIA (VER GRÁFICO 50).

El Distrito que más consume películas por la TV es el José Martí en un 71%, le sigue el Abel Santamaría en un 51%, luego el 26 de julio con 45%, el Centro Histórico en un 38%, y el Antonio Maceo en un 33%. EL 40% del Centro Histórico , el 26% del 3, el 20% del 2, el 17% del 4 gustan de los seriales, el 21% del 3 y 15% del 2, de los científicos, el 14% del 4, el 11% del 1 y 3 y el 10% del centro histórico de las telenovelas. El 15% de la población del 2 ,13% del 1 y 11% del 4, buscan los musicales. Los demás géneros audiovisuales gustan en menor escala. EL género audiovisual que más se aprecia por la Televisión Nacional es el cine.

A MODO DE RESUMEN

Luego de haber caracterizado el espectador cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cuba, se impone el resumen de las principales **tendencias y regularidades** del consumo de cine en el territorio: En la ciudad, al decir del investigador Pedro Moras (2008), los sujetos hacen suyos espacios que resignifican a través del prisma de sus subjetividades; por tanto, **los cines como instituciones culturales constituyen lugares simbólicos** para determinados grupos; que no han perdido la fé en su recuperación y protagonismo, como es el caso del comprendido entre los 56 a 65 años, que mantiene una tendencia al consumo tanto en las prácticas tradicionales como alternativas. Este segmento de la población está compuesto en mayor medida por hombres, obreros calificados, técnicos medios, trabajadores y residentes en el Distrito 4 Abel Santamaría. El valor simbólico en la utilización de las instalaciones, se traduce en el recuerdo de sus años mozos, al intercambio colectivo entre amigos y familiares, la diferencia de la pantalla grande y la pequeña y a la posibilidad de salir de sus hogares como opción dentro de su tiempo libre.

Muchos de los adultos evocan al cine como el espacio mediador por excelencia para disfrutar los fines de semana en pareja, con precios asequibles a las posibilidades económicas del trabajador y el estudiante. A medida que estos envejecen, la motivación por asistir a las salas de cine y video disminuye con varios argumentos, que van desde la difícil transportación hacia el espacio, hasta la insuficiente prestación del servicio cultural, el deterioro progresivo de las instalaciones, la concepción errática de programaciones nada sugerentes y las barreras arquitectónicas que deben enfrentar, los más ancianos y discapacitados. Muchos alegan que frecuentan estas instituciones en busca de opciones novedosas al no contar en sus hogares con medios tecnológicos para apreciar el cine. Las mismas son del género masculino, repitentes en sus visitas con frecuencia semanal a los videoclubes juveniles en horarios nocturnos y consideran la institución cultural como el espacio más importante en la comunidad. Como se observa, la utilización de los espacios tradicionales disminuye de manera vertiginosa, pero **todos los segmentos poblacionales investigados, asisten aún al cine o salas de video**, no obstante, indicadores de frecuencia irrisorios, comparados con la frecuencia de utilización de los espacios y vías alternativas.

La visita a los recintos cinematográficos tradicionales se asocia **a rasgos que definen la posición social de los sujetos**: estudiantes, adolescentes con intereses educativos por parte de la entidad educacional que los representa en actividades de apreciación coordinadas, desocupados sin la posibilidad de asistir a otro espacio cultural y que no cuentan con medios tecnológicos en sus hogares,

los profesores y estudiantes universitarios, personalidades de la cultura, cinéfilos, en la búsqueda de los estrenos cubanos y muestras especiales de diversas nacionalidades, entre otros.

En otro sentido, el acercamiento a los procesos de consumo cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cuba a través del estudio de público realizado, revela cómo **la difusión de las nuevas tecnologías de la información han repercutido tanto en las formas de consumo como en las propias relaciones y subjetividades sociales**, los modelos de convivencia y las formas de entretenimiento y diversión de los diferentes segmentos socio-demográficos de la población⁵¹. La transformación de la cotidianidad es determinada por el consumo de bienes y servicios de carácter mediático que han asumido el protagonismo, alterando los itinerarios preestablecidos y delimitando nuevos parámetros de participación social en los espacios públicos y privados, que se perfila en el declive total de los primeros.

Las transformaciones tecnológicas reorganizan el consumo de cine en la ciudad y la dinámica de socialización intensifica la impersonalización del espectador donde no se reconocen fronteras genéricas, tanto hombres como mujeres aprecian los mismos productos sin distinción de géneros y se emparentan de manera porcentual en el consumo alternativo, sobresaliendo un tanto los varones. Tampoco se registran límites etéreos, en tanto se homogeniza el gusto por el cine foráneo impuesto por el mercado informal, con una cuota de responsabilidad para la institución del cine en el país, donde predomina el patrón hollywoodense, y los géneros de acción y terror. Los grupos, aprovechan las brechas institucionales y se acogen a la comodidad hogareña con frecuencias diarias y semanales para apreciar el cine. Con asombro se observa cómo se suceden reordenamientos en el gusto de los menos jóvenes, readecuando sus demandas a la imposición de la modernidad.

Los niveles ocupacionales no presentan segmentos de diferenciación muy marcados, tanto estudiantes, como trabajadores y desocupados consumen en espacios alternativos con frecuencias similares a los niveles de escolaridad que denotan como los obreros calificados, del sexo masculino, estudiantes de diversa enseñanzas y trabajadores privilegian el consumo del cine norteamericano y el cubano en menor escala en los hogares e intercambios con sus amistades y familiares. Los universitarios se inclinan hacia el alquiler o compra del cine épico, las series históricas, y el cine cubano clásico.

Un dato sugerente en el análisis del grupo entre 36 a 45 años refiere, la relación entre las particularidades identitarias de los santiagueros.,(temperamentales, conflictivos, violentos, parranderos), y la selección del filme a consumir: buscan el espectáculo de la violencia, la alta tecnología, el

⁵¹ Siguiendo las pistas de investigación de la relación cine/espectador establecidas por la investigadora cubana Cecilia Linares del ICIC.

divertimento, la acción maximizada. Generalmente pertenecen al sexo masculino, son obreros calificados y técnicos medios, concentran sus prácticas en el domicilio y casa de amigos con frecuencias que oscilan entre la diaria y semanal. . Mantienen dentro de sus referentes simbólicos el ideal del héroe americano y del modo de vida estadounidense. A pesar de la caracterización anterior, que denota las construcciones simbólicas del habitante suroriental de la isla, existe una **marcada tendencia a la generalización del gusto por el cine de acciones violentas y espectaculares** con excepción de los adultos mayores que prefieren otro tipo de géneros.

Con estos resultados que generalizan las principales tendencias del consumo de cine en la ciudad, preocupa en gran medida **la pérdida de patrones de consumo preestablecidos** emparentados con la diversidad de géneros y con el interés de las mediaciones institucionales hacia la educación ética y estética del consumidor. Este planteamiento se enmarca en el entorno del objeto de estudio donde la circulación indetenible de todo tipo de películas ya sea a través de las redes sociales o de otros medios tecnológicos va creando socializaciones diversas que rompen con la consecución de las prácticas cotidianas y habituales.

En este sentido, cabe el ejemplo de un joven santiaguero, que acude al hogar a la hora del almuerzo, acompañado de cierto amigo, ambos penetran en la habitación del primero para disfrutar de un filme a través de la computadora, sin previa consulta a los adultos. Esta actitud provoca rupturas en las relaciones intrafamiliares que redundan en la siguiente descripción: La banda sonora ensordecedora de la película deja escuchar al resto de la familia los impetuosos golpes de una escena de acción y el diálogo hiriente de voces estridentes, en medio del almuerzo a medio servir y la siesta del más pequeño de la familia, imposible de conciliar el sueño. Se socializa una película con la imposición de los jóvenes, violentando el espacio, el horario, e ignorando los intereses reales de los demás miembros de la familia.

Siguiendo la línea de análisis, **la representación social del consumo cinematográfico en la ciudad se relaciona con la concentración de los medios tecnológicos modernos en manos de determinados grupos poblacionales**, fundamentalmente jóvenes, con elevados niveles adquisitivos, u otras condicionantes, estudiantes y desocupados, residentes en el Centro Histórico de la Ciudad y barrios residenciales, que diversifican el consumo con **una tendencia a la jerarquía social**, lo que reconfigura nuevas redes y estrategias de socialización, donde los menos jóvenes fueron atrapados.

Otra tendencia interesante que se visualiza en esta práctica cultural, con alerta para las féminas, es que los **hombres consumen más cine en espacios alternativos que las mujeres**, como el doméstico y

otros, porque tienen menos responsabilidades hogareñas en el quehacer diario, la carga mayor de las labores domésticas de la vida cotidiana ha sido heredada por el sexo femenino desde la sociedad patriarcal hasta nuestros días, por lo que ellos, disponen de mayor tiempo para la diversión y esparcimiento, sin ignorar sus responsabilidades como jefes de familia. Las féminas santiagueras, también gustan de las películas “**fuertes**”, pero escogen según sus edades otros géneros como las comedias y aventuras, y dentro de la selección de otros productos audiovisuales, los seriales, las telenovelas latinoamericanas y los musicales variados que compiten con las películas, pero estas llevan la delantera.

La población mayoritaria ha ido perdiendo el interés por el cine cubano, quien estableció patrones de consumo en la ciudad a través de su historia, las producciones actuales no agradan a la mayoría por los códigos de comunicación que presentan. Parte de estos razonamientos ya fueron evaluados, como causales de un cambio de comportamiento de la población en cuanto a la práctica del consumo de cine en el territorio objeto de estudio, buscando la explicación en distintos responsables.

En cuanto a la jerarquía en la utilización de las nuevas tecnologías para el consumo doméstico, **la Televisión le robó el protagonismo a la entidad representativa del cine en Cuba, el ICAIC**, como organizador de las dinámicas de consumo, por sus cuatro canales de acceso nacional. En épocas pasadas sólo existían dos, con programas especializados y la exhibición de películas que respondían a los mismos, cuya programación terminaba a las 11pm. Hoy, se consume cine a toda hora, en los últimos tiempos, el canal Multivisión se convierte en la pantalla chica mediadora por excelencia para satisfacer los gustos de unos y otros, 24 horas ininterrumpidas, todos los domingos. Unido al anterior, el DVD cuenta como uno de los medios más utilizados en el hogar para el consumo de cine por todos los segmentos poblacionales, niveles ocupacionales, escolares, sexo y lugares de residencia, con una menor incidencia en la casetera VHS y las computadoras.

El consumo cinematográfico de los pobladores de la ciudad se desarrolla fundamentalmente a través de los medios electrónicos, la Televisión, el DVD, las USB, el VHS, las computadoras y ya se introduce en la red comercial privada el dispositivo en 3D para apreciar las películas con una perspectiva tridimensional. Dentro de los límites geográficos de la Ciudad, se destaca un área en la apropiación de este producto desde las dos perspectivas de estudio (tradicional y alternativa), **el Distrito 4 Abel Santamaría**, donde sus habitantes **sienten la apropiación del cine como una necesidad dentro de sus prácticas cotidianas**, se valoró que su población es la que concurre con mayor frecuencia a los cines y salas de video estatales con un 37% de asistencia ; una vez al mes , a pesar de las dificultades con la

transportación y la lejanía de las instituciones cinematográficas emblemáticas. Dicha práctica se relaciona con la búsqueda constante de opciones culturales que no encuentra en su entorno y el alto grado de movilidad de la misma hacia espacios más céntricos de la ciudad, donde la mayoría desempeña sus actividades laborales, aunque se ubican en su entorno cuatro videoclubes juveniles (Pastorita, Rajayoga, MicroIB y Micro3).

La población que menos se identifica con las salas de cine y videos estatales es la que reside en el **Distrito 3 “Antonio Maceo”**, donde el 47% de los encuestados no asiste nunca y el 27 % con frecuencia anual. Los mismos tienen en cuenta la distancia de los cines estreno, las insuficientes opciones cinematográficas, tomando como referente los estrenos de cine cubano y de otras nacionalidades, cuya demanda responde a la inmediatez de la promoción emitida por los medios de información nacionales.

UN APARTE PARA LAS TENDENCIAS DEL CONSUMO DE CINE EN ADOLESCENTES Y JÓVENES.

Los adolescentes entre 12 y 15 años, asisten a los cines y salas de video estatales, en un 63% mensual, convocados por profesores y comunicadores culturales para su participación en los video debates de diversas temáticas (históricas y de salud), no por voluntad propia. Es el grupo que aporta un alto porcentaje de asistencia a las salas de video, no se siente identificado con las propuestas institucionales y busca el cine en otros espacios. El que consumen es el norteamericano en mayor medida en un 63% con tendencia al cine comercial de alta tecnología y los géneros por orden de jerarquía son los de terror en un 50%, de acción en un 26%, y las aventuras y comedias gustan a un 12%. La frecuencia del consumo de cine a través de otras vías que no son las tradicionales es la siguiente: el 50% lo hace diariamente, el 38% semanal y el 13% una vez al mes. Cuentan a su vez con escasos conocimientos acerca del cine cubano y sus principales figuras, aunque el 38% lo prefiere, tomando como referente los dibujos animados de Elpidio Valdés. Los adolescentes prefieren las películas en un 75% comparada con otros productos audiovisuales, por ejemplo a un 13% les agradan las novelas y a otro por ciento similar los seriales. A través de la programación de la TV Nacional este grupo se inclina en un 63% por las películas, el 13% por las novelas, e igual porcentaje para seriales y entretenimiento. De este grupo todas las encuestadas fueron mujeres, entre el nivel de escolaridad primario y secundario y estudiantes.

Entre los jóvenes, los de menos asistencia a las salas de cine y video, responden al grupo de 16 a 25 años, quienes enrumban sus prácticas hacia los espacios no tradicionales, individualizando el sentido que despierta en ellos la interpretación de la obra artística. Los de altos niveles educativos, van en busca de los estrenos de cine cubano y las muestras especiales de otras latitudes, como es el caso de los

estudiantes y profesores universitarios. Los realizadores, cinéfilos, cine clubistas, entre otros, se enmarcan en los niveles educativos: preuniversitario, técnico medio, secundario y obreros calificados.

Este grupo cuenta con medios tecnológicos que facilitan el consumo alternativo de cine en el ámbito doméstico con frecuencia diario. Consume cine en casa de amigos y en otros espacios con frecuencia semanal y quincenal donde alquila e intercambia las películas con otros paquetes de productos audiovisuales y se destaca el gusto por el cine de acción de alta tecnología y el género terror, las aventuras y comedias agradan en porcentos menores. Los jóvenes alquilan a cuentapropistas paquetes de películas “bajadas de internet” donde la tendencia al consumo de cine norteamericano muestra un marcado interés en el 97,9% de ellos y un porciento ínfimo se preocupa por algún que otro estreno de cine cubano con la inmediatez que propicia la promoción nacional, identificándose con las comedias y las últimas producciones cubanas eludiendo el cine existencial e intimista.

Dentro de los paquetes de programas audiovisuales que consumen por vía alternativa, se nutren de películas seriales, musicales y novelas. Porcientos menores prefieren programas científicos, los dibujos animados, noticiosos y entretenimiento. Así, a través de la TV Nacional las propuestas cinematográficas que consumen los jóvenes compiten con los seriales, musicales y telenovelas. Asumen patrones de consumo, bien alejados de las estrategias educativas e institucionales impuestas por la Política Cultural de la Revolución Cubana como intervención orientadora del desarrollo simbólico, desde sus preceptos fundamentales, de educar estéticamente a la población, proteger y preservar el patrimonio cultural de la nación y promover la participación ciudadana.

Los **circuitos informales** donde se distribuye y comercializa el cine en la sociedad santiaguera **reproducen códigos que llaman la atención en los aspectos simbólicos y estéticos en el acto de consumir** en todos los grupos analizados, pero sobre todo en el referido con anterioridad ,donde se valora una marcada influencia en la población del hegemonismo cinematográfico norteamericano, el placer por un cine donde prima la alta tecnología, el espectáculo de la violencia, versus profundidad temática, la preferencia por el cine netamente comercial, con mensajes fácilmente descifrables , la opción del divertimento, al placer estético y el desplazamiento a niveles inferiores del gusto por el cine nacional.

Estas selecciones, interpretaciones y usos están íntimamente influidos por las relaciones domésticas, las relaciones sociales ampliadas y por los contextos culturales en los cuales se desarrollan los adolescentes y jóvenes, quienes se encuentran en un continuo e intenso proceso de desarrollo por lo

que constituyen segmentos sociales vulnerables en su interacción con los medios. **Lo preocupante al parecer de la autora es que dichas prácticas se están generalizando a nivel macrosocial, los procesos de producción de sentidos que la audiencia joven elabora a partir de textos mediáticos son los menos convenientes para su formación ética y estética.**

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES:

El estudio realizado acerca del Consumo Cultural Cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cuba permitió llegar a las siguientes conclusiones:

-Según las estadísticas institucionales, los santiagueros están acudiendo cada día menos al cine o salas de video del territorio, las formas tradicionales corren el riesgo de perder sus esencias, pero la disminución de espectadores hacia las salas de cine y video, no significa que este como obra artística haya perdido su valor simbólico, pues mantiene la prioridad, dentro de las prácticas culturales de la población mayoritaria. Sin embargo, han cambiado las formas de relación obra-espectador. Los diversos grupos y segmentos poblacionales, desplazan sus actividades de consumo cinematográfico de los espacios públicos hacia nuevos lugares informales, la esfera individual y privada y el ámbito doméstico.

-La democratización de las prácticas filmicas, la hegemonía de soportes móviles, la entronización de la programación cinematográfica televisiva, la irrupción de tecnologías novedosas, el evidente inmovilismo de la institución rectora ICAIC en la aplicación de la política de exhibición establecida y la insuficiente gestión institucional territorial, contribuyen en gran medida a la desaparición del consumo y debate de un cine plural, movilizador de ideas y la inminente pérdida del público de masas que contribuyó siempre al debate colectivo, el llamado por muchos teóricos el “debate cultural.”

-En tal sentido, se ha conformado en la ciudad como tendencia, un espectador de nuevo tipo que tiene como principal característica el alejamiento de las salas de cine y el acercamiento al espacio intimista e individualizado, un espectador carente de orientaciones especializadas e influido por múltiples mediaciones y redes tecnológicas que manipulan a las audiencias e intervienen con amplia ventaja, al aprovechar las brechas y vacíos que dejan las instituciones cinematográficas en sus proyecciones estratégicas como indicadores de la gestión institucional.

-Lo anterior nos demuestra que el cine como institución cultural ha dejado de ser el centro aglutinador de sujetos disímiles que compartían un mismo espacio y producto artístico, a consecuencias de 5 elementos fundamentales: la infraestructura económica, la insuficiente proyección estratégica a diferentes niveles institucionales, la irrupción de las nuevas tecnologías de la información en espacios más individualizados que diseminan nuevos modos de apreciar el cine, la proliferación de la piratería y la autorización estatal a privados para comercializar la obra cinematográfica. Los mismos, violentan las normas institucionales preestablecidas.

-Esta afirmación conllevó al estudio de este particular, demostrando que las transformaciones en las nuevas tecnologías de la información en el escenario comunicacional, han reorganizado el mismo hacia la vertiente alternativa, donde se reconfiguran las dinámicas urbanas, se reordenan los itinerarios de intercambio, los nuevos simbolismos, emergen diferentes experiencias de recepción en los hogares, provocan rupturas intrafamiliares, e interpretaciones diversas de los contenidos, se redimensionan las construcciones imaginarias y reinterpretación de las identidades, se rediseñan las prácticas sociales de los espacios públicos y privados confrontando las viejas y nuevas formas de apropiación del cine con la segmentación de los públicos. Estos elementos, enfatizan la impersonalización del espectador y la desvalorización del producto como obra artística.

-Así, la representación social del consumo cinematográfico en la contemporaneidad, se relaciona con la concentración de los medios tecnológicos modernos en manos de determinados grupos poblacionales, los que diversifican este con una marcada tendencia a la jerarquía social, que reconfiguran nuevas redes y estrategias de socialización.

-A partir de la caracterización del mercado cinematográfico en la Ciudad de Santiago de Cuba se determinaron los modos, intereses, expectativas y conductas relacionados con elementos de orden estructural, como edad, sexo, nivel escolar, ocupación y lugar de residencia, a modo de variables clasificatorias, que demostraron las principales tendencias del consumo de cine en la ciudad estableciendo formas de integración-comunicación y segmentos de diferenciación en los grupos representados. Estos elementos fueron condicionados por mediaciones situacionales, institucionales, individuales, tecnológicas en los espacios de socialización y por estereotipos enraizados en el imaginario popular.

-Los resultados evidencian como la dimensión simbólica, presente en la caracterización del mercado cinematográfico y sus principales tendencias cobra importancia en los procesos de interacción social e intercambio comunicacional y en las conductas de los individuos sujetas al significado que les atribuyen al cine desde su entorno contextual y experiencia social.

-El proceso de globalización neoliberal, impacta el ritmo de desarrollo de la ciudad en el ámbito cinematográfico, donde la transformación de la cotidianidad es determinada por el consumo de bienes y servicios de carácter mediático que han asumido el protagonismo, alterando los itinerarios preestablecidos y delimitando nuevos parámetros de participación social en los espacios públicos y privados, que se perfila en el declive total de los primeros.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES:

Teniendo en cuenta que corresponde a nuestro esfuerzo y dedicación la transformación de los resultados institucionales en el ámbito cinematográfico en la Ciudad de Santiago de Cuba y que la investigación ha sido el punto de partida para los cambios por venir, se recomienda lo siguiente:

-Considerar desde la perspectiva institucional los nuevos contextos en que se enmarcan las prácticas del consumo cinematográfico en la Ciudad, cuya polémica no debe centrarse en llevar a cabo una cruzada contra los elementos que impone la modernidad para conservar lo tradicional, sino en diseñar nuevas estrategias comunicativas que permitan fusionar ambas experiencias y perfilar el desarrollo de la actividad cinematográfica a nivel local.

-Estimular la interacción de los diversos sectores y grupos sociales en la actividad cinematográfica al potenciar una cultura de participación en los sujetos que los convierta en receptores-consumidores críticos y enfrenten los dispositivos enajenantes de la avalancha de programas que conforman la dominación simbólica del consumo cinematográfico informal.

-Continuar los estudios del consumo cinematográfico, a otros niveles territoriales e institucionales que posibiliten una visión diagnóstica de la realidad provincial y local.

-Con marcada insistencia, recomendar al Centro Provincial del Cine de Santiago de Cuba que los resultados investigativos que derivan de esta tesis, permitan diseñar estrategias en el campo de la gestión cultural que reformulen la política de exhibición establecida a nivel institucional validando el desarrollo de la actividad cinematográfica a nivel territorial y en el ámbito cultural comunitario.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- 1-Agramonte, A. (1966). **Cronología del cine Cubano**. Ediciones ICAIC. Ciudad de La Habana.
- 2-Arcos, G. (2011, sep-oct). *“Imágenes en transición. Televisión y consumo en Cuba”*. **Revista La Gaceta de Cuba**. UNEAC. Ciudad de la Habana.p.12.
- 3-Autores, Varios (2000). **“Encuesta de medios de comunicación en el Municipio de Puebla”**. Edición mimeografía del Centro de Investigación sobre Opinión. Benemérita Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Puebla, México.
- 4-Autores, Varios. (1990). **Estudio comparativo del consumo cultural en grandes ciudades**. Grupo de Políticas Culturales. Reporte preliminar. Centro Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Buenos Aires, Argentina.
- 5-Basail Rodríguez, A. (2002). **Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible**. En Sociedad Cubana Hoy. Ensayos de sociología Joven. Editorial Ciencias Sociales. La Habana.
- 6-_____ (2006). **Habitar la identidad: la cultura y lo social cubano invisible**. Estudios sobre las culturas contemporáneas. Universidad de Colima, México.
- 7-Barrios Montes, O. (2011). **Dossier de Estudios Etnológicos en Cuba**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.
- 8-Bermúdez, E. (2002). *“Malls”*, consumo cultural y representación de identidades Juveniles en Maracaibo”. **Ponencia** Universidad del Zulia. Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos (CESA). Venezuela.
- 9- Bisbal, M. (1999). **De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis. Colombia**.
- 10-_____ (1997) **“El valor de la cultura. El consumo cultural del venezolano”**, en *Autores, varios (1997)*. “Demoscopia Venezuela. Tendencias y perspectivas 1996-1997”. Edición de COSAR, Grupo Comunicacional. Caracas, Venezuela.
- 11- Cathcart Roca, M L. (2011).**Dossier de Lengua y Cultura**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

12-Castillo. L., Pérez, M., del Valle.S., Masvidal.M., Sánchez, J. L., Diéguez, del Río., Sotto.A y González, O. (2010). **Conquistando la utopía. El ICAIC y la Revolución 50 años después.** Ediciones ICAIC. La Habana.

13-Castro, C. (2002). **Pensamiento Comunicacional latinoamericano. La cuestión educativa de los medios.** Entrevista realizada al teórico mexicano del binomio educación-comunicación Guillermo Orozco en la Universidad Río Grande del Sur. Brasil.

14-Colectivo de autores. (2002).**Guía de Arquitectura del Oriente de Cuba.** Asamblea Provincial del Poder Popular. Embajada de España. Agencia Española de Cooperación Internacional. Coord. en Cuba, Oficina del Conservador de la Ciudad de Santiago de Cuba. Edición Junta de Andalucía. Dirección General de Arquitectura y Viviendas. Andalucía. España.

15- Concepción Martín, V. (2007-2012). **Evaluaciones Parciales y de Resultados del Programa de Desarrollo Sociocultural del Centro Provincial del Cine.** Departamento de Programas Culturales. Centro Provincial del Cine. Santiago de Cuba.

16-_____ (2011a). “Aproximación al estudio de la Antropología Sociocultural”. **Trabajo Evaluativo de la Asignatura Antropología Social. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.**

6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.

17-_____ (2011b) “Cultura Ambiental Cinematográfica” **Trabajo Evaluativo de la Asignatura Sociedad, Cultura y Medio Ambiente. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.**

18-_____ (2011c) “El Programa de Desarrollo Cultural y los Proyectos institucionales como instrumentos de gestión.” **Trabajo Evaluativo de la Asignatura Programas de Desarrollo Cultural. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.**

19-_____ (2011d) “Algunos apuntes sobre Consumo Cultural.”**Trabajo Evaluativo de la Asignatura Problemas Actuales de la Cultura Cubana. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.**

20-_____ (2011e) “**El cine como promotor de valores simbólicos**”. Trabajo Evaluativo de la Asignatura Semiótica. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.

21-_____ (2011f). “**Cultura y consumo cultural**”. Trabajo Evaluativo de la Asignatura Teoría de la Cultura. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.

22-_____ (2011g). “**Aproximación al consumo cultural**”. Trabajo Evaluativo de la Asignatura Sociología de la Cultura. Maestría Desarrollo Cultural Comunitario.6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba. Documento Inédito.

23 -_____ (2011h). **Programa de Desarrollo Sociocultural.2011-2015** Departamento de Programas Culturales. Centro Provincial del Cine. Santiago de Cuba.

24-Colectivo de autores. (2004) **Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales.** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. CONACULTA. México.

25-Colectivo de autores. **Estadísticas Provinciales (2007-2012).**Departamento de Economía. Centro Provincial del Cine. Santiago de Cuba.

26-Colectivo de autores.(2008) **Encuesta de Consumo Cultural.** Informe de resultados. Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Colombia.

27-Colectivo de autores.(2009). **Consumo Cultural en Cuba. II Encuesta Nacional.** Instituto Cubano de Investigación Juan Marinello y Oficina Nacional de Estadísticas .La Habana. Cuba.

28-Colectivo de autores. (2009) **.Encuesta sobre consumo cultural y uso del tiempo libre.** Consejo Nacional de la Cultura (CNCA) y las Artes y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), junto a

instituciones públicas y privadas crean el Comité de Estadísticas Culturales. Convenio Marco de Colaboración CNCA-INE. México.

29-Colectivo de autores. (2010). **Caracterización de las dinámicas socioculturales de la ciudad de Santiago de Cuba: el caso de los barrios El Tivolí y Los Hoyos.** Informe del Tercer Resultado del Proyecto Cultura y mentalidades en la sociedad santiaguera actual. Estudio de caso en las comunidades de El Tivolí y Los Hoyos. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral de la Cultura.

30-Colectivo de autores.(2012). Proyecto de Investigación **“Juventud entre modelos de exclusión e inclusión sociocultural. Consumos y prácticas culturales en jóvenes del Oriente Cubano. (2012-2015)”**. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral de la Cultura. (CEDIC).Santiago de Cuba.

31-Colombres, A. (2011).**Teoría Transcultural del las Artes Visuales.** Ediciones ICAIC. La Habana. Cuba.

32-_____ (2012). **La descolonización de la mirada. Una introducción a la Antropología visual.** Ediciones ICAIC. La Habana. Cuba.

33-Delgado Tornés, A.N. (2011a). **Dossier de Programas de Desarrollo Cultural.** Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

34-_____ (2011b). **Dossier de Identidad y Políticas Culturales.** Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

35-Díaz, M. y del Río, Y. (2010). **Los Cien Caminos del Cine Cubano.** Ediciones .ICAIC. Ciudad de la Habana.

36-Douglas, M.E. (1997). **La tienda Negra. El cine en Cuba (1897-1990).** Cinemateca de Cuba. Ciudad de la Habana.

37-Espina. M. (1998). **Componentes y tendencias socio-estructurales de la Sociedad cubana actual.** (s.e). La Habana.

38-Espronceda, Amor. M.E. (2011a). **Dossier de Antropología Social.** Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

39-_____. (2011b). **Dossier de Antropología Social**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

40-Expósito, E. (2011a) **Dossier de Gestión de los Procesos Culturales**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

41-_____.(2011b) **Dossier de Proyectos Culturales**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

42- _____ y Martínez Tena, A de la C. (2011) “La gestión cultural en las instituciones culturales urbanas” en Dossier **Gestión de los Procesos Culturales**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

43-_____y Arencibia, Coloma. Y. (2011). **Dossier de Semiótica y Teoría de la Comunicación**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

44-Fernández. I. (2010 enero-marzo). “*El cine cubano inobjetablemente revolucionario*”. Entrevista al presidente del ICAIC Omar González Jiménez. **Revista Cine Cubano.175, 2**.

45-Ferriol, A (1999). “*Pobreza en condiciones de reforma económica: el reto de la equidad en Cuba*”. **Revista Cuba Investigación Económica**. La Habana. 26,116-119.

46-Fornet, A. (2007). **Las trampas del oficio. Apuntes sobre cine y sociedad**. Ediciones ICAIC. La Habana. Cuba.

47- _____ (2010)“*Contextos históricos y polémicas culturales en el Cine de la Revolución*.” Entrevista a Manuel Pérez Paredes. **Revista Cine Cubano nro. (177-178)**, 15-30.

48-Fuenzalida, V. (1984). **Televisión Padres- Hijos**. Ceneca. Ediciones Paulinas. Santiago de Chile. Chile.

49-García Borrero, J. A. (2009). **Otras maneras de pensar el cine**. Editorial Oriente. Santiago de Cuba.

50-_____ (2011, sep-oct). “Esplendor y decadencia de la cultura audiovisual en Cuba.” **Revista La Gaceta de Cuba**. UNEAC. Ciudad de la Habana (5), 63.

51- García Canclini, N. (1984). **La producción simbólica, teoría y método en sociología del arte**. Siglo XXI. Editores. S.A .México.

52-_____ (1989) .**Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad**. México. Editorial Grijalbo.

53-_____ (1993a). **El consumo cultural en México**. Edición del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Editorial Grijalbo. México.

54-_____ (1993b). **“Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México”**. Edición del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Editorial Grijalbo, México.

55-_____ (1995).**Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. Editorial Grijalbo. México.

56- _____(1997). **Imaginario Urbanos**. Editorial Universidad de Buenos Aires. Argentina.

57-_____ (1998). **Cultura y comunicación en la Ciudad de México**. 2 volúmenes. Editorial Grijalbo .México.

58- _____(1999a).**Culturas híbridas** .Editorial Grijalbo. México.

59-_____ (1999b) **El Consumo Cultural. Una Propuesta Teórica**. Edición del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Editorial Grijalbo. México.

60-_____ (2000) **La globalización imaginada**. Editorial Paidós. Buenos Aires.

61-_____ (2005).**Diferentes, desiguales y desconectados**. Mapas de la interculturalidad. Editorial Gedisa. México.

62-García Espinosa, J. (2001, oct-dic). *“El cine cubano o los caminos de la modernidad”*. **Revista Temas (27)**, 28-36.

63-García Mesa, H. (1998). *“El cine y las cinematecas.”* **Revista Cine Cubano (140)** 16.

64-García Lescaille, T y Morcate, Labrada, F. (2011). **Dossier de El arte y el desarrollo cultural comunitario**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba

65-González Estévez, V. (2011). **Dossier de Teoría de la Cultura**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

66-González, O. (2010, julio-diciembre). "Los destinos posibles" en **Revista Cine Cubano (173-174)**, 2-16.

67-González, R (2001). **Coordenadas del Cine Cubano1**. Editorial Oriente. Santiago de Cuba.

68-Guevara, A. (1998). "Informe al Congreso Nacional de la Cultura" en **Revista Cine Cubano (140)**, 46.

69- _____ (1998) "Realidades y perspectivas de un nuevo cine" en **Revista Cine Cubano (140)**, 6.

70 -Hall, S. (1992). **Encoding / Decoding in the Television** Editorial Discourse. Londres. Gran Bretaña.

71-Hernández Garrido, M.V. (2011).**Dossier de Sociedad, Cultura y Medio Ambiente**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

72-Hernández, R. (2003). "Notas al pensamiento cubano contemporáneo" en **Revista Sin urna de cristal**. Ciudad de la Habana. Cuba.

73-Hernández, P., Hernández, E., Padrón, A., Barreto, I. y Vázquez, E. (2012).**Glosario de términos audiovisuales. Artísticos y Técnicos**. Ediciones ICAIC. La Habana. Cuba.

74-Herrera, Mora, C. (2001). **Consumo Cultural Potencial en América Continental**. Una aplicación del Modelo de Asignación de Consumos al Gasto en Cultura. Caso de Estudio. Colombia. Ediciones Eumedonet.

75 -Linares Fleites, C. (2010, enero-marzo). "Algunos apuntes sobre el consumo cinematográfico en Cuba". **Revista Cine Cubano. (175)**, 124-127.

76- _____ y Moras. P. (2011, sep-oct). "Consumo Audiovisual. "Tendencias y retos." en **Revista La Gaceta de Cuba**. UNEAC .Ciudad de la Habana. (5) ,15- 16.

77-Lobaina Guerra, Y. (2007). **El cine, y la promoción como base del desarrollo cultural cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cuba**. Tesis de Diplomado de Cultura y Comunicación. Centro Provincial de Superación para el Arte y la Cultura. Santiago de Cuba. Material inédito.

78-**Los productos musicales en los hogares**. Dirección General de Estadística y Censos. Estadística de la Ciudad. Buenos Aires. Argentina. 2007.

79-Mata, M. C. (1997).**Públicos y Consumos Culturales en Córdoba**. Argentina: Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba.

80-Martín Barbero, J. (1987): **Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista**. Editorial Gustavo Gili, S.A. México.

81-_____ (1998): "*Tipología cultural*", en **Tipologías municipales y regiones en Colombia**. Editado por la Fundación Social. Colombia.

82 - _____ (2002).**De los Medios a las Mediaciones**, en Guillermo Sunkel: **Una mirada otra. La cultura desde el consumo**. Mato, D (coord.). Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en Cultura y Poder. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales y Universidad Central de Venezuela, Caracas. Venezuela.

81-Martín, C. (1996). "*La vida cotidiana en Cuba, una mirada psicosocial*" en **Revista Temas 7**. Ciudad de la Habana. 5-8.

83 -Martínez Tena, A., Delgado Tornés, A., Mesa Castillo, J., Haber Guerra, Cathcart Roca, M. L., Escalona Delfino J., A., Causse Cathcart, Mercedes, Expósito García, Elpidio e Idalia Illescas Nájera (2007).**Estudios Culturales, Cultura y Desarrollo Comunitario**. Colectivo de investigadores del Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Santiago de Cuba.

84- _____ e Illescas, Nájera. I. (2007). "*Los estudios de la cultura en el desarrollo comunitario*". en **Estudios Culturales, Cultura y Desarrollo Comunitario**. Colectivo de investigadores del Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario. Universidad de Oriente .Facultad de Ciencias Sociales. Santiago de Cuba.

85-_____,y Expósito García, E. (2007). "*Metodología para estudios culturales de comunidades. El Diagnóstico*", en **Estudios Culturales, Cultura y Desarrollo Comunitario**. Colectivo de investigadores del Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario. Universidad de Oriente .Facultad de Ciencias Sociales. Santiago de Cuba.

86-_____ (2011a). **Dossier de Sociología de la Cultura**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

87-_____ y Mesa, J. (2011b). **Dossier de Metodologías Particulares para el Trabajo Comunitario**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario. 6ta Edición. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

88-Martínez, F. (2001). **El corrimiento social hacia el rojo**. Editorial Ciencias Sociales. La Habana.

89-Mesa Castillo, J. (2011) .**Dossier de Historia y Comunidad**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

90- Meyer, J. A. (1999). **Consumos culturales en la ciudad de Puebla**. Ponencia presentada en la XXI Reunión Nacional de Extensión y Difusión de los Servicios. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Chiapas, México.

91_____ (2000). **“El consumo cultural de los adolescentes en Puebla”**. Ponencia presentada durante el Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIC/IBERCOM. Grupo de Trabajo: “Ciudad y Comunicación”. Universidad Diego Portales. Santiago, Chile.

92_____ (2003). **“Imaginarios y migración. Poblanos en Nueva York”**, en Revista **Latina de Comunicación Social** No. 59. Edición electrónica del Laboratorio de Nuevas Tecnologías. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de La Laguna. Tenerife, Canarias. España

93_____ (2004). **Cultura mediática y audiencias regionales. El consumo cultural en Puebla**. Edición de la Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de La Laguna. Tenerife, España.

94-Moncada, M. (2011). **Dossier de Metodología de la Investigación Científica**. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

95-Morley, D.(1996).**Estudios Culturales Británicos sobre Consumo Cultural. Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires. Edición Omorrorto. Argentina.

96-Oficina Nacional de Estadísticas e Información. **Población residente por Consejos Populares y Grupos de Edades**. Departamento de Demografías, Censo y Encuestas. Provincia de Santiago de Cuba. Enero-Diciembre/2011.

- 97- Orozco, G. (1993). "Televidencias y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia" en **Revista Análisis**, nro. 5. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- 98-_____ (1996). **Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo**. Universidad Iberoamericana. Ediciones de la Torre, Madrid. España.
- 99 _____ 2000). **Lo viejo y lo nuevo, investigar la comunicación en el siglo XXI (coord.)**. Ediciones de la Torre, Madrid. España.
- 100 _____ (2001). **Televisión, audiencias y educación**. Editorial Norma, Buenos Aires. Argentina.
- 101 _____ (2002) . **Recepción y audiencias, travesías por América Latina**. Editorial Norma, Buenos Aires. Argentina
- 102-Perera, M. (1998). "*Significados en torno a la desigualdad social*" Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, **Informe de Investigación CITMA**. La Habana. Cuba.
- 103-Pertierra,A.C (2011, sep-oct). "*Placeres privados*". **Revista La Gaceta de Cuba**. UNEAC. Ciudad de la Habana (5), 17.
- 104-Pérez, M. (2010). "*El ICAIC y su contexto entre 1959 y 1963: Nacimiento, primeros pasos y primeros contratiempos...*" en **Conquistando la Utopía. El ICAIC y la Revolución 50 años después**. Ediciones ICAIC. Ciudad de la Habana.
- 105-Picini, M. (1997). **Recepción artística y consumo cultural**. Editorial Juan Pablos. México.
- 106-**Política Cultural de la Revolución Cubana**. Documentos del II Congreso del Partido., Editorial Ciencias Sociales. La Habana 1981.
- 107- **Revista Cine Cubano. 140** (1998, diciembre). La Habana. Cuba.
- 108- **Revista Cine Cubano. 173-174**. (2009, Julio-diciembre). La Habana. Cuba.
- 109-**Revista Cine Cubano 175**. (2010, enero-marzo). La Habana. Cuba.
- 110-**Revista Cine Cubano. 177-178**. (2010, julio-dic.). La Habana. Cuba.

111-Revista Cine Cubano. 185-186 (2012, julio-dic.). La Habana. Cuba.

112-Revista Temas.27 (2001, oct-dic). "*Cultura, Ideología y Sociedad. Colarse en el cine*". Ciudad de la Habana. Cuba.

113-Rivero, B. Y. (2002). Consumo cultural en Cuba: ¿Escenario de diferenciación o desigualdad social? Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO, Buenos Aires, Argentina.

114-Roque, R. (1993). El concepto de un tiempo libre, fundamento de un modelo normativo del progreso de la actividad libre en el socialismo. Editorial Ciencias Sociales. La Habana.

115-Rosas Mantecón, A.. (1997). "Una mirada antropológica al público de cine", en suplemento **El Cotidiano** No. 68. México,

116-_____ (2002). Los estudios sobre Consumo Cultural en México. en Mato, D (coord.) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales y universidad central de Venezuela, Caracas, Venezuela.

117-Senna, O. (2010). "Leyes de comunicación y desafíos del audiovisual en el Continente" en **Revista Cine Cubano .175,** 21-25.

118-Soto, J.A. (2011). Dossier de Problemas Actuales de la Cultura Cubana. Programa de Maestría Desarrollo Cultural Comunitario (6ta Edición). Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral Comunitario (CEDIC). Santiago de Cuba.

119-Sunkel, G. (1997) "Una mirada antropológica al público de cine", en suplemento **EL Cotidiano no 68.** México.

121-_____ (coord.) (1999). El Consumo Cultural en América Latina. Edición del Convenio Andrés Bello. Bogotá .Colombia.

122-_____ (2002). "Una mirada otra. La cultura desde el consumo" en Mato, D (coord.) **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder.** Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales y Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.

123-Tamayo-Téllez, M. (2011). La perspectiva sociológica latinoamericana en los estudios del consumo. Universidad de Guantánamo. Cuba.

124-_____ (2012). **Consumo Cultural y Artes Plásticas en Guantánamo (1990-2005). Bases para un análisis sociológico.** Tesis en Opción al grado científico de Doctora en Ciencias Sociológicas. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios para el Desarrollo Integral de la Cultura. (CEDIC).Santiago de Cuba.

125- Zapata Rodríguez. O.et al (2010). **Del cine en Cuba.** Trabajo evaluativo de la asignatura Cultura Cubana 2. Universidad de Oriente. Facultad de Ciencias Sociales. Estudios Socioculturales. Santiago de Cuba. Documento Inédito.

WEBGRAFÍA

1-Barreto. M. (2005). **Ciudadanía, Globalización y Migraciones.** Ciudad virtual de Antropología y arqueología. Consultado en <http://www.antropología.com.ar> recuperado el 17-9-11.

2-Bermúdez, Emilia. 2003. **Malls, Consumo Cultural y Representación de Identidades Juveniles en Maracaibo.** En Ponencia presentada en las jornadas visión de Venezuela celebradas en la ciudad de Maracaibo los días 13 y 14 de Julio del 2002 Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos (CESA) **[Versión Electrónica]** Consultado ensvs.osu.edu/jornadas/Bermzdez.pdf. Recuperado el 14-3-012.

3-Bisbal, M (1999) *“La idea del consumo cultural. Teoría, perspectivas y propuestas”*. En **Revista Comunicación.** N°.108. Revista Electrónica. Centro Gumilla. Caracas. Venezuela. Pag. 32-39.

4-_____. (S.a). *“De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis”*. **Revista de Estudios de Comunicación**, consultado en <http://www.go.microsof.com/fwlink/> recuperado 2-2-12.

5-_____ (s.a) **El consumo cultural para pensar lo mas mediático o la fascinación de la comunicación masiva** consultado en <http://www /go.microsof.com/fwlink/> recuperado 2-2-12.

6-Bueno Morles, M y Márquez (s.a). **Consumos Culturales mass mediáticos en tiempos de globalización** .Facultad de Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Católica Cecilio Acosta. Observatorio Cultural. Venezuela. Consultado en <http://www.innovarium.com/> recuperado 23.10-12.

7-Buxo Rey, M.J. **La sociedad de la información reclama un nuevo diseño cultural.** Consultado en assessme@offcampus.es , recuperado 24-9-11.

8-Garcés Prieto, J. (2008). **Las catedrales del consumo.** Consultado en <http://www.revistapueblos.org> . recuperado el 24-9-11

9-Gómez-Tarragona, D. (2009). **El consumo de productos (bienes y servicios) culturales.** Consultado en [http://www. Dicendi.com](http://www.Dicendi.com) recuperado 7-10-11

10-González, Rodríguez.(2011).¿Consumo Cultural es igual a Cultura?.en Revista Digital **UNEAC**, publicada 21-6-2011, recuperada 1-1-12

11-Guzmán Cárdenas, C.E. (1998) “Las nuevas síntesis urbanas de la ciudadanía cultural (la ciudad como objeto de consumo cultural)” en **"El Consumo Cultural del Venezolano"**. Fundación Centro Gumilla. Venezuela. Revista Electrónica.

