



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

DEL CUBO MÁGICO A LA PANTALLA CHICA. LA DIFUSIÓN DE LAS ARTES
VISUALES CONTEMPORÁNEAS EN LA TELEVISIÓN CUBANA

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

PRESENTA:

DAYANA BARRERA RODRÍGUEZ

TUTOR:

DRA. FLORENCE TOUSSAINT ALCARAZ

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES. UNAM

CIUDAD UNVERSITARIA, CD.MX. (ENERO, 2018)



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mi madre, mi padre, mi hermano y mi abuelo Illo,
para ellos mi devoción, mi amor y mi agradecimiento
infinito.*

*A Wanja Nilsen, mi hermana del alma, gracias por
estar en mi vida..*

A mi México querido, que aún me tiene cautiva

A la UNAM, orgullosamente UNAM

Agradecimientos

Quiero extender mi gratitud especialmente a la Dra. Florence Toussaint Alcaráz, mi asesora de tesis y mi guía en este transcurrir, excelente profesora, y un gran ser humano.

A mis lectores por sus oportunos comentarios: Dra. Norma Pareja Sánchez, Mtra. Hermelinda Osorio, Dra. Luz María Garay Cruz, Mtro. Carlos García Méndez.

Al Lic. Fabio Fernández Kessel, Director de Contenidos y Programación de la Televisión Cubana, quien vio fraguarse desde el inicio este proyecto de investigación, invaluable profesional de los medios en Cuba.

A la Televisión Cubana, con sus viejos y laberínticos pasillos, quien me formó en este camino de los medios de comunicación.

A mis entrevistados, también compañeros de trabajo por mucho tiempo: Teresita Gómez, Magda Martínez, Hamlet Fernández, Juder Laffita, Maylín Alonso.

Estoy en deuda con mis amigos en la Ciudad de México: Reynier y Alicia, Julio Rivero, Yudaimys, Carla, Bogart, los dos Víctor (colombiano y chileno). No hubiera sido posible sin ellos y sin el apoyo de mi familia y amigos en Cuba y en todo el mundo. Va dedicado a todos ustedes donde sea que se encuentren.

A la Coordinación del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de México. Un agradecimiento especial a la Lic. Yeimi Ramos y Lic. Gabriela Medina, por la paciencia y constante guía administrativa.

Resumen

Este estudio parte de la reflexión acerca del cambio en los modos de producción, distribución y recepción de la experiencia artística contemporánea, y del papel de aquellos medios o dispositivos de distribución y exposición pública de las prácticas artísticas actuales, dígase mediadores o intermediarios, instituciones que enfocan la experiencia pública del arte contemporáneo. Esta investigación se centró en el caso específico de la difusión de las artes visuales contemporáneas en medios masivos como la televisión, concretamente en la Televisión Cubana. La perspectiva teórica adoptada constituyó la Sociología de la Producción de Mensajes, la cual permitió analizar la difusión de los contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas, a partir del proceso de producción de programas en la Televisión Cubana que abordan estos contenidos. De modo que esta tesis abundó en la manera en que intervienen las exigencias propias del proceso de producción de programas de esta televisora, en la forma y definición del contenido de los mensajes y por tanto en la concepción acerca de las artes visuales contemporáneas. Todo lo cual pudo responder a la discusión de cuál es la importancia que se confiere a la difusión de la producción artística en Cuba, desde las políticas de comunicación y los procesos de producción televisiva.

Palabras clave: difusión de las artes, artes visuales contemporáneas, televisión, proceso de producción televisivo.

Tabla de Contenidos

Introducción.....	7
Capítulo 1. Las artes visuales contemporáneas y su difusión.....	16
1.1 La concepción de las artes visuales contemporáneas	16
1.1.1 De las “bellas artes” a las artes visuales.....	18
1.1.2 “Sin título” Fecha y Técnica: Contemporáneo.....	23
1.2 Itinerarios errantes, la circulación y difusión del arte. Los intermediarios o mediadores	35
Capítulo 2. Tras bambalinas de la producción mediática, una mirada desde la Sociología de la Producción de Mensajes	46
2.1 La difusión desde la lógica de la televisión como industria de la cultura	49
2.2 Un zoom a la producción del mensaje. Influencias en el contenido mediático.....	53
2.2.1 Valores noticias o criterios de importancia	64
2.2.1.1 Criterios sustantivos: Importancia e interés de la noticia.....	66
2.2.1.2 Criterios relativos al producto	68
2.2.1.3 Criterios relativos al medio.....	70
2.2.2 Las rutinas productivas.....	73
2.2.2.1 Fases de recopilación y selección.....	75
2.2.2.2 Fases de procesamiento y presentación	78
Capítulo Contextual 3. Concepción y políticas de difusión en la Televisión Cubana....	79
3.1 La Televisión Cubana dentro del marco del Instituto Cubano de Radio y Televisión y las políticas comunicativas	79

3.2. La Televisión Cubana y su estructura institucional	84
3.3 ¿Una industria diferente? El proceso de producción en la Televisión Cubana....	89
3.3.1 El papel o función del asesor, una modalidad cubana de “gatekeeper”	97
3.3.2 El Director y el guionista, el trabajo creativo.....	98
Capítulo 4. “Realidad sensible a domicilio”. La difusión de las artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana	100
4.1 Diseño metodológico: el punto de partida necesario	100
4.2 La noción de artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana	111
4.3 La difusión del arte y la cultura en la Televisión Cubana	116
4.4 Entre lo operativo y lo ideal. Criterios de importancia para la difusión de las artes visuales en la Televisión Cubana.....	128
4.4.1 Criterios sustantivos: Importancia e interés del tema	128
4.4.2 Entre las fuentes y los criterios profesionales	151
4.4.3 Criterios relativos al producto	158
4.4.4 Criterios relativos al medio	166
Conclusiones.....	176
Referencias Bibliográficas.....	181
Anexo 1. Ejemplos de algunas de las manifestaciones de las artes visuales contemporáneas	192
Anexo 2. Guía temática para entrevistas	198
Anexo. 3 Ejemplo de Ficha de Contenido. Televisión Cubana.....	202

Introducción

Las consideraciones sobre el arte en la era a la que los periódicos llaman técnica (...) no son la adecuación del arte al desarrollo técnico, sino la transformación de formas constitutivas de experiencia que se plasman en las obras de arte. (Adorno, 1970)

El campo de las artes plásticas y con ello el paradigma artístico de las bellas artes en la segunda mitad del siglo XX, sufre una serie de cambios a partir de la irrupción de nuevas formas de producción estética, donde cobran otros sentidos las preocupaciones filosóficas, ontológicas, acerca de la pregunta ¿qué es el arte?.

Los conceptos como autonomía estética, la idea de artista, las definiciones de arte y la noción de públicos se encuentran en constante cuestionamiento. Lo contemporáneo no es sólo una cualidad del hecho artístico, sino también de sus procesos de circulación y socialización. Todo lo cual implica nuevos planteamientos en la manera de pensar la praxis artística en su totalidad. El cambio en los modos de producción, distribución y recepción de la experiencia artística contemporánea, conlleva una reflexión acerca de aquellos medios o dispositivos de distribución y exposición pública de las prácticas artísticas actuales.

La multiplicación de canales mediáticos, la proliferación de redes y sistemas de difusión y emisión, y sobre todo la convergencia de las tecnologías aumenta las

posibilidades de distribución de las formas y prácticas artísticas. En este contexto, ¿qué instituciones o intermediarios enfocan la experiencia pública del arte contemporáneo?, ¿qué papel juegan los medios que se encargan de la difusión de estas expresiones artísticas?, ¿cómo pueden contribuir a los procesos de comprensión y asimilación de los nuevos códigos de las artes visuales?

Dentro del proceso de circulación, las instituciones, mediadores en el arte, canalizan el reconocimiento social de los artistas y del arte en general, a los cuales se reconoce un papel de “guías culturales” o de *taste-markers*. Quienes responden a intereses institucionales y a un orden político e ideológico dominante, las cuales están en condiciones de imponer sus normas culturales, y cierta legitimidad cultural (Bourdieu, 1967).

Por esta cuestión resulta necesario reflexionar acerca de las repercusiones del arte contemporáneo para la problemática de la circulación y la recepción. Repensar y reflexionar sobre el acto de mediación. Ya que en el marco más amplio de las políticas culturales, comunicativas, educativas, se requiere de un acercamiento a la apreciación y la educación artística no sólo como formación pasiva y contemplativa, sino hacia la apertura de otros sistemas de significación.

De modo que, es interés para esta investigación comprender de qué modo se estructuran los discursos comunicativos que envuelven a las artes visuales contemporáneas, fuera del universo signifiante de la institución “arte” (galerías, museos, exposiciones), dígase la variante de su difusión, concretamente la televisiva. Y con ello, a qué lógica de comprensión de los fenómenos artísticos actuales responde la producción de programas relacionados con las artes visuales contemporáneas, en el caso específico de la televisión en Cuba.

En atención a ello, la categoría de intermediarios o mediadores en el arte, se tomará en cuenta desde la corriente de la sociología del arte. Como principales fuentes teóricas a Pierre Bourdieu, y Nestor García Canclini con su libro *La producción simbólica. Teoría y método en la sociología del arte*. Estos autores resaltan la función de aquellos agentes que otorgan valor social a la obra, como parte de la relación que se establece entre el artista, la obra de arte y la sociedad. Los cuales funcionan no sólo como vehículo para su socialización, sino como filtro de la relación que se establece entre el emisor y receptor. Si es que aún es posible hablar de estos polos ampliamente desdibujados.

Por otro lado, se tendrá en cuenta a la televisión como medio de comunicación masiva, que implica apreciarla desde su naturaleza creativa e industrial. Este abordaje se centra en el proceso de producción de mensajes televisivos, donde como en toda industria cultural median factores, significados e ideas (las rutinas de producción, habilidades técnicas, ideologías profesionales, conocimiento institucional, definiciones y prejuicios, ideas preconcebidas sobre las audiencias, etc.) que guían los pasos hacia la materialización de la idea en un punto culminante.

El enfoque de esta investigación, por tanto, se centrará en el proceso de producción televisiva. Las lógicas productivas dan cuenta de la forma en que se concibe la difusión. El contexto institucional, las condiciones y códigos circunscriben el proceso de producción de programas, y permiten entender las lógicas y el modelo de difusión con el que se opera. La televisión no resulta un mero aparato de prolongación tecnológica o de reproducción, sino que implica importantes rupturas al introducir un nuevo lenguaje y una cadena de procesos que integran el trabajo creativo y técnico.

La pregunta central que se plantea esta investigación consiste en ¿cómo se difunden los contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas, a partir del

proceso de producción de programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana (TVC)? De la cual se desprenden otras acerca de cuáles son precisamente las características que definen a las artes visuales contemporáneas, y qué se entiende por éstas en la Televisión Cubana.