12- Herrera, C y García, F: "Consumo cultural como parte del ingreso en Colombia 1999-2004" en **Observatorio de la Economía Latinoamericana** N° 33, octubre 2004. Texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/> recuperado 25-5-2011

13-Machicado, J.A. **Consumo Cultural en Iberoamérica, mucho se conoce, poco se tiene en cuenta.** Consultado en <http://www.odai.org/articulos>.recuperado 7-10-11

14-Mancini, P. (2005) **Consumo Cultural en la ciudad de Buenos Aires. Argentina.** Consultado en <http://www.buenosaires.gov.ar/cultura/observatorio/> recuperado el 18-10-11

15-Martín Barbero. J (1991) **Dinámicas Urbanas de la Cultura.** Consultado en <http://www.antropologia.com.ar/> recuperado 17-8-12

16-Martínez Toledo, Y. (2007, 8-14 dic.). “Culturas alternativas”. **La Jiribilla .Revista de la Cultura Cubana.** (6).Revista Electrónica.

17-Moras, P. E (2008): “Consumo e Investigaciones Culturales” en **Revista Perfiles** del Instituto Cubano de Investigación cultural Juan Marinello, enero abril del 2008. [www.Perfiles .cult.cu /](http://www.Perfiles.cult.cu/). **Recuperado el 20-5-11**

18-Noriega, R. (2009).”El consumo alternativo de Productos Audiovisuales Musicales.”Centro de Investigaciones Sociales, ICRT. Consultado en **Revista Electrónica En Vivo**, recuperada 30-10-12

19-Pacheco Valera, I. (2011, Mayo 5). “El consumo alternativo: Itinerario de una paradoja” **Portal Periódico Digital Cubarte.** Consultado en [http://www.cubarte.cult.cu / periódico](http://www.cubarte.cult.cu/periódico). Recuperado 22-11-12

20-Piccini, M. (1993). "La sociedad de los espectadores. Notas sobre algunas teorías de la recepción", en **Revista Digital Versión**, núm. 3. UAM Xochimilco. México. (Revista Electrónica).

21-Primer Mapa sobre las Prácticas de Consumo Cultural en Colombia. **Portal Iberoamericano de Gestión Cultural**. Fuente: Ministerio de Cultura de Colombia. 2008. Versión Electrónica.

22-Rosas Mantecón, A (s.a). **¿Para qué estudiar a los públicos?** Departamento de Antropología. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. México. Versión Electrónica.

23-_____ (2002). **Los estudios sobre consumo cultural en México** [Versión Electrónica] En Daniel Mato (Ed.) Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder. Recuperado el 21 de octubre del 2011 del sitio web de la CLACSO **Bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/mantecon.doc**

24-Schmilchuk, G (s.a) .**Venturas y desventuras de los estudios de público**. Cuicuilco, México. v. 3, núm. 7, mayo-agosto, p. 31-57.consultado en Revista electrónica.

25-El Consumo Cultural y sus prácticas en Cuba, consultado en **[http:// www.tribuna .co.cu /lectura](http://www.tribuna.co.cu/lectura)**. Recuperado 26-11-11.

26-El Instituto de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello presenta el libro **Consumo Cultural y Adolescencia en Cuba**. Consultado en **www.radiorebelde.cu** recuperado el 19-10-12

287Pacheco Valera .I (2012): **USB: ¿nuevos modos de consumo audiovisual? (II)** Consultado en **[http:// WWW.cubahora.cu/](http://WWW.cubahora.cu/)** recuperado el 22-10-012.

28-Linares Fleites, C (2012): **USB: ¿nuevos modos de consumo audiovisual? (II)** Consultado en **[http:// WWW.cubahora.cu/](http://WWW.cubahora.cu/)** recuperado.22-10-012.

29-y Rivero Baxter, Y (2008). **El consumo cultural en Cuba. Trayectoria en su conceptualización y análisis**. Revista Perfiles de la Cultura Cubana del Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello. Enero – Abril Consultado en **[www perfiles .cult.cu /](http://www.perfiles.cult.cu/)** Recuperado el 22-1-11

30-Martín Barbero (2002) **El reto de las identidades y la multiculturalidad**._Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. (Revista electrónica). Consultada 8-5-12.

31-Maestri, M: **Consumo Cultural y Percepción Estética: Conceptos básicos en la obra de Pierre Bourdieu.** Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Fuente: http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_consumo.htm. Recuperado 20-3-12

ANEXOS

ANEXO 1

CINES MÓVILES

En Cuba existían numerosos núcleos campesinos que desconocían la existencia de esta invención. Para personas de escasos niveles adquisitivos y vida difícil, alejadas de las ciudades, el cine era inaccesible y al organizar el Departamento de Divulgación Cinematográfica, 32 camiones soviéticos Gaz fueron equipados con todos los implementos necesarios para la proyección cinematográfica: proyector, pantalla, amplificador, planta eléctrica y vivienda para los encargados de estas unidades móviles de exhibición. Un nutrido grupo de promotores manejaron los camiones, montaron equipos e hicieron la introducción de los comentarios de las películas a exhibir y dirigieron los debates.

Se dio preferencia en los viajes de estas unidades móviles a los lugares del campo donde nunca había llegado el cine y eso formó un rico anecdotario de interés sociológico y humano: hombres, mujeres y niños se agrupaban apretadamente ante la pantalla y algunos se asombraban del fenómeno “mágico” de la aparición de las imágenes en la tela blanca. Algunos campesinos buscaron las personas detrás de la pantalla, asombradas y recelosas. En anécdotas e historias de algunas comunidades serranas muchos alegaban haber visto cine dos o tres veces en 40 años.

Para muchos cubanos fueron abiertas por primera vez las ventanas al mundo, toda vez que al triunfo revolucionario la mayoría de la población cubana de origen humilde (obreros y campesinos) con escasos niveles educativos y alta pobreza, no tenía acceso a los medios de comunicación para su disfrute e información. Los carros móviles eran auxiliados en ocasiones por mulos, yuntas de bueyes, patanas, dadas las difíciles condiciones de acceso y las irregularidades topográficas y esta experiencia constituía un verdadero espectáculo donde las comunidades recibían llenas de júbilo (nos consta de manera particular) , el camión gris con letreros negros. En estas circunstancias se pudo apreciar parte del cine comercial español, desde Julio Iglesias con “La vida sigue igual”, a la escultural Carmen Sevilla en “Varietés” y a “Palomo Linares” el torero del momento. Luego llegaron algunas propuestas cubanas “Por primera vez” el documental de Octavio Cortázar que ilustra esta experiencia altruista, “Manuela” de Humberto Solas, entre otras. La cifra de espectadores desde la creación de los cine-móviles en 1961 hasta 1976 sobrepasó los 30 millones de espectadores.

Las unidades móviles convierten a toda la isla en un inmenso salón cinematográfico. Las pantallas portátiles se levantaron en los lugares menos previsibles, en las granjas, los ingenios azucareros, los cañaverales, los villorrios de la montaña, los cayos carboneros, las unidades militares, las ciénagas, las comunidades rurales, entre otros. En un año de trabajo los cine-móviles realizaron 7,722 proyecciones a lo largo y ancho del país con una enorme afluencia de público, 2 millones de personas aproximadamente pudieron apreciar las propuestas exhibidas por el enorme atractivo del cine, su poder de seducción y convicción y sus posibilidades educativas y creadoras. Para muchos cubanos fueron abiertas por primera vez las ventanas al mundo.

ANEXO 2

CINECLUBES

Aproximación al Movimiento de Cine Aficionado en Santiago de Cuba.

Lic. Vivian concepción Martín. 2011

Por diversas razones, el Movimiento de Cine Aficionado en Santiago de Cuba se ha visto limitado en su quehacer artístico, por lo que se hace necesario armonizar el pasado y el presente con el objetivo de revitalizar y organizar la labor que los grupos de apreciación y de creación de la ciudad han desplegado desde su fundación hasta la fecha, avalados por premios provinciales y nacionales.

El cine aficionado nace en Cuba a finales de los años 30 con el surgimiento de varios grupos de creación en formato reducido de 8mm como es el caso del noticiero "Periódico Hoy", "La Cuba Sono Films", La Empresa de Películas Educativas", "Los estudios Roland", El grupo Películas Camagüey, "El noticiero Güinero", La Sociedad Cultural "Nuestro Tiempo" y las figuras de Tomás Gutiérrez Alea, Alfredo Guevara, José Massip y Julio García Espinosa, estudiantes universitarios y debutantes en el cine cubano, posteriormente fundadores del ICAIC. Se filman en esta etapa las primeras películas en 16 milímetros "El profesor maldito", "Rapsodia en Azul" y "El Mégano".

A partir de 1937 la exhibición cinematográfica era dirigida por la Iglesia; mediante el Centro Católico de Orientación Cinematográfica (CCOC) quien tuvo como objetivo la clasificación de las películas desde el punto de vista moral para la información a los espectadores. Jóvenes cinéfilos pertenecientes al centro propusieron varias acciones y surgen así "La Guía Moral del Cine", "La Revista Cine- Guía" y la organización de Cine Clubes. Éstos, en sus inicios organizaban "conversatorios" que luego se convirtieron en profundos cine debates teniendo sus antecedentes en la Francia de los años 20.

El primer Cineclub de apreciación se fundó en La Habana el 27 de abril de 1952 en el cine Dúplex de la capital con la exhibición y análisis de la película "La búsqueda" de Fred Zinneman. Luego surgen otros como el cine club Lumière, C.C Visión, CC Gerard Philipe y los más importantes y duraderos surgieron en Sagua La Grande, Camagüey, Santiago de Cuba y Santa Clara con el grupo experimental de creación Cubanacán.

En Santiago de Cuba el Movimiento Cultural Cinematográfico se inicia de manera simultánea al resto del país, pero no es hasta 1953 que toma verdadero auge con el surgimiento del Cine Club de Apreciación de la Universidad de Oriente dirigido por el entonces rector e intelectual Dr. José Antonio Portuondo y otros miembros que pretendían organizar las actividades de orientación y apreciación del cine como obra artística. Esta importante institución se estableció como el centro rector del movimiento y priorizó la exhibición y apreciación cinematográfica con muestras de la cinemateca.

Es importante destacar la labor del primer grupo de jóvenes graduados de periodismo en la década del 70 quienes tuvieron la posibilidad de recibir en el año 1972 un curso- taller de apreciación cinematográfica durante dos semanas en las que se contó con destacados realizadores, especialistas y críticos del ICAIC. Con la preparación de estos jóvenes se sistematiza el trabajo de apreciación y promoción del cine en revistas y en la publicación periódica Sierra Maestra. Entre ellos se destacaron los hoy consagrados profesionales: Lino Verdecia (Profesor del carrera de Letras Universidad de Oriente), Rafael Fonseca (profesor de la carrera de Periodismo en la misma institución) y Carlos Beltrán, quien ejerció la crítica cinematográfica en un programa dedicado al 7mo arte en el telecentro Tele Turquino otrora Tele Rebelde.

A estos jóvenes se unieron otros grupos como los de el Instituto Superior de Ciencias Médicas en 1964 Antigua Escuela de Medicina, Grupo de Aficionados de Arqueología, Grupo de Realización Subacuática Emilio Roig, Grupo del Comité Provincial de Estadísticas, del Hospital Provincial Saturnino Lora y el del Instituto Superior Pedagógico.

En etapas posteriores se destacan en la investigación, promoción y realización, figuras como Bernabé Muñiz Gibernau (Bebo), fundador y director del Museo de la Imagen, único de su tipo en Cuba y en América Latina; José Padrón Bonet (fotógrafo); Blas Sierra (camarógrafo del Noticiero ICAIC Latinoamericano), entre otros.

Los grupos de Creación realizaron materiales en 8mm, así filmaron "El Turquino", lugar donde se graduó la primera generación de periodistas, liderados por el joven Cesar Lechuga Otero y más tarde, por el año 1982, el grupo Subacuático filmó un documental sobre los restos de la batalla naval en Santiago de Cuba y registraba además lo realizado por el grupo arqueológico.

Mientras se desarrollaban estas acciones y se consolidaban los grupos en la ciudad; otros, se fueron gestando en otras partes de la isla con un accionar similar al movimiento santiaguero. Así, se suceden la realización de encuentros de cine clubistas territoriales entre los que se destacan el de Santa Clara y el de Palma Soriano.

El encuentro de cine aficionado "Saúl Yelín 83" desarrollado en Palma Soriano contó con la participación de ocho grupos de seis provincias (cuatro grupos y tres provincias del territorio oriental). En él se exhibieron 21 materiales de diferentes géneros cinematográficos y se llevó a cabo la presentación de un panel teórico sobre la fotografía en el cine cuyo protagonista fue el camarógrafo del Noticiero ICAIC Raúl Pérez Ureta, hoy director de fotografía de varias de las más importantes películas del cine nacional y Premio Nacional de Cine (2010).

El intercambio demostró la organización y calidad del evento y de los materiales presentados, las discusiones iban encaminadas a una crítica constructiva más que a innecesarias apologías.

Ya para el año 1987, en la ciudad se respiró la fuerza creativa del cineclubismo y las acciones de apreciación ganaban en organización y sistematicidad lo que permitió que el 23 de mayo de ese año se concretara la

organización del Círculo Cinematográfico Santiago (CCS), quien acogía en su seno a ambos grupos de cine clubistas y que contó con el apoyo del periodista Cesar Lechuga Otero, el intelectual Eliades Acosta presidente de la AHS por aquel entonces, Sucel Martell profesora del Departamento de extensión universitaria de la Facultad de Medicina nro. 1 y coordinadora de dicho Círculo, Giraldo Brito (Sección de cine, radio y TV de la UNEAC), y el apoyo de instituciones culturales de la provincia: la Dirección Provincial de Cultura, la Exhibidora de Películas, el Centro Provincial de Aficionados de Casas de Cultura, entre otros.

Así, surgen los grupos Siboney, Sierra Maestra, Moncada, América, Lumière, Rantés, AHS, entre otros que conformarían el CCS. Por el fuerte desarrollo del movimiento en el territorio y la estabilidad en este quehacer se decide por la presidencia de la Federación Nacional de Cineclubes (FNCC) en la persona de Mario Piedra realizar el II Festival de Cine Aficionado en 1988 donde participaron todos los cineclubes de apreciación y creación miembros plenos de la FNCC. Este encuentro no competitivo fue un intercambio de experiencias para conocer el funcionamiento de los cineclubes en el país.

En el año 1990 se desarrolla el Encuentro Nacional de Realizadores de Cine y Video en el marco del 30 Aniversario del Movimiento de Aficionados con condiciones favorables para el desarrollo de la actividad cinematográfica y el CCS promueve talleres de guión, cámara y edición con la participación de especialistas del ICAIC Nacional: Armando Arencibia (guión), Rigoberto Senarega y Carlos Rafael Solís (cámara), Benito Amaro y Félix de la Nuez (edición).

La CCS promovió la Peña de las Imágenes en coordinación con el Consejo Provincial de las Artes Escénicas donde se vincularon las actividades cinematográficas con música, danza, y artes plásticas y a una nueva forma de hacer cultura en la sede del Calibán Teatro. En este período recibió visitas importantes que validaban el trabajo del mismo: Santiago Álvarez (Director del Noticiero ICAIC Latinoamericano), Raúl Rodríguez (Director de Fotografía), Tomás Piard (realizador).

Por esta fecha la provincia que contaba con la mayor cantidad de miembros plenos en la Federación Nacional de Cine Clubes era Santiago de Cuba y se organizó el III Encuentro Bilateral de Cine Aficionado Santiago-Cubanacán por el 35 Aniversario del ICAIC y con la organización a cargo del Centro Provincial de Aficionados y el Centro Provincial para el trabajo cultural en la Comunidad convocó al I Festival Nacional de Cineclubes Táyaba 93 en el territorio palmero, espacio de confrontación entre los aficionados y profesionales.

Con el recrudecimiento del período especial en el país, el trabajo del movimiento decae por la situación económica insostenible, existen cambios de directivos, son asumidos por el Centro provincial de Cine y el CCS se desintegra y comienzan a trabajar los grupos de forma independiente.

Para el 1997 se produce un renacer de la actividad de apreciación y creación y surgen nuevos grupos: CC Cinema Paradiso, CC Atenea; CC Video Coma, CC Vaqueros del Cauto, y entre el 99 y 2000 surgen: CC Guamá, CC Hermanos Lumière, CC Sara Gómez (Universidad Médica), CC Santiago (AHS), CC Hatihva, La Esperanza (Sociedad Hebrea); CC Necesidad y Solución (Los Reinaldos), CC Turquino, CC Rantés (Universidad de Oriente), CC Ars Video, CC Now, CC Tomates Verdes Fritos (AHS), CC América Casa de Cultura Municipal y el Proyecto Adolfo Llauradó de la Dirección Provincial de Casas de Cultura.

Estos grupos se vincularon al Festival Nacional de Documentales Santiago Álvarez in Memoriam en sus inicios y el Centro Provincial de Cine organizó en el año 2001 una Muestra de Jóvenes Realizadores con el protagonismo del movimiento en la ciudad de Santiago de Cuba.

Los realizadores miembros de los grupos de creación han obtenido premios en diversos escenarios tanto nacionales como regionales los que han validado su desempeño en la realización audiovisual. En estos tiempos el Centro Provincial de Cine reorganiza su trabajo en ese sentido y se caracteriza el espacio de la Claqueta-Bar (Cine Rialto) en un encuentro mensual denominado Peña de las Imágenes donde confluyen realizadores, especialistas, invitados y se ejerce la crítica cinematográfica con un enfoque constructivo. La existencia de los Cine-Clubes y de los Círculos de Interés de Apreciación Cinematográfica propicia la participación comunitaria en función de la formación y desarrollo de la cultura audiovisual de sus miembros a partir de la apreciación del producto cultural cinematográfico lo que contribuye a la educación estética y artística de los niños, adolescentes, jóvenes y adultos como vía fundamental en la formación de valores y de una actitud creativa.

ANEXO 3

BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL CINE CUBANO.

- LOS ORÍGENES

Inventado en 1895 por los hermanos Louis Jean y Auguste Marie Lumière, el cinematógrafo se paseó por varias capitales americanas antes de llegar a La Habana, acontecimiento que ocurrió el 24 de enero de 1897, cuando desde México el francés Gabriel Veyre trajo a esta ciudad el maravilloso portento. En esa primera función, ofrecida en el número 126 del Paseo del Prado, colindante con el entonces Teatro Tacón, -hoy Gran Teatro de La Habana-, se proyectaron los cortos "Partida de cartas", "El tren", "El regador y el muchacho" y "El sombrero cómico", a un precio de entrada de 50 centavos para mayores y 20 centavos para niños y militares. Poco después, el 7 de febrero, Veyre era también protagonista del primer rodaje en esta isla, "Simulacro de incendio", centrado en una maniobra de los bomberos habaneros y de corte documental como la mayoría de las producciones durante una larga etapa.

En esa primera fase de introducción y vida itinerante, hubo varios locales dedicados al Séptimo Arte -Panorama Soler, Salón de variedades o Ilusiones ópticas, Paseo del Prado # 118, Panorama, Vitascopio de Edison (en la famosa Acera del Louvre)-. El Teatro Irijoa (Martí en la actualidad) fue el primero que en esta capital presentó cine entre sus atracciones.

La primera de una larga estirpe de salas habaneras de cine la estableció José A. Casasús, actor, productor y empresario ambulante, bajo el nombre de "Floradora", luego "Alaska". Más tarde, Casarés convertiría en parlante la cinta Los modernos galeotes, con la estrella Mary Pickford.

En los seis o siete años anteriores a la Primera Guerra Mundial, el cine conoce la expansión y estabilización como negocio en las principales urbes de Latinoamérica. En La Habana, el símbolo de esta época es el Polyteams-Cuba, como los demás países del continente, atravesó en aquellos años primigenios por las etapas de la producción y la exhibición ambulantes y esporádicas, el cambio de proveedores europeos a norteamericanos, la dependencia de las grandes compañías hollywoodenses, la discontinuidad y la atomización en las creaciones nacionales...".

A partir de la Primera Guerra Mundial, el continente cambia progresivamente de metrópoli, se modifican los términos de dependencia: la dominación hasta entonces ejercida por Londres y París (la bolsa y la moda) cede ante Wall Street Hollywood.

Si la producción silente empieza en América Latina como un remedo de la Belle Époque, al llegar el sonoro el mercado está completamente dominado por los films estadounidenses.

El primer género ambicioso y característico en el continente fue probablemente el film de reconstrucción histórica, afirma Paulo Antonio Paranaguá. En Cuba, de esta vertiente, se recuerdan *El Capitán Mambí y Libertadores o guerrilleros* (1914), de Enrique Díaz Quesada, con el apoyo del general Mario García Menocal. El propio Díaz Quesada hace una adaptación del dramaturgo y novelista español Joaquín Dicenta en 1910, con una de las tendencias en uso por entonces, la apropiación de obras literarias para el film d'art, junto a las imitaciones de Charles Chaplin, los franceses en las comedias y los cowboys en el género de aventuras. La etapa silente en la producción nacional se extendería hasta 1937, cuando se realizó el primer largometraje de ficción sonora.

Pudieran mencionarse en la filmografía insular anterior a 1959 - unos ochenta largometrajes-, y cintas como "La virgen de la Caridad" y "Romance del Palmar", de Ramón Peón. A la Habana venían famosos del cine continental a filmar y, a su vez, sobresalientes actores cubanos tuvieron presencia principalmente en México y Argentina, mientras músicos como Ernesto Lecuona, Bola de Nieve y Rita Montaner también hacían cine en varios países.

Amparados por el auge que registraba el folletín radial, se realizó la primera película sonora cubana en una fecha tan tardía como 1937, **La Serpiente roja**, con la dirección de Ernesto Caparrós y basada en los célebres episodios del detective Chan Li Po, creados por el célebre Félix B. Caignet. Durante veinte años, la mayor parte de la producción estuvo signada por el folclorismo, la música y el teatro popular vernáculo, o imitaba el melodrama mexicano y los folletines radiales: *Romance del palmar*, *Estampas habaneras*, y otros. En 1938 el Partido Comunista fundó la Cuba Sono Film, que realizó con regularidad el Noticiero del Periódico Hoy, además de numerosos documentales y cortos de ficción.

Las décadas de los años cuarenta y cincuenta abundan en numerosas coproducciones con México, de bajo costo y escaso relieve artístico. Escapan a la mediocridad general, *Siete muertes a plazo fijo* (1950) y *Casta de roble* (1953), ambas dirigidas por Manuel Alonso, autócrata monopolista que consiguió nuclear a su alrededor casi todos los esfuerzos de la incipiente industria cinematográfica cubana con propósitos nada altruistas ni artísticos. En 1951 se creó la Sociedad Cultural *Nuestro Tiempo*, que incluyó a varios artistas e intelectuales de los que luego fundarían el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográficos.

En 1955, Julio García Espinosa realizó el corto documental *El Mégano*, con la colaboración de Tomás Gutiérrez Alea, Alfredo Guevara y José Massip, propuesta de un nuevo tipo de cine crítico, problemático, que daría lugar a la creación del ICAIC, luego del triunfo de la Revolución, en 1959.

- 1959- UN NUEVO COMIENZO

En los primeros días de 1959 -iniciada una etapa de intensa y profunda renovación que propiciaba la Revolución- el nuevo gobierno creó un departamento cinematográfico en la Dirección de Cultura del Ejército Rebelde, que auspició la filmación de documentales como *Esta tierra nuestra*, de Tomás Gutiérrez Alea, y *La vivienda*, de Julio García Espinosa. Era el antecedente directo de lo que sería el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográficos (ICAIC), surgido poco después, en marzo, en virtud de la primera ley del gobierno revolucionario en el plano cultural.

La contribución del ICAIC, que se situó rápidamente en la vanguardia de un proceso en pos de legítimos valores artísticos y la expresión de la nacionalidad, no se limita sólo al apoyo en la producción y promoción de un movimiento que abarcó el cine de ficción, el documental y el dibujo animado, sino que además impulsó la exhibición y conocimiento de lo mejor del cine mundial, dio aliento a la Cinemateca de Cuba y a sus ricos archivos filmicos, y emprendió iniciativas como los cinemóviles -que llevaron este arte a intrincados puntos de la geografía nacional.

Se destacan además, los festivales internacionales del Nuevo Cine Latinoamericano, que desde 1979 han sido punto de reunión de los principales cineastas y producciones del continente y un baluarte en la búsqueda de integración cultural y de un universo audiovisual autóctono en la región. La institución, además, ha sido un espacio para el desarrollo del afiche cubano por parte de destacados artistas plásticos y dio vida, entre 1969 y 1977, al Grupo de Experimentación Sonora, que dejó su impronta en la música cubana siendo punto de partida de la Nueva Trova y nucleando a figuras como Silvio Rodríguez, Pablo Milanés y Leo Broower.

Con la creación y puesta en marcha del ICAIC, bajo la dirección de Alfredo Guevara, surge la posibilidad de crear en Cuba un cine entendido como "el más poderoso y sugestivo medio de expresión artística, y el más directo y extendido vehículo de educación y popularización de las ideas", según rezaba en la Ley que instauraba a la que ha sido, hasta hoy, la principal entidad productora de cine en Cuba.

-LA ÉPOCA DORADA DEL CINE CUBANO

Los años '60, llamados "la época dorada del cine cubano", se caracterizan por un cine de auténticas búsquedas en lo formal y lo conceptual, un intenso reflejo de una realidad cambiante, rica y novedosa, que no eludía las contradicciones.

En estos primeros tiempos, el cine cubano se concentraba en tres grupos: didáctico, documental y ficción, aparte del departamento de dibujos animados, creado en 1960, al igual que el Noticiero ICAIC Latinoamericano, realizado por Santiago Álvarez. Por lo general, los cineastas, a fin de aprender el oficio, pasaban del género didáctico al documental y de ahí a la ficción

Tras un breve período inicial de afirmación y tanteos, salen a la luz filmes como, **Las doce sillas** (1962, Tomás Gutiérrez Alea), una sátira sobre las peripecias de un pícaro y un burgués en el vórtice de la situación revolucionaria, **La muerte de un burócrata** (1966, Tomás Gutiérrez Alea), profunda e irónica visión sobre el burocratismo, **Las aventuras de Juan Quin Quin** (1967, Julio García Espinosa), una ingeniosa incursión en la picaresca criolla y el universo campesino, **La Primera carga al machete** (1969, Manuel Octavio Gómez), lúcido exponente del cine histórico.

Obras cumbres del decenio, indicadores de una mayoría de edad en la realización cinematográfica cubana, fueron: **Memorias del Subdesarrollo** (1968, Gutiérrez Alea) -considerada una de los cien mejores filmes de la historia del cine e iniciadora de un discurso sobre lo diferente y **Lucía**, filmada ese mismo año por Humberto Solás, con una propuesta estética original que recorría la feminidad cubana en tres etapas históricas, culminando en un agudo análisis planteado en la época revolucionaria. A lo largo de la década viajan al país cineastas de la talla del neorrealista italiano Cesare Zavattini, el célebre documentalista holandés Joris Ivens, los soviéticos Roman Karmen y Mijail Kalatazov, los franceses Chris Marker, Agnes Varda y Armand Gatti, y el polaco Jerzy Hoffman.

-EL DECENIO GRIS

Los '70 - llamados el "decenio gris"- llegan con un panorama de discontinuidad en la vida del país. El cerco económico y político externo, unido a crecientes manifestaciones de intolerancia y rigidez ideológica en lo interno, imponen una interrupción en la efervescencia creativa que experimentaban diversos campos expresivos. El ICAIC, sin embargo, -entre otras razones, según alegan varios críticos, gracias al desfasaje entre la concepción de un filme, producción y estreno, además de una clara voluntad y un sentido de consecuencia y pertenencia- fue una de las pocas instituciones que no naufragó en aquella tormenta, mantuvo y renovó sus modos de penetrar la realidad, y dio continuidad a las búsquedas estéticas y temáticas.

Con los lógicos altos y bajos en toda fase de cualquier cine nacional, se realizan cintas que muestran una tendencia enriquecedora, un compromiso con la realidad y su análisis con una notable consistencia filosófica y estética: **Los días del agua** (1971, Manuel Octavio Gómez), sobre los mitos y supersticiones presentes en la identidad cubana, **Una pelea cubana contra los demonios**, (Gutiérrez Alea.1971), **Un día de noviembre** (1972, Humberto Solás) presentaba el desconcierto y la languidez de su protagonista en un entorno de estrecheces y resentimiento.

Otros de los filmes interesantes de la década fueron: **Ustedes tienen la palabra** (1973, Manuel Octavio Gómez), que reflejó los intrínquilos de las desviaciones estatales, **El hombre de Maisinicú** (1973, Manuel Pérez), sobre la lucha contra bandidos y la historia de un infiltrado revolucionario y **De cierta manera** (1974, Sara Gómez) donde se trataba un tema inédito: la incorporación al trabajo de hombres y mujeres, hasta ese momento, marginales al proceso revolucionario.

La última cena (Alea.1976) se enmarca en los esclavos invitados a la mesa del amo y luego asesinados en medio de la huida rebelde, película colocada en la tendencia historicista aunque con aires renovadores y notable dominio técnico.

El brigadista (Cortázar, 1977), **Los sobrevivientes** (1978, Gutiérrez Alea) que describía abiertamente la decadencia de seres negados al cambio en las nuevas circunstancias, y **Retrato de Teresa** (1979, de Pastor Vega), donde se asumía honestamente las contradicciones del matrimonio cubano, la persistencia del machismo y las trabas a la realización de la mujer en la construcción de la sociedad socialista.

Muchas veces se le ha llamado quinquenio gris de la cultura cubana al periodo entre 1971 y 1976, año este último en que se crea el Ministerio de Cultura. Los primeros y más interesantes filmes de la década se acogen al barroquismo visual y conceptual, así como deciden aferrarse a las experiencias culturales y existenciales del pretérito. Precisamente esta sería la década más inclinada al cine retro o historicista a través de filmes ya referidos y otros no menos importantes como: **Páginas del diario de José Martí** (José Massip), **Los días del agua** (Manuel Octavio Gómez), **Una pelea cubana contra los demonios**, **La última cena** y **Los sobrevivientes** (Tomás Gutiérrez Alea), **Maluala**, **El otro Francisco** y **Ranchedador** (Sergio Giral), **Mella** (Enrique Pineda Barnet), **El hombre de Maisinicú** (Manuel Pérez), **El brigadista** (Octavio Cortázar) y algunos otros.

Tampoco faltaron ejemplos de filmes críticos y más contemporáneos, que se proponían reflexionar sobre la práctica del socialismo caribeño desde la introspección y el cuestionamiento. Tal es el caso de **Un día de noviembre** (Humberto Solás), **Ustedes tienen la palabra** (Manuel Octavio Gómez), **Retrato de Teresa** (Pastor Vega) y **De cierta manera** (Sara Gómez), por mencionar solo los más destacados.

De algún modo se arribó al pináculo del cine histórico mediante el largometraje de dibujos animados **Elpidio Valdés** y la superproducción **Cecilia**, que abriría una nueva etapa en el cine cubano.

-LOS ' 80

Los 80' fueron años de replanteamiento, activación y apertura de nuevos caminos para la cultura cubana. En el ámbito cinematográfico se producen no pocos sucesos y controversias, llegan a la ficción directores formados antes como documentalistas y realizadores de noticieros, así como una nueva generación de actores, todo vinculado a los crecimientos de una producción con una meta de más de una decena de filmes anuales-que al final del decenio totalizaba setenta largometrajes.

El primer lustro de los años ochenta sorprende al Cine Cubano con un promedio de tres largos de ficción al año, baja cifra de producción entre otras razones motivada por la muy prolongada y costosa realización del largometraje **Cecilia** (1981-1982), dirigida por Humberto Solás. Título polémico sobre todo a partir de la muy libre interpretación del realizador sobre una novela mitológica y fundacional de la cubanía, el largometraje motivó que se impusiera de inmediato otra estrategia temática y productiva en el ICAIC.

Cecilia, desata agitados debates y enfrentamientos, y representa un momento álgido de la interrelación entre el cine cubano, la crítica, el público y la estructura estatal concebida para la cultura. Una historia adaptada de la literatura, con una profunda reflexión en torno a la identidad nacional y el peso en ella de la mulatez, recorrida además por motivos como el incesto y distinguida por una alta calidad estética y una gran osadía, levantó una polémica en la que se le cuestionaba el replanteo artístico de la historia y en la cual se erigieron pretextos para atacar a la institución productora. Más allá del debate en torno a cuál debería ser el modo de acercamiento a la realidad, **Cecilia** trascendió y es considerada por la crítica especializada como uno de los mejores filmes de los 80', junto a **Un hombre de éxito** (1985, del propio Solás), **Papeles secundarios** (1989, Orlando Rojas), **La bella del Alhambra** (1989, Enrique Pineda Barnet), y **Plaff o demasiado miedo a la vida** (1989, Juan Carlos Tabío).

Sobresale en la década, además, una tendencia al populismo y a la simple ilustración o exposición de la realidad, en filmes cuya única y dudosa conquista estribaba en una comunicación ocasional y somera con el gran público, sin mayores propósitos en las líneas estética y conceptual.

Se hace "cine obrero", (**Hasta cierto punto, Bajo presión**), "estudiantil" (**Una novia para David, Como la vida misma**), comedias costumbristas urbanas (**Se permuta, Los pájaros tirándole a la escopeta, Vals de La Habana Vieja**), campesinas (**De tal Pedro tal astilla**), dramas sobre profesionales (**Habanera, Amor en campo minado**)...

Se permuta (1983) es el debut de Juan Carlos Tabío, que revela un singular talento como comediógrafo. Perteneciente a las más recientes promociones del ICAIC, concibe más tarde en **Plaff** (1989), aunque no totalmente logrado en sus planteamientos iniciales, un filme vital y desalienante que sintetiza, como pocos, el espíritu de la idiosincrasia criolla.

En **Lejanía** (1985, Jesús Díaz), se conjugan eficacia comunicativa e incitación polémica, para traer un tema espinoso, el desgarramiento del exilio. **Amada** (1983) y **Un hombre de éxito** (1985), ambas de Humberto Solás, con un carácter más parabólico y menos enardecido que Cecilia, se refieren a penumbras u oportunos de períodos concretos para aludir oblicuamente al presente.

Clandestinos (1987, Fernando Pérez), basado en hechos reales, muestra un vívido retrato de la lucha contra la dictadura batistiana desde una humana perspectiva. Cintas como **Habanera**, **La vida en rosa**, **Otra mujer y Venir al mundo**, sin eludir totalmente una perspectiva sociológica, apuestan por una mayor introspección psicológica, acercándose a problemas individuales, existenciales.

El más resonante éxito de taquilla en la década lo constituyó **La bella del Alhambra** (1989), que refleja una época anterior con un cuidadoso despliegue de recursos del teatro vernáculo, la música y el vestuario, muestra las auténticas fibras del sentir nacional, y, señalan algunos críticos, un intento complementario de aludir a ciertos problemas del presente explorando en el pasado. En ese mismo año, **Papeles secundarios**, segunda cinta de Orlando Rojas tras **Una novia para David**, toma como motivación el interior y las interrelaciones humanas en un grupo de teatro para expresar fenómenos más amplios de carácter social, personal y político, y exhibe una gran riqueza en su expresividad visual y significación conceptual.

El documental, en esta década, prosigue dando obras meritorias, principalmente aquellas de Enrique Colina ("**Vecinos**", "**Estética**"). En el dibujo animado, Juan Padrón se reafirma como la máxima figura del cine de animación. Comienzan a aparecer obras de la Escuela de Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, de la Asociación Hermanos Saíz y del movimiento aficionado.

En 1988 el ICAIC establece los Grupos de Creación -tres en total-, dirigidos por Alea, Solás y Manuel Pérez, en los que se nuclean creadores por afinidades y persiguen los propósitos de descentralizar el conjunto de la producción, favorecer la variedad de estilos y tendencias, y estimular un clima más abierto para la labor artística.

Se consiguió dinamizar la producción –a partir de la incorporación de un serie de nuevos nombres en el largo de ficción- y se reactivó el contacto con el público masivo, sobre todo mediante una serie de

comedias costumbristas y contemporáneas como **Se permuta** y **Los pájaros tirándole a la escopeta**, seguidas por una larga estela de títulos que volvieron a repletar las salas como **Una novia para David**,

Plaff o Demasiado miedo a la vida y La bella del Alhambra que se cuentan entre las mejores de esta etapa. Se intentaba sobre todo restituirle al cine su lugar como parte del arte popular, y muy bien que lo consiguieron, puesto que algunos de los mencionados se encuentran entre los filmes cubanos más taquilleros de todos los tiempos.

En esta década también triunfó un cine de género, que además de establecerse sobre las bases de la nítida comunicación con amplias capas del público nacional, también permitió establecer baluartes del cine cuestionador y reflexivo (*Papeles secundarios, Hasta cierto punto*), histórico (*Amada, Un hombre de éxito, Clandestinos*), sin descontar al documental, que conoció en estos años un verdadero momento de esplendor mediante las obras de Marisol Trujillo, Enrique Colina, Jorge Luis Álvarez, Oscar Valdés y el siempre vigente Santiago Álvarez. Entre 1980 y 1989 el ICAIC participó en la creación de setenta largos de ficción, 44 de ellos dirigidos por cubanos.

-EL REENCUENTRO

A la hora del recuento, puede afirmarse que el cine cubano de las últimas décadas, un cine empeñado en la búsqueda de la raigal identidad, revolucionario por comprometido y audaz, hijo y ojo críticos de nuestra realidad, fiel a sus presupuestos y consecuente con el espíritu que lo elevó en sus inicios pese y por encima de desafíos apócales o circunstanciales, sigue el camino de una cubanidad consciente que se reconoce en sus aciertos y desaciertos, en la dura y desgarrada mirada al espejo que no oculta ni ignora defectos, en la persecución ideal y la práctica real de un proyecto que aúna voluntades y corazones.

Una búsqueda y compromiso, además, que se extienden al campo estético y a su conjugación con lo mejor posible del ser humano. Al clausurar el XV Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, en medio de la expectación por los premios de "Fresa y chocolate", el presidente del ICAIC, Alfredo Guevara, expresó: "En Coppelia, como en toda nuestra sociedad, cada quien prefiere el sabor que más le conviene y todos vamos a defender nuestros principios desde el abrazo de David y Diego, abrazo que se multiplicará en otros abrazos que nos unirán más allá de cualquier diferencia en lo que por sobre todo prevalece la decisión de salvar a Cuba, nuestra identidad, nuestra independencia y soberanía, el derecho a la dignidad, el derecho al futuro".

-LOS NUEVOS CAMINOS DE LOS ' 90

La década nace con la impronta del "Período Especial" -crisis económica- y el derrumbe socialista en Europa. Decece la producción y el ICAIC se enfrenta a la necesidad del autofinanciamiento y la búsqueda de

coproducciones y servicios a filmes extranjeros. Ello, sin embargo, no impide una creciente potenciación de los discursos poéticos en el cine cubano, la agudeza y la elaboración dramaturgica en las cintas realizadas.

Alicia en el pueblo de Maravillas (1990), de Daniel Díaz Torres abre el decenio y la polémica, un punto de giro en el diálogo entre cine y autoridades, abriendo espacios al cuestionamiento. Una joven llega a un pueblo habitado por personas destituidas de sus cargos, donde las situaciones más absurdas son vistas como normales: el argumento sirve para satirizar -y denunciar- males como la hipocresía, la inercia, el oportunismo y los lugares comunes en la propaganda política. Alicia... es parte de un cine hecho y mostrado en circunstancias difíciles, afiliado a una visión crítica de la realidad y realizado desde posturas revolucionarias que desmienten lo monolítico y homogenizado como revolucionario. Voluntad de rebasar el carácter limitadamente descriptivo de gran parte de la producción del decenio anterior y de asunción, sin más aplazamiento, de temas álgidos e imprescindibles como el éxodo, el deterioro físico y moral del entorno y otros fenómenos actuales.

“CASO ALICIA”: En tal sentido y en medio del llamado Proceso de Rectificación de Errores y Tendencias Negativas, se aprueban proyectos cinematográficos por las autoridades del ICAIC, que repercuten en la estabilidad de la institución rectora, al provocar reacciones de oposición en la Dirección del Gobierno Revolucionario. Tal fue el caso de “Alicia ...” considerada “una película dañina, ni siquiera apta para un debate abierto entre revolucionarios”⁵² por la carga crítica real de su contenido que la convertían en algo explosivo en cuanto a lo que pudiera provocar al ser consumida por la mayoría de los seguidores del cine nacional.

La situación económica sumamente crítica en el país fue el pretexto para la desintegración del ICAIC y su fusión con los Estudios de Cine y Televisión de las Fuerzas Armadas Revolucionarias y el Instituto Cubano de Radio y Televisión, por acuerdo tomado en el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros de la República de Cuba. Sin embargo, se conocía que la polémica suscitada por el caso “Alicia....” era la causa principal.

Se organizó una comisión defensora de los preceptos del ICAIC y su significación histórica, opuesta totalmente a la desintegración de una institución de prestigio a nivel nacional e internacional y organizada por 18 de los más destacados realizadores, técnicos y especialistas que lograron, luego de varios análisis a nivel gubernamental y partidista, que tal desintegración no se llevara a la práctica.

Se estrenó Alicia...acompañada de una movilización de los militantes del Partido hacia los cines, algo excepcional que desnaturalizaba la relación del público con la película. Los militantes cuidaron del estreno (de jueves a domingo en los cines de la Habana) y los fines de semana en las capitales de provincia. Se establecieron puestos de mando en las salas con orientaciones estrictas para su visionaje.

⁵² Fornet, Ambrosio: Contextos históricos y polémicas culturales en el Cine de la Revolución. Entrevista a Manuel Pérez Paredes en Revista Cine Cubano nro. 177.178. 2010. pág. 15-30.

Esta situación puso al rojo vivo los criterios diversos acerca del filme cuando debió estrenarse normalmente en las salas de exhibición, y luego ser criticada o celebrada como cualquier película, pero incluso los propios trabajadores de los cines emitían criterios negativos en nombre del público general : “En relación con el público yo le puedo decir los que ellos piensan: la película no le gusta a nadie”⁵³ dijo la portera del cine Ambassador al director de cine Manuel Pérez y su esposa en visita realizada al mismo y en recorrido por algunos cines de la Habana con el objetivo de observar la reacción del público en el mes de junio del año 1991.

Luego de este interesante relato ,se valora que los mejores ejemplos del cine cubano de los 90’ son la cinta **Madagascar** (1994, Fernando Pérez), un auténtico poema pictórico sobre la soledad en la crisis de valores y la incomunicación generacional, el filme **Reina y Rey** (1994, Julio García Espinosa), sobre la separación artificial entre las dos mitades de la cubanidad y el rasgo de la identidad más allá de prejuicios y diferencias, y **Fresa y Chocolate** (1993, Alea-Tabío), esta última -nominada al Oscar a la mejor cinta extranjera- una de las más exitosas de la historia del cine cubano en cuanto a la recepción del público, la difusión, el reconocimiento internacional y los logros estéticos, modelando una historia sobre la intolerancia mediante la amistad entre un miembro de la Unión de Jóvenes Comunistas y un homosexual divergente.

En el panorama de la cinematografía nacional en esta década merecen ser mencionados títulos como **Hello, Hemingway** (1990, Fernando Pérez), **María Antonia** (1990, Sergio Giral), **Mascaró** (1992, Constante Diego), y **El Siglo de las Luces** (1992, Solás), un fresco épico y lírico a un tiempo, basado en la novela homónima de Alejo Carpentier, **Adorables Mentiras** (1991, Gerardo Chijona), encara deformaciones éticas de la sociedad desde la sátira, el equívoco, la ironía y el humor cáustico en torno a la realidad cubana.

Entre otras películas se encuentran **El encanto del regreso** (1991, Oscar Alcalde), quien aborda los traumas que la incomunicación y la diáspora pueden producir y **El elefante y la bicicleta** (1994, Juan Carlos Tabío), pleno de referencias cinéfilas, deviene discurso del cine sobre sí mismo pero no alcanza la plenitud. En 1995 regresa el dúo Alea-Tabío con **Guantanamera**, una sátira cuyo principal motivo, el traslado de un difunto en su ataúd entre los extremos oriental y occidental cubanos, sirve para descubrir problemas del período especial y la deshumanización y absurdos de la burocracia.

En los últimos tiempos, aparece en la palestra un joven egresado de la Escuela Internacional de Cine y TV, Arturo Sotto, con los filmes **Pon tu pensamiento** en mí y **Amor Vertical**, también en los caminos de la parábola y la decidida penetración en la realidad cubana.