A partir de ello, esta tesis se cuestiona de qué manera intervienen las exigencias propias del proceso de producción de programas de la Televisión Cubana, en la forma y definición del contenido de los mensajes y por tanto en la concepción acerca de las artes visuales contemporáneas. Todo lo cual puede responder a la discusión de ¿cuál es la importancia que se confiere a la difusión de la producción artística en Cuba, desde las políticas de comunicación y los procesos de producción televisiva?

Ya que la interrogante planteada, acerca de la manera en que intervienen las exigencias propias del proceso de producción de programas de la Televisión Cubana, en la forma y definición del contenido de los mensajes, y por tanto en la concepción acerca de las artes visuales contemporáneas, se adoptará la perspectiva teórica de la Sociología de la Producción de Mensajes.

La Sociología de la Producción de Mensajes es un enfoque teórico especializado en estudiar las condicionantes micro y macro que se presentan en el proceso de producción, ya sea de índole noticiosa o no, y que determinan que ciertos contenidos se difundan. A partir de esta perspectiva teórica se puede estudiar, acorde con los objetivos de esta indagación, las condicionantes que inciden en la propia producción del mensaje en la Televisión Cubana; que van desde el orden individual hasta las rutinas de trabajo, las políticas organizacionales, intereses económicos y políticos. Aquellos factores internos y externos a esta organización mediática.

El peso y la centralidad hacia el quehacer informativo y a los productores de noticia, eclipsa el foco de estos supuestos hacia el proceso de producción de otros mensajes comunicacionales. A pesar de ello las variables que atañen a la propuesta conceptual y metodológica del Newsmaking o de la Sociología de la Producción de Noticias proporcionan un marco de referencia para ordenar el conocimiento y los datos empíricos en el análisis que se pretende seguir.

Ahora bien, para dar respuesta a las interrogantes planteadas como eje vertebral del estudio, en primer lugar resulta pertinente identificar las características de las artes visuales contemporáneas. Ello implica acercarse a sus principales manifestaciones prácticas, aquellos lenguajes estructurales y discursivos más denotativos del artefacto-arte en la contemporaneidad.

De ello se dará cuenta en el Capítulo 1. Las artes visuales y su difusión, el cual realiza un recorrido por algunas definiciones en torno a la obra de arte, ya que muchos de los acercamientos teóricos al arte contemporáneo se basan en la profunda escisión que marcó con respecto a todo el arte anterior. A continuación de ello, se precisan algunos de los rasgos que provocaron este quiebre con respecto al paradigma estético de la tradición, la dimensión estructural del artefacto arte, o sea, sus principales características formales, que posibilitarán definir la categoría teórica a fin.

Desde la perspectiva de los estudios de la historia y la teoría del arte que más se acercan al concepto de artes visuales contemporáneas que acá interesa, se retomará a Arthur Danto y su propuesta del “ final del arte”, para quien esta categoría va más allá de la acepción literal de arte producido por nuestros contemporáneos (Danto, 2001). Por otra parte, la propuesta teórica y metodológica de Anna María Guasch en su libro *El arte último del siglo XX* (2003), es de gran aporte al intento de historiar y sintetizar las

directivas del arte contemporáneo, por lo que resulta el punto de partida de las definiciones que adoptará el presente trabajo.

Esta investigación se adentrará en la definición o concepto de artes visuales contemporáneas, que, como productora de contenidos, de lógicas editoriales y estrategias de comunicación, maneja la Televisión Cubana. Ello posibilitará una aproximación acerca de cómo se piensa el arte de forma general, desde el propio corazón o motor de la maquinaria mediática, sus procesos de producción de mensajes. Ya que a tono con Zallo (1987) los mensajes nacen de un acto de creación simbólica, presuponen la presencia de un proyecto estético y comunicativo, es decir, de concepciones prefijadas que se plasman en servicios culturales y comunicativos, y que responden a la reconfiguración social, política, económica de cada contexto.

En esta dirección, el objetivo se enfoca en analizar las diversas condicionantes dentro del proceso de producción de programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana, que, como procesos estandarizados de producción mediática, se realizan de forma industrial, en el seno de una institución reconocida socialmente. Y por ende, resultan de suma importancia en la comprensión de la forma en que desde el medio, se piensa la cultura, las prácticas de significado simbólico como el arte.

El amplio bagaje que aportan los distintos autores y enfoques a la hora de asumir el proceso de producción de mensajes, deviene un terreno fértil desde donde posicionarse. El Capítulo Teórico 2 realiza un recorrido sobre esta área de investigación compleja y lo suficientemente amplia, en la que una gran cantidad de estudios se plantean los problemas de las influencias sobre los contenidos mediáticos.

En este capítulo se explicarán teóricamente algunas de los principales fundamentos de este campo de estudio. Se hará referencia a las diversas influencias en

el contenido mediático, para derivar en el modelo jerárquico de influencias en el contenido de Shoemaker y Reese, (1994). A los efectos de esta tesis, este esquema posibilita delimitar el análisis en el nivel de factores de procedimientos de los medios y de la organización. Por otra parte, se retoma el concepto de los valores noticia o criterios de importancia, quienes vienen a esclarecer la disyuntiva de qué hechos son susceptibles de convertirse en noticia, o qué constituye una materia prima para los contenidos mediáticos.

Muchos autores se han acercado a describir y traer a la palestra estos rituales, que, aparentemente, ocurren a la sombra y tras bambalinas de la maquinaria mediática. Las coincidencias en delimitar las rutinas productivas, hacen posible resumir estas actividades que distinguen a las organizaciones, en las tres fases a analizar por esta investigación: la selección, el procesamiento y la presentación. Este zoom a los procedimientos internos de la organización, permitirá explicar los artilugios de la cultura mediática, enmarcada en el contexto e institución específica, la Televisión Cubana.