En términos expresivos, señalan los críticos, el cine cubano de los 90' se caracteriza por conformar guiones de forma y fondo inquietantes, con inclinación a las adaptaciones de textos ya existentes, lo cual no indica escasez

⁵³ *Ibíd.*

creativa, sino apuesta por textos y motivos válidos y de solidez argumental y dramática, ya logrados como relatos. Un buen número de realizaciones se originó en textos teatrales o literarios no concebidos por sus directores, como *Fresa y chocolate*, basada en el cuento *El lobo, el bosque y el hombre nuevo* (premio Juan Rulfo 1990) de Senel Paz, también guionista de la cinta. Se percibe una potenciación de las implicaciones poéticas, y se aprecia el papel de la fotografía y la dirección de arte en producciones como *Madagascar* y *El Siglo de las Luces*, aunque el montaje no ha corrido igual suerte.

La industria cinematográfica se quedó totalmente sin socios comerciales, lo cual empujó a la principal empresa productora (ICAIC) a un proceso difícil de coproducciones y autofinanciamiento

Hubo en la década un primer período en que se continuaron las líneas sentadas en los años ochenta, con la postergación del cine histórico (*El siglo de las luces*, 1992, de Humberto Solás y también *Hello Hemingway*, 1990, de Fernando Pérez), de las comedias costumbristas críticas (*Adorables mentiras*, 1991, de Gerardo Chijona) pero el resto de la producción opta más bien por el replanteamiento de las utopías, por el desencanto, o por abordar los difíciles temas de la emigración o de la sobrevivencia en tiempos de periodo especial.

Los dos grandes títulos de la década, según la crítica nacional y extranjera, parecen ser ***Fresa y Chocolate*** (1993, de Tomás Gutiérrez Alea y Juan Carlos Tabío) y ***Madagascar*** (1994, de Fernando Pérez) aunque no faltaron obras muy populares como *Kleines Tropicana*, *Zafiros*, *locura azul* y *Un paraíso bajo las estrellas*, ni películas experimentales como *Pon tu pensamiento en mí*, *El elefante y la bicicleta* y *La ola*.

Durante el primer lustro continúa el declive productivo de los años noventa, originado en precariedades materiales de todo tipo, y al mismo tiempo se registra una especie de vacío, en el cual no dejó de incidir la desaparición física de algunos de los mejores artistas (Tomás Gutiérrez Alea, Santiago Álvarez), al tiempo que Alfredo Guevara, uno de los principales fundadores y animadores del proyecto ICAIC, cesa en sus funciones como presidente del mismo, aunque se mantiene a la cabeza del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano. El Comité de Proyectos es uno de los mecanismos creados para sostener la creatividad de los consagrados y asegurar el relevo, en el cual tienen resonancia también las Muestras Nacionales de Nuevos Realizadores.

Juan Carlos Tabío continúa en activo mediante la exitosa coproducción con España (*Lista de espera*, *Aunque estés lejos*), mientras Fernando Pérez y Humberto Solás, también mediante coproducciones y con muy exiguos presupuestos, le dan continuidad a sus poéticas personales mediante *Miel para Oshún* y *Suite Habana*, respectivamente. En medio de la escasez de recursos y las complejidades de todo tipo, consiguen reanudar sus filmografías algunos cineastas largamente inactivos y realizan sus primeros largos de ficción ciertos realizadores con larga experiencia en el documental como Enrique Colina, Juan Carlos Cremata y Rigoberto López.

LAS DOCE SILLAS

(GUTIÉRREZ ALEA)



LA ÚLTIMA CENA

(GUTIÉRREZ ALEA)



CECILIA

(HUMBERTO SOLÁS)



CLANDESTINOS

(FERNANDO PÉREZ)



FRESA Y CHOCOLATE

(ALEA Y JUAN C. TABÍO)



MADAGASCAR

(FERNANDO PÉREZ)



ANEXO 4

RECEPCIÓN DE CINE EN SOPORTE DE 35MM Y VIDEO-DVD (2008-2012). RESULTADOS PROVINCIALES. ESTUDIO COMPARATIVO.

AÑO	Total de espectadores que acudieron a las salas de cine (soporte 35mm)	Total de espectadores que acudieron a las salas de cine con alternativa de video y salas de video (soporte video VHS y DVD)
2008	18 019	80 323
2009	12 405	109 646
2010	4 421	126 905 (+32 VIDEOCLUBES)
2011	1 684	207 292 (+32 VIDEOCLUBES)
2012	1 737	136 921

En el ejemplo de los resultados mensuales de espectadores en las salas de cine y video en el año 2011. Se tomó como referencia el cine Rialto del Centro Histórico de la Ciudad y los Videoclubes Juveniles “30 de Noviembre” del Distrito 4 “Abel Santamaría”, el espacio geográfico donde más se consume cine tanto por vía alternativa como tradicional y el Videoclub “Antonio Maceo”, del Distrito del mismo nombre, donde según los resultados de esta investigación se consume menos cine.

Meses del año 2011	ASISTENCIA AL CINE RIALTO	ASISTENCIA AL VIDEOCLUB JUVENIL “30 DE NOVIEMBRE”	ASISTENCIA AL VIDEOCLUB JUVENIL “ANTONIO MACEO”
Enero	489 espectadores	340 espectadores	228 espectadores
Febrero	1 309	566	528
Marzo	888	897	505
Abril	249	484	331
Mayo	198	600	448
Junio	1171	846	304
Julio	410	121	247
Agosto	13 495	59	340
Septiembre	798	400	0
Octubre	1049	576	67
Noviembre	1539	289	50
Diciembre	1156	931	219

La asistencia al cine Rialto oscila por meses según la programación que se presenta y la asistencia al videoclub del 30 de noviembre es mayor que al Antonio Maceo. Se toman como ejemplo las cinco semanas del mes de marzo en la Sala de Video del “30 de Noviembre”, para estratificar la ilustración de asistencia teniendo en cuenta que los niños/adolescentes asisten en mayor medida que los adultos por las coordinaciones con los centros educacionales del entorno, referidas en el desarrollo de la tesis.

Semanas de Marzo/011	Niños/adolescentes	Adultos
Semana 9	154	29
Semana 10	88	36
Semana 11	171	31
Semana 12	100	12
Semana 13	235	41
Total	748	149

Comentario: Estos datos fueron tomados de la Estadística Oficial del Centro Provincial de Cine. Año 2011.

ANEXO 5

PROGRAMACIÓN ENVIADA POR EL ICAIC HACIA LA PROVINCIA SANTIAGO DE CUBA CON FRECUENCIA MENSUAL. PERÍODO QUE SE ILUSTRRA (JUNIO/012-FEBRERO 2013).

Nacionalidad de las pelíc.	Junio	julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Total
E/Unidos	9	29	17	19	14	5	12	15	10	120
España	3	9	8	-	2	1	-	-	-	23
Cuba	1	4	4	7	4	3	-	2	1	24
Argentina	1	1	1	1	1	1	-	-	-	6
Reino Unido	1	3	3	2	1	-	3	-	-	13
Australia	3	-	-	2	1	-	-	-	-	6
Finlandia	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Francia	1	18	15	8	3	-	2	5	5	57
Italia	0	5	1	1	1	-	-	-	-	8
Alemania	2	-	1	-	-	1	-	-	-	4
Holanda	-	-	1	1	2	-	-	-	-	4
Canadá	0	-	3	3	-	1	-	-	-	7
Israel	0	-	1	1	-	-	-	-	-	2
Egipto	0	-	1	1	-	-	-	-	-	2
Japón	0	-	5	2	1	-	-	-	-	8
México	0	2	1	-	-	-	-	-	-	3
Irán	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Francia/Japón	0	9	-	-	-	-	-	-	-	9
Chile	0	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Nueva Zelanda	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Suecia/Fcia.	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Dinamarca	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1

ANEXO 6

ENCUESTA APLICADA A LOS DIFERENTES SEGMENTOS POBLACIONALES

El Centro Provincial del Cine en Santiago de Cuba se encuentra realizando una investigación acerca del consumo cinematográfico con el objetivo de mejorar el servicio cultural ofrecido por dicha institución, por lo que agradecemos su colaboración al responder el siguiente cuestionario:

1. **Sexo:** F ____ M ____

2. **Edad:**

- De 12 a 15 años
- De 16 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- De 46 a 55 años
- De 56 a 65 años
- Más de 65 años.

3. **Lugar de residencia:**

Municipio _____

Reparto _____

4. **Nivel de escolaridad aprobado:**

- No alcanza nivel primario
- Primario
- Secundario
- Preuniversitario
- Técnico Medio
- Obrero calificado
- Universitario

5. **Ocupación:**

- Estudia
- Trabaja
- Desocupado

6. **¿Con qué frecuencia acude al cine o sala de video?** (Marque 1 opción).

- Diaria
- Una vez a la semana,
- Dos veces por semana,
- Quincenalmente,
- Una vez al mes,
- Trimestralmente
- Anualmente,
- Nunca

En caso de no asistir, diga las causas:

7. **¿Qué tipo de cine prefiere? (géneros).** (Marque hasta 3 opciones por orden de preferencia).

- Terror
- Acción
- Aventura
- Histórico
- Ciencia ficción
- Documentales
- Dibujo Animados
- Suspenso
- Comedia
- Erótico
- Musical
- Drama Social

8. De qué nacionalidad? (Marque hasta 3 opciones por orden de preferencia)

- Cine Cubano
- Cine Norteamericano
- Cine Alemán
- Cine Francés.
- Cine Ruso.
- Cine Latinoamericano.
- Cine Chino
- Otros.

9. En qué otro espacio consume cine?

- En el hogar
- En casa de amigos
- Otros espacios

10. Con qué frecuencia?

- Diaria
- Una vez a la semana,
- Dos veces por semana,
- Quincenalmente,
- Una vez al mes,
- Trimestralmente
- Anualmente,
- Nunca

11. Cuénta en su hogar con medios tecnológicos a través de los cuales pueda consumir cine?

(Admite hasta tres marcas)

- TV
- VIDEO-VHS
- DVD
- Computadora
- Otros.

12. A través de qué vías alternativas consume cine. (Marque hasta 3 opciones).

- Video (VHS)
- DVD
- Computadora
- Compra películas
- Se las prestan.
- Las alquila
- A través de la TV Nacional
- Otras vías _____

Con qué frecuencia (Marque 1 opción).

- Diaria
- Una vez a la semana,
- Dos veces por semana,
- Quincenalmente,
- Una vez al mes,
- Trimestralmente
- Anualmente,
- Nunca

13. Prefiere consumir paquetes de programas en video o DVD? (Marque hasta 3 opciones).

- Películas
- Musicales
- Novelas
- Seriales
- Educativos
- Científicos
- Dibujos animados
- Noticiosos
- Entretenimiento

14. Prefiere consumir programas a través de la Televisión? Marque hasta 3 opciones)

- Películas
- Musicales
- Telenovelas
- Seriales
- Educativos
- Científicos
- Dibujos animados
- Noticiosos
- Entretenimiento
- Variados

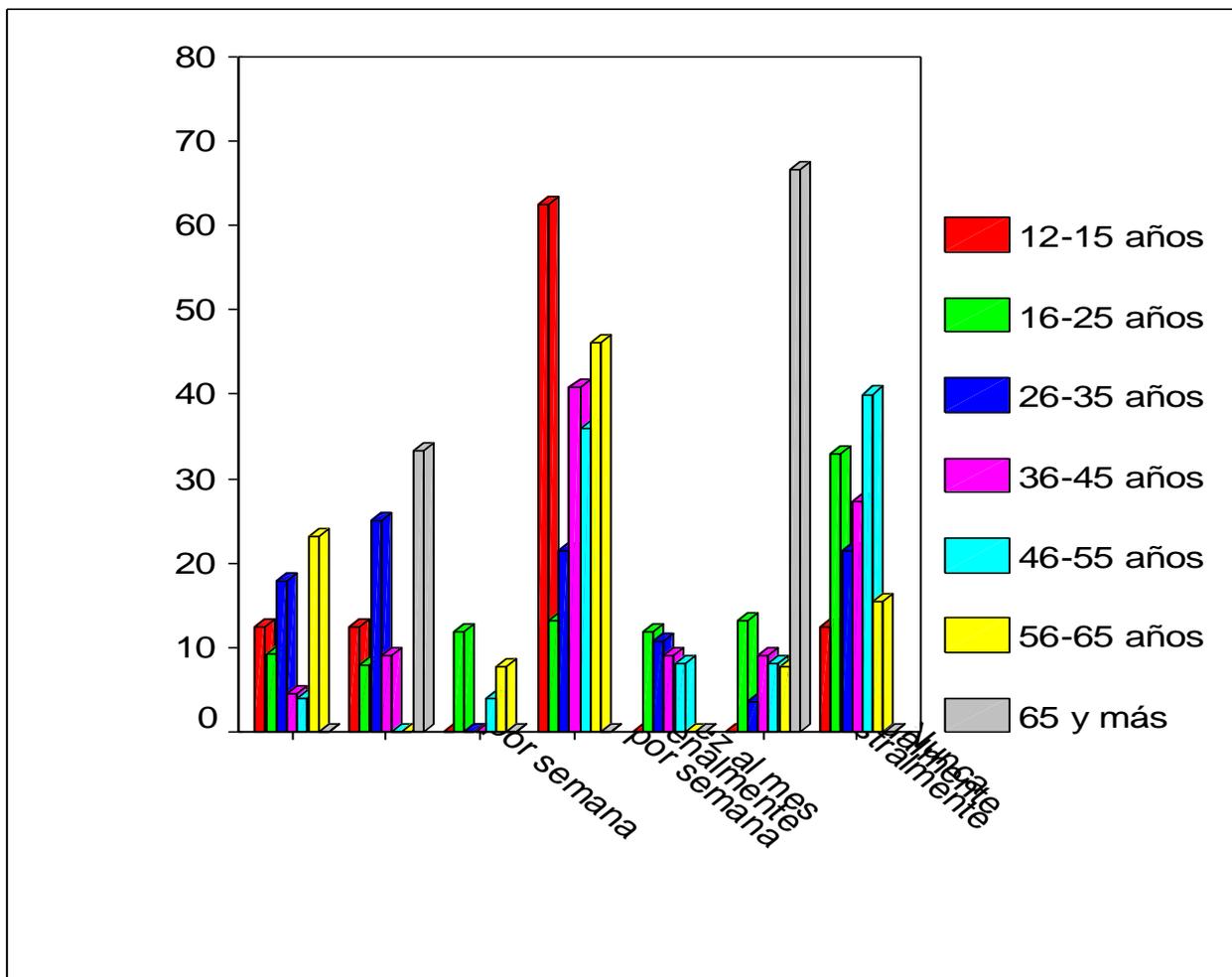
- () Deportivos
- () Aventuras
- () Artístico- culturales
- () De participación.
- () Infantiles.

Gracias

ANEXO 7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS.

GRÁFICO 1.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR GRUPOS DE EDADES.



COMENTARIO:

Como se observa en el gráfico, la población que asiste con mayor frecuencia a los cines y salas de video estatales, es la comprendida entre los **12 y 15 años**; en un 63% mensual, convocados por profesores y comunicadores culturales para su participación en los video debates de diversas temáticas (históricas y de salud). Estas acciones se desarrollan de manera coordinada; entre los videoclubes ubicados en las diferentes comunidades que conforman la ciudad y los centros educacionales del entorno, con el asesoramiento del Departamento de Programas y Proyectos del Centro Provincial de Cine en Santiago de Cuba. De estos adolescentes y jóvenes, el 13% asiste una vez a la semana y en un porcentaje similar, dos veces por semana, y un 13% nunca.

Del grupo de adolescentes y jóvenes de **16 a 25 años**, el 13% acude con frecuencia mensual, el 13% anual, el 12% trimestral, el 12 % quincenal, el 9% una vez por semana y el 8% dos veces por semana. Un 33% no asiste nunca.

Del comprendido entre los **26 y 35 años** participa en las propuestas culturales ofrecidas por las salas de cine, el 25% dos veces por semana, el 21% mensual, el 18% semanal, el 11% trimestral y el 4% anual. No se preocupan por frecuentar las salas de cine y video de la ciudad y sus alrededores el 21%.

La población de **36 a 45 años** encuestada acude en un 41 % mensual, el 9% dos veces por semana, el 9% trimestral, un 9% anual, 5% semanal. No va nunca el 27% del grupo encuestado.

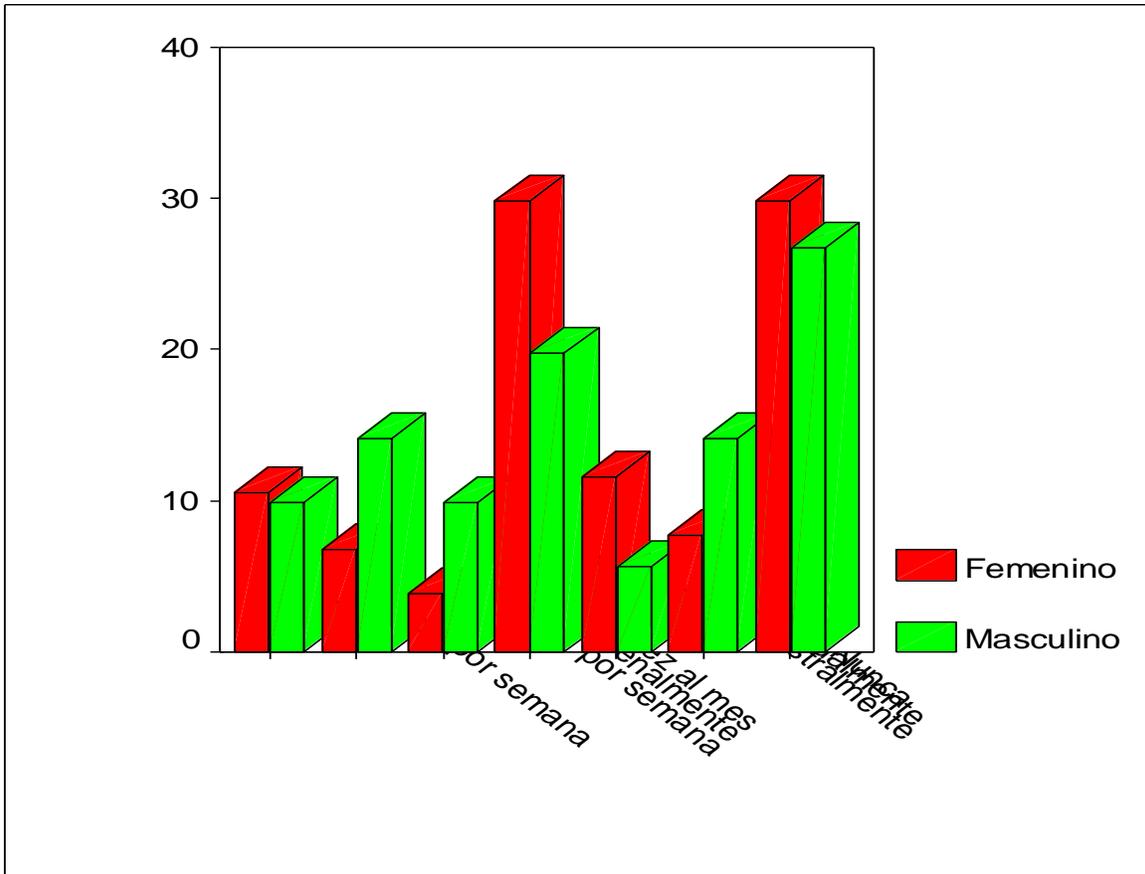
Por su parte los incluidos entre las edades de **46 a 55 años** frecuentan las instituciones cinematográficas en un 36% con frecuencia mensual y en indicadores similares de 4% semanal, 4% quincenal, 8% trimestral y 8% anual. No asiste nunca el 40% de los encuestados.

Del grupo señalado entre los **56 y 65 años**, un 46% arriba a las salas mensualmente, el 23% una vez por semana, 8% quincenal, 8% anual y el 15% no acude de ningún modo.

Ahora bien, de estos grupos graficados, el de **65 años y más**, acude a las instituciones cinematográficas de manera eventual, una vez al año, donde el 67%, se interesa por el cine del recuerdo y valora otras propuestas culturales que nada tienen que ver con la apreciación del cine como obra artística: la presentación de grupos musicales, humorísticos, galas culturales en conmemoración a efemérides históricas, reuniones partidistas o encuentros entre combatientes de la Revolución Cubana, entre otras opciones. De este mismo grupo, el 33% restante asiste dos veces por semana.

GRÁFICO 2.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR SEXO. PORCIENTO.



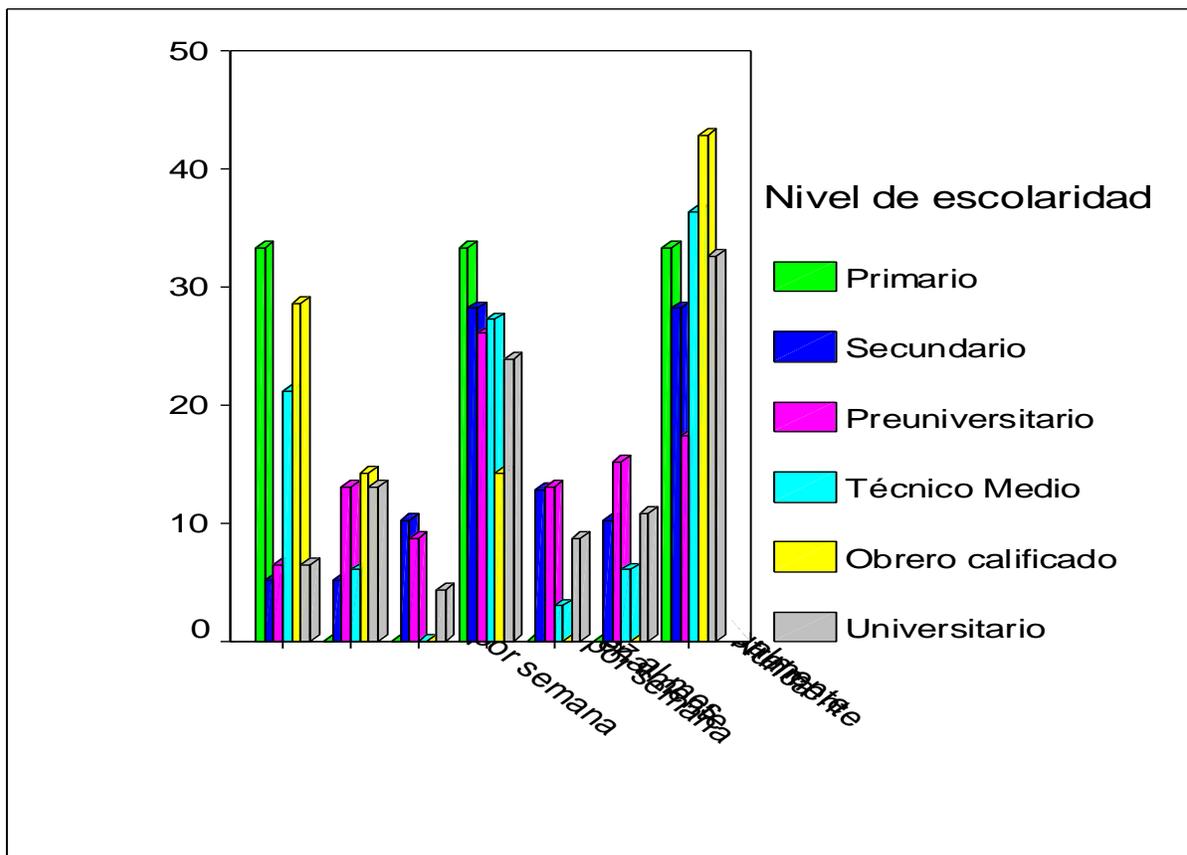
COMENTARIO:

Las mujeres asisten a las salas de cine video estatales en las siguientes frecuencias: 11% semanal, 7% dos veces por semana, 4% cada 15/días, 30% mensual, 12% cada 3/meses, 8% anual. No asiste nunca un 30%.

Los hombres, el 10% semanal, 14% dos veces/semana, 10% c/15 días, 20% mensual, 6% c/3 meses y 14% anual. No asiste nunca el 27%.

GRÁFICO 3

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR NIVEL DE ESCOLARIDAD



COMENTARIO:

El 33% del nivel primario son los que asisten con mayor frecuencia a las salas de cine y videos estatales, una vez a la semana, le siguen los obreros calificados en un 29% y los técnicos medios en un 21%. Le continúan en un 7% los del nivel universitario, 7% nivel preuniversitario y 5% los del nivel secundario.

Dos veces por semana asisten los obreros calificados en un 14%, en un 13% los preuniversitarios y un 13% los universitarios, 6% técnicos medios y 5% el nivel secundario.

Cada quince días asiste el 10% de los del nivel secundario, el 9% del preuniversitario y el 4% del nivel universitario.

Una vez al mes la mayoría de los grupos coinciden en el indicador porcentual: 33% del nivel primario, 28%, el secundario, 27% técnico medio, 26 % los del nivel preuniversitario, 25% el primario y 24% el universitario y sólo el 14% de los obreros calificados.

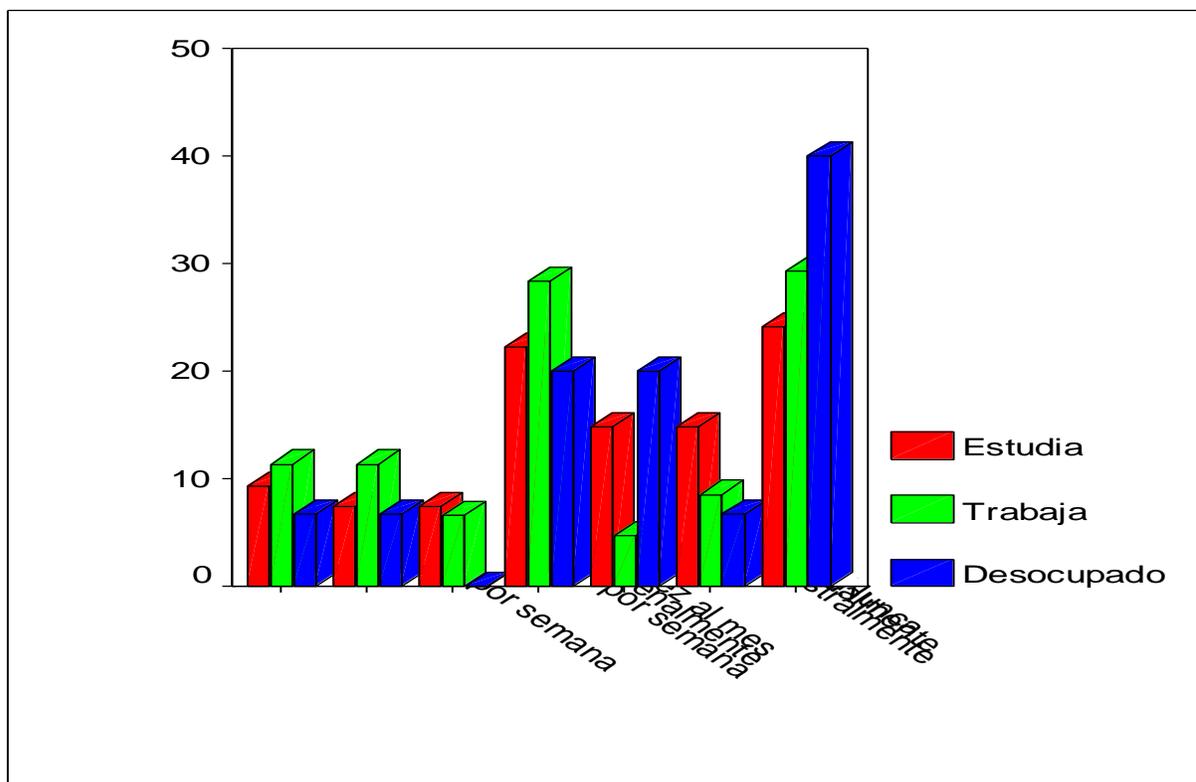
Cada tres meses acuden a las salas de cine el 13% de preuniversitarios , 12% secundarios, 9% universitarios y 3% técnicos medios. Anualmente el 15% de preuniversitarios, el 11% del nivel superior, el 10% secundarios y el 6% técnicos medios.

Ahora bien, los que **no asisten nunca por nivel escolar** a los cines y salas de video estatales, se encuentran en los siguientes porcentajes: el 43% de obreros calificados, 36% de técnicos medios, 33% de los universitarios, 28% del secundario, el 25% del primario y el 17% del preuniversitario.

Como se observa, todos los niveles escolares acuden al cine o salas estatales en diferentes niveles de frecuencia, los más asiduos el nivel primario, los menos concurrentes los obreros calificados.

GRÁFICO 4

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO POR OCUPACIÓN.



COMENTARIO

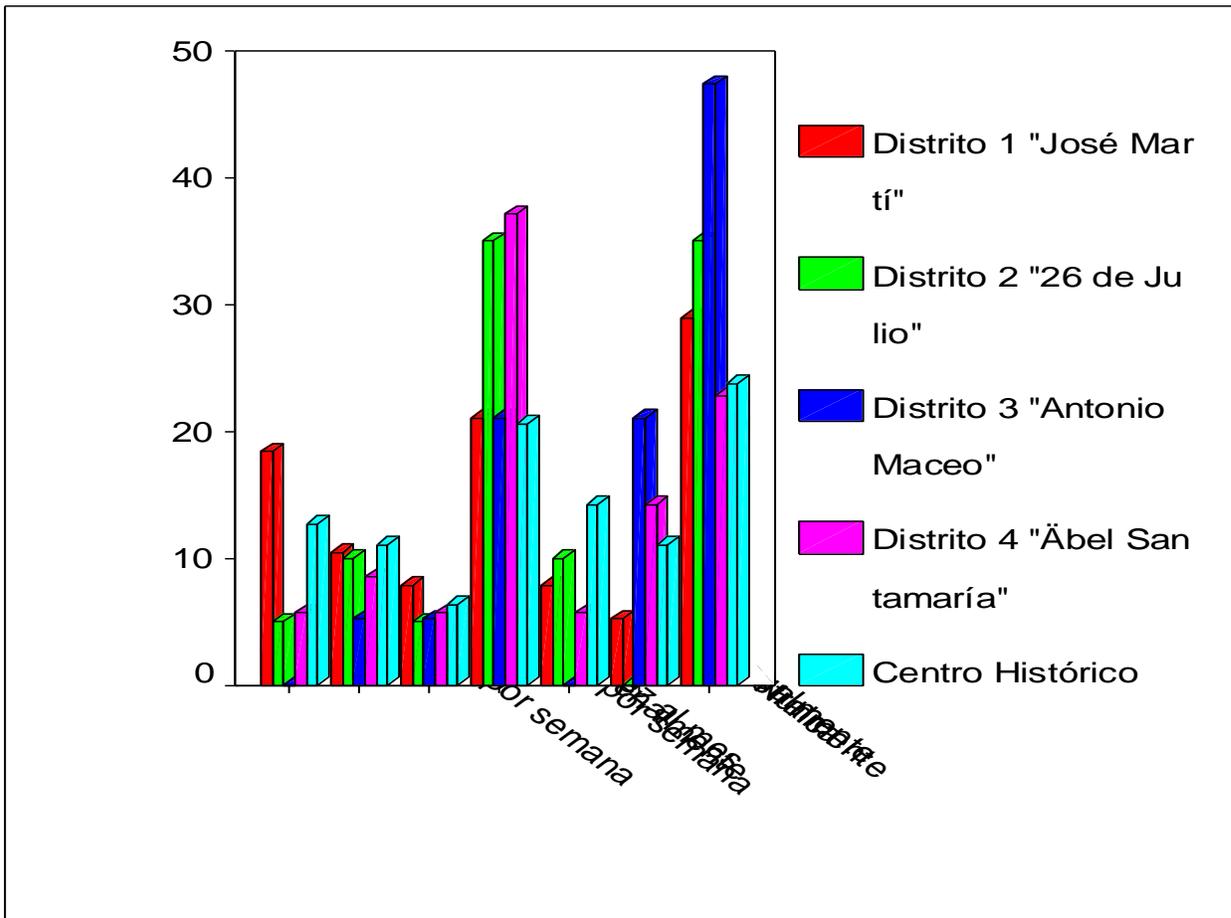
La investigación demostró que los estudiantes asisten a las salas de cine y video en las siguientes frecuencias: el 9% semanal, 7% dos veces a la semana, 7% cada quince días, 22% mensual, 15% cada tres meses y 15% anual. El 24% nunca asiste.

Los trabajadores acuden en un 11% semanal, 11% dos veces/semana, 7% c/15 días, 28% mensual, 5% trimestral y 8% una vez al año. De ellos no asisten nunca el 29%.

Los desvinculados laboralmente acuden en estas frecuencias: 7% semanal, 7% 2/v por semana, 20% mensual y 20% cada 3 /meses, 7% anual y 40% no asiste nunca.

GRÁFICO 5.

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINES Y SALAS DE VIDEO ESTATALES POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO:

En el estudio realizado se valoró que la población que reside en el **Distrito 4 "Abel Santamaría "** es la que concurre con mayor frecuencia a los cines y salas de video estatales con un 37% de asistencia ; una vez al mes , a pesar de las dificultades con la transportación y la lejanía de las instituciones cinematográficas emblemáticas.Dicha práctica se relaciona con la búsqueda constante de opciones culturales que no encuentra en su entorno y el alto grado de movilidad de la misma hacia espacios más céntricos de la ciudad, donde la mayoría desempeña sus actividades laborales, aunque se ubican en su entorno cuatro videoclubes juveniles (Pastorita, Rajayoga, MicroIB y Micro3).

En este Distrito, el 14% asiste con frecuencia anual, el 9% dos veces por semana, el 6% quincenal, 6% trimestral y un 6% asiste una vez por semana. El 23% de los pobladores del territorio no asisten nunca a las salas de cine y video tradicionales.

Le sigue muy de cerca al anterior, el **Distrito 2 “26 de julio”** con un 35% de asistencia mensual, el 11% dos veces por semana, 10% trimestral, un 5% semanal y otro 5% quincenal. El 35% de pobladores del Distrito 2 no asisten nunca a las referidas instituciones.

Por otra parte, la población que menos asiste a las salas de cine y videos estatales es la que reside en el **Distrito 3 “Antonio Maceo”**, donde el 47% de los encuestados no asiste nunca. Los mismos tienen en cuenta la distancia de los cines estreno, las insuficientes opciones cinematográficas, tomando como referente los estrenos de cine cubano y de otras nacionalidades, cuya demanda responde a la inmediatez de la promoción emitida por los medios de información nacionales.

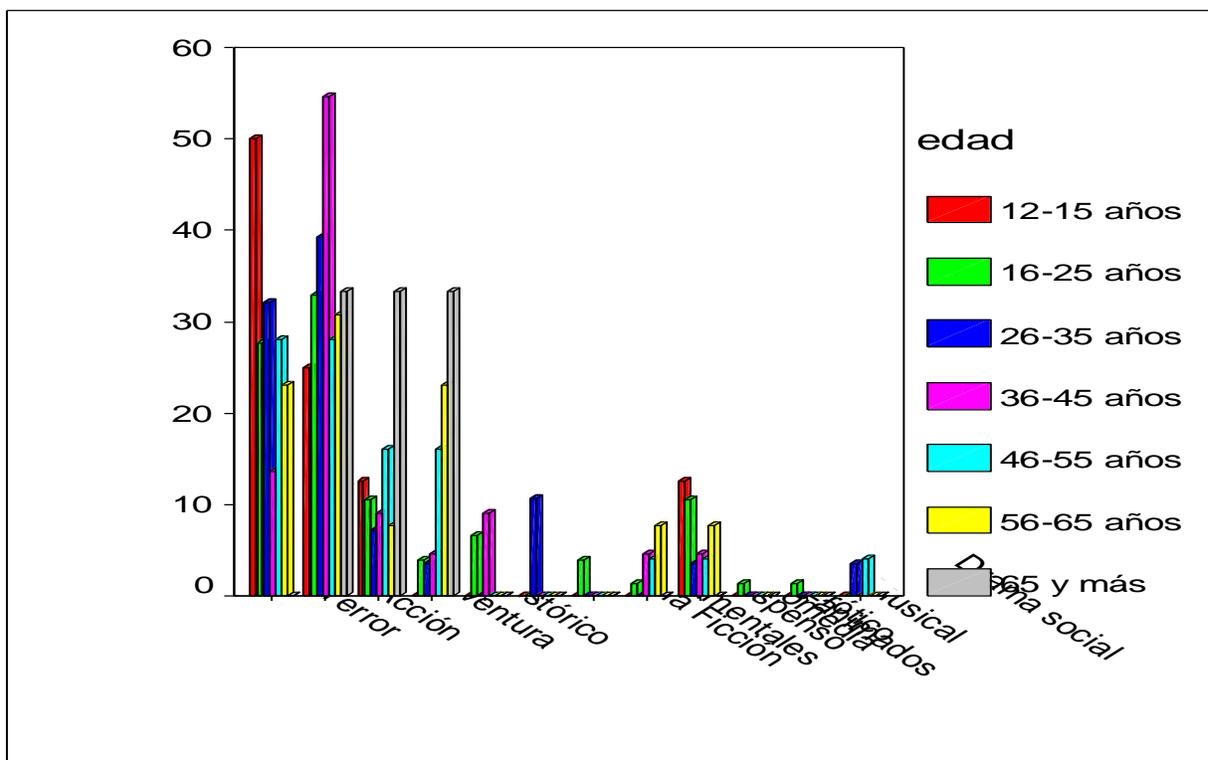
De esta demarcación, el 22% asiste con frecuencia mensual, el 21% anual, el 5% dos veces por semana y el mismo indicador quincenal. No muestra porcentajes en los indicadores semanales y trimestrales.

Le continúa el **Distrito 1 “José Martí”**; con un 21% de asistencia mensual, donde se suman las valoraciones negativas acerca de las condiciones físicas de los locales y los criterios erráticos de las programaciones concebidas por el Centro Provincial de Cine. Le sigue el 18% de asistencia semanal, 11% dos veces a la semana, el 8% quincenal, 8% trimestral y 5% anual. El 29% de los pobladores no asisten nunca a los cine y salas de video estatales.

Dentro del Distrito 2 “26 de julio”, el **Centro Histórico de la Ciudad**, aporta un 21 % de asistencia mensual, un 14% de asistencia trimestral, un 13% semanal, 11% dos veces a la semana y 11% anual y 6% quincenal. El 24 % de los habitantes ni siquiera se detienen a leer las carteleras o a preguntar por los filmes a exhibir.

GRÁFICO 6

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATográfICOS POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

Los géneros cinematográficos que más atraen a los adolescentes entre 12 y 15 años son, en un 50% **el terror**, en un 25 % **la acción** y al 13%; las **aventuras y comedias**. Por otra parte, el grupo de 16 a 25 años prefiere la acción en un 33 % , el terror en un 28 % y las aventuras y comedias en un 11%.

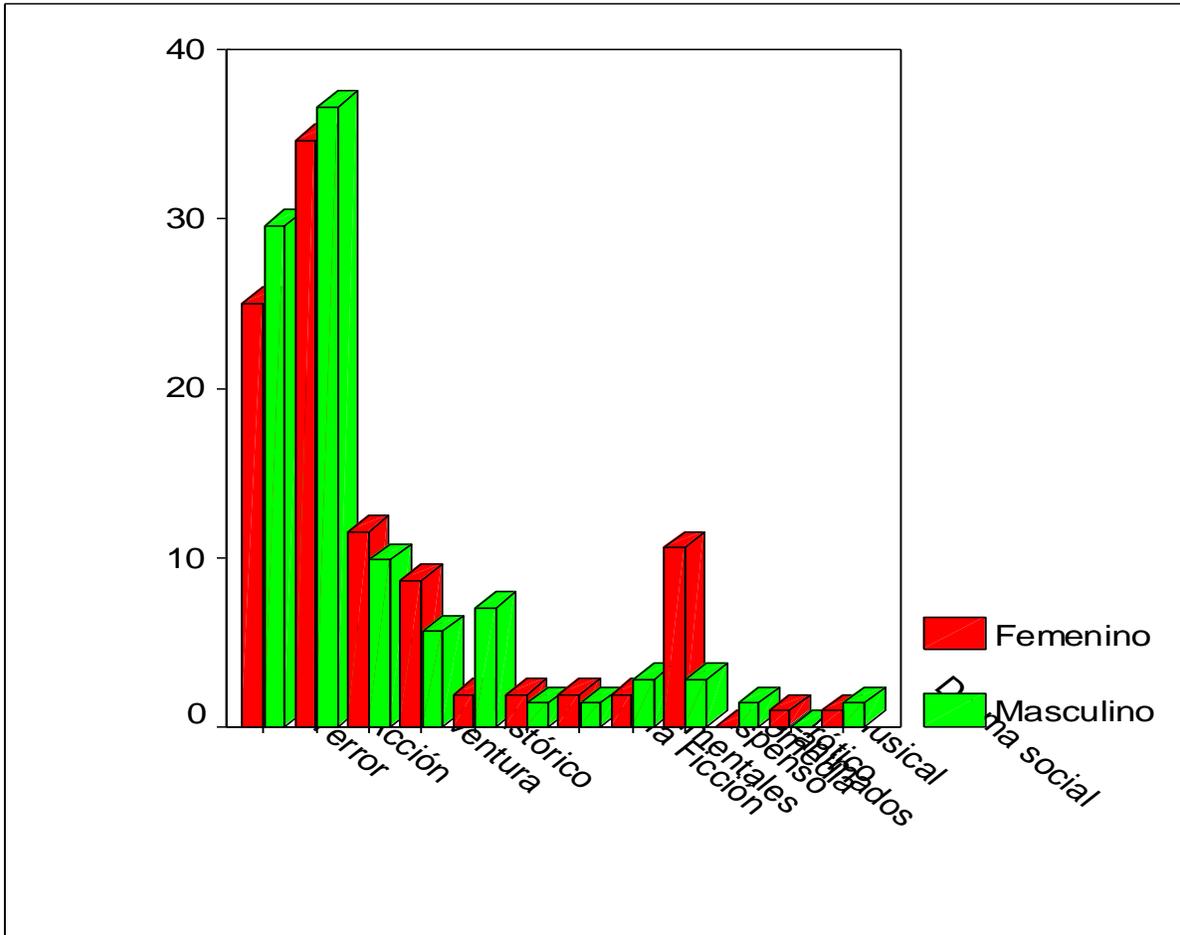
Los de 26 a 35 años, se inclinan en un 39% por el género **acción** ,en un 32% por el **terror** y en un 11% a los **documentales**. El grupo etáreo de 36 a 45 años es el que más consume cine de acción, de alta tecnología y espectáculo de la violencia, en un 55% de los encuestados, mientras que el cine de ciencia ficción ocupa el 9% y entre el 6% y 8% consumen cine histórico y comedias.

Así pudimos apreciar a través de la aplicación de la encuesta que la población cuya edad se circunscribe entre los 46 y 55 años gusta de los géneros terror y acción en un 28%, aventuras e históricos en un 16%, el 5 % gusta del suspense y la comedia y sólo el 4% de los dramas sociales. De 56 a 65 años, gusta en un 32 % el cine de acción, el 23% consume cine de terror e históricos y sólo el 8% aprecia el cine de suspense y comedias, mientras que los mayores de 65 años ; en un 33% ;asume los géneros de acción, aventuras e históricos, sin destacarse el gusto por otros géneros. Como se observa, los géneros

consumidos mayormente por la población santiaguera son los de **acción, terror, históricos y aventuras** y los que gustan menos son : el **erótico, dramas sociales y musicales**.

GRÁFICO 7

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR SEXO.