En este sentido, las lógicas de producción en dicha televisora se necesitan enfocar en relación con sus políticas comunicativas, especificadas en conceptos formales para la actuación y en ejes de trabajo. En el Capítulo Contextual 3 se abordará a la Televisión Cubana y su estructura institucional, dentro del contexto general del Instituto Cubano de Radio y Televisión y de las políticas comunicativas.

Ello hace pertinente, además, describir el proceso de producción de programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana, a fin de visualizar las particularidades que animan su actuación mediática en el horizonte de la sociedad cubana. Se hará referencia a los pasos del proceso de producción de programas de la Televisión Cubana, en relación con las rutinas productivas descritas en el Capítulo Teórico 2.2.2.

El estudio se situará en los procesos de producción de los programas que se dedican enteramente a la difusión de las artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana. Principalmente, se basará en métodos de recolección de datos no estandarizados, de modo que los resultados de la investigación no serán la consecuencia directa de la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, sino de un análisis mucho más interpretativo del proceso en su conjunto. A razón de obtener perspectivas y puntos de vista de los sujetos involucrados, se dará voz a los actores que participan en estos equipos de producción, de manera que podrán explicar claramente las situaciones y los atributos del fenómeno que se investiga.

En el Apartado Metodológico se describe el modelo teórico-metodológico que se desprende del marco teórico, con la síntesis de los postulados más convenientes, y los respectivos instrumentos, con las concepciones integradas de ambos apartados. Se presentan finalmente, los Resultados de esta investigación en el Capítulo 4. “Realidad Sensible a domicilio”. La difusión de las artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana.

Los hallazgos de esta investigación abundan en cómo se resemantizan los significados de la obra de arte en su circulación social debido a la contribución de “intermediarios”, en este caso, en su difusión televisiva. El carácter elitista del arte, la prioridad de la historia, la teoría y la sociología del arte hacia la producción de las obras, en detrimento de la distribución, circulación y recepción, vuelve necesaria la mirada a esos otros componentes del proceso estético. Los enfoques metodológicos de la historia del arte que van desde el estructuralismo, la semiótica, la historia social del arte, si bien han tratado de desplazar el enfoque humanista, de la crítica y la interpretación subjetiva, no han logrado prestar la suficiente atención al fenómeno de la socialización, la circulación y difusión del arte.

Desde el punto de vista de los estudios comunicológicos, la actividad teórica referida a la producción televisiva es vasta tanto en Cuba, en México, como en Latinoamérica. Las investigaciones sobre los procesos de producción de mensajes se enfocan la mayoría en el proceso de producción de noticias. Ello hizo necesario un ajuste creativo del enfoque teórico metodológico aplicable a los objetivos de esta tesis; en vistas a que el planteamiento original de la Sociología de la producción de noticias se centra en el proceso de producción informativa. No obstante, aporta elementos útiles y valiosos para la aproximación a un caso en términos de la producción y difusión de programas televisivos sobre arte en Cuba.

A partir de estos presupuestos, este estudio pretende reflexionar en torno a la difusión de contenidos relacionados con las manifestaciones artísticas, en un medio de comunicación masiva como es la televisión. Mira por dentro una vez más la industria televisiva, que desde las lógicas productivas, se inserta en la tradición de los estudios en Comunicación y Cultura, como la Sociología de la producción de mensajes, y toca aspectos relacionados con la Economía Política de la Comunicación y la Cultura.

Nuevamente la televisión, amada, demonizada, que en el caso de Cuba, como única en el sistema mediático, estatal, de raigambre pública, la sitúa en la misión de reflexionar constantemente sus propias prácticas interpretativas y de producción de sentido.

Capítulo 1. Las artes visuales contemporáneas y su difusión

1.1 La concepción de las artes visuales contemporáneas

Ante la pregunta ontológica por el arte, la respuesta tiene lugar en medio de la crisis epistemológica que en todos los sentidos experimentamos en la contemporaneidad. Lo escurridizo de una afirmación universal que englobe a las prácticas con carácter artístico es propio del desgaste de la idea de totalidades, de la universalidad y autonomía del arte, de los significados transhistóricos. Lejos de cualquier esencialismo, las afirmaciones de valor estético como se sabe, resultan construcciones históricas y culturales específicas debido a esa “palimpsesta multi-naturaleza del arte que opera dentro y a través de las culturas” (Guasch, 2005, p. 23)

Hablar de artes visuales contemporáneas implica referirse a un territorio donde convergen no sólo la historia y teoría del arte sino la sociología, los estudios visuales. Estos últimos iniciados desde el propio núcleo académico de historiadores del arte que buscaban interpretar la cultura visual, “más allá de las alternativas hermenéuticas de análisis estilístico, iconografía e historia social” (Guasch, 2003, p.9). En este terreno, fueron los estudios visuales quienes protagonizaron el llamado “giro visual”, y recuperaron el término “visual” como objeto o campo de estudio expandido, que incluyen a todas aquellas producciones de significado cultural a partir de la mediación comunicativa principal de la visualidad (Brea, 2006, p.7).

Este corpus teórico permitirá un acercamiento a la concepción de las artes visuales contemporáneas, que darán cuenta como el campo de las llamadas bellas artes,

dentro de ellas las artes plásticas derivaron hacia la mitad del siglo XX en nuevas formas de producción estética.

Es necesario destacar que existe un gran volumen de información, de bibliografía relacionada con el tema, que desde diversos enfoques abordan los procesos artísticos contemporáneos. Muchos historiadores y teóricos del arte coinciden que los acercamientos son fragmentarios, “coetaneidad fragmentada y no historiada” alega Anna María Guash (2005, p.21) cuando se refiere a la teorización sobre “el arte último del siglo XX”, al que se suele llamar contemporáneo. Donde su ser en el tiempo, su paso sincrónico, no permite aún la visión y el abordaje desde la perspectiva histórica. Sin olvidar que coetáneo ha sido siempre el arte, de todo el pensamiento y la producción teórica que lo ha acompañado en su tiempo.

Por tanto, la contemporaneidad, demarcación confusa para los estatutos del arte, reacia a una enunciación concreta, se intentará definir aquí en términos, que como sugiere Andreas Giunta, algunas claves podrían ser “considerar sus síntomas, no rasgos de estilo” (2014, p.7). Y es que definitivamente, este precepto sirve de base para las teorías que promulgan la muerte o del final del arte. Esta es una de sus principales críticas, la inclinación a un pluralismo “confuso”, ahistórico que determinó ciertamente los destinos de las principales instituciones del sistema del arte.

A continuación, se definirá a las artes visuales contemporáneas, a partir de una síntesis de sus principales manifestaciones y características, corriendo el riesgo de que, a los efectos de una estructura metodológica, se adhiera finalmente a la tan cuestionada evolución progresiva de estilos y periodos artísticos. No obstante, se tomará lo que la propia historia del arte, a partir de la mirada de algunos teóricos e historiadores, con

carácter historicista ha denominado Arte contemporáneo¹. El recorrido inicia en un breve panorama sobre algunas definiciones en torno a la obra de arte, que pueden servir de colofón en tanto muchos de los acercamientos teóricos al arte contemporáneo se basan en la profunda escisión que marcó con respecto a todo el arte anterior.

1.1.1 De las “bellas artes” a las artes visuales

La palabra “arte” deriva del latín *ars* y del griego *techne*, cuyo significado remite a cualquier habilidad humana. Antes de que figurara como tal, los términos *artistas* y *artesanos* se usaban indistintamente para referirse a la cualidad de crear algo, de destreza, por lo que aplicaban a cualquier artesano, hacedor de oficio o conocedor de determinada técnica. La definición que más se acercaba en el mundo antiguo de lo que hoy se conviene en llamar bellas artes, son las llamadas artes liberales, quienes incluían las artes verbales como la gramática, la retórica, la dialéctica; las artes matemáticas como la aritmética, astronomía, geometría, y la música, de acuerdo a su naturaleza matemática según la concepción pitagórica (Shiner, 2004). En cierto sentido, este criterio permaneció hasta la Edad Media con la distinción entre artes liberales y artes serviles, y el término “artista” se le adjudicaba a quien se dedicaba al estudio de las artes liberales, conocidos además como artífices, en concordancia con la figura del artesano, integrante del trabajo manual propio de un taller.

Los historiadores del arte convienen en apuntar que lo artístico como categoría fluctúa a través de los distintos períodos históricos. Para Larry Shiner (2004) la invención del Arte con mayúscula es una creación europea que nació hace más de doscientos años,

¹ El término Arte contemporáneo se emplea para designar a las artes visuales únicamente, a pesar de que el vocablo es genérico y supone una amplitud de manifestaciones artísticas, existe un consenso en el sistema de las artes visuales para llamarlo de esta forma. Así puede aparecer en publicaciones masivas, especializadas, etc., hasta en el argot cotidiano.

pues anteriormente se encontraba ligado a un sistema de significación que se dirigía más a lo utilitario. Lo que hoy llamamos “arte prehistórico”, su carácter naturalista, no respondía a una función estética, sino mágico-religiosa, resultaban símbolos que ligados a una representación, a un concepto o significación, tenían una función útil determinada.

Para Kant el *Arte* se distingue de *naturaleza*, como *hacer*, de obrar o producir en general (*agere*), y el producto o consecuencia del primero, como *obra (opus)*, de la segunda, como *efecto (effectus)*. La obra de arte, por tanto, se entiende como obra de los hombres, de la cual es precisa distinguirla de un efecto de la naturaleza. El arte bello, según Emmanuel Kant, fomenta “las facultades del espíritu para la comunicación social”, el cual tiene como fin el “juicio reflexionante” y no dar rienda suelta a los sentidos (Sánchez Vázquez, 1978, p.79).

Por su parte Hegel, consideraba igualmente que el arte no es un producto de la naturaleza, sino de la *actividad humana*, y en específico fruto del genio del artista, que como se dirige a los sentidos, recurre más o menos a lo sensible y tiene su fin en sí mismo. Para Hegel el carácter esencial de una obra de arte es el ser una creación del espíritu, el pertenecer al dominio del espíritu.

La definición de obra de arte se encuentra íntimamente ligada a la cuestión de su finalidad. Así puede encontrarse una teoría del arte que lo concibe como imitación, imitación de la naturaleza, mimesis, y que tiene como centro el argumento de la representación. Hegel concebía que el verdadero fin del arte es representar lo bello, revelar esta armonía.

Precisamente, esta cosmovisión es la que anima la idea de las bellas artes, una construcción histórica que surge con la Ilustración (Shiner, 2004), y forma parte de una concepción que entiende a las obras de arte como objetos realizados para la

contemplación estética. Con sus orígenes en el Renacimiento, se sientan las bases de los modernos ideales de artista y del arte, en relación a los conceptos de lo “bello” y la “belleza”. A partir de esta idea, dentro de las bellas artes figuraban la pintura, la escultura, la arquitectura, la música, para distinguirlas de las artesanías, oficios y “artes populares”.