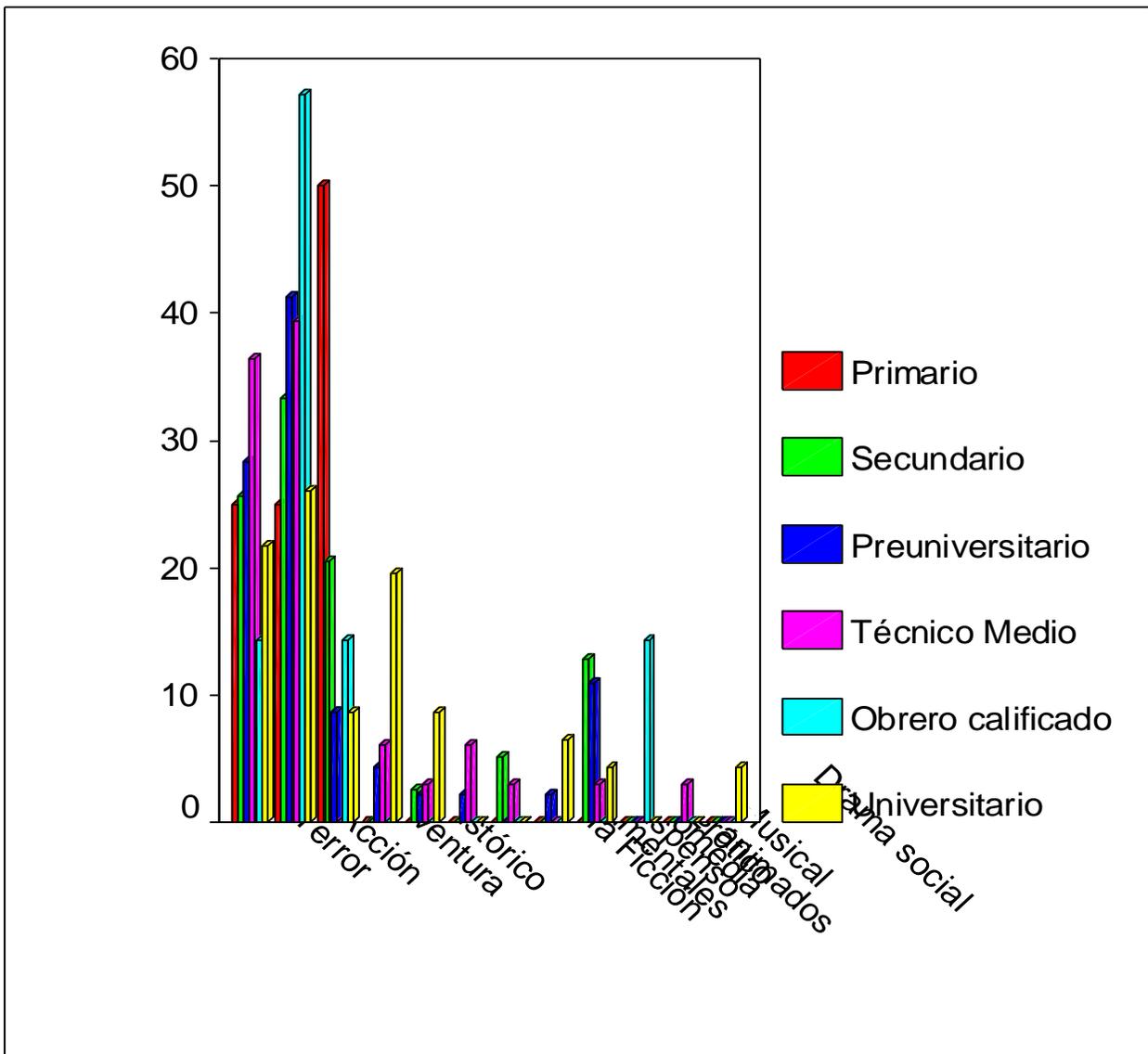


COMENTARIO:

Los géneros que más atraen a la población femenina santiaguera son los de acción y terror en un 35% y 25% respectivamente, mientras que la población masculina los prefiere en un 37% y 30% en el mismo orden. Le siguen las aventuras en 12%, las comedias en un 11% y el cine histórico en un 9% para las féminas, mientras que los varones gustan además de las aventuras 10%, ciencia ficción 7% e históricos en un 6%. Así, los géneros menos buscados por las mujeres son el erótico, dramas sociales y musicales con indicadores ínfimos entre 0,5 y 1% de las encuestadas y los hombres coinciden en indicadores y géneros.

GRÁFICO 8

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATográfICOS POR NIVEL ESCOLAR.



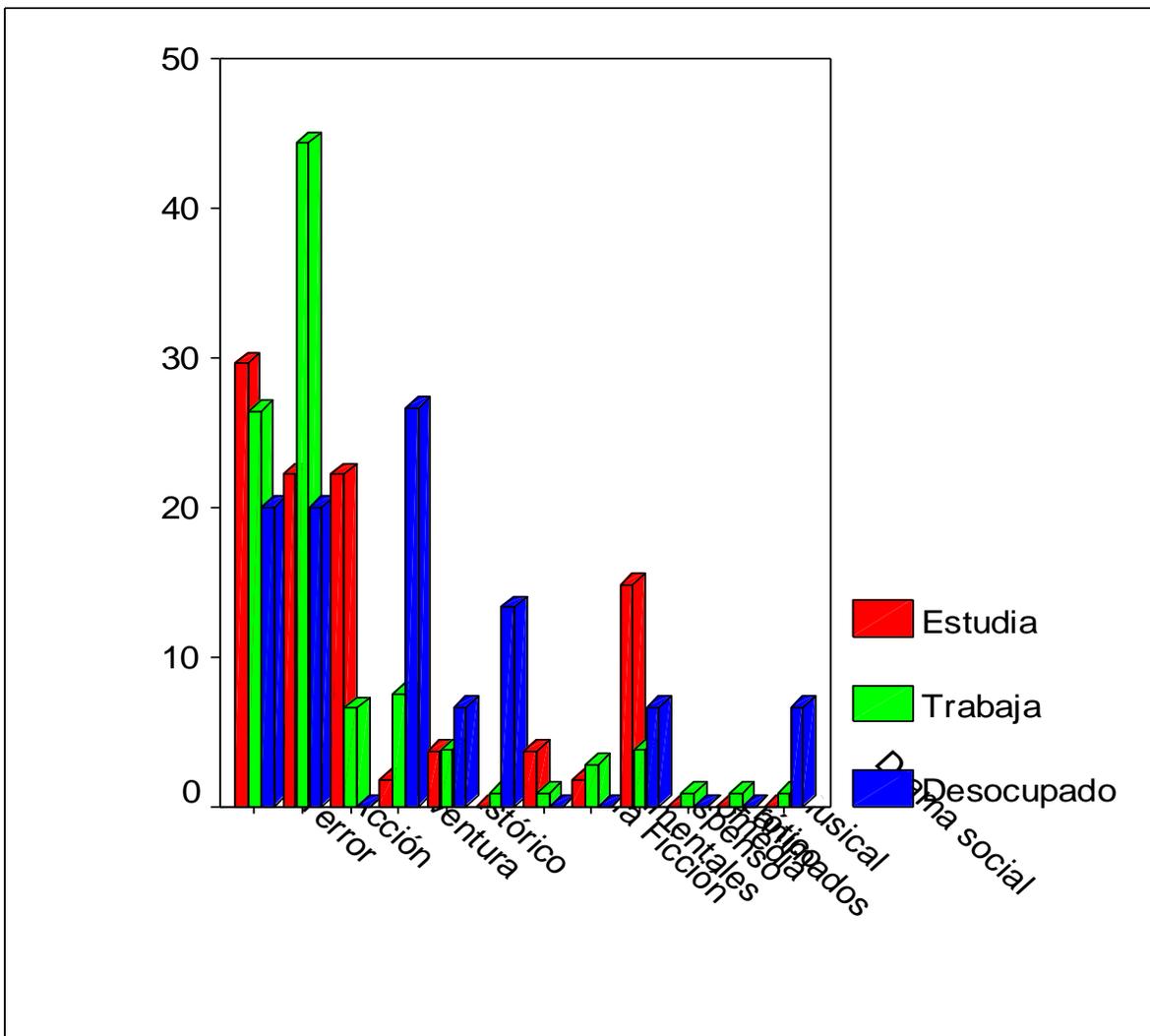
COMENTARIO:

Como se puede apreciar en el gráfico; el **género acción** es asumido por el 57% de los obreros calificados, el 41% de los graduados de preuniversitario y el 39% de los técnicos medios. AL 33 % del nivel secundario también le gusta este género, al 26% de los universitarios y al 25% nivel primario.

El **género terror** gusta a la mayor

GRÁFICO 9

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATográfICOS POR OCUPACIÓN



COMENTARIO

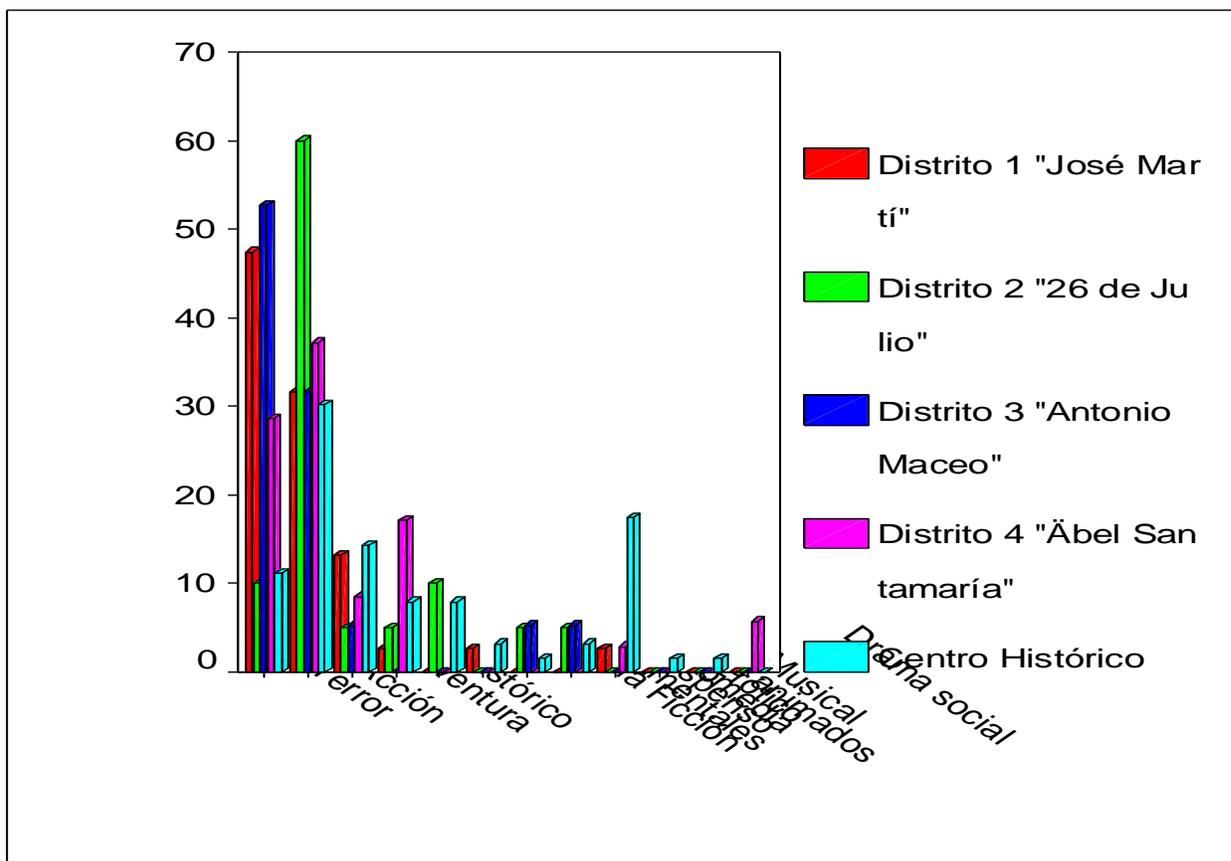
Como demuestra el gráfico, el 30 % de los estudiantes prefiere el terror, el 22% la acción, el 22% la aventura y el 15% la comedia.

Los trabajadores asumen el género acción en un 44%, el terror en un 26% , el género histórico en un 8 % y la aventura en un 7%.

El población desempleada , prefiere el género histórico en un 27%,el cine de acción y terror en un 22 % ,los documentales en un 13% y la ciencia ficción, la comedia y el drama social en la escala del 7%.

GRÁFICO 10

PREFERENCIA DE GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS POR LUGAR DE RESIDENCIA



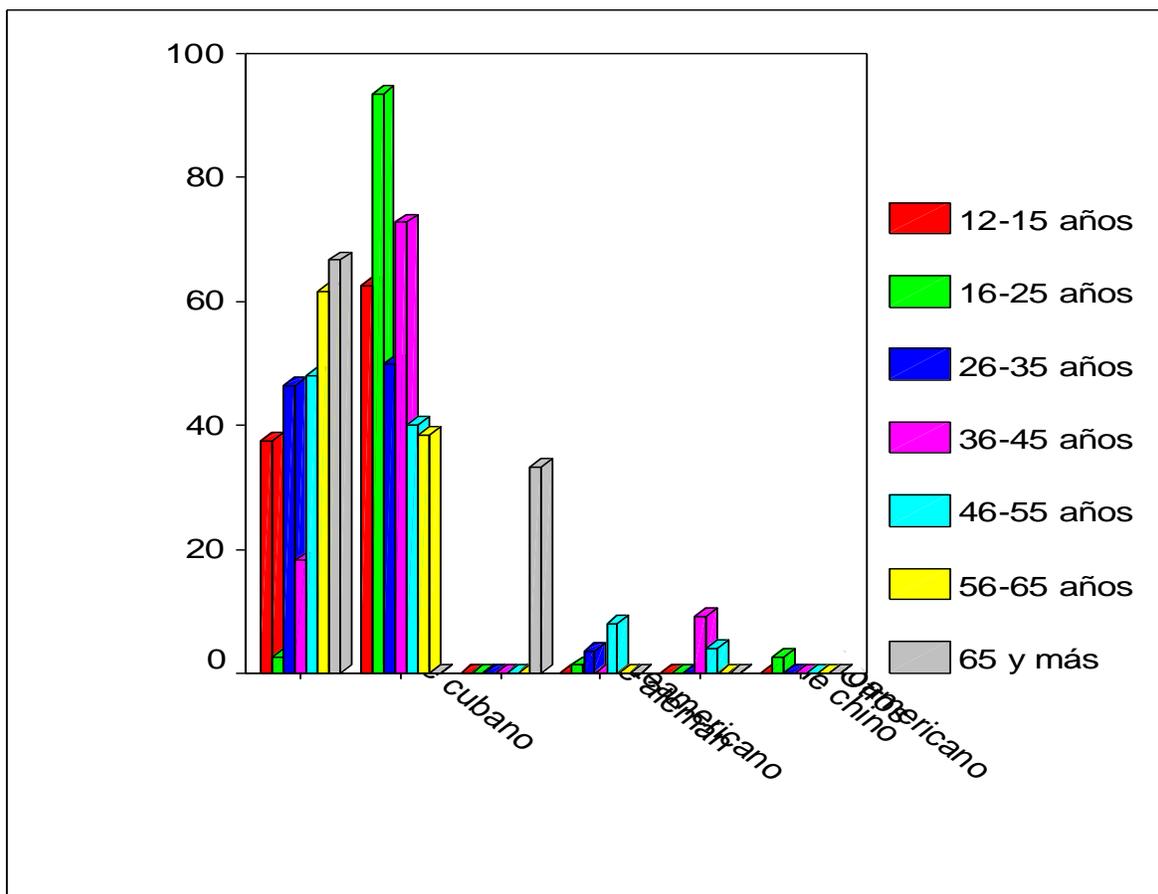
COMENTARIO

El 60% de la población del distrito 26 de Julio , el 37% del Abel Santamaría, el 32% del José Martí y Antonio Maceo y el 30% del Centro Histórico Urbano de la Ciudad prefieren el **cine de acción**, mientras que el 53% del Antonio Maceo, el 47% del José Martí, el 29% del Abel Santamaría, el 12 % del Centro de la Ciudad y el 10% del Distrito 2; 26 de Julio, escogen el **género terror**.

Por otra parte, **las comedias** gustan en un 17 % del centro histórico y **las aventuras** en un 14%, así como, el **género histórico** es preferido por los habitantes del Distrito 4 en un 17% .Los géneros cinematográficos que no gustan a la población santiaguera en general son: **la ciencia ficción, los documentales, los musicales, el cine erótico, los dibujos animados, el suspense y los dramas sociales**.

GRÁFICO 11

PREFERENCIA DE NACIONALIDAD DEL CINE POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

El gusto por el **cine** de nacionalidad **estadounidense** es el que predomina en la Ciudad de Santiago de Cuba y sus alrededores , con un 93 % en la selección de las edades comprendidas entre los 16 y 25 años. EL grupo de 36 a 45 años lo consume en un 73%, mientras que los adolescentes de 12 a 15 años , en un 63%. La población de 26 a 35 años lo prefiere en un 50% , los de 46 a 55 años ,en un 40% y los de 56 a 65 años en un 38%. Los mayores de 65 años no les atrae el cine norteamericano.

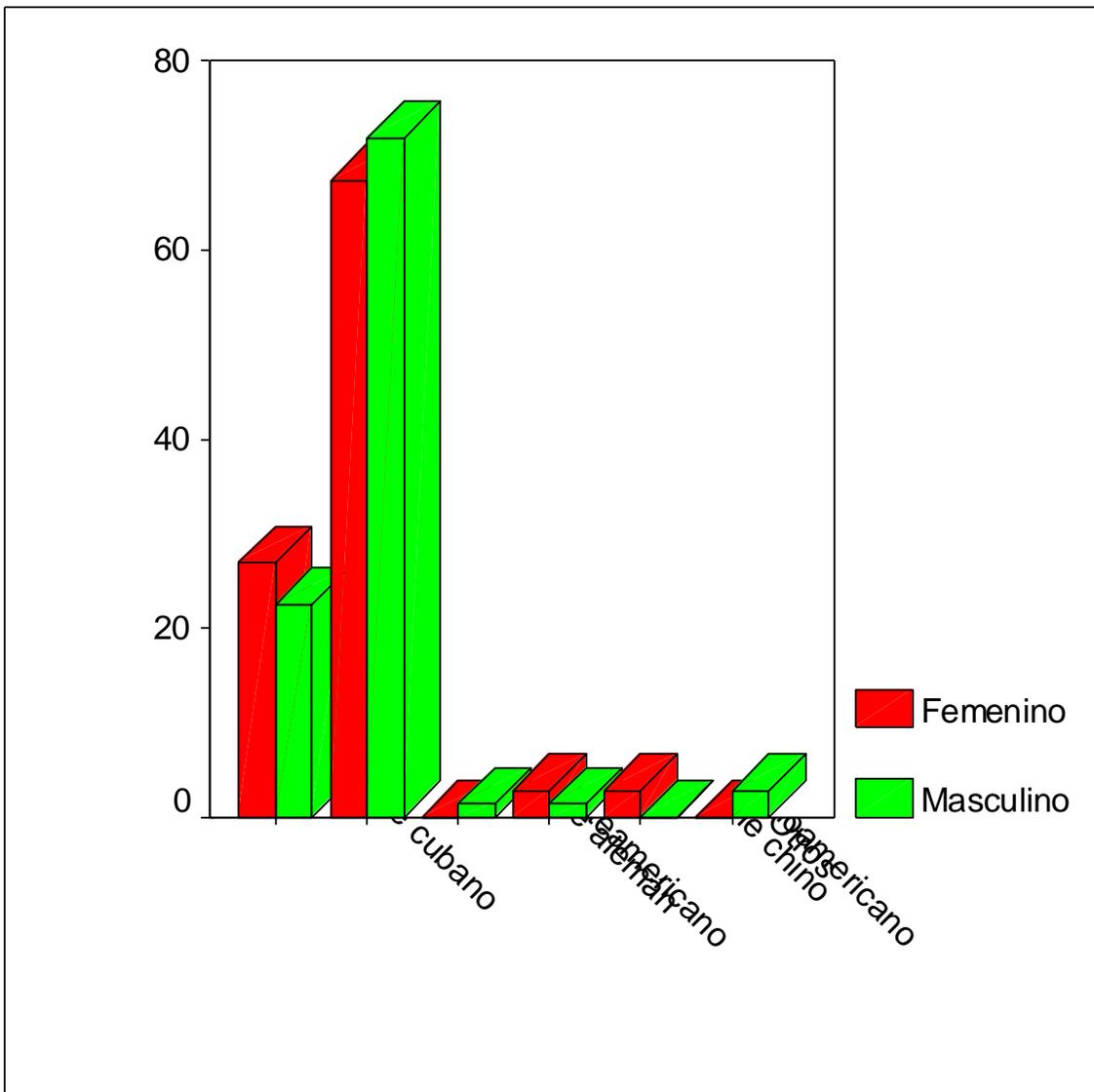
Los patrones de consumo del cine hollywoodense, establecidos por los medios de alcance nacional e impuestos por la instancia superior que dirige el cine en Cuba (ICAIC); se intensifican, no solo por la vía estatal e institucional , sino que emerge y se disemina a través de vías alternativas en un entorno mucho más intimista y subjetivo.

En otro orden, el **cine cubano**, tan buscado siempre por la población santiaguera, en tanto estrenos y reestrenos, es acogido por el 67% de la población mayor de 65 años, el 62% del grupo entre 56-65 años, el 48% entre 46 y 55 años, el 46% de los encuestados de 26 a 35 años , el 38% de 12 a 15 años , el 18% de 36 a 45 años y el 2% de los jóvenes comprendidos entre los 16 y 25 años.

El cine de otras latitudes, como el alemán, gusta al 33% de los mayores de 65 años y el latinoamericano, chino, francés entre el 8 % y 9% respectivamente gusta a los grupos de 36-45 y 46-55 años.

GRÁFICO 12

PREFERENCIA DE NACIONALIDAD DEL CINE POR SEXO

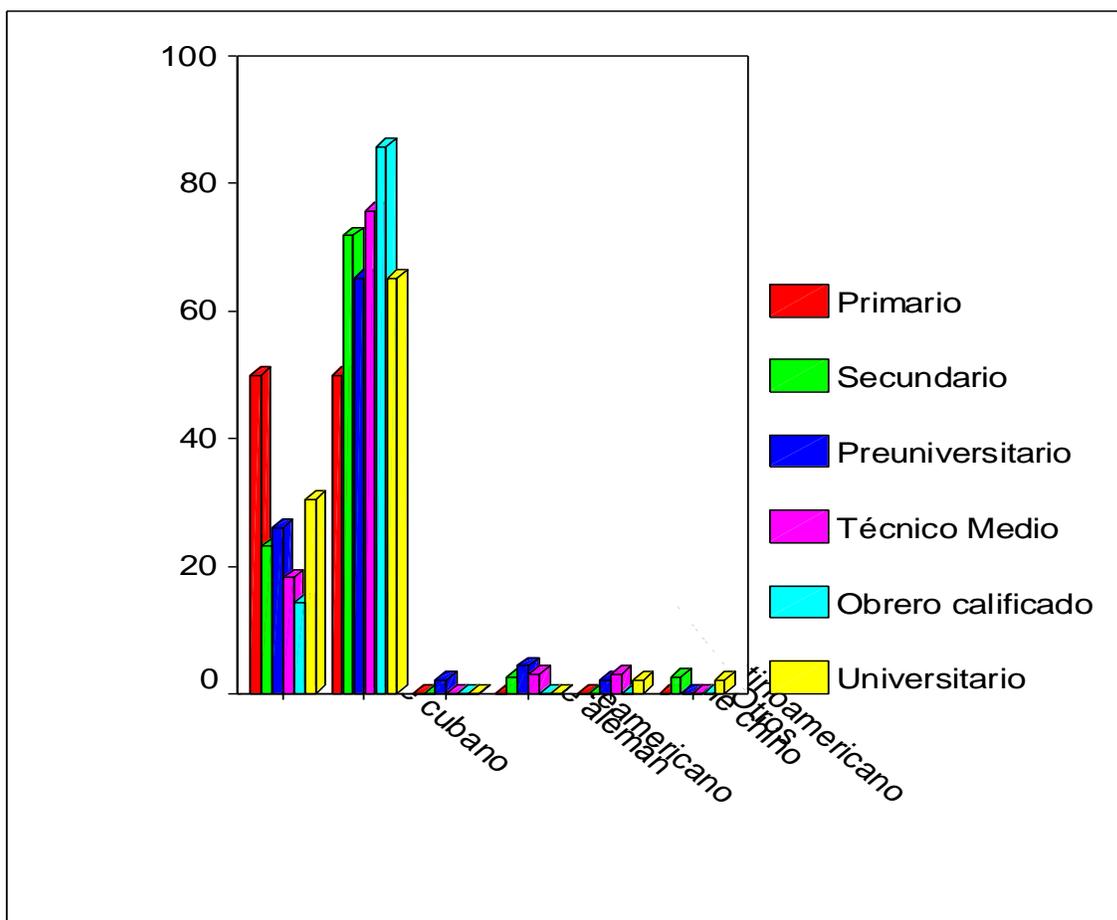


COMENTARIO:

El 72 % de los hombres y el 67 % de las mujeres prefieren el cine norteamericano y el 23 % de los hombres y el 27% de las mujeres se inclinan por el cubano. Por otra parte, los indicadores muestran resultados ínfimos en cuanto a la preferencia por el cine de otras nacionalidades.

GRÁFICO 13

PREFERENCIA DE NACIONALIDAD POR NIVEL ESCOLAR.



COMENTARIO

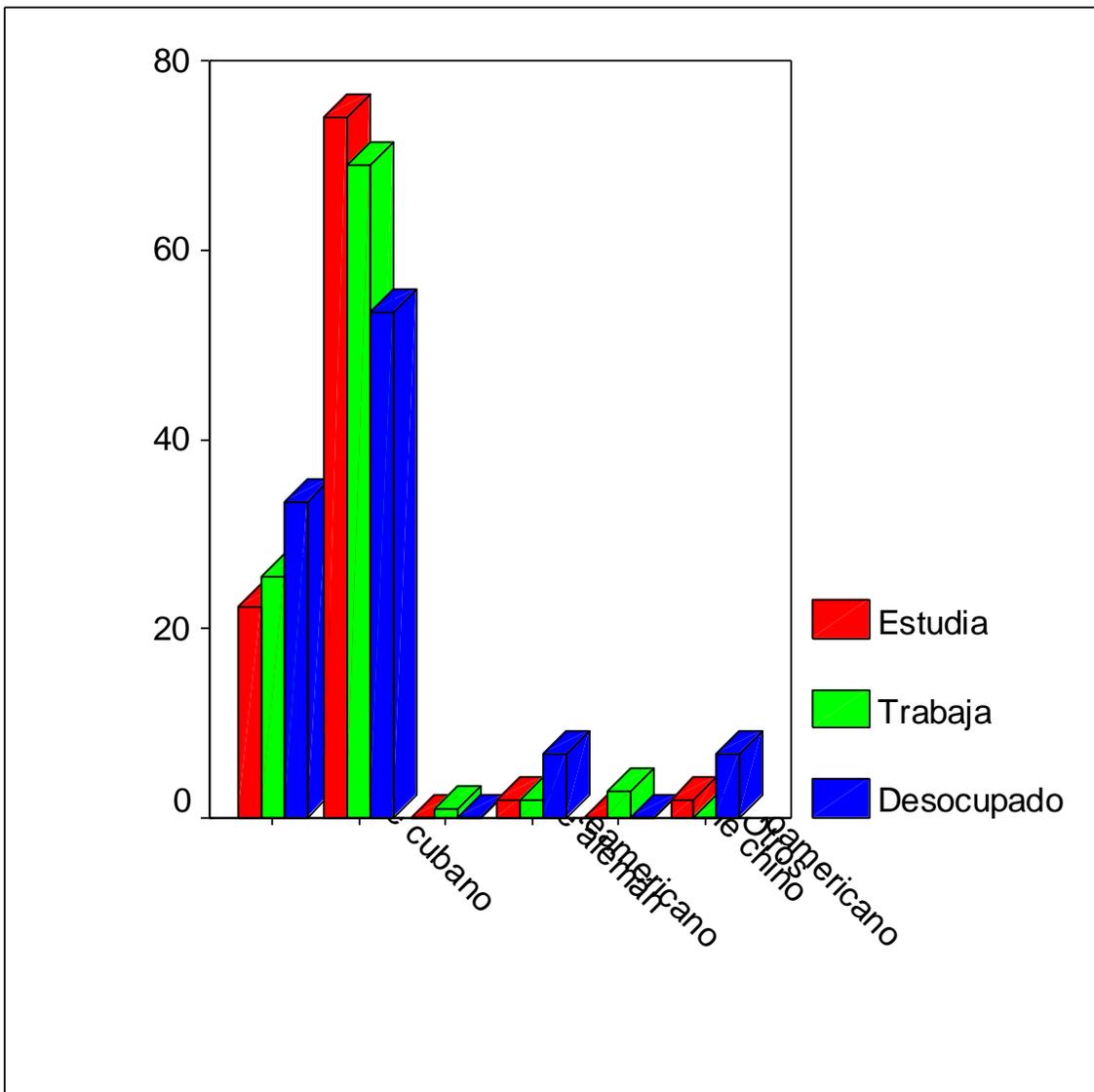
El cine norteamericano sigue siendo el predilecto por los santiagueros y en el orden ocupacional lo aceptan de la siguiente manera: un 86% de los obreros calificados lo consume a través de diferentes vías, un 76% de los técnicos medios, un 72% del nivel secundario, un 65% de los niveles preuniversitario y universitario y un 50% del nivel primario.

Por su parte el cine cubano lo prefiere, el 50% del nivel primario, el 30% de los universitarios, el 26% de los preuniversitarios, el 23% del nivel secundario, el 18% de los técnicos medios y el 14% de obreros calificados.

El cine de otras naciones gusta en porcentos ínfimos.

GRÁFICO 14

PREFERENCIA DE NACIONALIDAD POR OCUPACIÓN

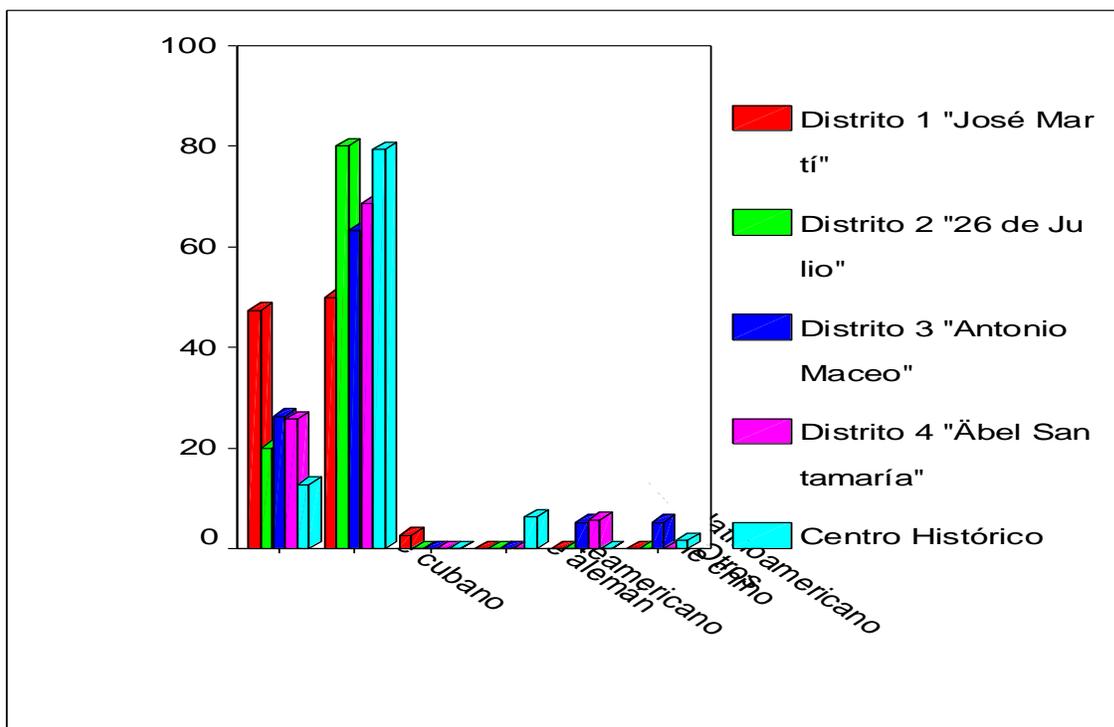


COMENTARIO:

El 74% de los estudiantes consume cine norteamericano, el 69% de los trabajadores y el 53% de los desocupados. Al 33% de los desocupados le gusta el cine cubano, al 25% de los trabajadores y al 22% de los estudiantes. Sólo, un 7% de la población sin vínculo laboral se inclina por el cine latinoamericano y otros.

GRÁFICO 15

PREFERENCIA DE NACIONALIDAD DEL CINE POR LUGAR DE RESIDENCIA.



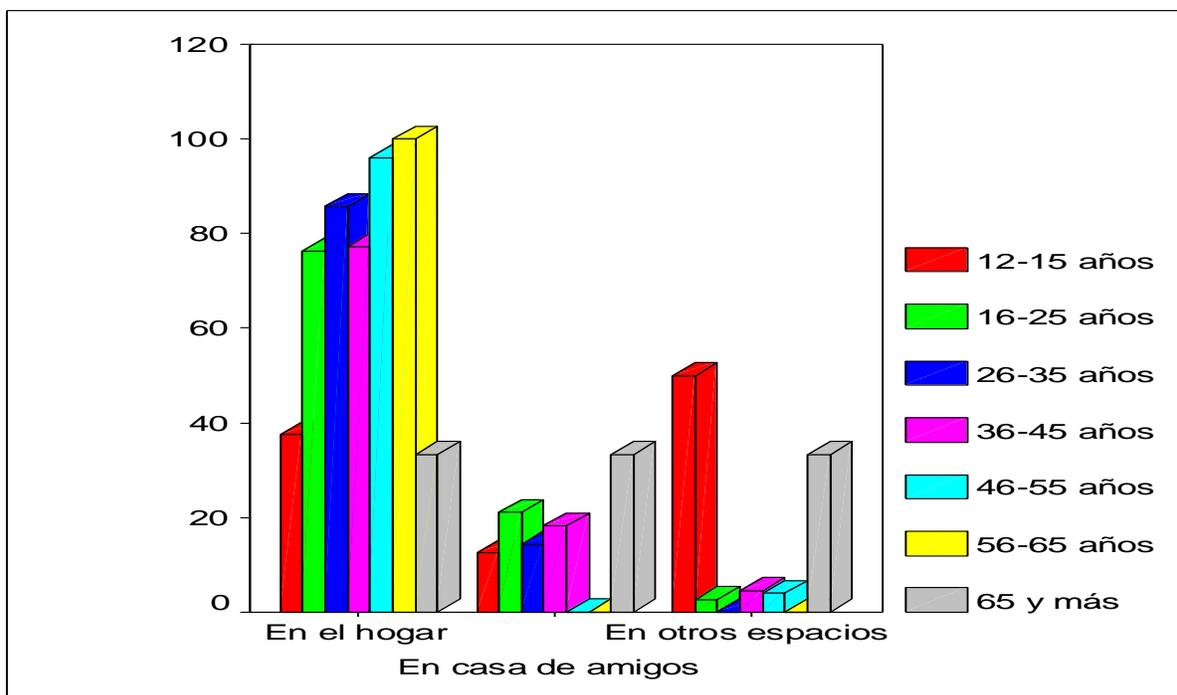
COMENTARIO

Como se puede observar en el gráfico, el cine norteamericano se consume en un 80% del Distrito 2 "26 de julio", en un 79% del Centro de la Ciudad, quien pertenece además al Distrito antes referido, lo que ilustra que el corazón de Santiago, satisface sus expectativas cinematográficas consumiendo las propuestas hollywoodenses, con predominio del género de acción. En el espacio antes referido, se encuentran ubicadas las principales instituciones de cine del Municipio Santiago y la Ciudad, (Cuba y Rialto).

El cine norteamericano gusta además en un 69% de la población del Distrito Abel Santamaría, el 63% del Antonio Maceo y el 50% del José Martí. Por su parte, el cine cubano se escalona de la siguiente manera según su nivel de preferencia: 47% el José Martí, 26% el Abel Santamaría y Antonio Maceo, 20 % el 26 de julio y 13 % el Centro Histórico. El cine latinoamericano, chino y otros, gusta entre el 5% y 6% en el Centro de la Ciudad y los Distritos 4 y 3, respectivamente.

GRÁFICO 16

ESPACIOS ALTERNATIVOS PARA EL CONSUMO DE CINE POR GRUPOS DE EDADES



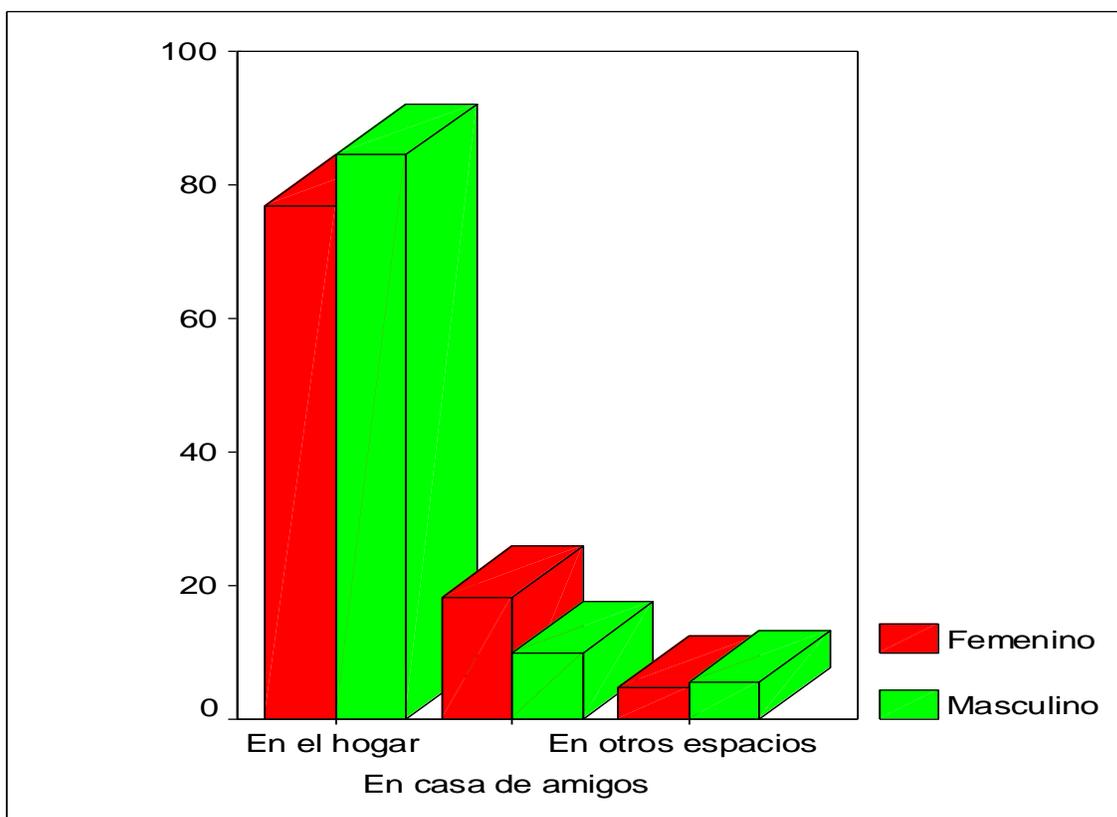
COMENTARIO

El grupo de edades entre 56-65 años en un 100%, el 96% de 46-55 años, el 86% de 26-35 años, el 77% de 36-45 años, el 76% 16-25 años, el 38% de 12-15 años y el 33% de 65 años y más, consumen cine en el hogar a través de diferentes medios tecnológicos. En casa de amigos se destacan el 33% de 65 años y más, 21% de 16-25 años, el 18% de 36-45 años, el 14% de 26-35 años y el 13% de 12-15 años. En otros espacios se valoran los resultados del 50% del grupo de 12-15 años, el 33% de 65 años y más en casa de abuelos y otras instituciones culturales que realizan acciones con este grupo etéreo.

El consumo alternativo de cine en el hogar, provoca el establecimiento de novedosas redes de socialización del cine desde la comercialización informal, contrasta con los patrones de consumo preestablecidos en el ámbito doméstico, donde abuelos, padres e hijos asumían determinado producto a través de la TV, en la sala del hogar, en horarios establecidos para niños, jóvenes, adultos y la oportuna socialización del tema de las películas.

GRÁFICO 17

ESPACIOS ALTERNATIVOS PARA EL CONSUMO DE CINE. POR SEXO

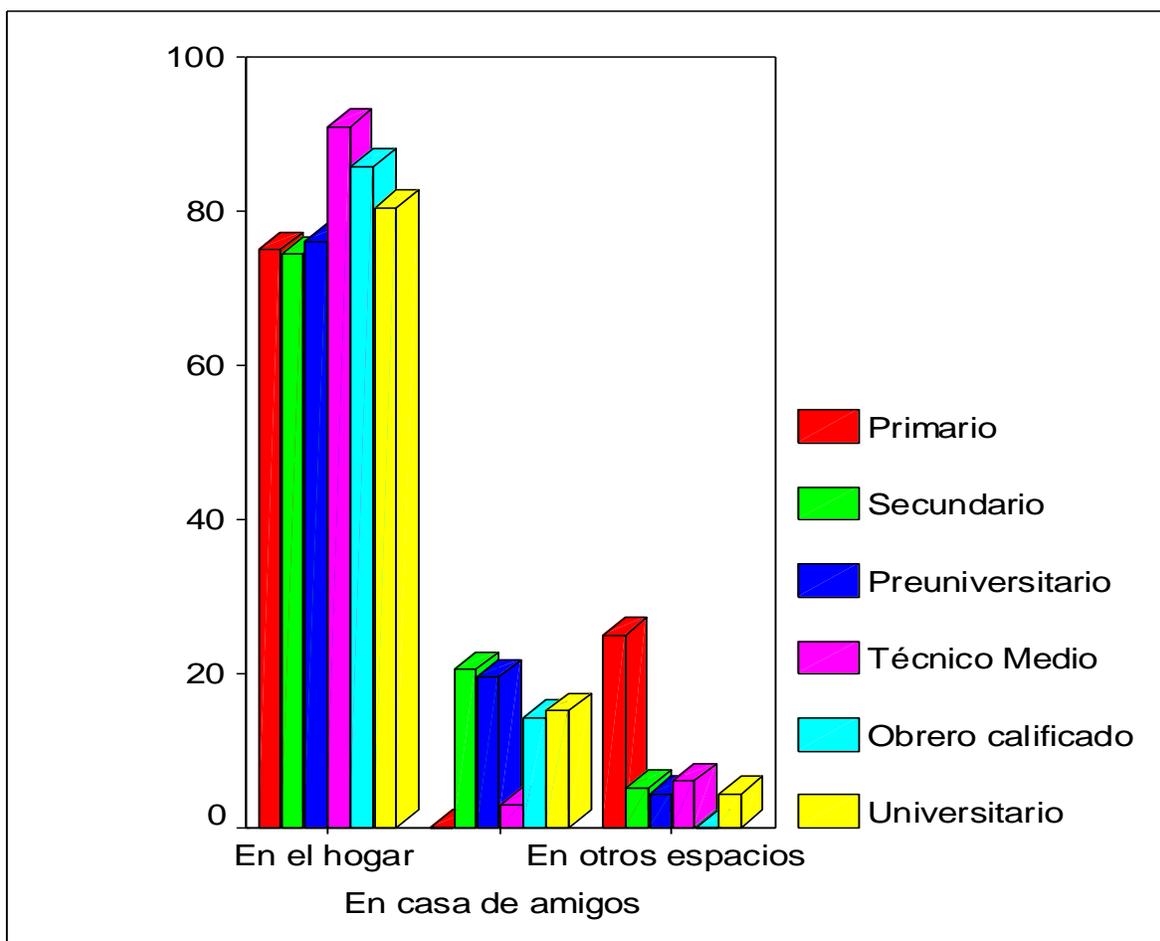


COMENTARIO

EL 85% de los hombres y el 77% de las mujeres consumen cine en el hogar, el 18% del sexo femenino y el 10% del masculino en casa de amigos y el 6% y 5% de ambos sexos en otros espacios.

GRÁFICO 18

ESPACIOS ALTERNATIVOS PARA EL CONSUMO DE CINE POR NIVEL DE ESCOLARIDAD

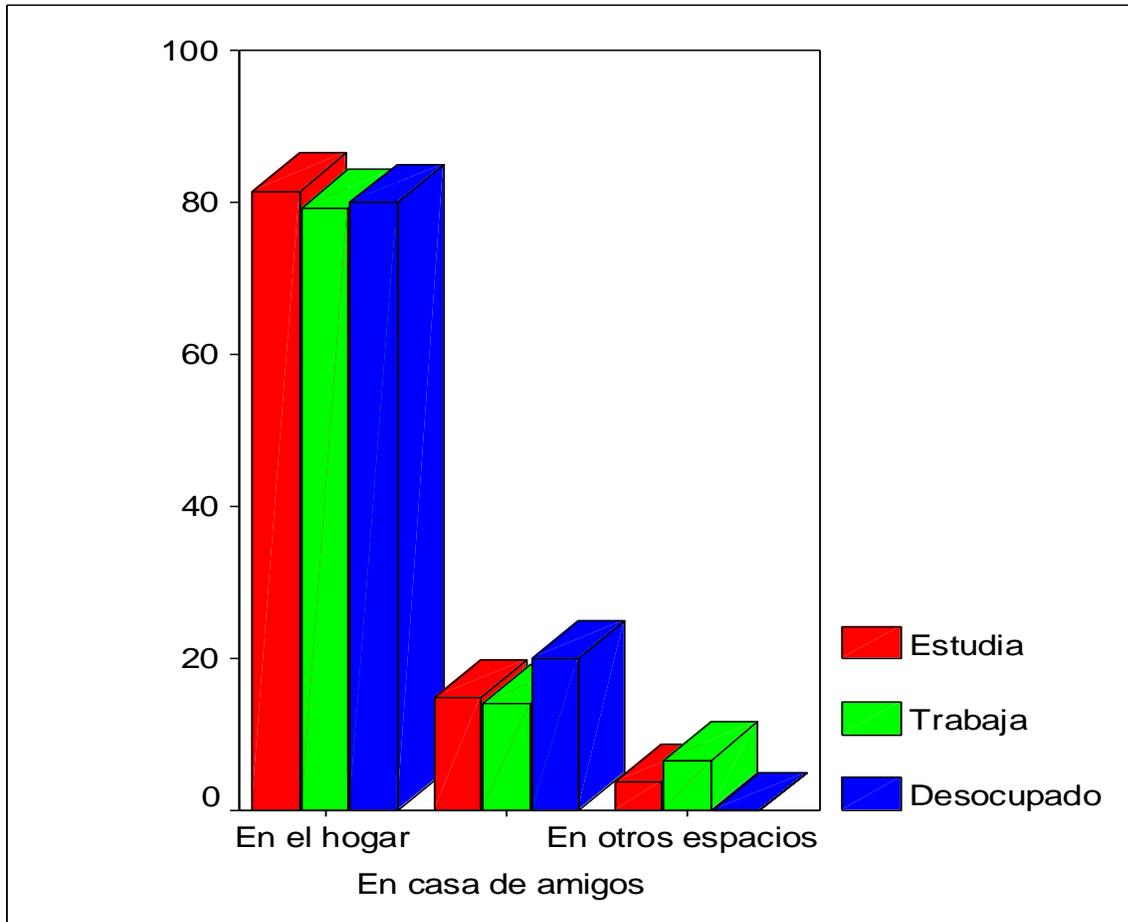


COMENTARIO

Como se observa en el gráfico, el 91% de los graduados de técnicos medios, el 86 % de obreros calificados, el 80% universitarios, el 76% del nivel preuniversitario, el 75% del primario y 74% del nivel secundario se apropian del cine en la comodidad del hogar. EL 21% del nivel secundario, el 20% del preuniversitario, el 15% del nivel universitario, y el 14% del obrero calificado lo consumen en casa de amigos, conocidos y familiares. Por su parte el 25% de los del nivel primario, 6% del técnico medio, el 5% del secundario y 4% de los niveles pre y universitario, lo hace en otros espacios.

GRÁFICO 19

ESPACIOS ALTERNATIVOS PARA EL CONSUMO DE CINE POR OCUPACIÓN

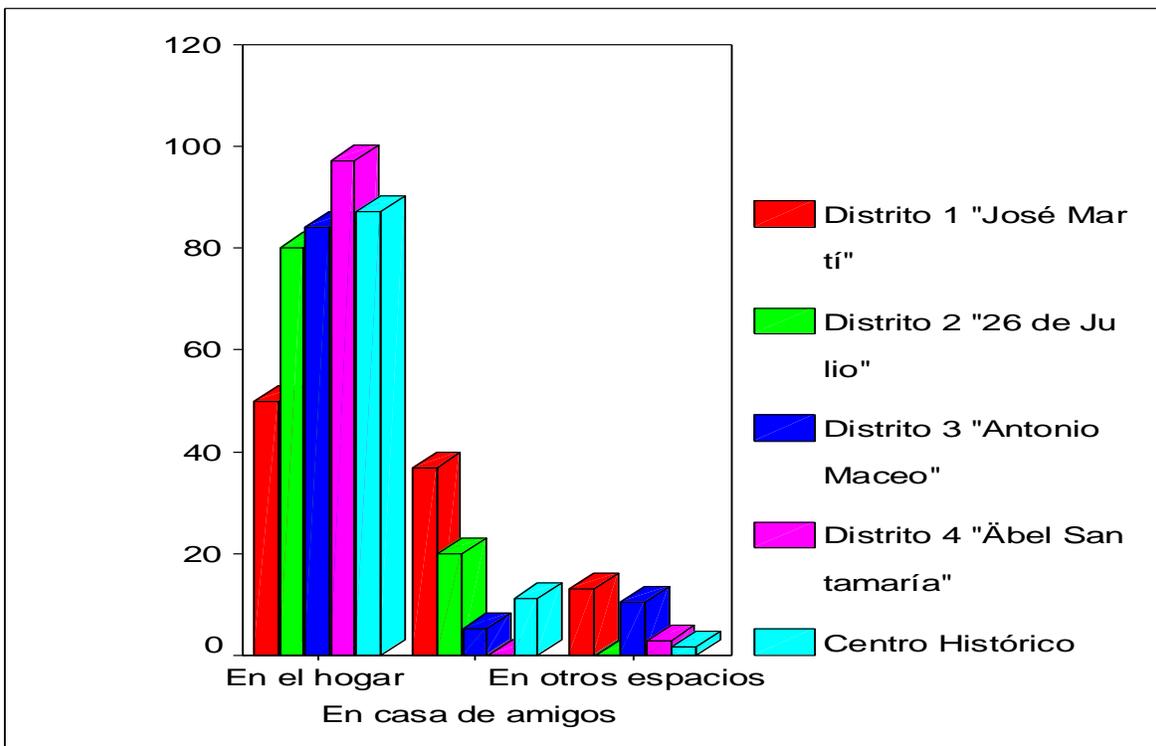


COMENTARIO

Los indicadores en el consumo de cine en espacios alternativos son similares según la ocupación, por ejemplo, el 81% de los estudiantes, el 80% de los desocupados y el 79% de los trabajadores aprecian el cine en los hogares. EL 20% de los desocupados, el 15% de los estudiantes y el 14% de los trabajadores van a casa de amigos y familiares, mientras que el 7% de los trabajadores y 4% de los estudiantes acuden a otros espacios.

GRÁFICO 20

ESPACIOS ALTERNATIVOS PARA EL CONSUMO DE CINE POR LUGAR DE RESIDENCIA



COMENTARIO:

El 97% de los residentes en el Distrito 4 "Abel Santamaría", el 87% del Centro Histórico de la Ciudad, el 84% del Distrito 3 "Antonio Maceo", el 80% del Distrito 2 "26 de Julio", y el 50% del Distrito 1 José Martí consumen cine en el hogar con frecuencia diaria, a través de DVD, TV, Computadoras y equipos VHS. El 37% del Distrito 1, el 20% del 2, el 5% del 3, el 11% del Centro de la Ciudad, lo prefiere en casa de amistades y familiares. El 13% del Dto. 1, el 11% del 3, el 3% del 4 y el 2% del Centro Histórico lo hacen en otros espacios.

Los porcentajes mayores de consumo de cine en el hogar lo presentan el Distrito 4 "Abel Santamaría" y el Centro Histórico de la Ciudad, quienes cuenta en su entorno con varias comunidades y repartos densamente poblados. En el primero, se ubican las zonas de Vista Alegre, Rajayoga, Pastorita, Ampliación de Terrazas, Sueño, San Juan y el Centro Urbano Abel Santamaría, lugares donde habitan personas con un alto nivel profesional, digase, médicos, ingenieros, profesores universitarios, arquitectos, etc, los que han podido adquirir por diversas vías (la comercialización, remesas familiares y

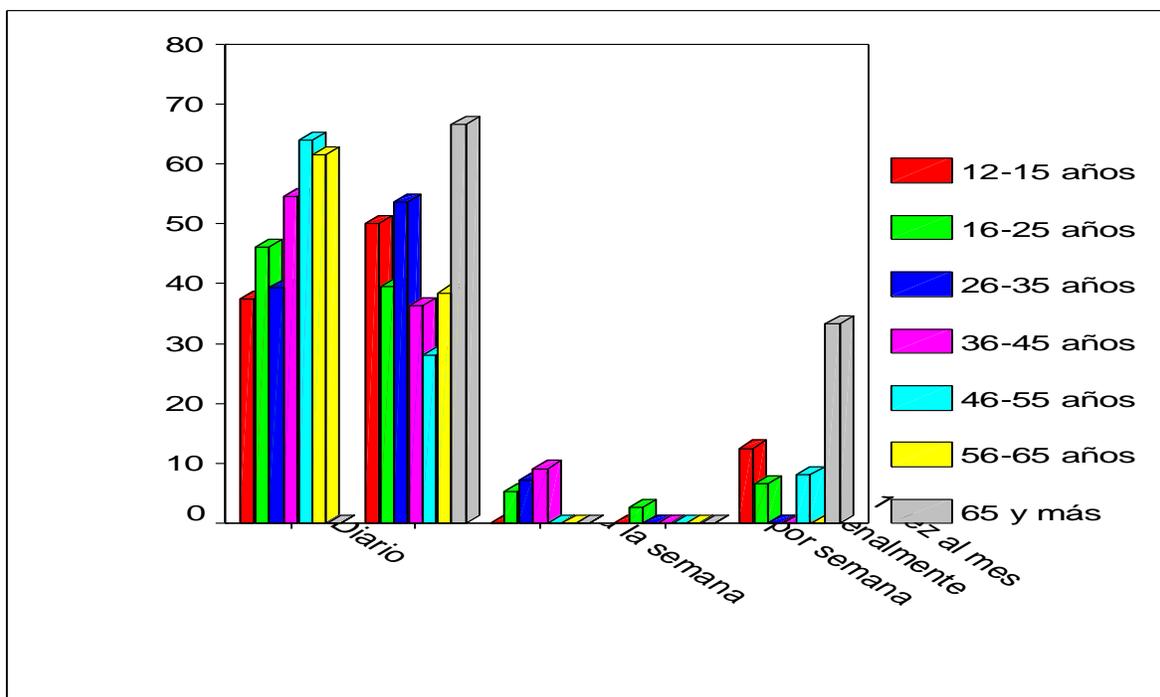
los viajes al extranjero, etc), los medios tecnológicos que le posibilitan el consumo de cine en la tranquilidad del hogar, compartiendo o no con familiares, el producto cultural.

Por su parte, en el Centro Histórico Urbano de la Ciudad, se ilustra lo antes expuesto, tomando como referente un territorio vecinal o cuadra perteneciente a este entorno. La misma, ubicada en el llamado "corazón de la ciudad" (Enramadas e/ San Agustín y Reloj), cuenta con 42 viviendas, donde 35 de ellas, poseen DVD y TV a color, 8 caseteras VHS y 15 computadoras de diferentes modelos, que se utilizan como instrumentos de trabajo o estudio pero son empleadas de manera eventual en el consumo de cine sobre todo por la población joven, de 16 a 25 años. (Diagnóstico realizado el 14 de diciembre del 2012).

El Distrito donde menos se consume en los hogares es en el José Martí, pues un porcentaje bajo de los mismos cuenta con las nuevas tecnologías de la información. Los porcentajes de consumo en otros espacios oscilan con cifras similares en todos los territorios.

GRÁFICO 21

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO:

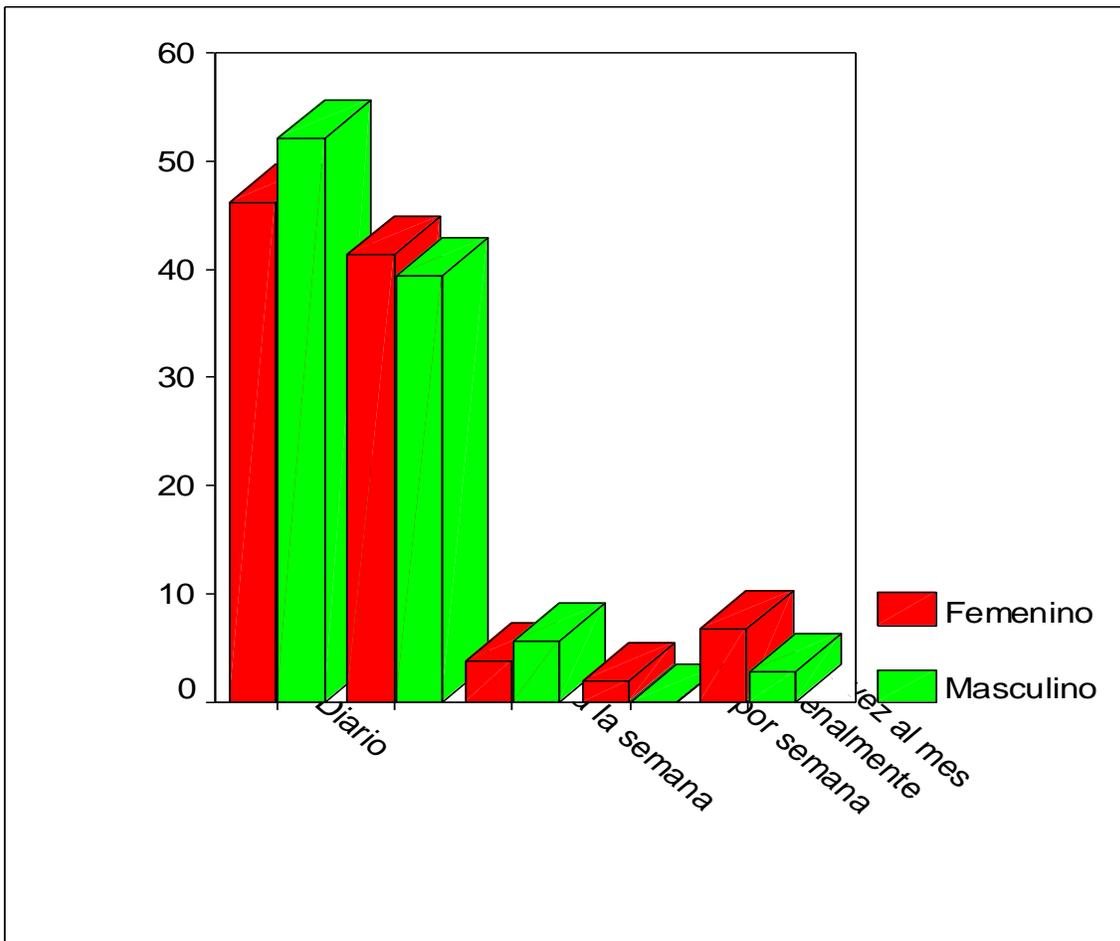
-El 64% del grupo comprendido entre los 46 y 55 años, el 62% de 56-65 años, el 55% de 36-45, el 46% de 16-25 años, el 39% de 26-35 años y el 38% de 12 a 15 años consumen cine a través de espacios alternativos como el hogar, casa de amigos, casas de cultura, centros escolares, plazas, entre otros espacios, con frecuencia diaria.

- Una vez a la semana, el 67% de las personas de 65 años y más, el 54% de 26-35, el 50% de 12-15, el 39% de 16 a 25 años, el 38% de 56-65, el 36% de 36-45 y el 28% de 46-55 se apropian del cine en espacios que no son los habituales para esta práctica cultural.

Dos veces por semana, el 10% de 36 a 45 años, el 8% de 26 a 35 y el 5% de 16 a 25 años. Con frecuencia mensual se destacan los grupos de 65 y más en un 33%, de 12 a 15 en un 13%, en un 7% de 46 a 55 y un 5% de 16-25 y este mismo grupo 3% cada 15 días.

GRÁFICO 22

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR SEXO.



COMENTARIO

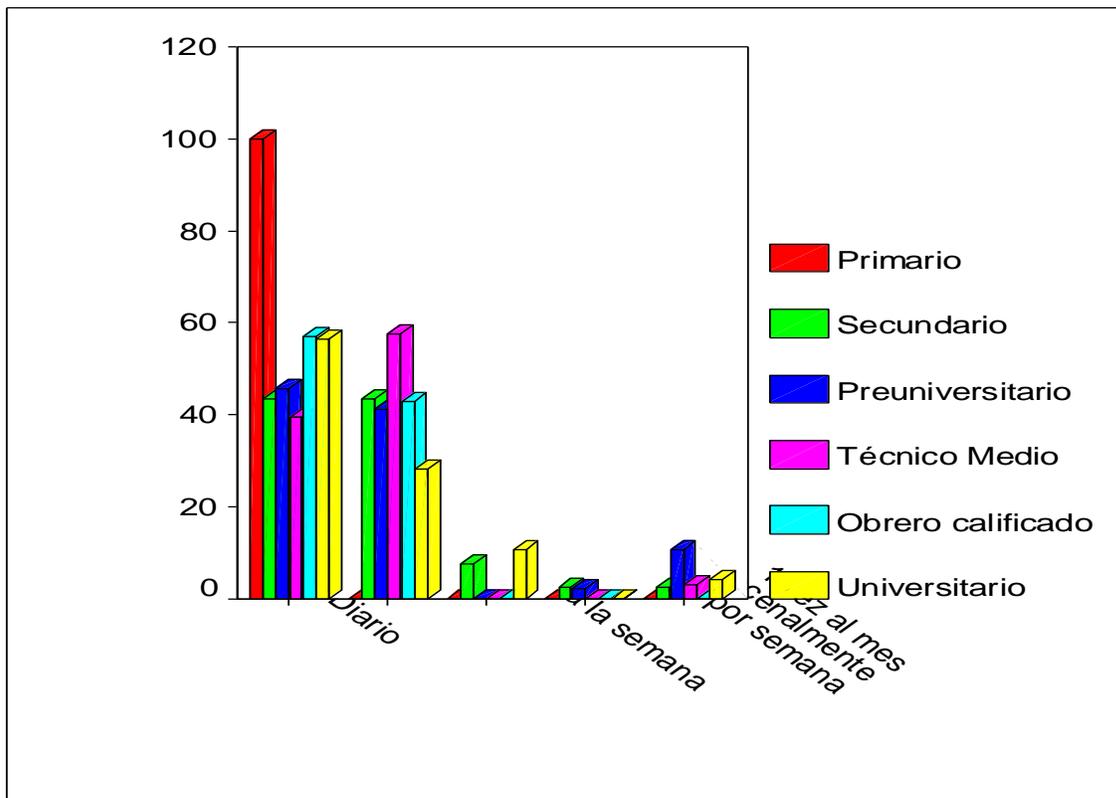
EL 52% de los hombres consumen cine diariamente, el 39% semanal, el 6% dos veces por semana y el 3% una vez al mes en espacios que no son habituales.

Por otro lado las féminas se apropian del producto cultural en porcentajes similares, el 46% diario, el 41% con frecuencia semanal, el 4% dos veces por semana, cada 15/días el 2% y el 7% mensual.

Los del sexo masculino consumen cine en espacios alternativos con mayor frecuencia y porcentaje que el sexo opuesto.

GRÁFICO 23

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR NIVEL DE ESCOLARIDAD.



COMENTARIO

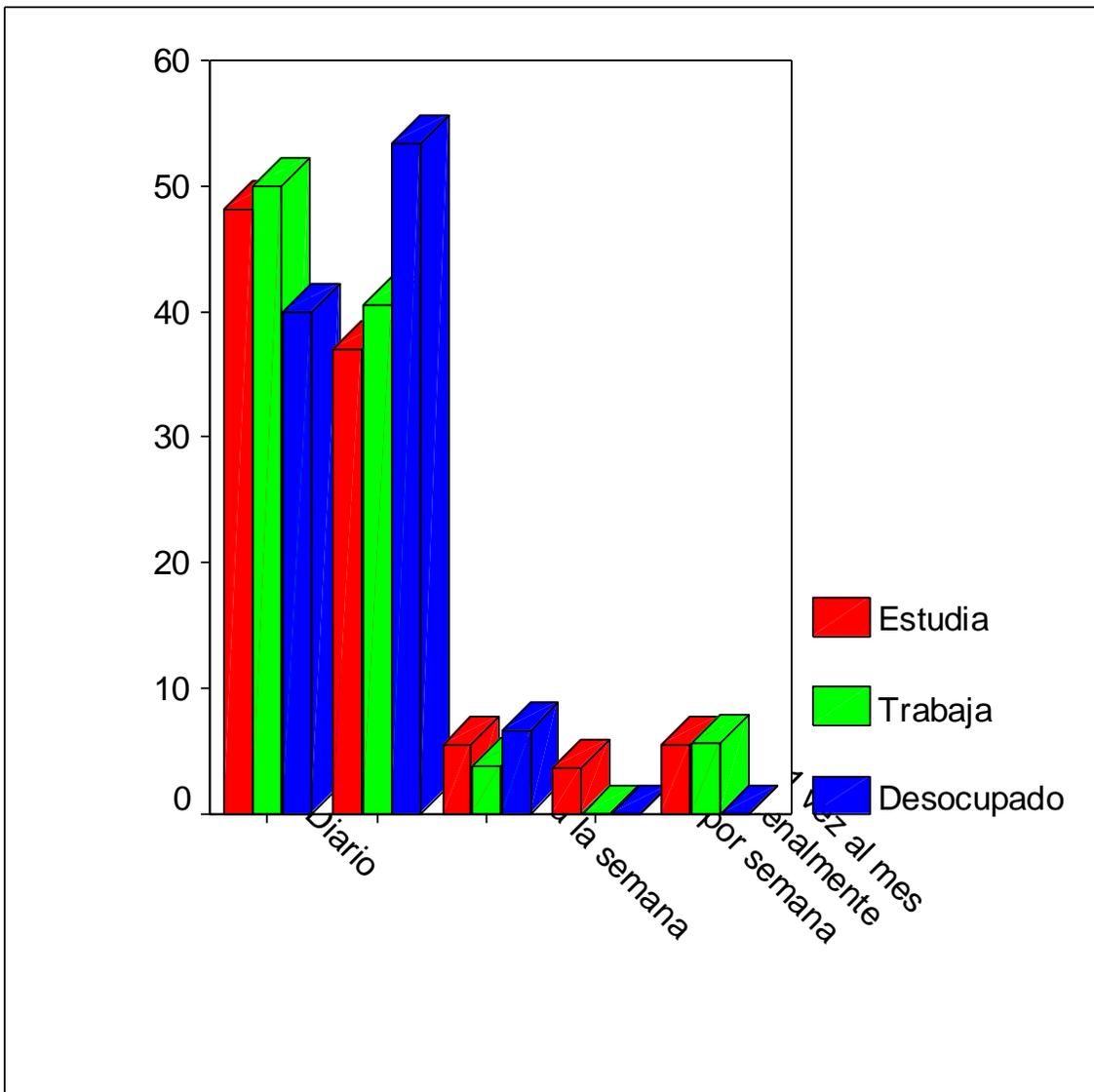
-El 100% de los graduados de nivel primario, el 57% de los universitarios y obreros calificados, el 46% de los preuniversitarios, el 42% secundario y el 39% de los técnicos medios consumen cine diariamente en espacios alternativos.

-EL 48% de los técnicos medios, el 44% de los de nivel secundario, el 43% de obreros calificados, el 41% de nivel preuniversitario y el 28% de los universitarios realizan esta práctica con frecuencia semanal.

-El 11% de los graduados universitarios y el 8% de los del nivel secundario lo hacen dos veces en la semana y una vez al mes los graduados de preuniversitario en un 11%.

GRÁFICO 24

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS POR OCUPACIÓN

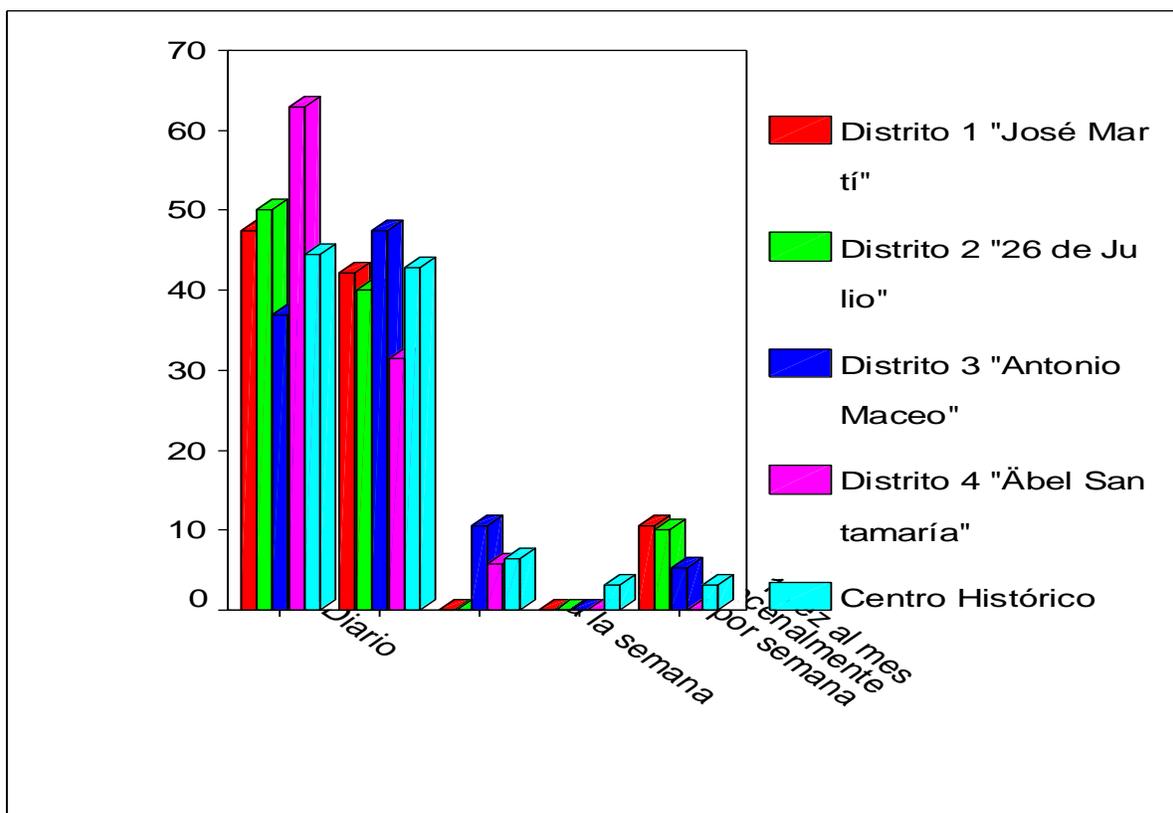


COMENTARIO

El 50% de los trabajadores, el 48% de los estudiantes y el 40% de los desocupados consumen cine diariamente en espacios no habituales, el 53% de los desocupados, el 41% de los trabajadores y 37% de estudiantes, lo hacen una vez a la semana y en indicadores muy inferiores las demás frecuencias de consumo.

GRÁFICO 25

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE EN ESPACIOS ALTERNATIVOS. POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO

El 63% de los residentes en el Distrito 4 "Abel Santamaría", el 50% del Distrito 2 "26 de julio", el 47% del Distrito 1 "José Martí", el 44% del Centro Histórico y el 37 % de la población del Distrito 3 "Antonio Maceo" consumen cine en espacios alternativos con frecuencia diaria.

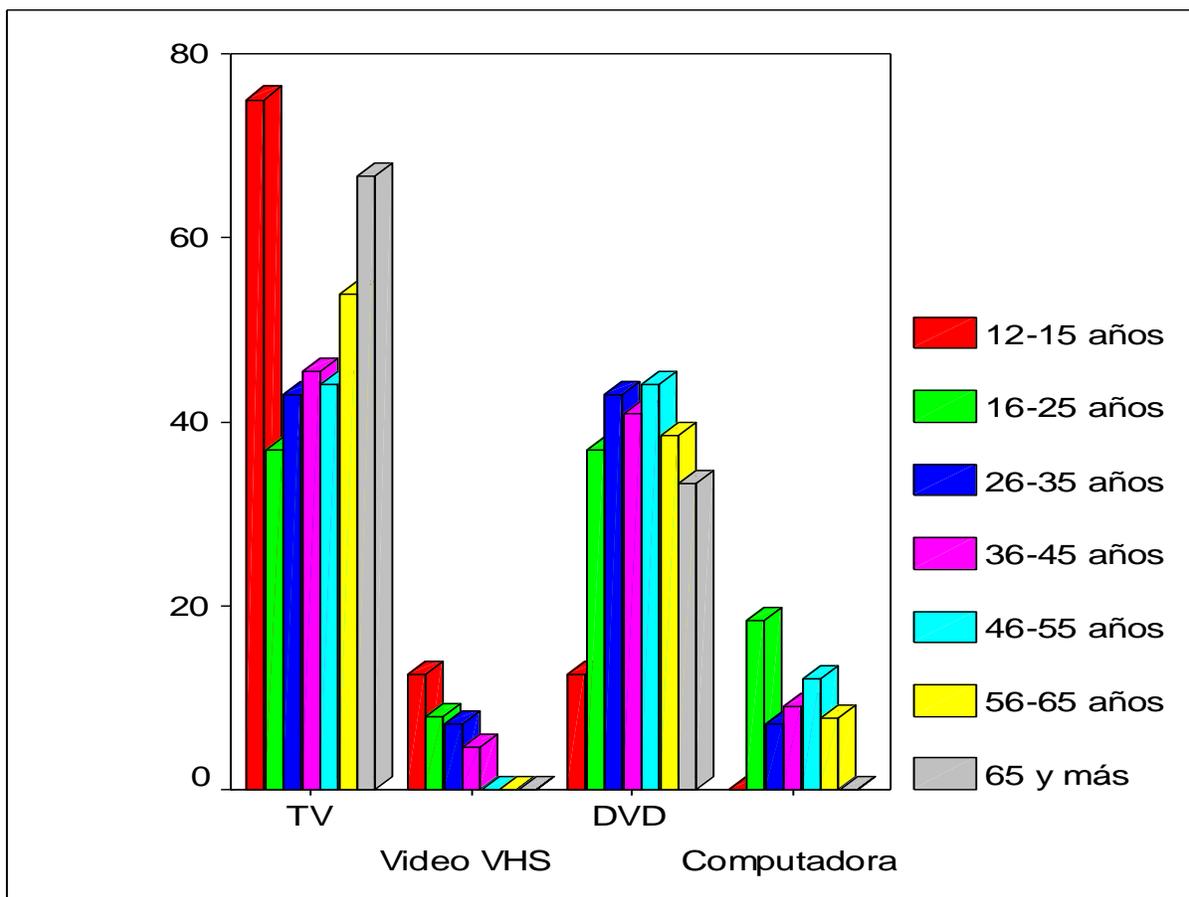
Mientras que el 47% del Distrito 3, el 43% del Centro Histórico, el 42% del Distrito 1, el 40% del Distrito 2 y el 31% del Distrito 4 lo hacen semanalmente. Dos veces por semana, consume el 11% del Distrito 3, el 6% del Centro de la Ciudad y el 5% del Distrito 4 Abel Santamaría.

Cada quince días lo hace el 3% del Centro de la Ciudad, y con frecuencia mensual, el 11% del Distrito 1, el 10% del Distrito 2, el 5% del Distrito 3 y un 3% del Centro de Ciudad.

En el análisis de las otras frecuencias de asistencia se valoran resultados inferiores.

GRÁFICO 26

MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EL CONSUMO DE CINE EN EL HOGAR POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

EL gráfico indica que el 75% del grupo entre 12-15 años, el 67% de 65 y más, el 54% de 56- 65, el 45% de 36-45, el 44% de 46-55, el 43% de 26 a 35, el 37% de 16 a 25 años cuentan en sus hogares con el televisor (TV) para consumir cine y otras propuestas audiovisuales.-

Cuentan con DVD como medio tecnológico en las viviendas, en el siguiente orden: el 44% (46-55 años), el 43% (26-35), el 41% (36-45), el 38% (56-65), el 37% (16-25), el 33% (65 años y más) y 13 % (12-15 años).

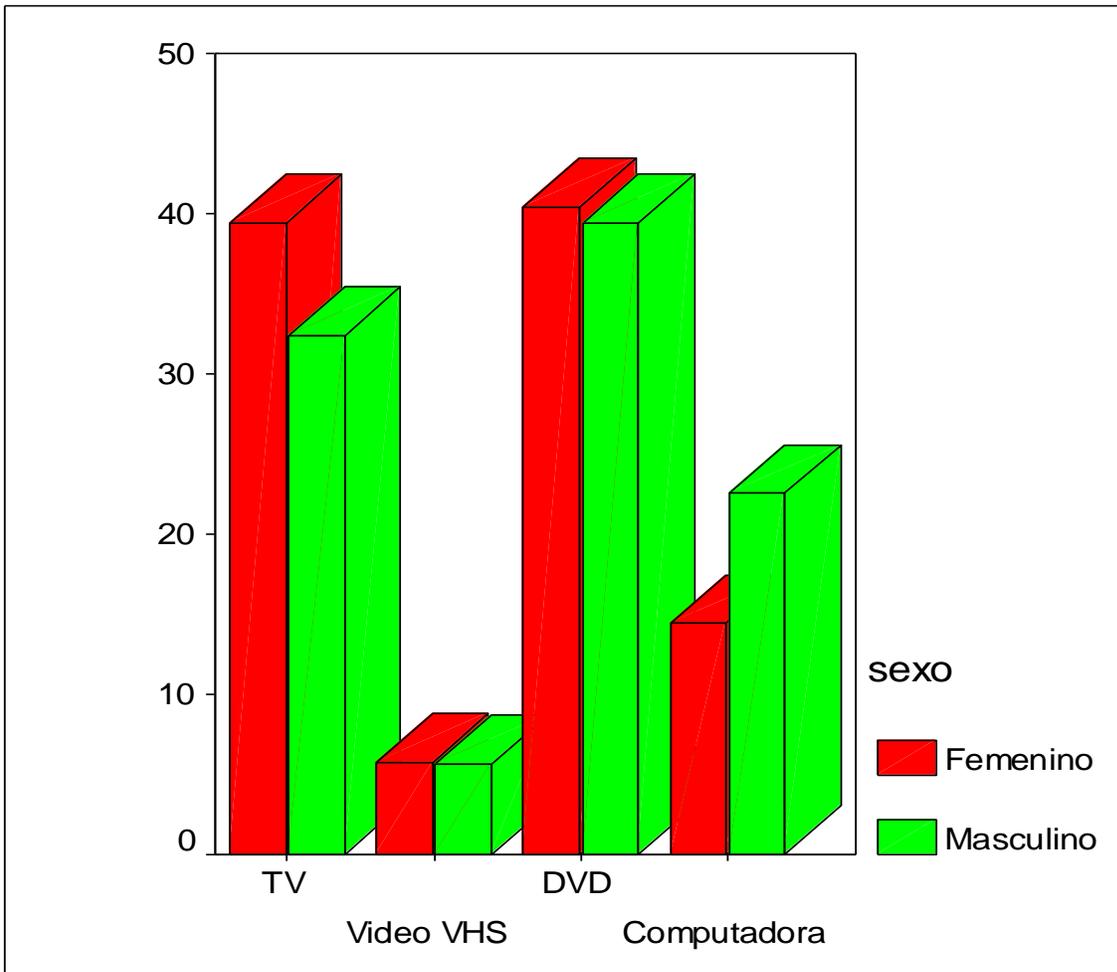
La computadora es un medio muy costoso y por ende no abunda en los hogares santiagueros, la poseen, los profesionales que han viajado, los que cuentan con familiares en el extranjero y los que se han decidido a construir híbridos tecnológicos, es decir armarlas por piezas para poder acceder a la

información por esta vía. Así, el 18% de los jóvenes entre 16 y 25 años cuentan con ella, el 12% de 46-55, el 9% de 36-45, el 8% de 56-65y sólo el 7% del grupo de 26 a 35 años.

Por su parte la videocasetera (VHS) es la que existe en menor cuantía: el 13% de 12-15 años, el 8% de 16-25, el 7% de 26-35 y sólo el 5% del grupo de 46-55 cuentan en su residencia con este medio.

GRÁFICO 27

MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EL CONSUMO DE CINE EN EL HOGAR .POR SEXO

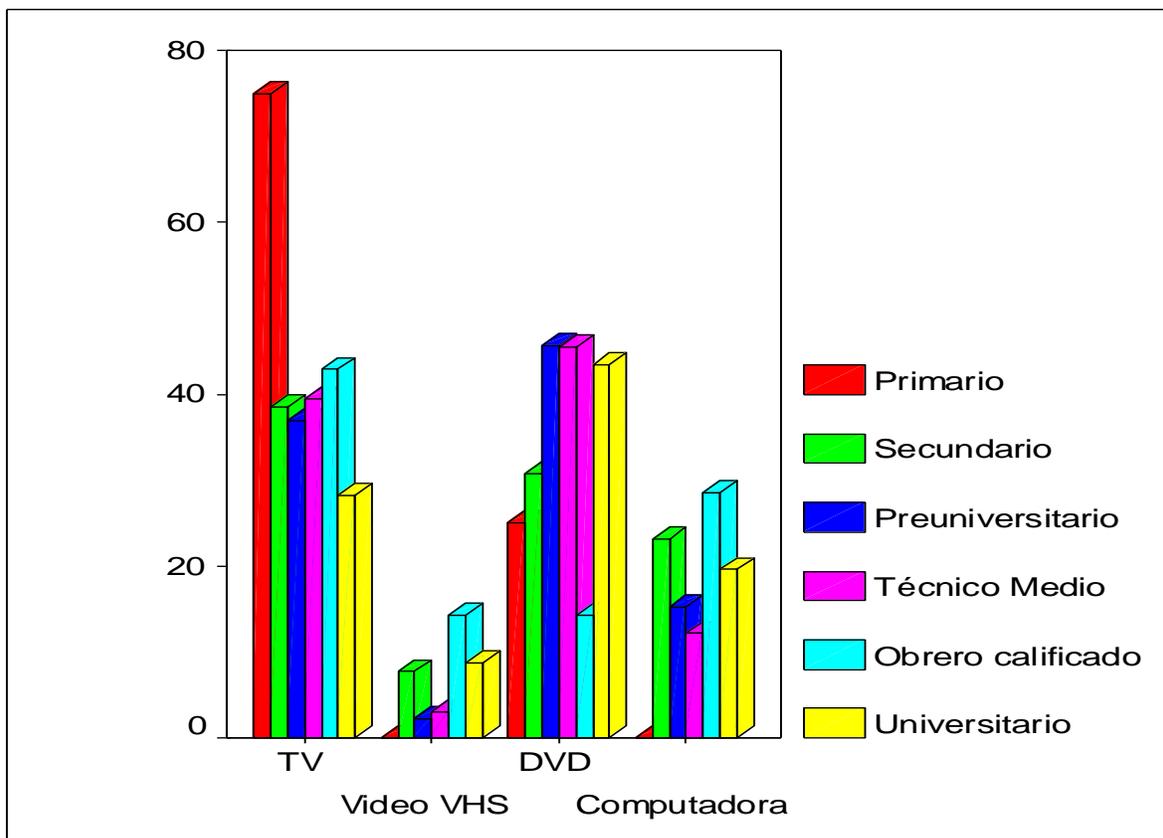


COMENTARIO

El 40% de los hombres y el 39 % de las mujeres cuentan en sus hogares con DVD, el 39% de las féminas y el 32% de los varones cuentan solamente con el TV como medio para consumir cine en los hogares.El 6% de ambos cuenta con la cassettera VHS , ya en desuso , y sólo el 23% de los hombres y el 14 % de las hembras tiene acceso a la computadora en el ámbito doméstico.

GRÁFICO 28

MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EL CONSUMO DE CINE EN EL HOGAR POR NIVEL ESCOLAR



COMENTARIO

Por nivel escolar, cuentan con la **TV** en sus hogares los siguientes grupos por orden de jerarquía: el 75% de los primarios, el 43% de los obreros calificados, el 39% de los técnicos medios, el 38% del nivel secundario, el 37% de los preuniversitarios y el 28% de los universitarios.

Cuentan en sus hogares con el **DVD** como medio para consumir cine y otros productos audiovisuales los siguientes: el 46% de los preuniversitarios, el 45% de los técnicos medios, el 43% de los universitarios, el 31% de los del nivel secundario, el 25% del nivel primario y el 14% de los obreros calificados.

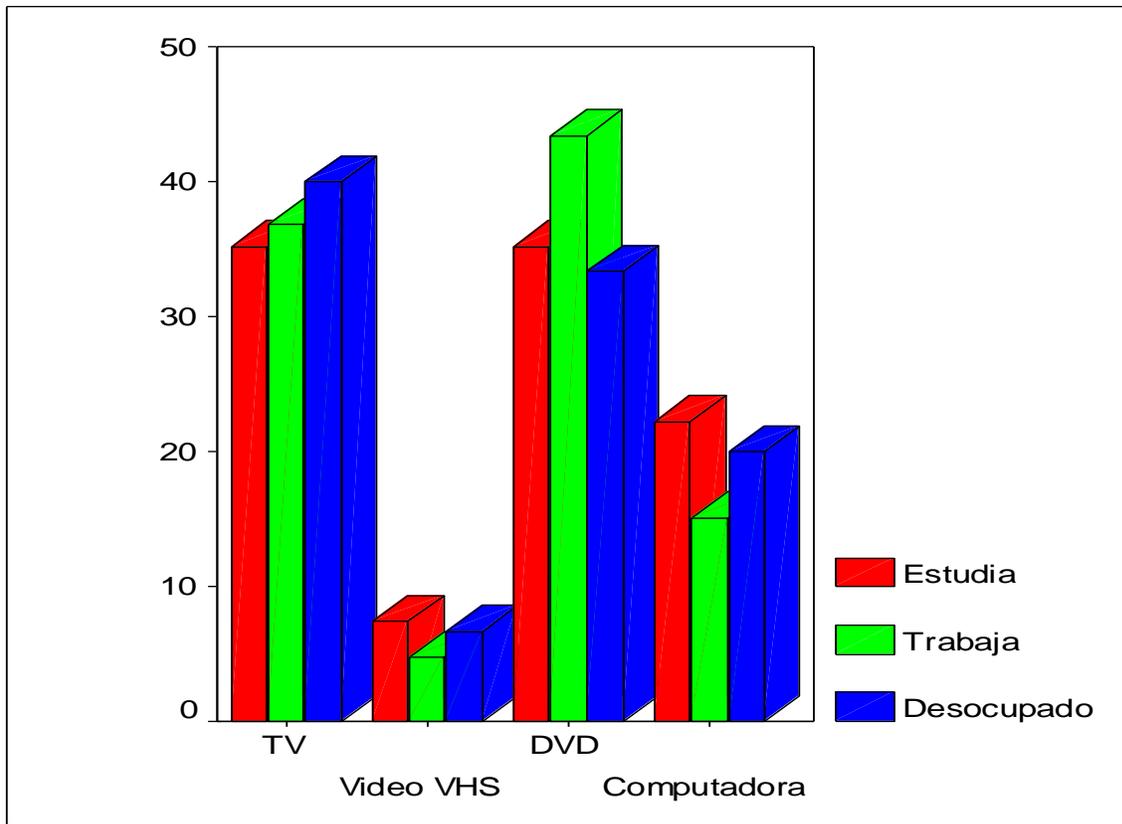
Como se puede observar, este soporte audiovisual ya se encuentra en la mayoría de los hogares del municipio Santiago de Cuba, pues los precios del mercado han ido fluctuando más o menos y según el poder adquisitivo, las estrategias ahorrativas y otras variantes asumidas por la población le han permitido obtenerlo.

Por otra parte, las **computadoras** como medios de información tecnológica y por su alto costo en el mercado no cuenta entre los hogares mayoritarios del territorio, con ella cuentan el 29% de los obreros calificados, el 23% del nivel secundario, el 20% de los universitarios, el 15% de los graduados en el preuniversitario y el 12 % de los técnicos medios.

Sólo el 14% de los obreros calificados, el 9% de los universitarios y el 8% de los de nivel secundario cuentan en su domicilio con cassetteras **VHS** para el consumo de cine a través de cintas analógicas en soporte de plástico

GRÁFICO 29

MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EL CONSUMO DE CINE EN EL HOGAR POR OCUPACIÓN.



COMENTARIO

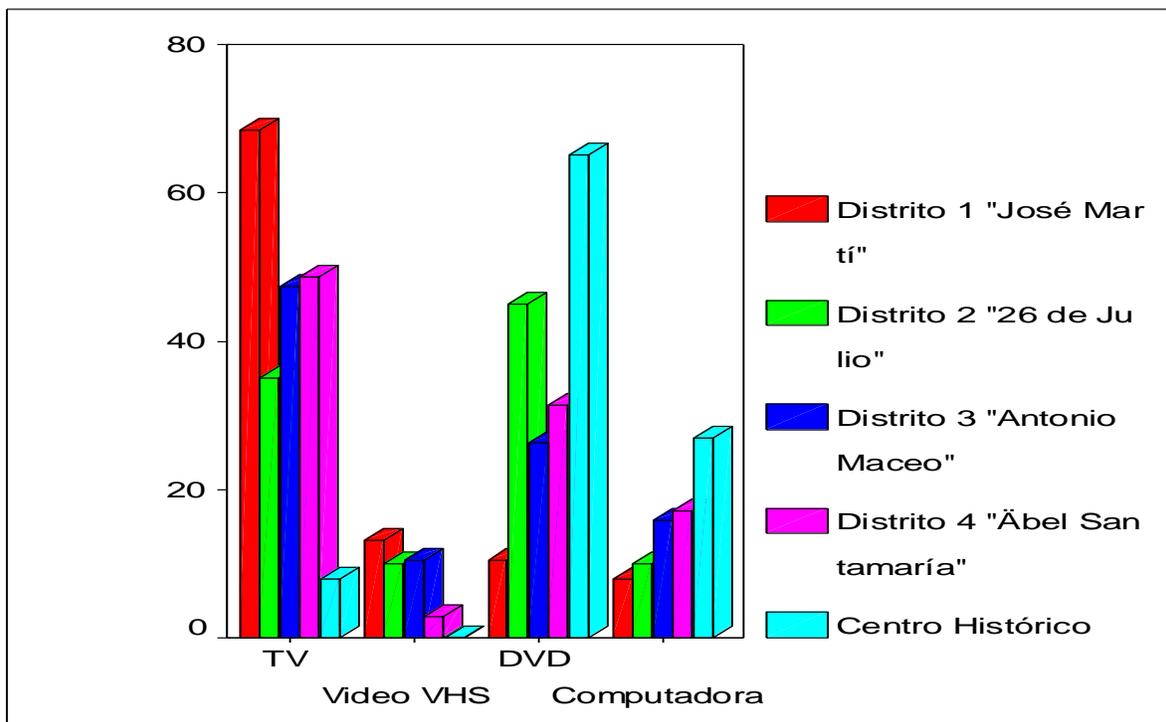
El 35% de los estudiantes cuentan con Televisores y DVD, el 22% con computadoras, y el 7% con videocasetera VHS.