De esta forma, se hace alusión a la concepción ilustrada de que el arte, en este caso las artes plásticas como la pintura, la escultura y la arquitectura, como creación reclaman una actitud contemplativa, un placer refinado, especial, separado de otros placeres ordinarios devenidos de lo útil o entretenido. La concepción humanista de la experiencia estética reconoce patrones de acercamiento, de apreciación, de placer estético desinteresado, en el que el espectador se limita a contemplar obras de arte de carácter autosuficientes.

Este hecho deviene, como ha llamado Jacques Ranciere, en un “régimen representativo de las artes”. Ello hace referencia a estas formas de expresión que favorecen un canon donde el arte puede ser caracterizado en las nociones de “poiesis/mimesis”; o sea, partir de un mismo centro de referencia, las imitaciones (Ranciere, 2005 en González Montero, 2010). Sin obviar que la relación entre las representaciones artísticas figurativas y la realidad exterior es simplemente “ilusoria” (Calabrese, 1987), en tanto la operación figurativa está regida por una convención, esquemas figurativos que eliminan el concepto de una visión inocente o natural de los hechos visuales.

El conocimiento artístico por mucho tiempo constituyó un reservorio digno sólo para un reducido grupo de *connoisseurs*, mecenas y otros aficionados. A partir del siglo XVIII con el surgimiento de nuevas instituciones artísticas como las academias, que elevarían la condición social de muchos artistas y otros espacios para su difusión, en este

caso las exposiciones, permitieron un acercamiento a un público cada vez más amplio y diverso. Aunque en el trasfondo continuaba persistiendo en cuanto a apreciación y degustación del arte, los criterios relacionados con refinamiento y distinción social.

La reestructuración de todo el sistema del arte, las nuevas formas de circulación y comercialización que comenzaba a sustituir el mecenazgo por un incipiente mercado y una apertura a otras modalidades de contacto con los públicos, contribuyeron a que el campo artístico ganara en autonomía. Todo lo cual marcó los cimientos del arte moderno.

Para Terry Smith (2012) el modernismo institucional y las prácticas de vanguardia se extendieron desde 1850 hasta 1960. El arte moderno si bien se caracterizó por la ruptura de todo lo que implicara la tradición, por ser un arte antiacadémico, antiburgués, antioficialista, que promulgaba la idea del arte por el arte, y defendía el derecho a la libertad creadora individual, a la expresividad, a la libre interpretación de la realidad; continuaba operando en los códigos y bajo la lógica comunicativa de los límites y cánones tradicionales.

Este sistema artístico añade a la imitación, el arte como *expresión*. Bajo este precepto, ya no tiene por fin el representar la forma exterior de las cosas, “sino su principio interno y vivo” (Sánchez Vázquez, 1978) en particular las ideas, los sentimientos, las pasiones y estados del alma. “De lo espiritual en el arte” escribió uno de los principales artistas del expresionismo, Vassily Kandinsky. Las vanguardias históricas en la plástica del siglo XX desarrollaron formas expresivas que transitan los caminos de la libre interpretación de la realidad, a través de la subjetividad, la emoción, los sentimientos, como el expresionismo; o a través de la razón, el intelecto y los conocimientos como la línea abstraccionista.

Con los cambios que introduce la modernidad, el régimen de las bellas artes se ve obligado a incorporar otras prácticas que como el cine y de la fotografía, fueron apropiadas a efectos de una mayor institucionalización. En los albores del siglo XX, por tanto, las prácticas artísticas se verán condicionadas por las transformaciones tecnológicas, económicas y sociales.

Este hecho significó toda una suerte de cambios en el sentido de lo artístico en las sociedades de la reproductibilidad técnica (Benjamín, 1975). A partir de la introducción de nuevos lenguajes, soportes, estrategias comunicativas en las prácticas artísticas que serán abordados en el siguiente epígrafe. Las redefiniciones del valor y las funciones del arte a partir de ello, acaban por tambalear la agenda de las bellas artes y su estética de la contemplación.

El término artes visuales es sumamente reciente luego del giro visual que introducen los Estudios Visuales. Estos estudios agrupados en disciplinas como la comunicación, la semiótica, la filosofía, la historia del arte, la teoría del cine, la antropología, han dado cuenta de aquellas prácticas bajo los cuales se construyen sistemas de significación no verbales, y que han determinado la emergencia de la llamada cultura visual.

La ampliación del “campo” de las eventuales “ciencias del arte” viene en efecto y en primera instancia exigida por la propia extensión de la forma de hacer del trabajo artístico y su desbordamiento de cualquier horizonte formal o material (Brea, 2006, p.3).

Los Estudios Visuales presentan como uno de sus objetos de estudio, las representaciones visuales de carácter artístico (artes visuales) como pintura, escultura, arquitectura, grabado, fotografía, video, cine, video arte, performance, instalaciones, etc.

Perspectiva que reaviva el estudio de las artes visuales, con la sugerencia de que éstas son sólo una de las muchas formas de producción visual, que se distingue de otros productos culturales dependiendo de la construcción de valor estético. Se resalta el papel de las imágenes, entre ellas las imágenes artísticas, como construcciones culturales en los ámbitos y los contextos concretos donde emergen.

Con el término artes visuales se tiene a bien considerar toda una suerte de prácticas emergentes que utilizan resortes comunicativos en los territorios de la visualidad. Más inclusivo, abarcador del sentido de las mutaciones y travestismos del arte en la segunda mitad del siglo XX.