El 43% de los que están vinculados laboralmente poseen DVD, el 37% televisores, el 15% cuenta con computadoras y sólo el 6% con VHS.

Los desocupados tienen en un 40% los TV, 33% DVD, 20% computadoras y 5% VHS. Paradojicamente, el desocupado cuenta con un porcentaje mayor de computadoras en su domicilio, a pesar de ser un medio tecnológico muy costoso.

GRÁFICO 30

MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EL CONSUMO DE CINE EN EL HOGAR POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO

-El 68% de los hogares de los encuestados del Distrito 1 "José Martí", el 49% del Abel Santamaría, el 47% del Antonio Maceo, el 35% del Distrito 2 "26 de julio" y el 8% del Centro de la Ciudad cuentan con televisores, solamente.

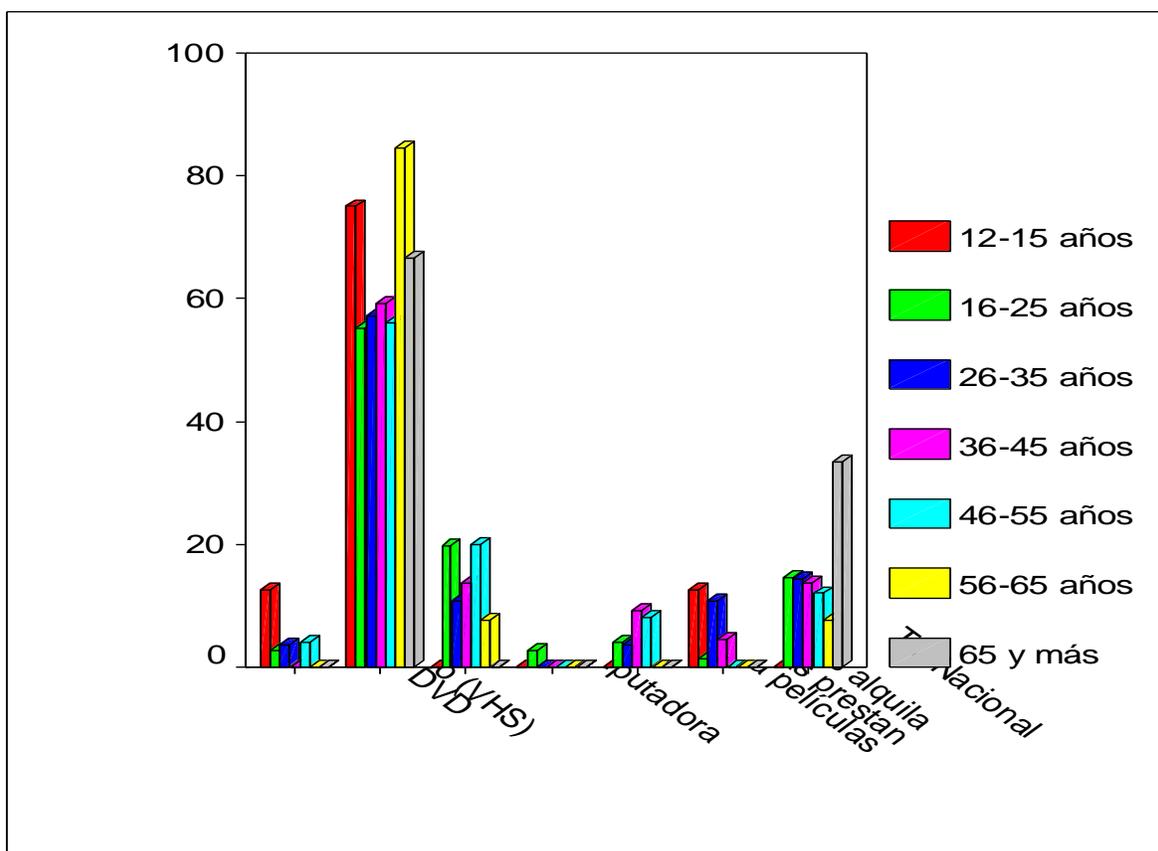
-El 65% del Centro Histórico, el 45% del Distrito 2, el 31% del Distrito 4, el 26% del Distrito 3 y el 11% del Distrito 1, de la población entrevistada poseen DVD en su hogar para el consumo de audiovisuales.

-Sólo el 27% de los encuestados del centro histórico, el 17% del Distrito 4, el 16% del Distrito 3, el 10% del Distrito 2 y el 8% del Distrito 1, disfrutan en sus hogares de las computadoras.

-El 13% del Distrito 1, 11% del Distrito 3, 10% del Distrito 2, el 3% del Distrito 4 y el 0% de los encuestados en el Centro Histórico, cuentan en su domicilio con cassetteras VHS.

GRÁFICO 31

CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

EL 85% del grupo de 56-65 años , el 75% de 12-15 años , el 67% de 65 años y más, el 59% de 36-45 años , 57% de 26-35 años , el 56% de 46-55 años , el 55% de 16-25 años, consumen cine a través del **DVD**.

El 20% de 16-25 años y 46-55 años, 14% 36-45 años , el 11% de 26-35 años y sólo el 8% de 56-65 años, lo hace a través de las **computadoras**.

EL 33% de los mayores de 65 años ,el porcentaje similar de 14% para las edades de 16-25, 26-35 y 36-45 años, y sólo el 7% del grupo de 56-65 años, disfrutan el cine a través de la programación cinematográfica que emiten los canales de la **TV Nacional**.

Además, el soporte **VHS**, se ubica en un 13% del grupo de 12-15 años y en porcentajes menores a 5% en los grupos de edades entre 16-25; 26-35 y 46-55 años.

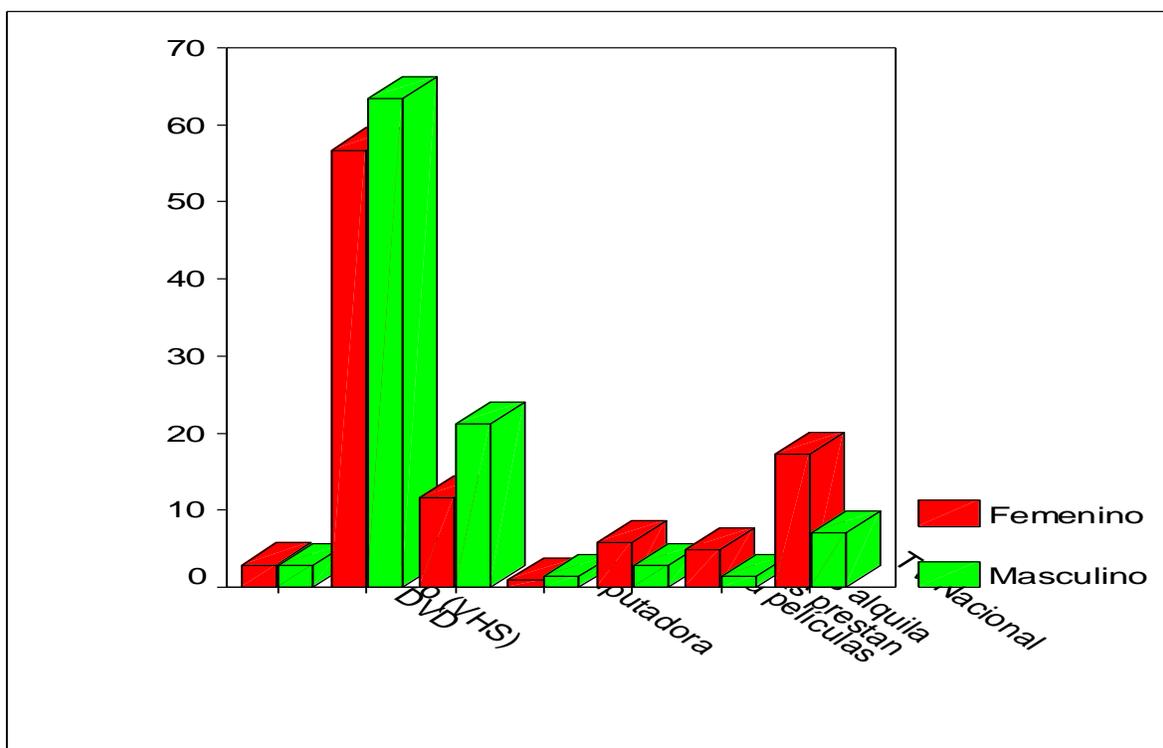
Otras formas de apropiación del producto se relaciona con los préstamos entre amigos, que se aprecia entre los grupos de 16-25 años, 26-35, 36-45 y 46-55 años. Por su parte, los alquileres a privados las realizan mayormente los grupos de 12-15, 26-35 y 36 a 45 años.

Los de 16 a 25 años se preocupan más por comprar las películas que forman parte de su colección personal , son apreciadas varias veces en dependencia de la identificación que hayan tenido con las mismas y las intercambian con amistades y familiares.

Otros dispositivos tecnológicos importantes lo constituyen las USB , Memorias Flash y los llamados Discos Externos con capacidades de almacenaje de información mucho mayor y donde se trasladan cientos de películas de diversas procedencias para ser apreciadas fundamentalmente en el ámbito doméstico a través de los DVD o Televisores con entrada de memoria.

GRÁFICO 32

CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS. POR SEXO.



COMENTARIO

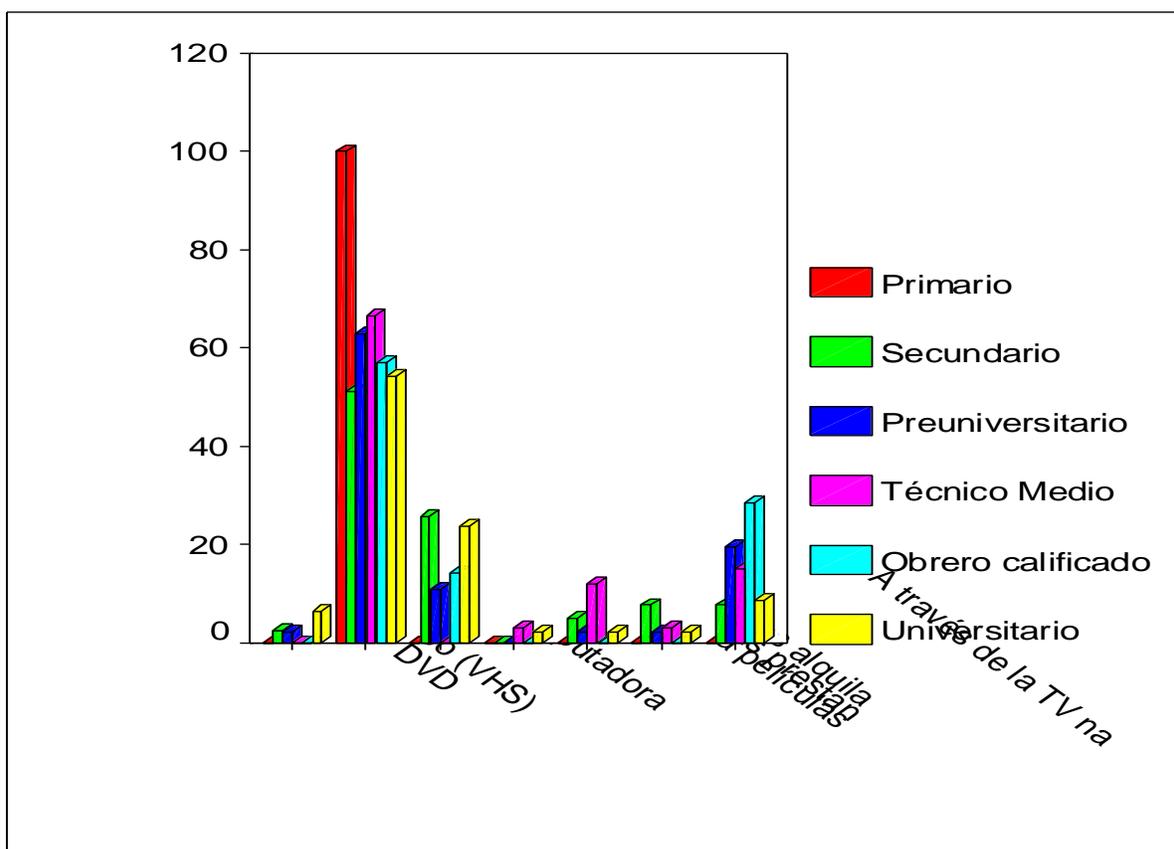
EL 63% de los hombres consumen cine a través de los DVD, el 21% a través de las computadoras, el 7% a través de la TV Nacional, el 2% las compra, el 3% las intercambia, el 2% las alquila y el 2 % a través del VHS.

Por su parte, el 57% de las mujeres consumen cine a través del DVD, el 12% a través de las computadoras y el 17% mediante la Televisión Nacional. Otros indicadores muestran los préstamos en un 4%, los alquileres en un 2%, la compra en un 2% y el visionaje a través del VHS en un 3%.

Los hombres consumen más cine en la ciudad que las mujeres en el espacio doméstico y a través de vías alternativas porque tienen menos responsabilidades hogareñas en el quehacer diario, la carga mayor de las labores domésticas de la vida cotidiana ha sido heredada por el sexo femenino desde la sociedad patriarcal hasta nuestros días, por lo que ellos, disponen de mayor tiempo para la diversión y esparcimiento.

GRÁFICO 33

CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR NIVEL ESCOLAR.



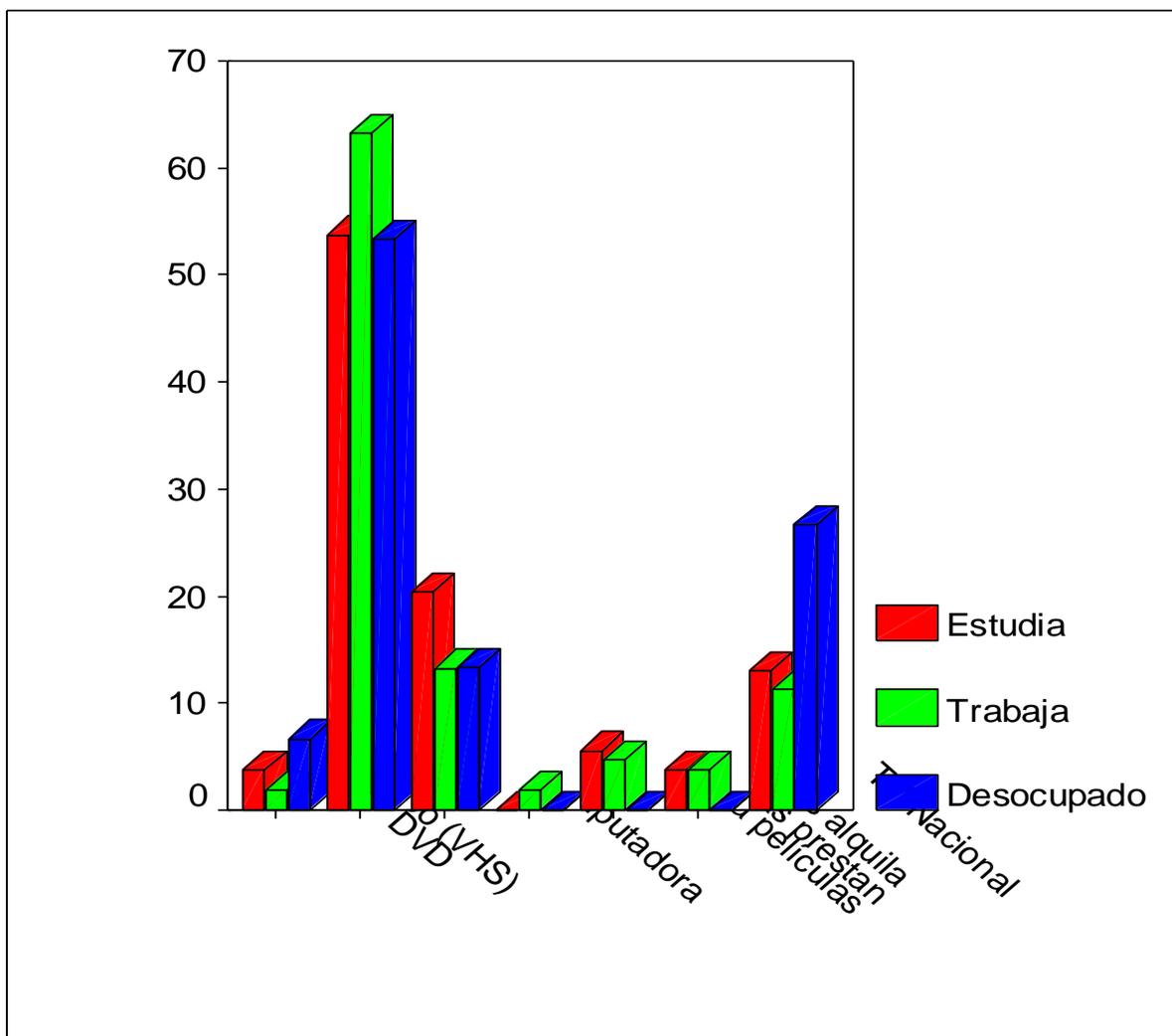
COMENTARIO

El 100% del nivel primario, 67% del técnico medio, 63% preuniversitario, 57% obrero calificado, 54% universitario, y 51% secundario se apropian del cine a través del DVD como tecnología novedosa. EL 29% de los obreros calificados, el 20% de los preuniversitarios, el 15% de los técnicos medios, el 9% de los universitarios, y el 8% de la enseñanza secundaria aprovechan el espacio hogareño para ver cine a través de la programación cinematográfica que emite la TV Nacional.

Por otra parte, el 26% de los del nivel secundario, el 24% universitario, el 14% de obreros calificados y el 11% del nivel preuniversitario lo hacen a través de las computadoras. Se reiteran en los análisis las compras, préstamos, los intercambios y los alquileres que muchas veces responden a la piratería cinematográfica.

GRÁFICO 34

CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR OCUPACIÓN

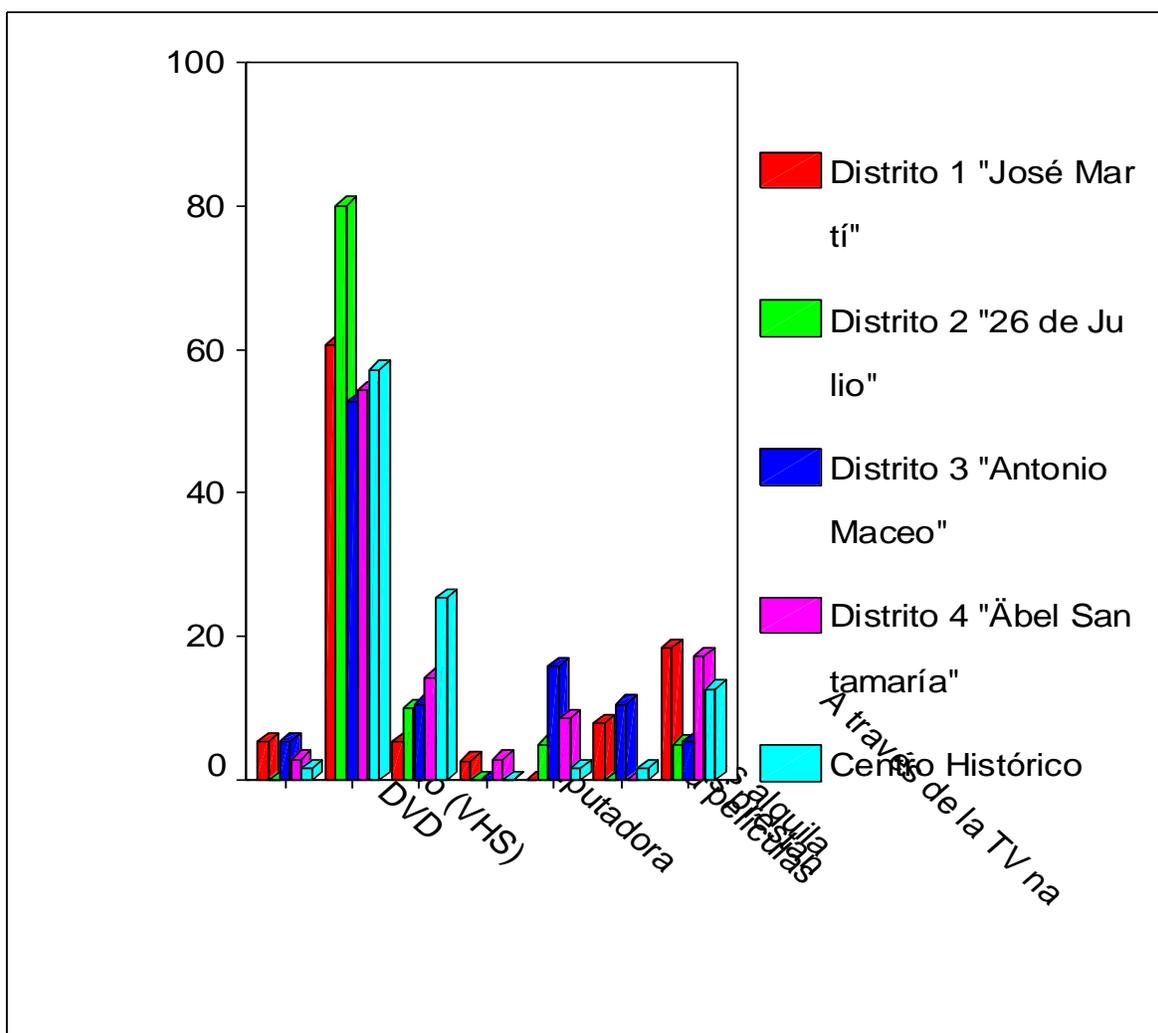


COMENTARIO

El 63% de los trabajadores, el 54% de los estudiantes y el 53% del personal desocupado, consumen cine a través del DVD. El 27% de los desocupados, el 13% de los estudiantes y el 11% de los trabajadores valoran el cine en los hogares a través de la TV Nacional. Mientras que el 20% de los estudiantes, y el 13% de los trabajadores y desocupados lo asimilan a través de las computadoras. El acceso a las películas se concentra en los alquileres privados, en los préstamos e intercambios y en la compra a cuentapropistas. Se desconoce por la mayoría de la población de una videoteca estatal ubicada en el cine Cuba.

GRÁFICO 35

CONSUMO DE CINE A TRAVÉS DE VÍAS ALTERNATIVAS POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO

Por el lugar de residencia el comportamiento del consumo de cine por vías alternativas se evalúa de la siguiente forma: el 80% del Distrito 2, el 61 % del Distrito 1, el 57% del Centro Histórico, el 54% del Distrito 4 y el 53% del Distrito 3 cuentan con el soporte DVD para esta práctica.

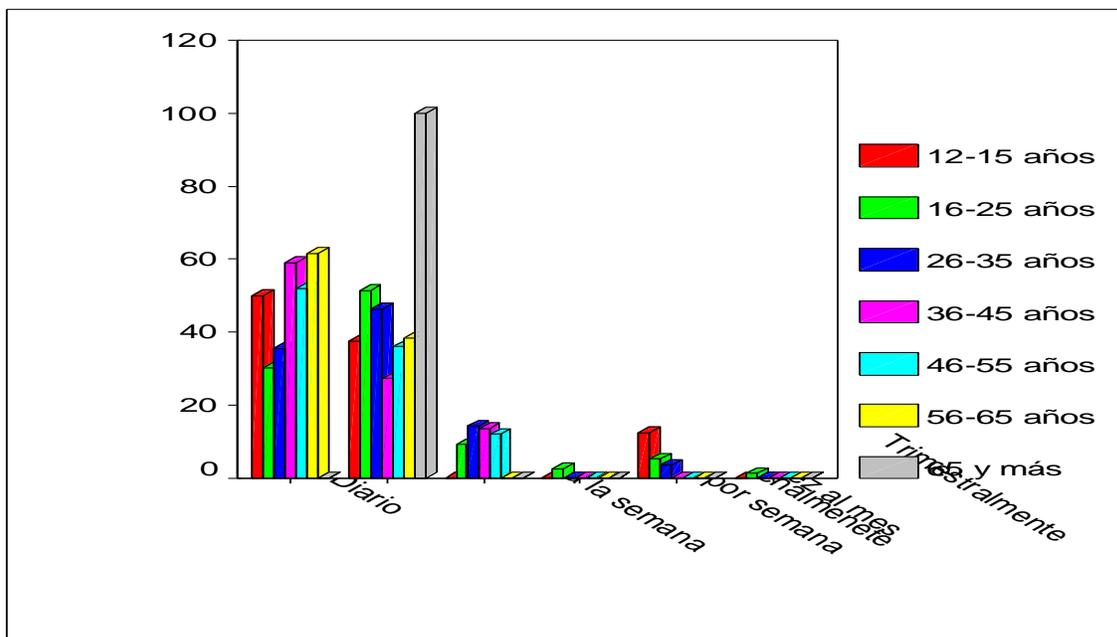
El 25% de los encuestados del Centro Histórico Urbano de la Ciudad, mantienen entre sus preferencias el consumo intimista del cine a través de las computadoras porque cuentan con el poder adquisitivo para obtenerlas y con la comodidad del hogar para ejercer dicha práctica cultural, generalmente desde una perspectiva individualizada. Le siguen en esta acción, los residentes del Abel Santamaría en un 14%, el Antonio Maceo en un 13%, la población restante del Distrito 2 en un 10% , al tener en cuenta que

el Centro Histórico pertenece a esta porción territorial de la ciudad, y sólo el 6% de la población encuestada del Distrito 1 José Martí, posee computadoras.

Los residentes en los Distritos 1, 4 y el Centro Histórico, en un 18%, 17% y 15% respectivamente, asumen el cine a través de la Televisión Nacional. Los préstamos de películas en el Distrito 3 se elevan a un 16%, y a un 9% en el Distrito 4. Los alquileres se acentúan en el Antonio Maceo y José Martí y los pobladores de los Dtos 1 y 3 son los que más compran películas.

GRÁFICO 36

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE POR VÍAS ALTERNATIVAS POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

EL 62 % del grupo etáreo de 56-65, el 59% del grupo de 36 -45 ,el 52% de 46-55 , el 50% de 12-15 , el 36% de 26-35, y el 30% de 16-25 años consumen cine a través de vías alternativas con frecuencia diaria.

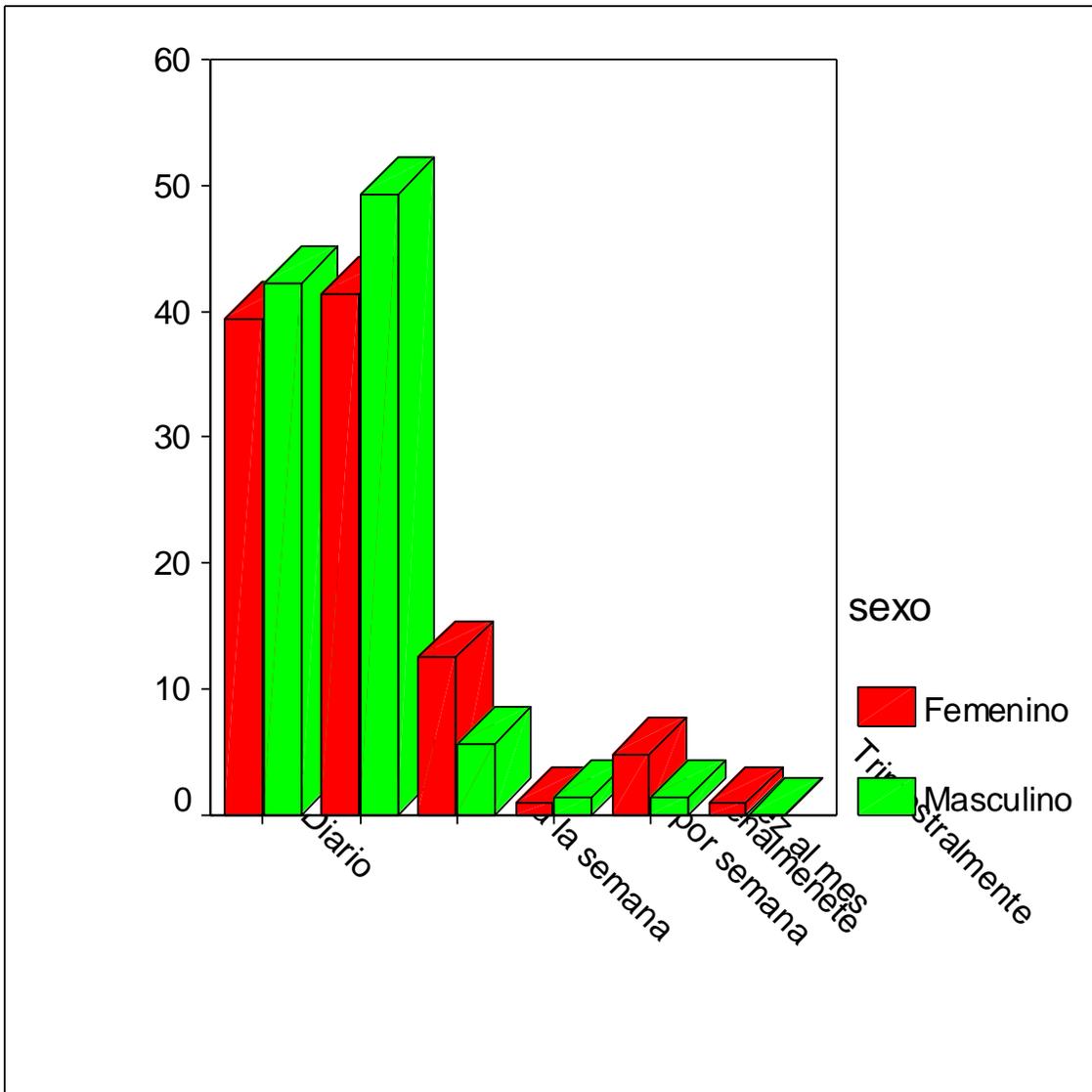
EL 100% de 65 años y más, el 51% de 16-25, el 46 % de 26-35, el 39% de 56-65, el 38% de 12-15, el 36% de 46-55, el 27% de 36-45 lo practican con frecuencia semanal. Estos grupos consumen cine a través de la televisión nacional, de DVD, computadoras, equipos de VHS.

Los grupos de 16-25, 26-35, 36-45, 46-55 entre 14% y 9% aprecian el cine por estas vías dos veces a la semana y sólo el 12% de 12 a 15 años y el 5% de 16-25 y el 3% de 26-35 una vez al mes. Por su parte grupo de 16-25 consume cine en un 3% cada 15 días y sólo el 2% cada tres meses.

El grupo etáreo que consume cine a través de todas las frecuencias temporales es el comprendido entre los 16 y 25 años.

GRÁFICO 37

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE POR VÍAS ALTERNATIVAS POR SEXO

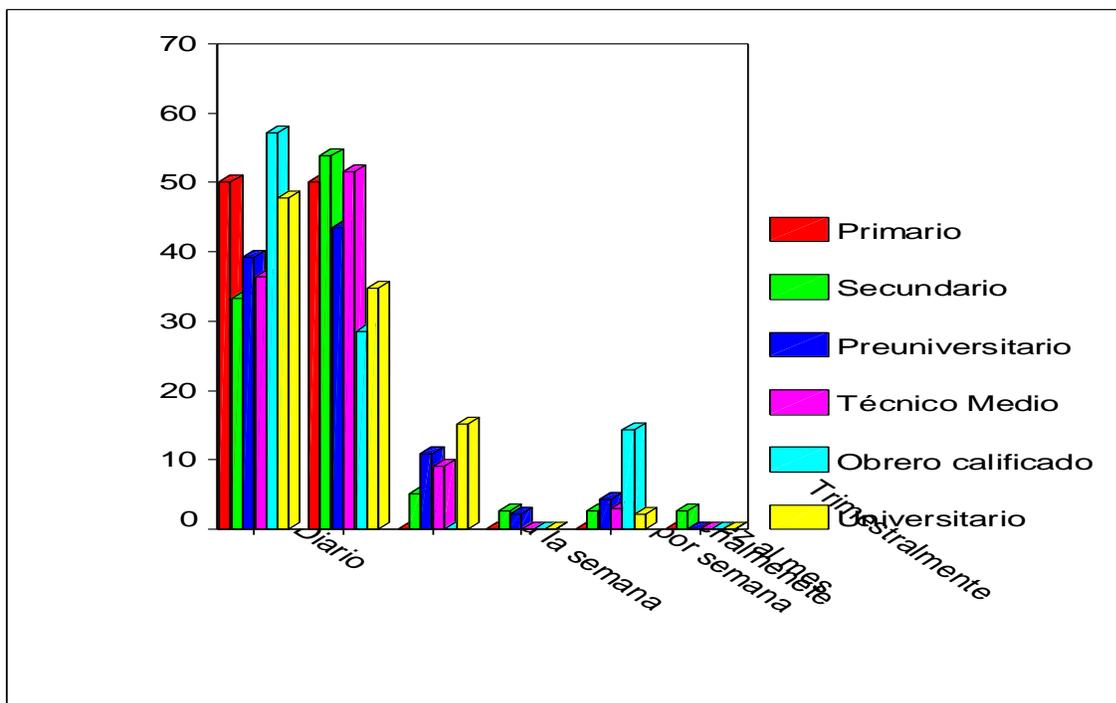


COMENTARIO

El sexo femenino consume cine a través de vías alternativas en la siguientes frecuencias 39% diario, 41% semanal, 13% dos veces por semana, 5% mensual , 1% c/15 días y 1% c/tres meses.El sexo masculino lo practica en un 42% diario, 49% semanal, 6% dos veces a la semana,2% c/15 días y 1% mensual.

GRÁFICO 38

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE POR VÍAS ALTERNATIVAS POR NIVEL ESCOLAR



COMENTARIO

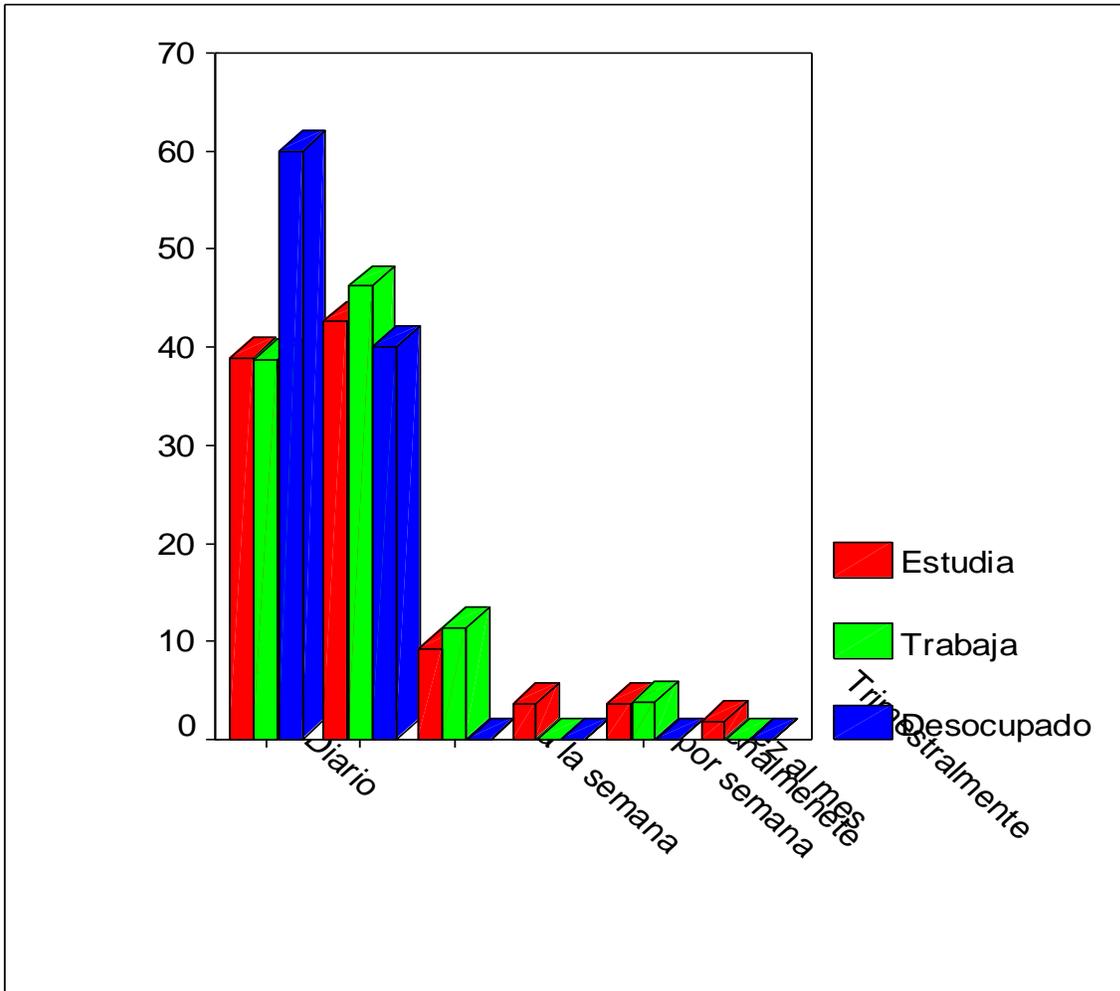
El 57% de los obreros calificados, el 50% de los de nivel primario, el 48% de los universitarios, el 39% de los graduados de preuniversitario, el 36% de los técnicos medios y el 33% de los del nivel secundario se apropian del cine a través de vías alternativas con frecuencia diaria.

Ahora bien, el 54% de los graduados del nivel secundario, el 2% de los técnicos medios, el 50% del nivel primario, 43% de los preuniversitarios, 35% de los universitarios y 29% de los obreros calificados, lo conciben con frecuencia semanal. Dos veces a la semana, el 15% de los universitarios, el 11% del pre, 9% de técnicos y 5% del nivel secundario.

Con frecuencia mensual el 14% de los obreros y por debajo del 4% secundarios, preuniversitarios y técnicos. El 5% del nivel secundario consume cada tres meses. El grupo que más consume cine a través de vías alternativas es el de nivel secundario al apropiarse de dicha práctica cultural a través de todas las frecuencias analizadas.

GRÁFICO 39

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE POR VÍAS ALTERNATIVAS POR NIVEL ESCOLAR

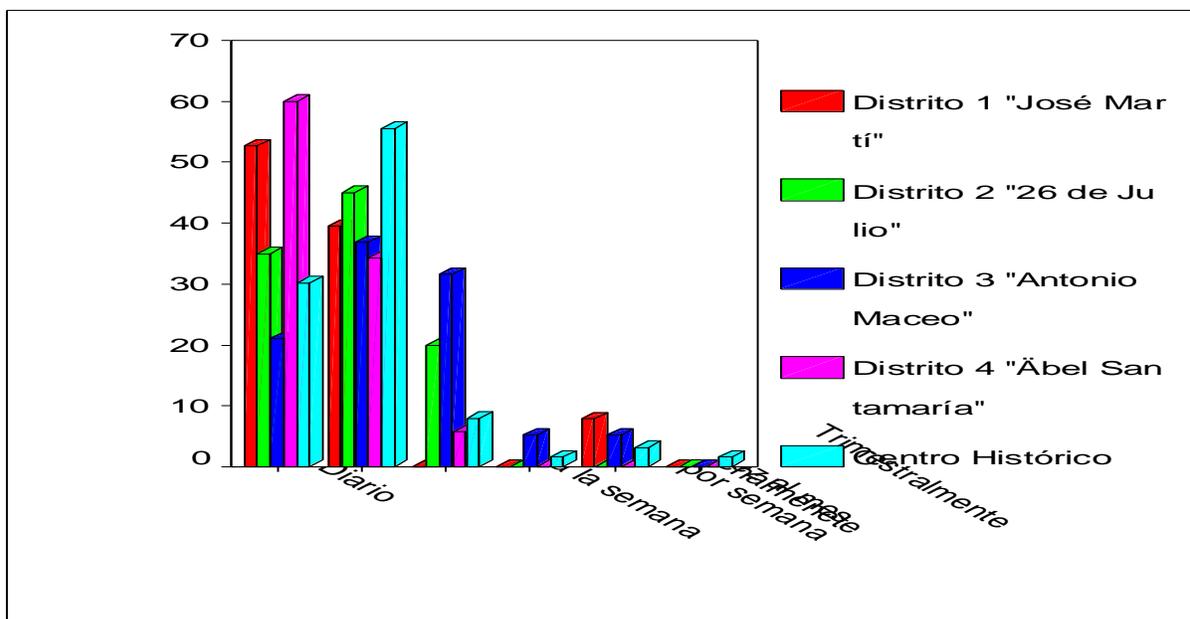


COMENTARIO

EL 60% de los desocupados, el 39% de los trabajadores e igual cifra de estudiantes se apropian del producto cultural con frecuencia diaria. El 46% de los trabajadores, el 43% de los estudiantes y el 40% de los desocupados lo hacen semanal. EL 11% de los que estudian y el 9% de los que trabajan, dos veces por semana, cada 15 días el 4% de los estudiantes, mensual el 4% de estudiantes y trabajadores y cada tres meses el 4% estudiantes. Estos últimos son los que más consumen cine a través de las vías no tradicionales.

GRÁFICO 40

FRECUENCIA DEL CONSUMO DE CINE POR VÍAS ALTERNATIVAS POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO

En 60% de la población del Distrito 4 Abel Santamaría , el 53% del José Martí, el 35% del 26 de julio, el 30% del Centro Histórico y el 21 % del Antonio Maceo consume cine a través de formas alternativas con frecuencia diaria.

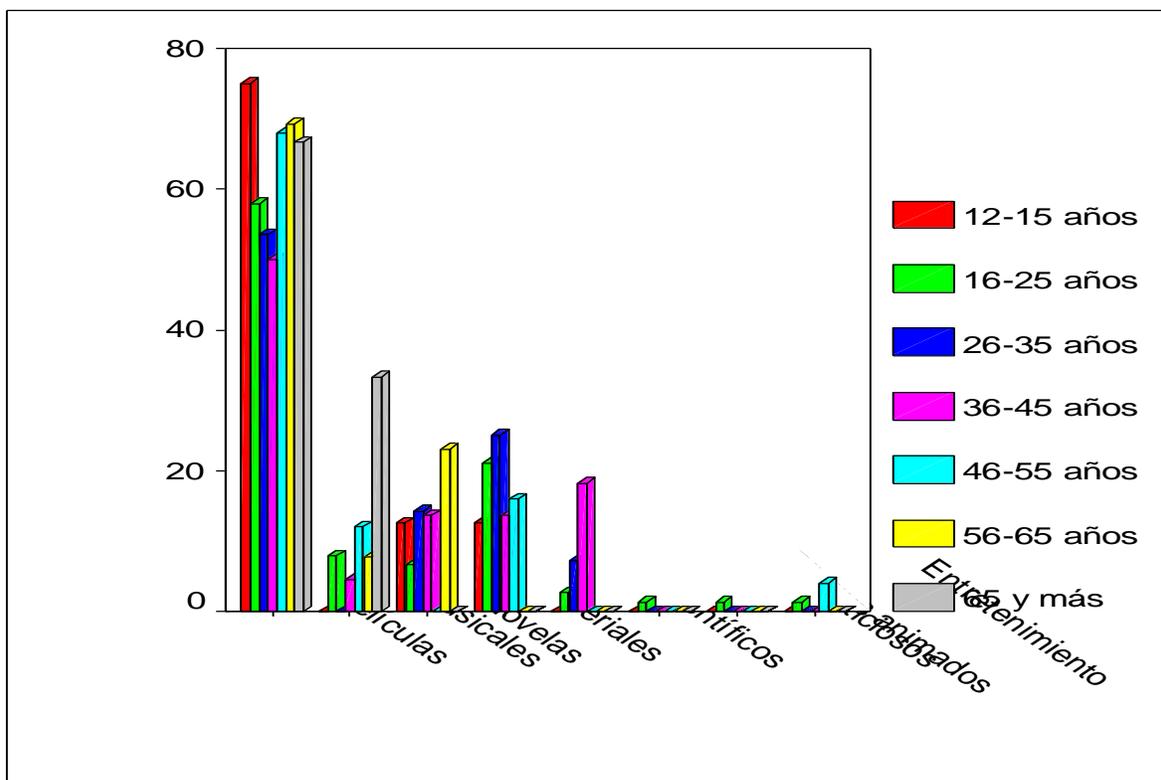
El 56% del centro histórico, el 45% del Distrito 2, el 39% del Distrito 1, el 37% del Distrito 3 y el 34% del 4 Abel Santamaría lo realiza semanalmente.

El 32% del Distrito 3, el 20% del Distrito 2, el 8% del Centro Histórico y el 6% del Distrito 4 dos veces por semana. Con frecuencia quincenal, mensual y trimestral los distritos fluctúan en menos del 10%.

Como expone el gráfico, la población del Distrito 4 Abel Santamaría es la que más consume cine a través de vías alternativas diariamente, le sigue el Distrito 1 José Martí con el indicador diario y le continúa el Centro Histórico, a través de todos los medidores de frecuencia.

GRÁFICO 41

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR GRUPOS DE EDADES



COMENTARIO

EL 75% de **12-15 años**, prefiere el cine, el 13% las novelas y el 12% los seriales. El grupo de **16 a 25 años** elige el cine en un 58%, los musicales en un 8%, los seriales en un 21%, 4% científicos, 2% dibujos animados, 2% noticiosos, 2% entretenimiento.

Los comprendidos entre los **26 y 35 años** escogen las películas en un 54%, las novelas en un 15%, los seriales en un 25% y los productos audiovisuales de contenido científico en un 7%.

El 50% de **36-45 años** prefiere el cine, el 14% las novelas, el 14% los seriales y el 18% del grupo asume los de temática científica. En esta selección se encuentran los profesionales de la salud y de diferentes técnicas que buscan profundizar sus conocimientos con el apoyo audiovisual.

De **46 a 55 años** se destaca la apropiación del cine en el 68% de la población encuestada, el 12% selecciona los musicales, el 16% los seriales, el 4% el entretenimiento. A su vez los agrupados de **56 a**

65 años valoran el cine en un 69%, los musicales en un 7%, los seriales en un 21% y los programas de entretenimiento en un 3%.

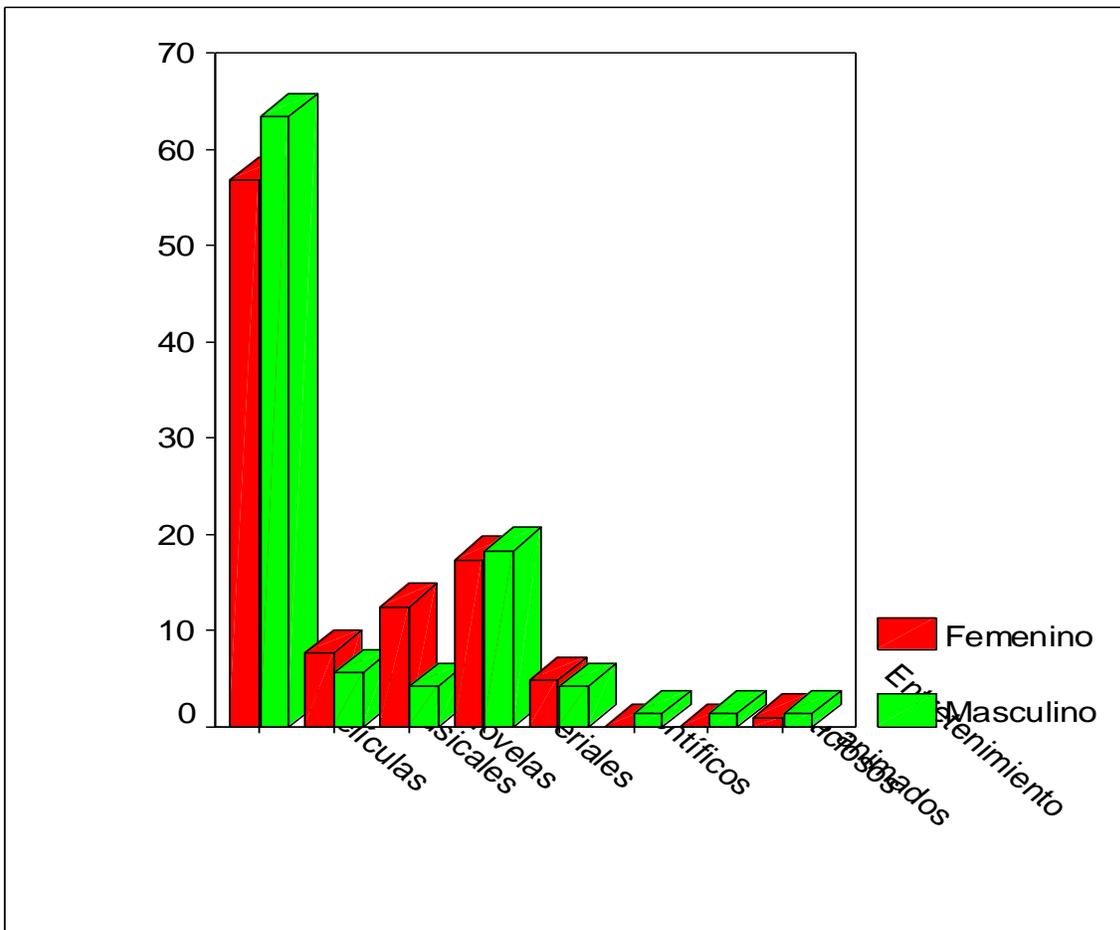
El 67% del grupo de **65 y más** gusta del cine y el 33% de los musicales. Las personas encuestadas añoran el cine musical apreciado en la ciudad en décadas anteriores y que no se exhibe en la red institucional y es de difícil acceso en la red comercializadora informal.

Como se valora los productos audiovisuales de menos aceptación por la población santiaguera son: los dibujos animados dentro de los géneros cinematográficos, los noticiosos y los de entretenimiento y el más buscado por los diversos grupos etáreos objeto de estudio, es **el cine de ficción**.

Los seriales buscados por los jóvenes a través de vías alternativas son los que promocionan los canales de televisión nacional y aquellos que propicia el intercambio, la comercialización o el alquiler de un producto altamente cotizado donde el joven busca en el espectáculo de la violencia, por ejemplo, de la Serie Espartaco, *Arrow* o La flecha, y otras, referentes simbólicos que los identifica con la fuerza invencible de los protagonistas o la imitación del modelo de héroe que quisieran asumir en determinada circunstancia.

GRÁFICO 42

**CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS.
POR SEXO.**



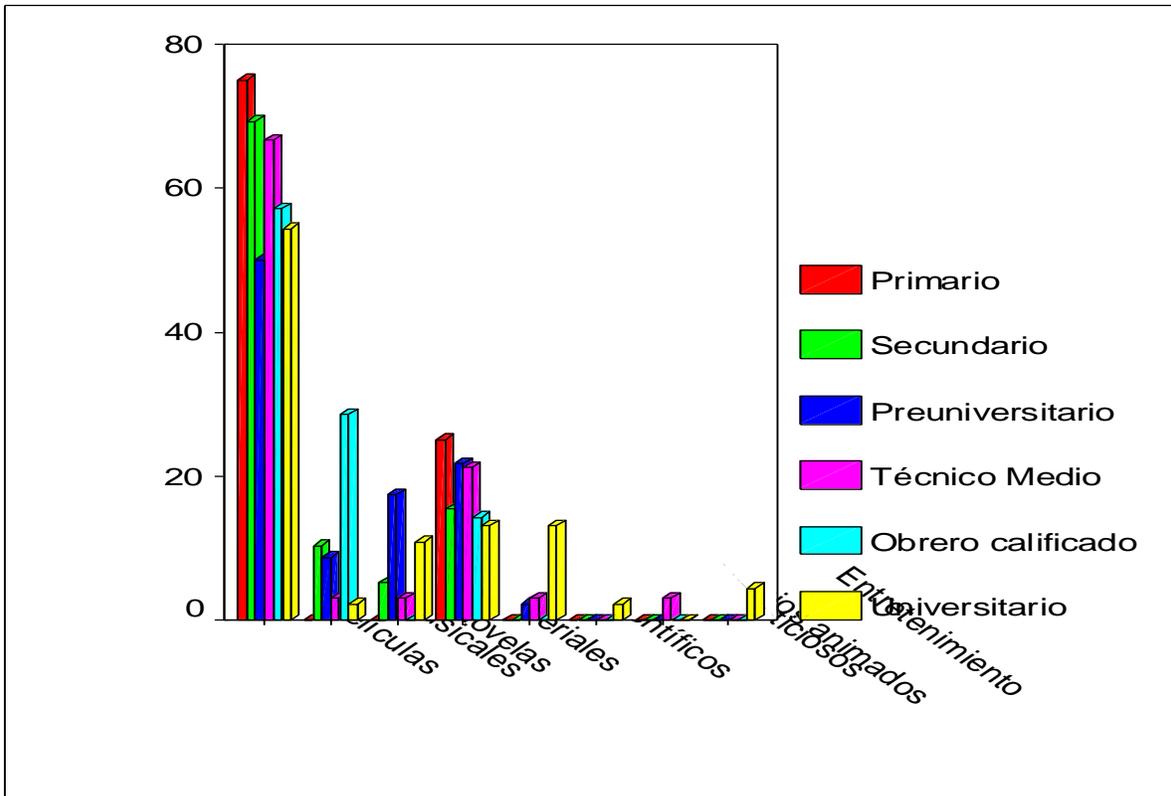
COMENTARIO

El 63% de los hombres prefiere las películas, el 20 %; los seriales, el 6%; los musicales, el 4%; los programas científicos y en porcentos menores los dibujos animados, noticiosos, y de entretenimiento.

Por su parte, el 57% de las mujeres prefieren las películas, el 17% los seriales, el 13% las novelas, el 8% los musicales y el 5% los programas científicos y en menor medida el resto de los productos audiovisuales.

GRÁFICO 43

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR NIVEL DE ESCOLARIDAD.



COMENTARIO:

El 75% del nivel primario prefiere las películas y el 25% los seriales. El 69% del nivel secundario, las películas, el 15% los seriales, el 10% los musicales, el 5% las novelas. Los consumidores graduados del preuniversitario optan por las películas en un 50%, por los musicales un 8%, 18% telenovelas, 22% seriales y 2% científicos.

Por su parte, los graduados de técnico medio gustan de las películas en un 65%, los seriales en un 21%, las novelas en un 4%, los musicales en un 3%, 4% científicos y 3% noticiosos.

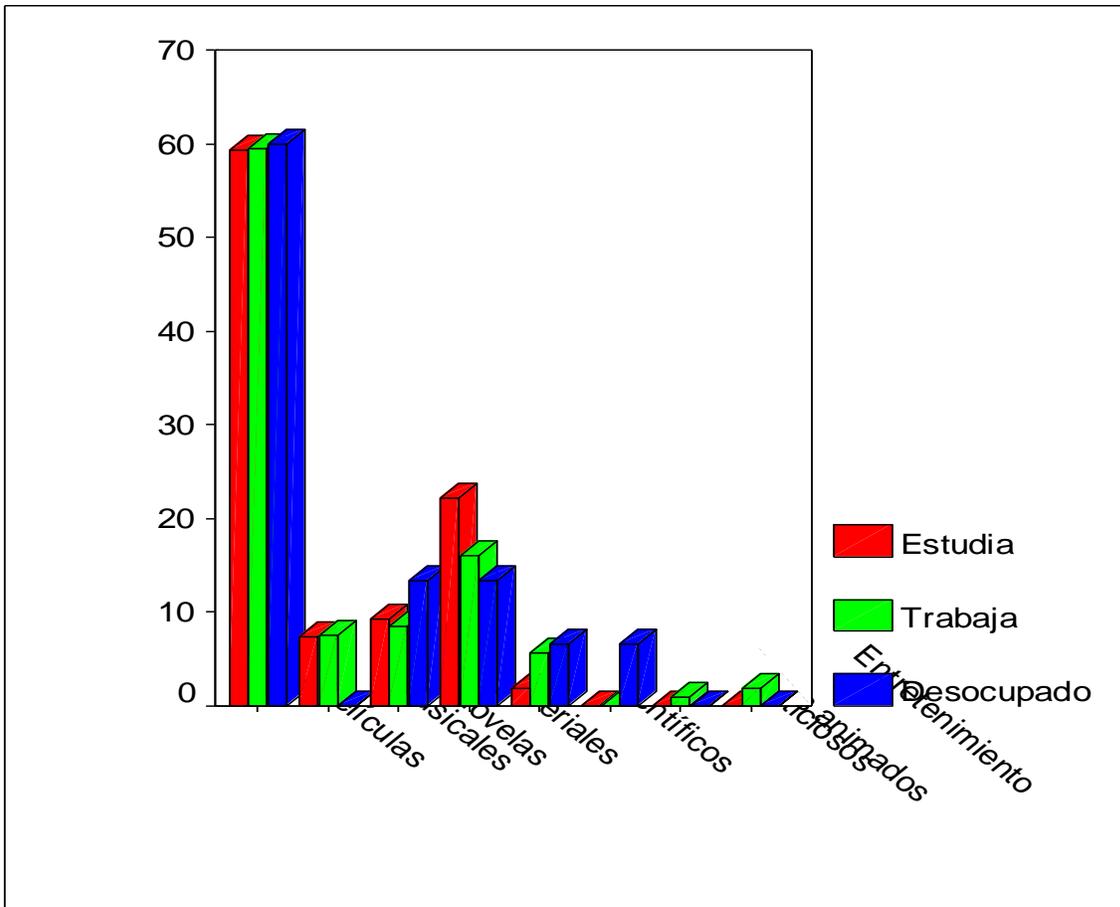
El 57% de los obreros calificados prefiere las películas, el 30% los musicales y el 13% los seriales. El 54% de los universitarios elige las películas, el 2% los musicales, el 10% las novelas, el 12% los seriales de diferentes nacionalidades, el 16% científicos, 2% dibujos animados y 4% entretenimiento.

Como se valora las películas son preferidas por la mayoría de los graduados de los diferentes niveles educacionales con un porcentaje mayoritario en los del nivel primario y en menor escala en el nivel preuniversitario.

Los graduados del pre comparten el consumo del cine con los seriales de diferentes nacionalidades , las telenovelas brasileñas, mexicanas y los musicales que incluyen videos-clips y monográficos de diferentes artistas famosos del momento (cubanos y norteamericanos fundamentalmente).

GRÁFICO 44

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR OCUPACIÓN.

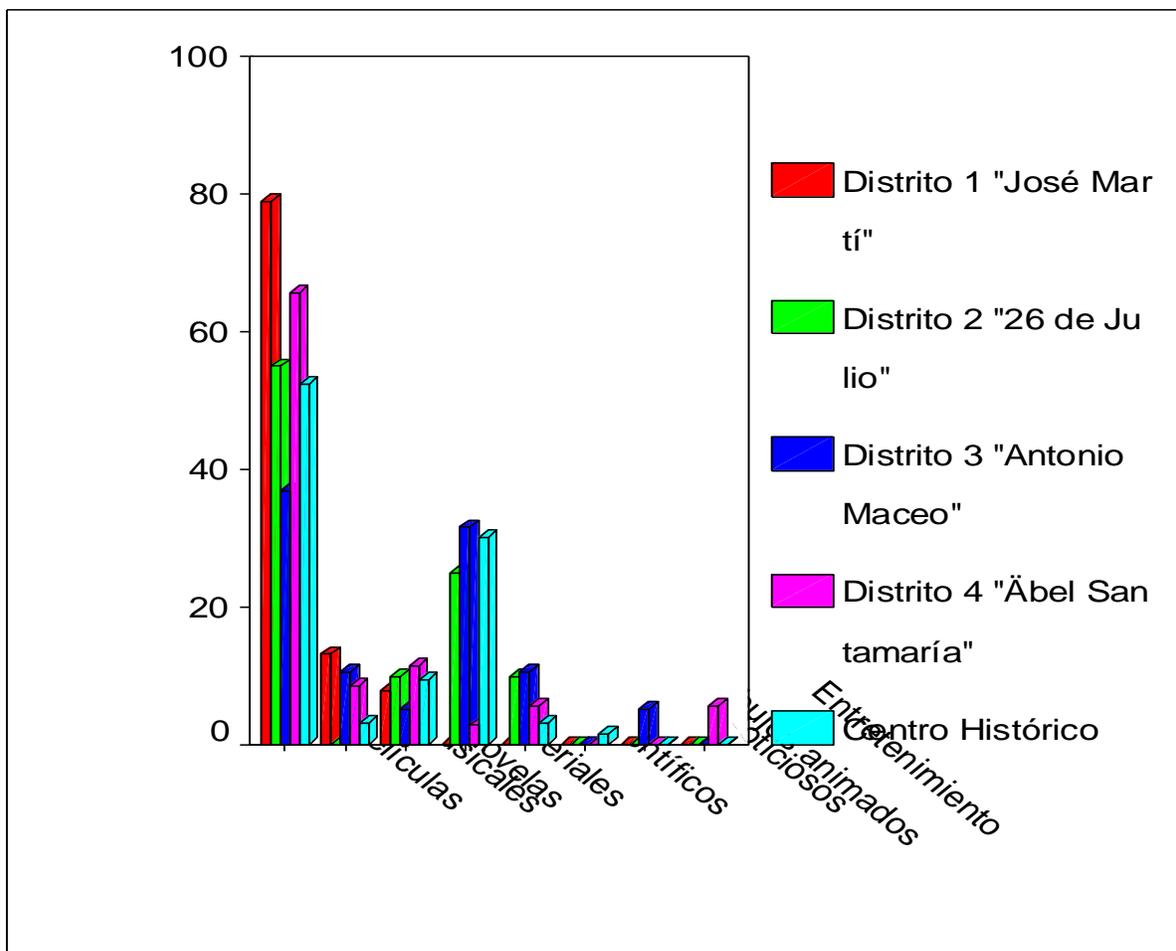


COMENTARIO

EL 60% de los desocupados , el 59% de los estudiantes y el mismo por ciento de los trabajadores, prefieren las películas El 22% de los estudiantes, el 16% de los trabajadores y el 13% de los desocupados, los seriales y el mismo por ciento las novelas. Con indicadores por debajo del 10 % , la preferencia por el resto de los géneros audiovisuales.

GRÁFICO 45

CONSUMO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR LUGAR DE RESIDENCIA.



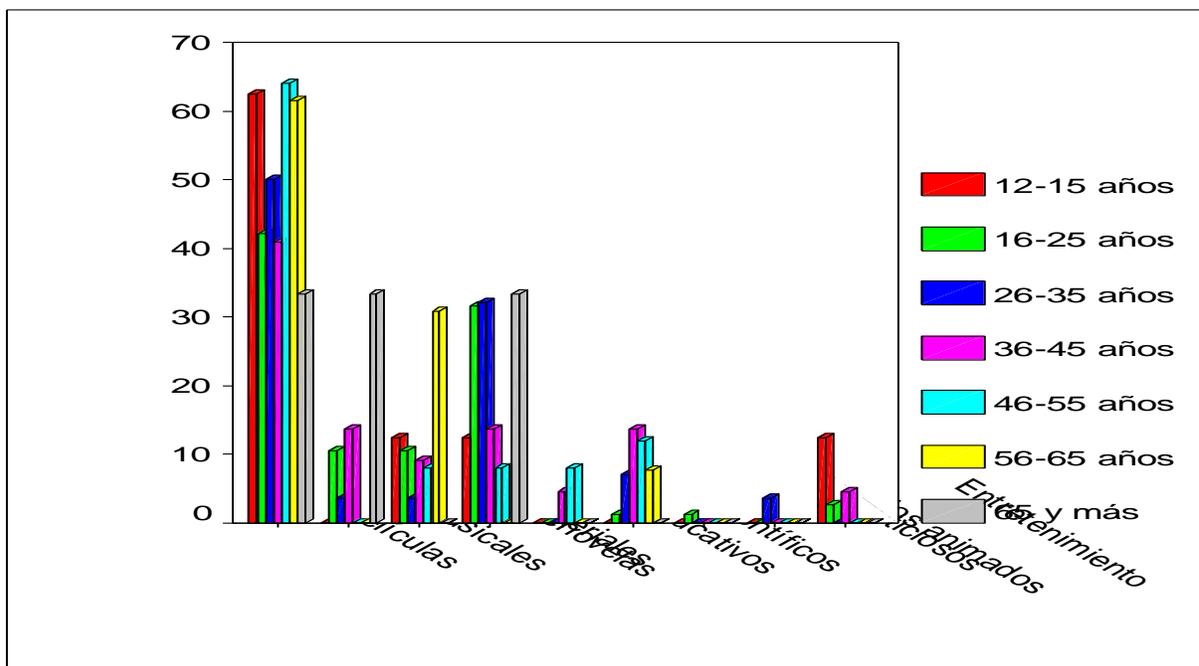
COMENTARIO:

El 79% del Distrito1 "José Martí", el 66% del Distrito 4 "Abel Santamaría", el 55% del Distrito 2 "26 de julio", el 52% del Centro Histórico y el 37% del Distrito 3 "Antonio Maceo" prefieren las películas. Le sigue el gusto por los seriales en un 32% a la comunidad del Distrito 3, el 30% al Centro de la Ciudad, el 25% del Distrito 2.

La preferencia por el consumo de otros productos audiovisuales, se enmarcan por debajo del 12% en todos los territorios.

GRÁFICO 46

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES POR LA TV QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR GRUPOS DE EDADES.



COMENTARIO

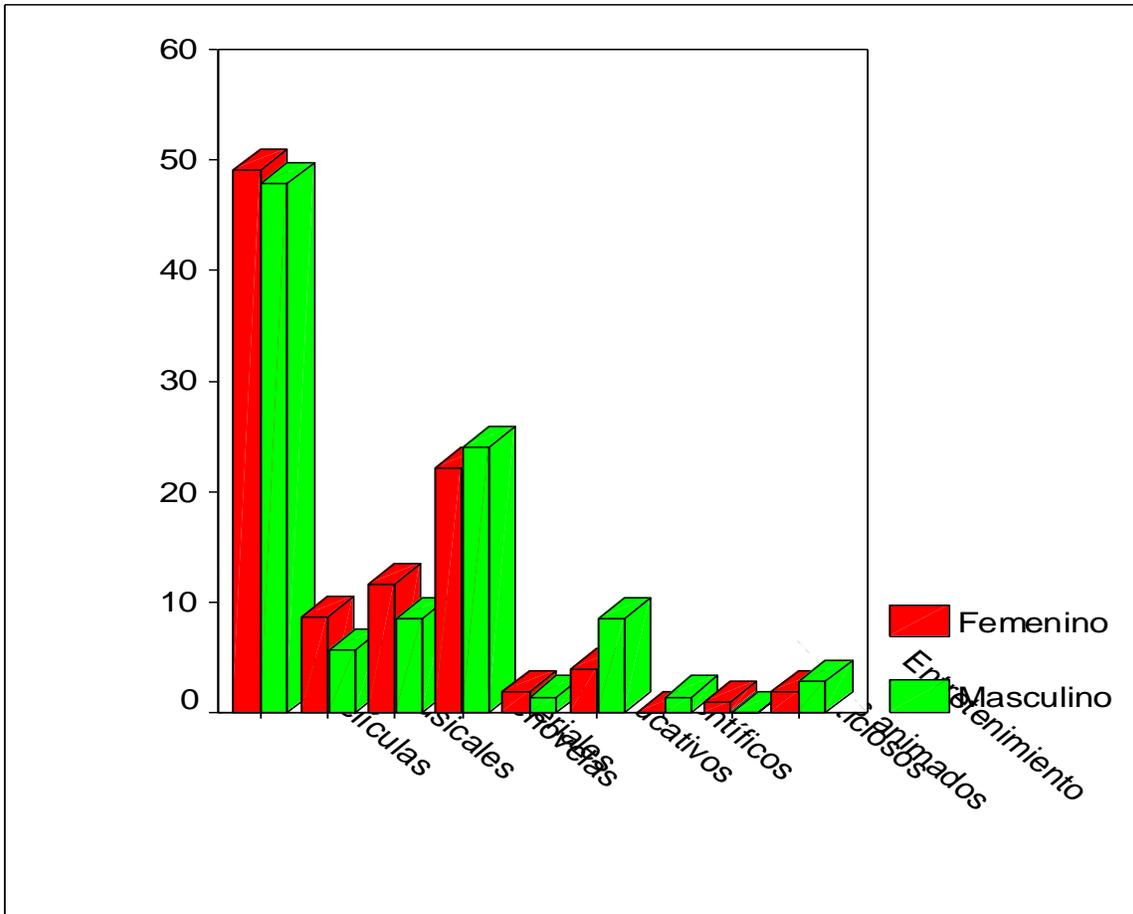
El 64% de la población comprendida entre los 46-55 años, el 63% de 12-15, el 62% de 56-65, el 50% de 26-35, el 42% de 16-25, 41% 36-45, 33% de 65 y más ven películas por la TV Nacional. El 33% de 65 y más, 14% de 36-45, 11% de 16-25 y el 4% de 26-35 aprecian los musicales. Las telenovelas son vistas por el 31% de 56-65, el 13% de 12-15, el 11% de 16-25, 9% 36-45, 8% 46-55, 4% de 26-35 a través de este generalizado medio de comunicación.

Los seriales por la TV los valoran en un 33% el grupo de 65 y más, el 32% de 26-35 y el 32% de 16-25 respectivamente, el 14% de 36-45, 13% de 12-15, 8% de 46-55 años. El gusto por los programas de corte científico se evidencia en los grupos de 36-45 años en un 14%, de 46-55 en un 12%, de 56-65 años en un 8% y de 26-35 años en un 7%.

El 13% del grupo de 12-15 años, el 5% de 36-45 y un 4% de 16-25 años, prefieren los programas de entretenimiento, Los productos noticiosos son buscados por la población de 26-35 en mayor medida. Como se puede observar las películas siguen siendo las preferidas en un porcentaje mayoritario.

GRÁFICO 47

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES POR LA TV QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR SEXO.

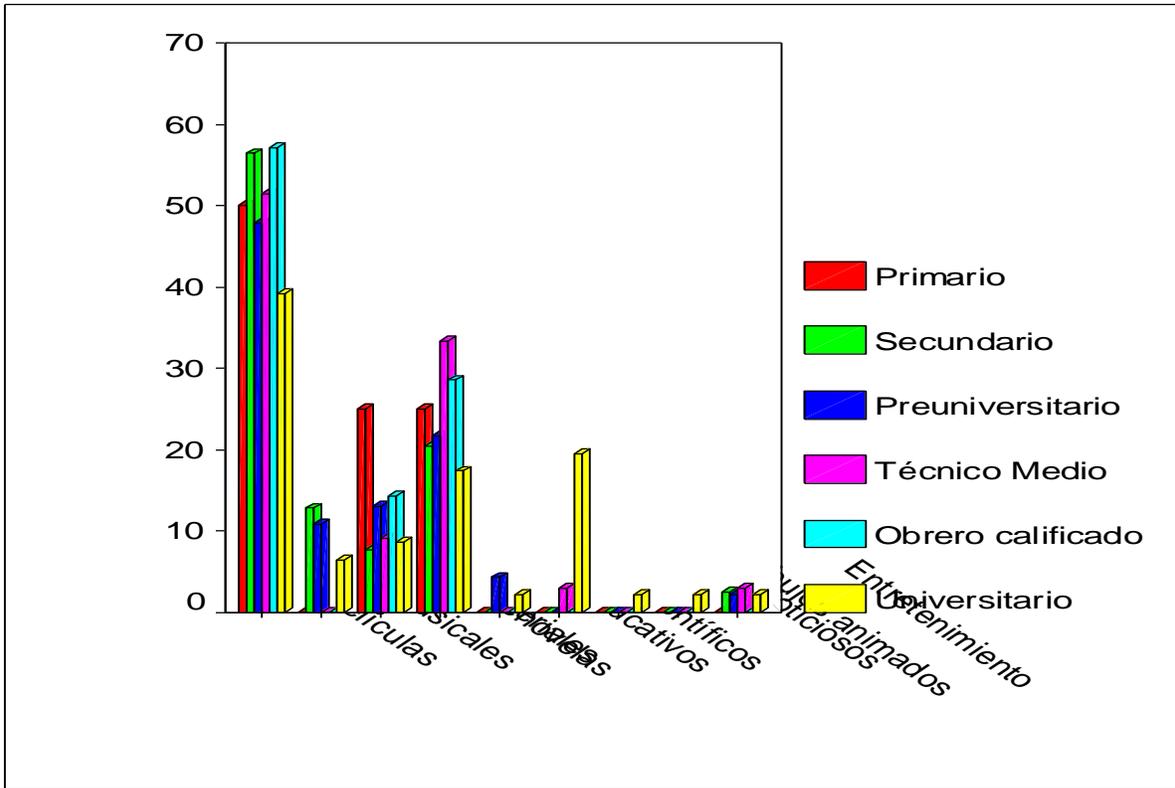


COMENTARIO

Las mujeres prefieren en un 49% las películas, 9% los musicales, 12% las telenovelas, 22% los seriales, 2% programas educativos, 4% científicos y en porcentos mínimos los dibujos animados, noticiosos y de entretenimiento. Por su parte los del sexo opuesto ven películas en un 48%, musicales en un 6% , 8% telenovelas, 24% seriales, 2% educativos, 8% científicos, 3% dibujos animados y 5% entretenimiento.

GRÁFICO 48

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES POR LA TV QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR NIVEL ESCOLAR.

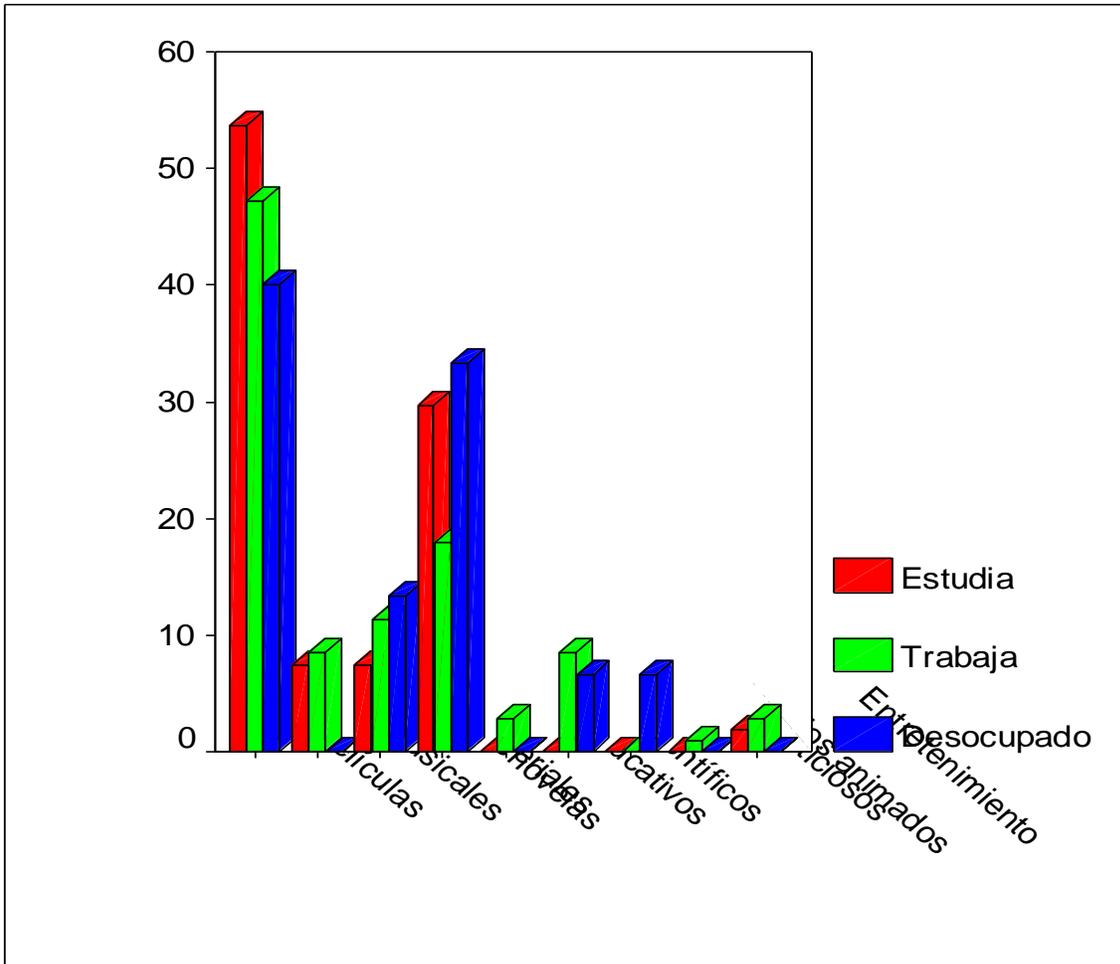


COMENTARIO

El 57% de los obreros calificados, el 56% del nivel secundario, el 52% de los técnicos medios, el 50% del nivel primario, el 48% de los preuniversitarios, y el 39% de los universitarios consumen cine a través del telerreceptor. El 33% de los técnicos medios, 29% de obreros calificados, 25% del nivel primario, 22% del preuniversitario, 21% del secundario y el 17% del universitario prefieren los seriales. EL 25% del nivel primario, 14% de obreros calificados, 13% preuniversitarios, 9% de técnicos y universitarios y el 8% del secundario se pronuncia por las telenovelas. El 20% de los universitarios prefieren los programas científicos, y en porcentos menores los programas noticiosos, de entretenimiento y dibujos animados. Estos también son escogidos en bajos indicadores por los del nivel secundario, preuniversitario y técnicos medios.

GRÁFICO 49

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES POR LA TV QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR OCUPACIÓN.

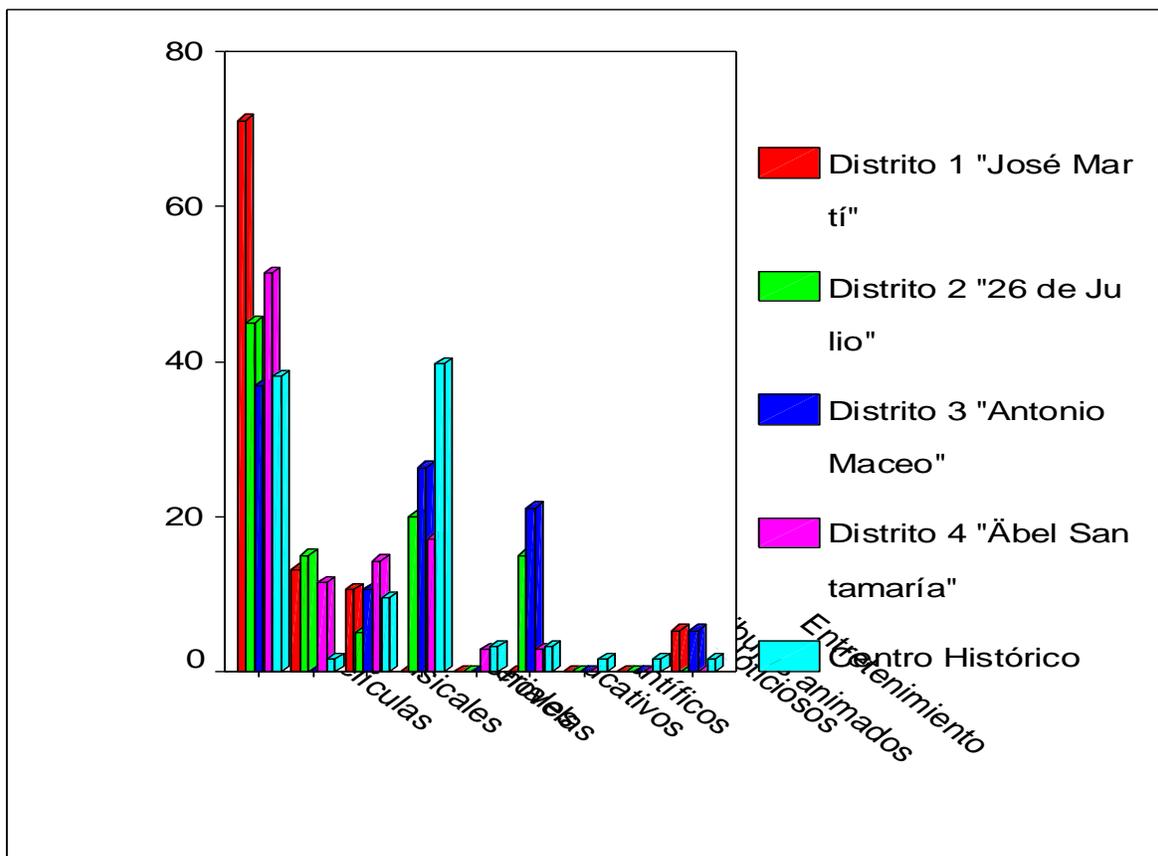


COMENTARIO

El 54% de los estudiantes, el 47% de los trabajadores y el 40% de los desocupados prefieren las películas por la TV. El 33% de los desocupados, el 30% de los estudiantes y el 18% de los trabajadores eligen los seriales. El 15% de los desocupados, el 12% de los trabajadores y el 8% de los estudiantes gustan de las telenovelas. El 10% de los que trabajan y el 8% de los estudiantes eligen los musicales y en porcentos menores se encuentran las telenovelas, musicales, los programas científicos, dibujos animados, noticiosos y de entretenimiento.

GRÁFICO 50

CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES POR LA TV QUE COMPITEN CON LAS PELÍCULAS. POR LUGAR DE RESIDENCIA.



COMENTARIO

El Distrito que más consume películas por la TV es el José Martí en un 71%, le sigue el Abel Santamaría en un 51%, luego el 26 de julio con 45%, el Centro Histórico en un 38%, y el Antonio Maceo en un 33%.

EL 40% del Centro Histórico , el 26% del 3, el 20% del 2, el 17% del 4 gustan de los seriales, el 21% del 3 y 15% del 2, de los científicos,el 14% del 4, el 11% del 1 y 3 y el 10% del centro histórico de las telenovelas.

El 15% de la población del 2 ,13% del 1 y 11% del 4, buscan los musicales. Los demás géneros audiovisuales gustan en menor escala.EL género audiovisual que más se aprecia por la Televisión Nacional es el cine.

ANEXO 8

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADOS:

-OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Cine Rialto, Video clubes Juveniles, domicilios, espacios donde interactúan los cuentapropistas con el público en la comercialización del cine, parques, plazas.

-ENTREVISTAS A DIRECTIVOS DEL ICAIC Y ESPECIALISTAS PROVINCIALES

-Roberto Smith de Castro. Vicepresidente y Director del Centro de Información del ICAIC. (Entrevista realizada en el marco de la XIII Edición del Festival Internacional de Documentales Santiago Álvarez in Memoriam).

-Benigno Iglesias. Responsable del Departamento de Programación Cinematográfica del ICAIC. (Entrevista telefónica).

-Belkis Cancio Izquierdo. Responsable del Departamento de Programación de 35MM. ICAIC. (Entrevista telefónica).

-Adonis Vargas Blanch, especialista, colaborador del Centro Provincial de Cine y escritor de la sección "Cinemundo" en la Revista Cultural Imagen .Emisora Provincial CMKC.

-Alain de la Vega Díaz. Especialista en cine. Profesor del Centro de Superación Provincial para el Arte y la Cultura. Comercializador de películas.

-Mariela Johnson Salfrán (Especialista del Departamento de Programas Culturales de la Dirección Provincial de Cultura)

-Katia Torralba Ramos (Especialista del Departamento de Investigaciones Culturales de la Dirección Provincial de Cultura).

- ENTREVISTAS A CUENTAPROPISTAS

Alejandro Rodríguez Fernández (Enramadas y San Agustín)

Alain de la Vega Díaz .San Basilio y Barnada).

Miguel Benavides Oviedo (Callejón del Carmen).

-ENTREVISTAS INFORMALES A LA POBLACIÓN EN GENERAL

Cine Capitolio, Parque Dolores, Plaza de Marte, Calle Enramadas, Cine Rialto, Terrazas de Vista Alegre, Carretera del Morro, Bloque J del Distrito José Martí, entre otros espacios.

-ENCUESTAS APLICADAS A LOS DIFERENTES SEGMENTOS POBLACIONALES: 175

-INTERCAMBIOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS CON ESPECIALISTAS, DIRECTIVOS Y TÉCNICOS DEL CENTRO PROVINCIAL DE CINE.

- Alfredo Bárzaga Sánchez (Director). Informes de análisis de resultados en Consejos de Dirección.
- Cristina Venero Andrial (Programadora del Centro Provincial de Cine de Santiago de Cuba).
- Yeniset Lobaina Guerra (Promotora y Analista de la Actividad Cultural CPCine.)
- Juan Carlos Morgado. Responsable del Taller Técnico del Centro Provincial del Cine en Santiago de Cuba. Anirista destacado.
- María Caridad Chacón. Administradora del cine Rialto.
- Orlando Zapata Rodríguez. Lic. en Estudios Socioculturales. Promotor y diseñador gráfico.
- Ricardo Zapata Esparraguera. Fundador del ICAIC en Santiago de Cuba.
- Miraidis Torres Bell. Administradora del Video Club Bloque J.
- Yurima Zapata Bicet. Responsable del Departamento Económico.
- Directores Municipales de Cine.

-COLABORADORES EN LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS:

Especialistas, Administradores de Salas de Cine y Video, Comunicadores Culturales, Técnicos en la Promoción de la Actividad Cinematográfica, Adiestrados.

-REVISIÓN DOCUMENTAL.

- Revisión de las Estadísticas del Centro Provincial de Cine 2008-2012

- Evaluación del Programa de Desarrollo Sociocultural del Centro Provincial del Cine. 2008-2012
- Evaluación de la Dirección por Objetivos Mensual. Centro Provincial de Cine.
- Revisión de la programación cinematográfica enviada por el ICAIC al Centro Provincial de Cine de Santiago de Cuba. (Julio 2012- Febrero 2013).
- Evaluación de los Informes de Consejos de Dirección Mensuales.

-ENTREVISTAS INFORMALES A LA POBLACIÓN EN GENERAL

Cine Capitolio, Parque Dolores.

- LUGARES DONDE SE APLICARON LAS ENCUESTAS.

Parque Céspedes, Cine Rialto, vestíbulo Cine Cuba, Plaza de Marte, VCJuvenil Sueño, ISPJAM, IPU Rafael María de Mendive, Comunidad Quintero, Cuabitas, Versalles, Comunidad Alta Vista, VCJ Micro 1B, VCJ Micro3, VCJ Rajayoga, VCJ Pastorita, VCJ Antonio Maceo, VCJ Micro7,VCJ Micro 8, VCJ Reparto Sorribes, Ampliación de Terrazas, Reparto Vista Alegre, Calle Enramadas / San Agustín y Reloj, Trocha y Carretera del Morro, Balcón de Velásquez, Centro Provincial de Cine, Parque Serrano.

ANEXO 9

PROTOCOLO DE ENTREVISTA A EXPERTOS

ENTREVISTA 1

Objetivo: Conocer cuál es la visión del directivo nacional como voz autorizada, acerca de los resultados institucionales territoriales y la incidencia en ellos del consumo de cine alternativo en el contexto contemporáneo.

Entrevistado: Roberto Smith de Castro. Vicepresidente y Director del Centro de Información del ICAIC.

Fecha: 8-3-013

Hora: 11 a.m.

Lugar: Cine Rialto

Autora: **Vicepresidente, cómo valora usted las condiciones de irrentabilidad económica de los Centros Provinciales de Cine a partir de los planteamientos de las máximas autoridades del país donde se convoca a la eficiencia, eficacia y control económico?**

R.S: Se están sucediendo cambios en la economía cubana y todavía no se sabe a ciencia cierta lo que va a suceder con los Centros Provinciales de Cine. Se realizaron acciones experimentales en Mayabeque y Artemisa donde estos se subordinaron a las Direcciones Municipales de Cultura con un reducido número de especialistas representando la actividad cinematográfica. Se anuncia, además aunque no por vía oficial la desaparición dentro de la estructura del Ministerio de Cultura del Consejo Nacional de Patrimonio y Casas de Cultura, lo que significa que el ICAIC y su red de instituciones tienen que trabajar en base a revertir esta situación con la concepción de acciones que respondan al interés del público asistente a las salas, con programaciones sugerentes y aportativas.

A: **En este sentido a los especialistas y programadores del Centro Provincial de Cine nos preocupa en gran medida una situación que repercute en el resultado institucional y se contrapone a los preceptos establecidos por la política cultural cubana y es el envío mensual de películas norteamericanas en gran medida dentro de la programación habitual de las salas provinciales. ¿Qué puede alegar al respecto?**

R.S: Sí, ésta es una problemática que se va más allá de la gestión institucional (ICAIC), porque se trabaja duramente para poder obtener otras propuestas cinematográficas que lleguen al territorio pero la situación está en el pago por derecho de autor a los artistas. Para ayudar un poco a los territorios y sobre todo a la joven generación, se organiza el Programa de Fomento de la Cultura Audiovisual hacia las Universidades Cubanas en coordinación con la FEU Nacional y los Departamentos de Extensión Universitaria y por supuesto los Centros Provinciales de Cine, con una selección de las 150 mejores películas de todos los tiempos, donde ese incluyen por supuesto las cubanas en los visionajes y debates.