1.1.2 “Sin título” Fecha y Técnica: Contemporáneo

Terry Smith en su texto *¿Qué es el arte contemporáneo?* (2012) comenta que el curador del MoMA (Museum of Modern Art of New York) John Elderfield publicó un libro donde en el apartado dedicado al arte contemporáneo utiliza el evasivo título: “Sin título (Contemporáneo)”. Para Smith esto denota una vez más los prejuicios hacia el arte contemporáneo, y en este caso de esta institución para la cual “todo lo que viene desde del arte pop, no es más que un suplemento entre paréntesis de la escultura minimalista que acostumbraba a utilizar Sin título como título” (Smith, 2012, p.45).

Esto, unido a la imposibilidad de reunir o agrupar a las prácticas creativas bajo un mismo precepto, o en un mismo estilo, ha conducido a que por un lado florezcan las críticas al arte contemporáneo y por el otro, se pueda observar una pluralidad de maneras, de lenguajes, de miradas y de praxis artísticas nunca antes vista. Por ello, si se quiere en un intento de tabular a la usanza de pinacotecas, museos u otros reservorios del patrimonio

artístico, ese arte que presenta síntomas contemporáneos en nuestros días, bien pudiera figurar como se titula este apartado.

Ahora bien, se puede decir que la historia del arte no se ha puesto de acuerdo a la hora de fijar los inicios del arte contemporáneo. No obstante varíen las fechas exactas o los orígenes, si existe un consenso en delimitar el arte contemporáneo con respecto al arte moderno. Las transformaciones ocurridas al interior del campo artístico, constituyeron el resultado de un proceso de rupturas que tuvo como punto culminante la emergencia de una nueva sensibilidad artística.

Muchos de los acercamientos teóricos al arte contemporáneo se basan, por ende, en la profunda escisión que marcó con respecto a todo el arte anterior. Arthur Danto lo llama “arte poshistórico” (2001) en tanto el arte llegaba a su fin, en la medida en que perdía una ruta o dirección narrativa en términos de una historia lineal. ¿Qué quiere decir ello? Con la tesis del final del arte, se alude a cómo el arte se desprende de una teoría evolucionista, en la cual desde el paradigma de la modernidad se entiende que el arte progresa.

La historia del arte acaba con el advenimiento de la autoconciencia, o mejor, del auto-conocimiento (...) El arte llega a su fin con el advenimiento de su propia filosofía (Danto, 2001, p.97).

Esta teoría de la muerte o final de arte es heredera de los sistemas estéticos del idealismo, específicamente de la estética hegeliana. En la década del ochenta ocupó un espacio importante dentro del debate estético-filosófico con relación a la situación del panorama artístico contemporáneo.

En mi ensayo me refiero no al fin del arte, sino al fin de un cierto modo de pensar en el arte. El fin de una era en la que hay una normativa dominante, y eso sí que ha llegado a su fin. La diversidad de obras impide que ahora haya un relato único que englobe todas las posibilidades de hacer arte. Y eso es lo que quiero decir cuando hablo del fin del arte. (Danto, 2001, p.2)

Para este autor, el arte por fin se liberaba de la tiranía de la tradición, de los determinismos estilísticos y con el nacimiento de una autoconciencia filosófica de ello, “los artistas se libran de la carga de la historia y fueron libres para hacer arte en cualquier sentido que desearan, por cualquier propósito que desearan, o sin ningún propósito”. Y como continúa Danto “en contraste con el modernismo, no hay nada parecido a un estilo contemporáneo” (Danto, 2001, p.79).

Ya desde las vanguardias históricas la praxis artística venía presentando síntomas de esta autoconciencia reflexiva, el arte como tema del arte, y una intención de llegar a un auto-reconocimiento del arte a través del arte. A pesar de ello, como lo concibe Arthur Danto, el arte moderno se volvió hacia sí mismo para convertirlo en su propio tema, de ahí la idea pregonada de la autonomía. Con todo, continuaban imperando los tópicos centrales de la historia del arte. Este autor retoma a Clement Greenberg y su ensayo “*Pintura modernista*”, donde hace referencia a la esencia de la modernidad, que según Greenberg, “descansa en el uso de los métodos característicos de una disciplina para autocriticarse, no para subvertirla sino para establecerla más firmemente en su área de competencia” (2001, p. 100).

Danto (2001) se pregunta quién marcó la ruptura y desvió el arte de su agenda representacional, del paradigma representación-figuración. Cuyos orígenes deben verse en el paso de rasgos de pintura mimética a no mimética (Impresionismo,

Postimpresionismo, Cubismo, Abstracción). No cabe duda que, en este sentido, el surgimiento de nuevas técnicas de reproducción de la imagen resultó el corolario, por no decir una camisa de fuerza que obligó al arte a tomar caminos inusitados.

Muchos autores coinciden en señalar la obra pionera que cambia el paradigma de las bellas artes, el *ready made*² de Marcel Duchamp “*Rueda de bicicleta*” (1913). Fue este artista quien cuestionó las categorías estéticas de qué puede ser considerado o no como arte. Por medio del *ready made* aborda la problemática de la verdadera naturaleza de la creación artística. Para Duchamp el arte es lo que se denomina arte, de ahí que sus *ready made*s sean obras creadas por la elección del artista, más allá de su habilidad. Lo importante es el concepto o idea que mueve al creador a seleccionar un objeto y firmarlo como obra de arte. Duchamp cuestiona precisamente el fetichismo del arte, desacraliza su naturaleza y problematiza las cuestiones de su institucionalización y legitimación en manos de mecanismos de poderes que median en las producciones artísticas.