A: **Smith, es inquietante corroborar cómo las salas de cine y video se quedan vacías con las últimas producciones cubanas ¿Qué considera usted, pueda estar sucediendo con un cine siempre buscado por su público?**

R.S: Pienso que a la población debe educarse desde muy joven en cuanto a la apreciación cinematográfica, para poder descifrar cualquier código comunicativo y contextual, pues la obra responde al contexto histórico social al que pertenece su autor, pero para ello se debe preparar al niño desde edades tempranas. Se está valorando con el Ministerio de Educación la posibilidad de incluir dentro de los planes de estudio de las diferentes enseñanzas, la apreciación del cine, tarea que no es nada fácil, pues requiere de la preparación de los maestros y profesores en una asignatura más y la colaboración de cineastas, técnicos y especialistas que aporten las herramientas teóricas.

A: **Considera usted que los resultados institucionales en tanto espectadores, se afectan a partir de la irrupción de las nuevas tecnologías de la información que desplazan el consumo a espacios mucho más individualizados?**

R.S: Por supuesto, Vivian, en épocas pasadas no abundaban los artefactos tecnológicos, hoy en día los jóvenes prefieren consumir cine en el hogar a través del DVD y otros medios, por ejemplo mi hijo adolescente transporta en su memoria flash tanta películas le permite la capacidad de la misma y vive encerrado en su habitación mirándolas en su computadora. Este ejemplo tan cercano nos obliga a pensar en estrategias institucionales que mantengan nuestras salas activas.

A: **Gracias vicepresidente.**

ENTREVISTA 2

Objetivo: Conocer el porqué el ICAIC programa en mayor medida en cine norteamericano hacia las provincias del país, específicamente para Santiago de Cuba.

Entrevistado: Benigno Iglesias. Responsable del Departamento de Programación Cinematográfica del ICAIC. Ciudad de la Habana. (Entrevista telefónica).

Fecha: 12-2-013

Hora: 4.00 PM

Lugar: desde el Departamento de Programas Culturales. Centro Provincial del Cine.

Autora: Buenas tardes, Benigno le habla la Lic. Vivian Concepción Martín, Responsable del Departamento de Programas Culturales del Centro Provincial de Cine en Santiago de Cuba, quien realiza un estudio del consumo cinematográfico en la ciudad y quisiera me ofreciera sus valoraciones acerca de determinados indicadores que tienen que ver específicamente con la programación concebida desde el ICAIC hacia las provincias.

Benigno Iglesias: Buenas tardes, compañera, con mucho gusto responderé a sus interrogantes.

A: En primer lugar, hacerle una pregunta que temo ya sabemos la respuesta, pero quiero escucharla de usted, que dirige la actividad desde la capital y se considera una autoridad en la instancia rectora del cine. ¿Cuáles circunstancias permiten que la programación sistemática o habitual que llega de la Habana en diferentes frecuencias de envío, sea casi totalitaria de nacionalidad norteamericana, con géneros poco sugerentes que no interesan al público?

B.I: No compañera, discúlpeme, pero eso no es así como usted lo refiere, a las provincias se envían ciclos de otras nacionalidades, en marcos de jornadas y eventos y otras propuestas especiales, ¿qué período usted está evaluando? Pregunta un tanto perturbado.

A: Benigno, mi intención no ha sido incomodarlo, porque le puedo demostrar que aunque la programación ha variado en cuanto a nacionalidades, el cine norteamericano lleva la delantera. Estoy valorando las tendencias del consumo en los últimos cinco años y las propuestas hollywoodenses siguen llegando a la ciudad con marcada frecuencia. ¿Tiene otro elemento que aportar?

B.I Bueno, usted sabe, Cuba tiene amigos en varias partes del mundo que nos facilitan las películas para ser exhibidas acá exentas de pago y eso..., pero ese tema lo podemos continuar en otro momento, casi voy de salida, me puedes escribir por email, por favor anótalo...

A: Gracias por su tiempo.

ANEXO 10

PROTOCOLO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA A ESPECIALISTAS

ENTREVISTA 1

Objetivo: Valorar la gestión cultural del Centro Provincial de Cine y la incidencia de las nuevas tecnologías de la información en los resultados institucionales.

Entrevistada: Mariela Johnson Salfrán (Especialista del Departamento de Programas Culturales de la Dirección Provincial de Cultura que atiende al Centro Provincial de Cine).

Fecha: 12-10-012

Hora: 2.00 pm

Lugar: Dirección Provincial de Cultura. Departamento de Programas Culturales.

1. ¿Se encuentra el cine como opción principal dentro de sus prácticas de consumo cultural?

Si, el cine es una de las manifestaciones artísticas que más disfruto junto al libro, es casi imprescindible para mí apreciar una película semanalmente, las que me sugieren o por la TV.

2. ¿Cómo considera usted el desempeño institucional del Centro Provincial del Cine en cuanto a la gestión cultural en el territorio? Argumente.

El Centro se evalúa con frecuencia mensual, semestral y anual a través de la DPO (Dirección por Objetivos) donde se realizan resúmenes de los resultados por áreas claves con estudio comparativo hacia etapas anteriores. Se evidencia una disminución palpable del público asistente sobre todo al cine Rialto y Capitolio que son los únicos que prestan servicio en la ciudad, así como a los videoclubes juveniles. Se deben rediseñar las programaciones y trabajar con mayor ahínco en la promoción de las películas a exhibir.

3. ¿Considera que la inserción de las nuevas tecnologías de la información en las comunidades santiagueras conspira contra una mayor afluencia de público a los espacios culturales institucionalizados, dígame cines y salas de video?

Por supuesto, al no presentar los cines y salas de video las condiciones de confort necesarias y una promoción poco efectiva, el incremento de las nuevas tecnologías de la información desplazan al público hacia los hogares y otros espacios.

4. ¿Según su criterio, cuáles son las condicionantes que propician el incremento del consumo alternativo de cine en el ámbito santiaguero?

Bueno, parte de la respuesta, está en la pregunta anterior, pero existen otras condicionantes como la proliferación de trabajadores por cuenta propia, los vendedores de cine ambulantes, la piratería cinematográfica, cuando se “bajan” las películas de internet o a través de la antena parabólica de los hoteles o de personas que tienen acceso a ese servicio. También la venta de televisores a la población con tecnologías modernas y entradas de US y los alquileres particulares.

5. ¿Cómo cataloga el servicio cultural ofrecido por las instituciones cinematográficas en las diferentes comunidades?

Con todas las amenazas que tiene el cine a su alrededor, no presta un servicio con calidad, los comunicadores y promotores no son personas idóneas para desempeñar esas funciones, no en todos los casos, por supuesto. Tengo la constancia del asesoramiento metodológico ofrecido por los especialistas del centro a Directivos, Administradores, Comunicadores, Auxiliares, estos deben poner mayor empeño en la actividad que realizan y prepararse cada vez más.

6. ¿Cómo valora la política de exhibición del ICAIC según su percepción profesional?

El ICAIC no tiene el mismo protagonismo en la actividad cinematográfica que en épocas anteriores, por las causas que hemos analizado y donde la Televisión se está llevando la delantera con 4 canales que exhiben cine a toda hora. Además las programaciones sugerentes y novedosas no salen de la capital del país, aunque se promocionen por los medios nacionales.

7. ¿Para usted, el consumo alternativo de cine constituye una limitante para el desarrollo de la actividad cinematográfica a nivel local? Argumente.

Claro que no, el cine sigue gustando a la población mayoritaria, en la cual me incluyo, el consumo alternativo nadie lo puede prohibir, es imposible decirle a la personas no veas tal o cual película, la gente consume lo que quiere, ahora bien de manera inteligente las instituciones deben concebir propuestas que atraigan a los públicos, sobre todo con películas aportativas a la educación estética de adolescentes y jóvenes.

Gracias, Mariela

ENTREVISTA 2

Objetivo: Valorar la gestión cultural del Centro Provincial de Cine y la incidencia de las nuevas tecnologías de la información en los resultados institucionales.

Entrevistado: Adonis Vargas Blanch, especialista, colaborador del Centro Provincial de Cine y escritor de la sección "Cinemundo" en la Revista Cultural Imagen .Emisora Provincial CMKC.

Fecha: 23-3-12

Hora: 10.00 am

Lugar: En el hogar del entrevistado (Celda y Trocha). Centro de la Ciudad.

1. ¿Se encuentra el cine como opción principal dentro de sus prácticas de consumo cultural?

La primordial, sabes que es mi razón de ser, las buenas películas nutren mi alma y mi corazón, soy un ferviente defensor del séptimo arte.

2. ¿Cómo considera usted el desempeño institucional del Centro Provincial del Cine en cuanto a la gestión cultural en el territorio? Argumente.

A mi modo de ver y sin la pretensión de herir sensibilidades, no es bueno, observo que no les interesa el trabajo que desempeñan, sobre todo en los cines, mira en el Rialto, sede de la Cinemateca de Cuba, no se programan películas de esta clase. Uno les hace sugerencias pero hacen caso omiso de las observaciones. Mira, yo siempre estoy presto a colaborar con el centro, con la promoción, participo en todas las programaciones cuando me invitan y si no busco la información a través de los medios para asistir a los estrenos. Invito a mis amistades que son cinéfilos para que asistan también.

3. ¿Considera que la inserción de las nuevas tecnologías de la información en las comunidades santiagueras conspira contra una mayor afluencia de público a los espacios culturales institucionalizados, dígame cines y salas de video?

Ellas conspiran en gran medida, pero la insuficiente promoción que se denota en el trabajo institucional también disminuye la afluencia a las instalaciones, porque si se prepara una muestra sugerente con las mejores películas de todos los tiempos por ejemplo, estoy seguro que el público asiste, aunque tengan la comodidad del hogar.

4. ¿Según su criterio, cuáles son las condicionantes que propician el incremento del consumo alternativo de cine en el ámbito santiaguero?

El público busca en lo alternativo lo que quiere ver, y si las propuestas institucionales no son las sugerentes, las personas se dirigen a los vendedores, pero en la calle se comercializan productos de la peor calidad, sin valores estéticos.

5. ¿Cómo cataloga el servicio cultural ofrecido por las instituciones cinematográficas en las diferentes comunidades?

Bueno, no soy asiduo a asistir a las salas comunitarias porque me quedan muy distantes del hogar, yo siempre busco las propuestas de los cines estrenos, por ejemplo el Cuba, cuando prestaba sus servicios hace años, que a propósito ha ido perdiendo su público por el tiempo tan prolongado de cierre, ¡que tiempos aquellos!, de colas interminables y un estreno tras otro en 35mm, se le añora, pero según ustedes se va a recuperar en este año.

Como te referí anteriormente paso siempre por el Rialto en la búsqueda de lo novedoso, pero esta instalación también está trabajando con interrupciones, es decir prácticamente no hay cines en Santiago.

6. ¿Cómo valora la política de exhibición del ICAIC según su percepción profesional?

El ICAIC centraliza todas las acciones en la capital, aunque algunas llegan a la ciudad, como el cine Francés y otros ciclos europeos, pero el grueso de la programación que envía a la provincia es de origen estadounidense. Por ejemplo, las Muestras del Festival de Cine Latinoamericano, no llegan a la ciudad, sino en muestras retrospectivas. Esta institución ha perdido el protagonismo en la actividad cinematográfica.

7. ¿Para usted, el consumo alternativo de cine constituye una limitante para el desarrollo de la actividad cinematográfica a nivel local? Argumente.

Considero que no, pero lo que circula en la red informal en su mayoría es el cine comercial sin valores estéticos, pero consumo alternativo no es sólo alquilar lo peor y consumirlo, se puede obtener un buen filme y compartirlo en el hogar con la familia, pero prefiero siempre la sala oscura.

Gracias, Adonis

ENTREVISTA 3

Objetivo: Valorar la gestión cultural del Centro Provincial de Cine y la incidencia de las nuevas tecnologías de la información en los resultados institucionales.

Entrevistada: Katia Torralba Ramos (Especialista del Departamento de Investigaciones Culturales de la Dirección Provincial de Cultura que atiende al Centro Provincial de Cine).

Fecha: 20-10-012

Hora: 9.30 am

Lugar: Dirección Provincial de Cultura. Departamento de Investigaciones Culturales.

1. ¿Se encuentra el cine como opción principal dentro de sus prácticas de consumo cultural?

Si, el cine es uno de los productos culturales que más disfruto , junto a la Literatura, gusto del buen cine cubano y el cine francés, lo disfruto en el hogar en la tranquilidad de mi habitación, aunque quisiera hacerlo en el cine Cuba de vez en cuando, la experiencia no es la misma.

2. ¿Cómo considera usted el desempeño institucional del Centro Provincial del Cine en cuanto a la gestión cultural en el territorio? Argumente.

Pienso que el centro debe preocuparse más por hacer acciones relacionadas con el cine de primer nivel, organizar muestras, realizar estudios de públicos para aprovechar el fondo videotecario que tienen y donde hay buenas películas, no programar de manera esquemática. Además se debe incrementar la promoción en y desde las instituciones cinematográficas.

Pienso que con las dificultades que está presentando el centro de baja afluencia, se deben perfilar investigaciones en los demás territorios, dígase municipios, que respondan al mejoramiento de los resultados institucionales.

3. ¿Considera que la inserción de las nuevas tecnologías de la información en las comunidades santiagueras conspira contra una mayor afluencia de público a los espacios culturales institucionalizados, dígase cines y salas de video?

Si, bueno, como todo el mundo repite “no hay cines en Santiago”, yo hice mi adiestramiento laboral en esa entidad y se trabaja porque en la ciudad no solo existen algunos cines que prestan servicio de manera

intermitente, sino, salas de video en varias comunidades pero la inserción de las nuevas tecnologías de la información diseminadas por todos los hogares, contrarrestan el servicio de las salas, las personas prefieren quedarse en casa aunque le cueste más dinero alquilar o comprar un filme.

4. ¿Según su criterio, cuáles son las condicionantes que propician el incremento del consumo alternativo de cine en el ámbito santiaguero?

Las propias limitaciones institucionales como referí anteriormente, las personas buscan lo novedoso en otros espacios, en casa de amigos, con los cuentapropistas, la piratería, las tecnologías, que aunque todo el mundo no puede tener una computadora en su hogar o un DVD, si está el televisor que programa cine a toda hora .Otra agravante es la promoción de películas por los medios de comunicación nacionales, pero nunca llegan a la ciudad, y cuando las envían ya todo el mundo las ha visto, porque el público responde a esa promoción y acude al cine para ver si están en cartelera.

5. ¿Cómo cataloga el servicio cultural ofrecido por las instituciones cinematográficas en las diferentes comunidades?

El servicio no es óptimo, ni siquiera en los cines estreno, por supuesto, hay personas que se preocupan unas más que otras por prestar un mejor servicio, pero en ocasiones no depende de ellos, por ejemplo, falla el aire acondicionado, las butacas están dañadas, no existen linternas ni lámparas para guiar a los asistentes en la penumbra de la sala, entre otros elementos.

6. ¿Cómo valora la política de exhibición del ICAIC según su percepción profesional?

El ICAIC debe descentralizar su política de exhibición, permitir la autonomía de los centros provinciales que tienen especialistas competentes para confeccionar programaciones que los protejan de responsabilidades mayores, cuando los estrenos llegan a la ciudad ya no cumplen objetivo alguno.

7. ¿Para usted, el consumo alternativo de cine constituye una limitante para el desarrollo de la actividad cinematográfica a nivel local? Argumente.

Pienso que no, pero hay que organizarla, por ejemplo, existen comercializadores que tienen buenas películas, se puede negociar con ellos e intercambiar el fondo de películas del centro. Ya existe en la ciudad el negocio del cine en 3D, en varios repartos, imagínate otra competencia fuerte para la entidad, pero la gente quiere experimentar el visionaje de las películas en este tan mencionado y novedoso soporte y no les importa pagar 10 ó 20 pesos cubanos para ponerse los espejuelos. jajaja.

Gracias, Katia.

ANEXO 11

PROTOCOLO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA A CUENTAPROPISTAS

ENTREVISTA 1

Objetivo: Identificar las regularidades que caracterizan la comercialización del cine aprobada por el Estado Cubano en la ciudad de Santiago de Cuba y que propicia el consumo alternativo del producto audiovisual.

Entrevistado: Alain de la Vega Díaz. Cuentapropista. Profesor de Cine. Colaborador permanente del Centro Provincial de Cine.

Fecha: 2-7-012

Hora: 3.00 pm

Lugar: San Basilio/Barnada y San Agustín.(Domicilio)

1. Se identifica plenamente con la acción comercializadora que realiza. ¿Cuénta con los conocimientos necesarios para ofrecer al público las demandas que exige de usted con la calidad requerida?

Si, como no, soy, un ferviente admirador del cine, de hecho fui profesor de la asignatura Cine Cubano y otras como Apreciación Cinematográfica, organicé e impartí varios cursos relacionados con el 7mo arte a trabajadores de la cultura en la provincia. Ahora me dedico a este particular y trato de organizar y atesorar las mejores propuestas para mis clientes. Tengo en la máquina cine de todo el mundo para satisfacer los diversos gustos y no sólo cine, otros productos audiovisuales también son muy demandados como las novelas mexicanas, brasileñas, colombianas, los casos cerrados y otros programas de entretenimiento.

Trato de brindar la más completa información de la película demandada, si me piden cine francés, sugiero determinado director, actor, o título, si ha sido premiada o alguna referencia que haga que el cliente se vaya complacido y regrese nuevamente.

2. Con qué frecuencia lo usuarios precisan de sus servicios?

Yo presto servicio diariamente, sobre todo en horario de la tarde y los fines de semana con mayor frecuencia, vienen muchos jóvenes buscando los estrenos que promocionan por los medios nacionales y llegan a la ciudad tardíamente.

3. Qué tipo de cine prefieren según el género cinematográfico y la nacionalidad de procedencia de los filmes?

Los usuarios buscan en este orden, el cine de acción, del espectáculo de la violencia, el de terror que les ponga los pelos de punta, artes marciales, cine de derroche de tecnología, ciencia ficción y erótico. Según la nacionalidad los norteamericanos, franceses, ingleses, asiáticos y cubanos con excepción del cine actual.

4. Describa con la mayor veracidad posible, las regularidades que caracterizan su labor dentro del mercado cinematográfico en el Municipio Santiago de Cuba.

Bueno a grandes rasgos te explicaré como es el proceso, los paquetes de productos audiovisuales que intermediarios transportan de la capital del país nos llegan todos los miércoles de cada semana, no dormimos (hablo en tercera persona del plural porque me refiero al resto de los que se dedican a este "trabajo"), de miércoles para jueves descargando la información en las máquinas, ya uno sabe lo que va a adquirir en los envíos por la demanda de los clientes, tu solicitas los productos más cotizados.

La red comercializadora tiene su hegemonía en Ciudad de la Habana, la que abastece a las demás provincias con productos de alta demanda. El cinematográfico compite en este contexto, con otros productos audiovisuales como las novelas mexicanas, brasileñas y colombianas, ávidamente consumidas de manera privada por grandes grupos y las series españolas, norteamericanas e inglesas que se alquilan o compran en mayor medida los fines de semanas.

Además, presto el servicio al momento que se traduce en "quemar el disco" o grabar al cliente el material solicitado en su presencia, la venta de información en las memorias flash ,cuyo precio oscila en dependencia de las capacidades de las mismas y la solicitud desde el domicilio y entrega en el mismo, entre otros servicios.

5. Considera que su actividad es una competencia para las instituciones culturales cinematográficas.

Pienso que sí, en Santiago las salas de cine están muy deterioradas y las propuestas no son nada sugerentes, además la promoción es insuficiente, se pueden hacer propuestas a partir de la programación que se concibe que atraigan al público como ciclos, video debates y retomar el trabajo de los cineclubes.

Gracias, Alain.

ENTREVISTA 2

Objetivo: Identificar las regularidades que caracterizan la comercialización del cine aprobada por el Estado Cubano en la ciudad de Santiago de Cuba y que propicia el consumo alternativo del producto audiovisual.

Entrevistado: Alejandro Rodríguez Fernández

Fecha: 20-9-012

Hora: 9.00 am

Lugar: Puesto de Venta. Enramadas, nro. 528 / San Agustín y Reloj.

1. Se identifica plenamente con la acción comercializadora que realiza. ¿Cuénta con los conocimientos necesarios para ofrecer al público las demandas que exige de usted con la calidad requerida?

Si me identifico pero te voy a hablar con sinceridad, de cine no se mucho, me gustan las películas, sobre todo las de acción y eso... pero conocimiento en sí de cine como las películas premiadas y eso, historia de actores y directores, no. No tengo tiempo, yo me dedico a otras cosas además como el comercio de ropas, y ya tú sabes la búsqueda.

2. Con qué frecuencia lo usuarios precisan de sus servicios?

Yo trabajo todos los días hasta los sábados, la agente pasa, mira, pregunta y si le cuadra la película la compra...Yo también vendo discos con música y otros videos grabados, como las novelas, casos cerrados, de entretenimiento. Ahora las personas buscan las telenovelas que están dando por la Televisión para adelantar el final, se desesperan por ver el final.

3. Qué tipo de cine prefieren según el género cinematográfico y la nacionalidad de procedencia de los filmes?

El cine de acción, de escenas fuertes y violentas, de terror sin diferencia de edades, a los más viejos les gusta también ese tipo de películas como a los jóvenes. El cine norteamericano es el más buscado. Quisiera que vieras los muchachitos que pasan por aquí buscando ese tipo de cine. Son hombres los que acuden generalmente y las mujeres compran las novelas con mayor frecuencia.

4. Describa con la mayor veracidad posible, las regularidades que caracterizan su labor dentro del mercado cinematográfico en el Municipio Santiago de Cuba.

Bueno yo pago para que me quemen las películas, un socio las descarga de los paquetes que llegan de la Habana semanal y las reproduce, como ves no tengo muchas, sólo las que sé viene buscando la gente.

5. Considera que su actividad es una competencia para las instituciones culturales cinematográficas.

De que me hablas, qué instituciones si Santiago no tiene cines.

Gracias, Alejandro.

ENTREVISTA 3

Objetivo: Identificar las regularidades que caracterizan la comercialización del cine aprobada por el Estado Cubano en la ciudad de Santiago de Cuba y que propicia el consumo alternativo del producto audiovisual.

Entrevistado: Miguel Benavides Oviedo (Callejón del Carmen),

Fecha: 18-5-012

Hora: 10.00 am

Lugar: Puesto de Venta. (Callejón del Carmen),

1. Se identifica plenamente con la acción comercializadora que realiza. ¿Cuénta con los conocimientos necesarios para ofrecer al público las demandas que exige de usted con la calidad requerida?

Si un poquito, me preocupo por investigar algo sobre lo que estoy comercializando, yo trato de ver las películas en casa para poder promocionarlas luego o hablarles a los interesados de uno u otro título.

2. Con qué frecuencia lo usuarios precisan de sus servicios?

Diario, pero ya no vienen mucho buscando las películas, vienen a esta calle más bien por la ropa y otros productos, la gente dice que no hay dinero, el poco que entra es para comida, pero siempre hay un interesado sobre todos los jóvenes.

3. Qué tipo de cine prefieren según el género cinematográfico y la nacionalidad de procedencia de los filmes?

El cine de acción, de terror, comedias, aventuras. Las personas que se ven más preparadas por su forma de hablar buscan el cine que trate de historia y las cubanas, las de estreno.

4. Describa con la mayor veracidad posible, las regularidades que caracterizan su labor dentro del mercado cinematográfico en el Municipio Santiago de Cuba.

Nada, todos los días estoy aquí, para atender mi negocio, vender las películas y otros materiales como novelas, series, y eso... semanalmente me consiguen los paquetes que traen de la habana, yo los copio y quemo los discos. Ahora se estila mucho la descarga en las memorias por 10 o 15 pesos pero hay que tener computadora para hacerlo. Lo que más busca la gente es cine de acción, no interesan los dramas, para eso los dramones que pone la TV los domingos, ¿verdad? Jajaja.

5. Considera que su actividad es una competencia para las instituciones culturales cinematográficas.

No yo creo que no, los cines tienen su programación que creo no se parece a lo que nosotros vendemos.

Gracias, Miguel

ANEXO 12

PROTOCOLO DE ENTREVISTAS INFORMALES A LOS ESPECTADORES

ENTREVISTA 1

Objetivo: Valorar la relación-cine espectador en la ciudad.

Entrevistado: Joven de 17 años. Estudiante de la Enseñanza Media.

Fecha: 27-10-12

Hora: 10 am

Lugar: Plaza Dolores.

-Has asistido al cine o sala de video alguna vez?

Muy pocas veces, realmente las programaciones que sugieren no son atractivas, yo vivo cerca de un videoclub juvenil y ni me entero lo que pasa allí, no tienen carteleras, solo veo muchos pioneros de primaria y de secundaria en las tardes, parecen que programan algo para ellos. Yo prefiero alquilar las películas, o llenar la memoria con el cine que me atrae

-Qué género cinematográfico y la nacionalidad de procedencia prefiere de los filmes?

El de acción, terror y algunas aventuras, me gustan los norteamericanos, no me gusta el cine cubano.

-Intercambias las películas con los jóvenes de tu edad?

Si, o las compro, para tenerlas y volverlas a ver cuando yo quiera, porque hay escenas de las películas que siempre me gusta volver a ver porque me han impactado, entonces las tengo a buenos precios., aunque no sean las copias originales.

-Cuentas en el hogar con medios tecnológicos por donde puedas apreciar el cine?

Si, los veo a través del DVD y las computadoras. Me gusta ver las películas en el cuarto sin que nadie me moleste, mi hermano menor a veces se cuela y no me deja concentrar porque pregunta constantemente qué está pasando. Mis padres las ven el TV, sobre todo la del sábado a las 10.00 pm.

-Crees como joven que se está perdiendo el hábito de ir al cine?

Bueno, no conozco mucho de eso porque crecí sin apenas asistir al cine, los jóvenes en sentido general no compartimos esa experiencia porque las películas que ponen no nos atraen. Dicen mis padres, que tienen más o menos su edad, que no conocemos lo que es enamorarse dentro de la gran sala, donde prácticamente los jóvenes antes se daban el primer beso.

Gracias joven.

ENTREVISTA 2

Objetivo: Valorar la relación-cine espectador en la ciudad.

Entrevistado: Adulto de 57 años, trabajador.

Fecha: 30-10-12

Hora: 10 am

Lugar: Garzón. Entrada del cine Capitolio.

-Ha asistido al cine o sala de video alguna vez?

Si como no, antes iba semanalmente en busca de todos los estrenos, al cine Cuba y Oriente, con buenas películas, aprovechaba y llevaba las novias del momento para romancear, ya todo eso se perdió, el gusto por el cine. Se hacían largas colas pero valía la pena hacerlas con fajasones que tenía que venir la policía a organizarlas. Hoy no asisto, no tengo tiempo por el trabajo y además no se que ha pasado con la cantidad de cines que había en los barrios. Usted me pudiera decir qué ha pasado.

-Qué género cinematográfico y la nacionalidad de procedencia prefiere de los filmes?

Bueno las películas cubanas de antes, las comedias, y me gustan algunas norteamericanas, las del momento, muy buena por los adelantos en la tecnología que se ven en ellas, los efectos yo comparto esas con mis hijos jóvenes en la casa, disfrutamos el espectáculo, lo que ahora en la sala de hogar, como cambian los tiempos compañera, pero bueno es para bien, es el desarrollo.

-Cuentas en el hogar con medios tecnológicos por donde puedas apreciar el cine?

Si, lo veo a través del DVD y la Televisión, no tenemos computadora, figúrese son muy caras. A veces se forman discusiones porque a la hora de la novela mis hijos quieren poner una película o serie en el DVD y mi mujer se altera porque dice que el tipo de cine que hacen hoy no le interesa, ella vive soñando con las películas de antes, pero a veces se queda lela mirando una buena película de acción. ¿Qué le parece? Los jóvenes nos imponen poco a poco sus gustos.

-Cree que los cines deben ceder su protagonismo a las nuevas tecnologías de la información en el hábito de apreciar el cine.

Bueno, le voy a decir algo que casi todos mis contemporáneos comparten cuando se habla del tema, no es lo mismo ver una película en la casa que en la sala de cine, se percibe una emoción diferente, cuando aparece la luz en esa enorme pantalla, ojalá se pudieran recuperar los cines y volver a lo que eran antes. Si eso ocurre yo voy con gusto aunque me queden lejos, pero es una opción más para salir de casa.

Gracias.

ENTREVISTA 3

Objetivo: Valorar la relación-cine espectador en la ciudad.

Entrevistado: Adulta mayor de 68 años, jubilada

Fecha: 30-10-12

Hora: 10 am

Lugar: Garzón. Entrada del cine Capitolio.

-Ha asistido al cine o sala de video alguna vez?

Hay mi niña ya de esas lindas salas ni me acuerdo, ya perdí la cuenta del tiempo que hace que no voy, no ponen nada bueno y cuando lo hacen son películas de allá afuera ya el cine cubano no se ve, las comedias como yo disfrutaba a lo artistas cómicos. Ahora se hacen otras actividades en los cines musicales y eso, según tengo entendido, pero si ponen una buena película allí estaré.

-Qué género cinematográfico le agrada?

Bueno las películas cubanas de antes, las comedias, las de ahora nadie las entiende, y las que a veces comparto con mis nietos que ven cine a toda hora por el DVD, de patadas y piñazos. Esos muchachos vienen siempre con un grupo que ponen el tv alto se ponen a conversar y lo que menos están es interpretando la película, a veces mi hija y yo queremos servir la comida o estar tranquilos en casa pero que va , permanece llena y luego se ponen a oír música alta, no hay tranquilidad mi amor.

-Cree que los cines deben ceder su protagonismo a las nuevas tecnologías de la información en el hábito de apreciar el cine, digo las computadoras, el DVD, la Televisión y otros?

Que va, los que tienen que ver con eso, deben rescatarlos, yo volvería con gusto aunque tenga que trasladarme con dificultad, te lo aseguro.

Gracias, señora.

ANEXO 13

PROTOCOLO DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE.

Objetivos:

- Valorar el comportamiento de asistencia de los diferentes grupos poblacionales a las salas de cine y video tradicionales para apreciar la programación concebida por el Centro Provincial de Cine.
- Conocer cómo se manifiesta la dinámica de comercialización del producto cultural cinematográfico en la ciudad de Santiago de Cuba y la relación público-comerciante.
- Evaluar cómo la transformación en las nuevas tecnologías de la información han reorganizado el consumo de cine hacia el ámbito doméstico, provocando rupturas en las normas institucionales preestablecidas.

Áreas observadas: Cine Rialto, Videoclubes Juveniles, Hogares, Espacios de comercialización del cine, espacios de socialización de la actividad cinematográfica, entre otros.

Frecuencia: Semanal, quincenal y mensual.

Período de observación: 6 meses (Mayo 2012- Octubre 2012, se incluyeron dos acciones del primer cuatrimestre del año 2013).

Cantidad de observaciones científicas realizadas: 60

- 24**, en las diferentes locaciones y acciones de exhibición cinematográficas realizadas por el Centro Provincial de Cine: Muestra contra la Homofobia, por la Diversidad Sexual, Muestra de Cine Francés, Festival de Documentales “Santiago Álvarez in Memoriam”, Estrenos de Cine Cubano, Desarrollo de Video debates de diferentes temáticas, Programación por el verano, por el Día de la Cultura Nacional, Programación de cine de diferentes nacionalidades, donde predomina el norteamericano, Ciclos, Programación de la Cinemateca de Cuba, entre otras (Cine Rialto y Salas de video).
- 18**, en espacios donde se comercializa el cine (Calle Enramadas, Callejón del Carmen, 18 Plantas de Garzón, San Basilio y Barnada (domicilio), Aguilera y San Agustín (domicilio), Área del Supermercado del Micro 1 B , Distrito Abel Santamaría, entre otros.
- 6**, en las Noches Culturales Santiagueras (pantallas móviles).
- 12**, en los hogares donde se socializa la práctica de consumo alternativo de cine en un ambiente intimista. Domicilio de la familia González-Tejeda (Heredia y Clarín), domicilio de la Familia Noa-Rodríguez (Paraíso. Plaza de Marte), domicilio de la familia Borjas-Martín, (Enramadas y San Agustín), domicilio familia Ortiz-Concepción, domicilio familia Doménico-Almenares. Alta Vista (Abel Santamaría),

Familia Montoya- Martínez (Flores), familia Milanés-Ortiz (Veguita de Galo),

Aspectos a observar:

- Usos del cine en la cotidianidad por los diferentes grupos etáreos.
- Asistencia a salas de cine tradicionales.
- Comercialización autorizada de la obra audiovisual.
- Apropiación del cine en espacios alternativos y a través de diferentes vías y modos.
- Formas de participación, de todos los grupos poblacionales, en los distintos espacios de socialización del cine.
- Comportamientos sociales en esta práctica cultural en la ciudad e Santiago de Cuba.

De varias observaciones realizadas, se seleccionaron las siguientes:

-Observación nro.1

Lugar: Cine Rialto, **Hora:** 8pm **Día:** 12-10-012.

Lo observado: Asistentes a la Muestra Especial de Cine Cubano en el marco de la Jornada por el Día de la Cultura Nacional. Esta, se organiza con frecuencia anual y se tienen en cuenta los estrenos de cine cubano del momento y filmes retrospectivos. En esta oportunidad se visionaron las películas cubanas "Vinci", y "Juan de los Muertos", dentro de los estrenos. El total de los usuarios que acudieron al cine en los dos horarios fue de 18 personas, 2 del grupo de (16-25 años), 4 de (36-45años) y 12 del grupo comprendido entre (56-65años).

Varias personas, se acercaban a la cartelera interesados en la información...Compañero ¿qué tal está el filme?, le dice una muchacha, de más o menos 18 años, a un cliente saliente del local, de unos 32 años.... ¡eso está en candela mima!... no entendí nada, no gastes tu dinero en eso. Se refería a la película cubana "Juan de los Muertos" del director Alejandro Brugués.

Se observó además, como del grupo reducido de personas que acudieron a la tanda de las 8.00pm, la mayoría salió del cine antes de que terminara la película, y dos adultos mayores en forma descompuesta pidieron la devolución del dinero a la taquillera. El público no se identificó con los códigos de comunicación expuestos por el director del filme, aspecto que se ha generalizado en la mayoría de la población que acude a los cines, relacionados con las últimas producciones cubanas.

Cuando terminó la tanda, los asistentes que quedaron, fueron los de 36 a 45 años, entre ellos profesores y estudiantes de la Universidad de Oriente.

-Observación nro. 2

Lugar: Cine Rialto, **Hora:** 4.00-6.00 -800pm, **Día:** del 7-11 de marzo 013

Lo observado: El comportamiento de asistentes al Festival Internacional de Documentales "Santiago Álvarez in Memoriam" en su XIII Edición. A este evento, el público que asiste en porcentos mayoritarios, es el coordinado por la administración del cine con las escuelas internas para apreciar los documentales en competencia y en muestras especiales. En este sentido, los estudiantes repletan la sala, sin que el documental sea el género preferido por ellos. El metraje y las temáticas tratadas por los mismos no despiertan el interés de la mayoría, con sus excepciones...Oiga profe, éste material tarda mucho?, se escucha..., déjeme salir un momento al baño, vengo ahora. Así se observa, como la mayoría, sale y entra constantemente, importunando al público adulto (el menor), que si le interesa el producto que recepciona.

-Observación nro. 3

Lugar: Cine Rialto, **Hora:** 5.00pm **Día:** 19-5-013

Lo observado: La asistencia a la Premier del 16 Festival Internacional de Cine Francés con la presencia de la multipremiada actriz Sandrine Bonnaire. A cine lleno, comenzó la muestra que se desarrolla en la ciudad con frecuencia anual en coordinación con la Alianza Francesa en Santiago de Cuba. Los jóvenes entre 16 y 25 años, estudiantes del idioma francés, universitarios, profesores, cine-clubistas, realizadores, entre otros, incluyendo las personalidades de la cultura en la ciudad, mantienen su asistencia frecuente durante la permanencia de la muestra que se extiende según la autorización de la Embajada de Francia en la isla, sin que la misma se pueda exhibir en el resto de los Municipios de la Provincia. Se observaron, 225 asistentes aproximadamente, de ambos sexos.

-Observación nro. 4

Lugar: Cine Rialto, **Hora:** 8.00 pm **Día:** 20-9-012

Lo observado: El modo se asimilar el cine norteamericano exhibido en la sala. En esta oportunidad, se valoró, como grupos poblacionales de diversas edades acudieron al cine, a consumir una película con

exceso de escenas violentas y espectaculares como es el caso del paradójico título: “Un ciudadano ejemplar”, donde el tema del homicidio y la venganza atraen la atención del espectador, absorto en las escenas de trucaje y efectos especiales.

Motiva, como personas que exceden los 50 años, comparten los gustos y patrones impuestos por la industria hollywoodense a la par de los más jóvenes.

-Observación nro. 5

Lugar: Videoclub “30 de Noviembre”, **Hora:** 2: 00 pm a 3:30 pm **Día:** 20-7-012

Lo observado: El desarrollo de video-debate de temática histórica en coordinación con las enseñanzas primarias y secundarias del entorno que ilustran la teoría presentada en clases por profesores y especialistas. En esta oportunidad se valora el filme “Ciudad en Rojo” de la realizadora cubana Rebeca Chávez en homenaje al Asalto al Cuartel Moncada. Participantes: 68 estudiantes, entre 12-14 años.

Estos, se realizan por iniciativa del Departamento de Programas y Proyectos del Centro Provincial de Cine, con frecuencia semanal en todos los videoclubes juveniles, con ciclos de cine cubano de ficción, documentales y otros, que son apreciados por niños y adolescentes en coordinación con los centros educacionales más cercanos a las instituciones cinematográficas. Los mismos, contribuyen a que los estudiantes profundicen en el conocimiento de la Historia de Cuba, teniendo en cuenta la desmotivación existente en el estudio de la misma, por lo que la programación se confecciona en base a efemérides y fechas históricas.

La experiencia muy positiva desde una perspectiva, demuestra además que si no se coordina con los centros educacionales, los adolescentes no asisten por voluntad propia a valorar la programación cinematográfica de temática histórica.

-Observación nro. 6

Lugar: Videoclub “Micro 1B” **Hora:** 8.00 pm **Día:** 18-5-012

Lo observado: El comportamiento de asistencia al Videoclub en el cumplimiento de la programación habitual. Cine noruego. 4 personas del sexo masculino, cuyas edades oscilan entre los 56-65 años, las mismas personas frecuentan las salas casi a diario, pues no cuentan con el DVD en sus hogares y se sienten identificados con la institución cultural.

-Observación nro. 7

Lugar: Puesto de cuentapropista. San Basilio y Barnada. **Hora:** 2,00 pm **Día:** 2-7-012.

Lo observado: La relación cliente-comercializador desde la dinámica del cuentapropismo autorizado por el estado cubano .A este domicilio donde presta su servicio el joven Alain de la Vega, llaman a la puerta dos jóvenes, uno moreno de mediana estatura, de unos 26 años que pregunta por las películas de acción:

Joven 1. “Buenas socio, estoy buscando algunas pelis de acción, de las últimas, tú sabes, con escenas que me dejen loco, que me saquen de la monotonía ésta. Sí, de alta tecnología.

Cuentapropista: Buenas compañero, pase para que revise el catálogo de películas, ahí se encuentran las de acción y otros géneros cinematográficos, escoja la de su preferencia y me dice para “quemarla” al momento. Ayer miércoles, descargamos un paquete de materiales traídos de la capital, con las últimas películas en este género que están circulando por la red informal.

J1: Oiga, sabe, los otros vendedores no explican como usted el tema del cine, ni las mejores películas, que bueno, se ve que usted sabe, conoce de cine.

C: Bueno se hace lo que se puede.

Joven 2: El otro joven que al parecer venía junto al anterior, es universitario, de 24 años, alto, con entradas y espejuelos que lo caracterizan como un estudioso empedernido, amante de la historia y el cine épico. En efecto, se pronuncia en la compra de películas de estas características y cubanas sobre todo....Aspiro a tener mi colección para volver a verlas cuando quiera y repetir algunas escenas que me han impactado...cuando estime conveniente.

Los jóvenes se van complacidos, y completan la capacidad de los discos con videoclips y otros audiovisuales de interés. Compran cada película al precio de 25 pesos en moneda nacional.

Casi al momento de su retirada, llegan madre e hija, cual de las dos más bulliciosas... oiga joven con permiso, dice la más adulta- ¿por casualidad usted tiene telenovelas colombianas?, de esas que tratan el tema del narco, o de pasiones arrebatadoras....La hija sonríe al escuchar a su madre. Bueno señora, dice Alain, si me dice los títulos pudiera ayudarla, pero bueno tengo varias, revise, tal vez seleccione alguna o varias, como guste.

La señora con tono de comicidad le dice...Hay mi hijito, tu sabes lo que pasa, es que no soporto las telenovelas que dan por la televisión, ni las brasileñas y menos las cubanas que han perdido tanta calidad.... Las películas me atraen poco, no tengo paciencia para ver un filme tan largo, a mi hija sí, esa que ves ahí, que parece tiene 15 años, tiene 25 y es enferma a las comedias y aventuras, busca por ahí, buenas películas para irnos complacidas. ¡Pepillo!

-Observación nro. 8

Lugar: Hogar de la familia González –Tejeda. Heredia / Clarín y Barnada. **Hora:** 11 am-12.30 pm.

Día: 25 -9-12

Lo observado: Un joven santiaguero de 17 años, acude al hogar a la hora del almuerzo, acompañado de cierto amigo de la misma edad, ambos penetran en la habitación del primero para disfrutar de un filme de acción, a través de la computadora, sin previa consulta a los adultos. Esta actitud provoca rupturas en las relaciones intrafamiliares que redundan en la siguiente descripción: La banda sonora ensordecedora de la película deja escuchar al resto de la familia, los impetuosos golpes de una escena de acción y el diálogo hiriente de voces estridentes, en medio del almuerzo a medio servir y la siesta del más pequeño de la familia, imposible de conciliar el sueño. Se socializa una película con la imposición de los jóvenes, violentando el espacio, el horario, e ignorando los intereses reales de los demás miembros de la familia.

-Observación nro. 9

Lugar: Comunidad Alta Vista. Hogar de la familia Doménico- Almenares. **Hora:** 3.00 pm **Día:** 23-10-12.

Lo observado: Se permite a un menor de 5 años, apreciar una película de terror, muy violenta, no apta para su edad en la estrecha sala del hogar, en un horario inapropiado, junto a los padres y hermanos mayores y por demás, escucha el debate respecto al tema. La situación favorece que los referentes simbólicos del filme sean transportados por el pequeño, primero a su subconsciente, luego a otros espacios mediadores como la institución-escuela, al espacio- parque, donde interactúa en juegos con niños de su edad y lo más probable, la reapropiación de determinados patrones conductuales del filme, nocivos a su inocencia y que traspola al resto de los infantes. Así, se violentan los preceptos preestablecidos institucionalmente. (Salas de Cine-Familia-Escuela).

Las observaciones fueron ubicadas no por la fecha de realización, sino por los objetivos propuestos.

ANEXO 14

Transcripción de un panel de debate desarrollado en las inmediaciones del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), en La Habana; que contó con la participación de Benigno Iglesias, vicepresidente del ICAIC y responsable de la programación cinematográfica; Cecilia Linares, investigadora del Instituto Cubano de Investigaciones Culturales Juan Marinello; Mario Masvidal, profesor de la Facultad de Medios Audiovisuales del Instituto Superior de Arte; Irina Pacheco, investigadora del Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (CIS-ICRT); y Rafael Hernández, politólogo y director de la Revista Temas.

Tomado de la Revista Electrónica **CUBAHORA**, publicado el 18-8-012., Sección “Controversia” de la Revista Temas, en torno al consumo audiovisual que se genera en Cuba por diversos canales, formales o no formales.

El medio audiovisual ofrece información y diversión inmediata y, en este sentido, la televisión y el cine representan la fórmula perfecta para acercar todo tipo de contenidos a un público enormemente amplio y generalista. Sin embargo, en los últimos tiempos, el desarrollo de Internet y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están transformando completamente la industria audiovisual.

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. (...)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. (...)

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. (...)

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.

(...) 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 horrorosos 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.

ANEXO.15

FOTOS DE CUENTAPROPISTAS Y PÚBLICO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CINE. CALLEJÓN DEL CARMEN. CENTRO DE LA CIUDAD.







ANEXO 16

SOPORTES AUDIOVISUALES.



Los soportes relacionados con el consumo audiovisual son cada día más diversos.