Por su parte, Danto (2001) considera que la obra emblemática que marca el giro distintivo constituye *Cajas de Jabón Brillo* (1964) del artista Andy Warhol (Ver Anexo 1). En la medida que al menos visualmente, no hay nada que marque una diferencia entre la *Brillo Box* de Andy Warhol y las cajas de jabón Brillo en los supermercados. Este es para el autor, el comienzo del fin de la historia del arte, pues como nunca antes se subvierte la funcionalidad “útil” de un objeto, al ser exhibido en el campo ontológico de la presentación como obra de arte.

² El *Ready Made*, es una expresión artística dentro del dadaísmo, cuyo creador fue Marcel Duchamp. Difícil de definir como opinara Duchamp en su momento, su concepto tiene que ver con “objetos encontrados” que pueden alcanzar categoría de obra de arte gracias a la elección del artista.

Según Andreas Giunta, en su ensayo *¿Cuándo empieza el arte contemporáneo?* (2014), Cuauhtémoc Medina recopila las fechas que las instituciones y las bibliografías utilizan para señalar cuándo empieza el arte contemporáneo: el MOCA (Museum of Contemporary Art, Los Ángeles), 1940; la Tate Modern de Londres, el período posterior a 1965; el libro de Kristine Stiles y Peter Seltz *Theories and Documents of Contemporary Art*, 1945.

Un glosario de fechas que vislumbran las vicisitudes a la hora de encausar sus preludios, que no necesariamente tienen que estar en concordancia. Si algo distingue el arte del presente y al discurso teórico acompañante, es a su vez la pluralidad de voces, la ausencia de un relato aglutinador. No obstante, es en ese período inicial en la década del 60', donde se fraguaron los pilares fundamentales del arte que se puede llamar contemporáneo.

Como hace alusión Smith (2012) el término arte “posmoderno” designaba las características que las prácticas artísticas manifestaban en un tiempo de transición entre dos épocas, y que describe la producción de las décadas 70' y 80'. En la que tienen lugar las influencias de los postestructuralistas y las teorías del final del arte, la muerte del autor, unido a toda una producción teórica que pone en cuestionamiento la existencia de un cierto “estilo general” que pudiera definir el arte del presente.

Y es que finalmente, este abordaje del arte contemporáneo que define Danto como posthistórico, aclara que por ejemplo, “en términos de estilo no existe ningún sucesor del minimalismo o del conceptualismo” (Smith, 2012, p.304). Por ende, a la hora de caracterizar o definir las manifestaciones de las artes visuales contemporáneas, habrá que remitirse a los umbrales de la posmodernidad, del modernismo tardío.

Desde el alto modernismo (arte pop, minimalismo, arte conceptual) no ha vuelto a surgir un estilo dominante. Tan lejano resulta este tipo de poder estético que la idea misma de un período estilístico no resulta extraña e indeseable, sino una noción completamente desvaída. No existen características de ningún tipo, a ningún nivel, que sean compartidas por el número suficiente de obras para considerarlas siquiera indicativas de su contemporaneidad. El resultado paradójico de esto es que no todo el arte contemporáneo parece “contemporáneo” y que buena parte de él ni siquiera parece arte (Smith, 2005, p.312).

Esta que plantea Smith es sin dudas, una de las diatribas fundamentales que enfrenta el sistema del arte hoy, que desplaza la pregunta de qué es arte a cuándo hay arte (De Gylderfeldt, 2008).

Este cambio de régimen que introduce la sensibilidad postmoderna en los predios del arte, ha sido abordado por Jubrías (1993) a partir de “negaciones”: negación de lo sublime formalista, de la perdurabilidad y materialidad de la obra de arte, de la especificidad de las manifestaciones artísticas, de la originalidad.

Las circunstancias que provocaron una quiebra con respecto al paradigma estético de la tradición, logran verse explicitadas en el abordaje de la dimensión estructural del artefacto arte. De modo que es conveniente metodológicamente, hacer referencias a sus principales características formales, que posibilitarán definir la categoría teórica a fin.

A continuación se relacionan algunas de las principales manifestaciones prácticas de las artes visuales contemporáneas. Si bien existen disímiles clasificaciones, que incluso varían de denominaciones de un teórico a otro, la propuesta metodológica, el aporte al intento de historiar y sintetizar las directivas del arte contemporáneo que realiza

Anna María Guasch en su libro “*El arte último del siglo XX*” (2003), resultan el punto de partida de las definiciones que adoptará el presente trabajo de investigación.

En este texto la autora se inclina a realizar segmentaciones que permiten delimitar las artes visuales en la contemporaneidad, en estadios o momentos históricos, donde arroja luces a la hora de estructurar sus definiciones. De tal manera que, siguiendo el recorrido de la autora, se identificaran primeramente todas aquellas expresiones artísticas que implican “la desmaterialización de la obra de arte”. Para luego aquellas que introducen nuevas variantes “de retorno a lo real”, a la crítica, las prácticas activistas, la multiculturalidad, desplazamientos hacia la mirada del otro; y por último las manifestaciones que se valen de la utilización del video y los nuevos medios.

Las expresiones artísticas que se inclinan a la desmaterialización de la obra de arte (Guasch, 2003) cuyo proceso revela síntomas de que la idea puede convertirse en la obra y que el concepto comenzaba suplantar el objeto, tienen entre sus pioneros y máximos exponentes al *Minimal Art*.

El *Minimal art* es una de las principales expresiones artísticas que encausan este proceso del que se ha venido hablando. Lo justifica su comportamiento espacial, más allá de la ponderación del objeto en sí, y la explotación del espacio en toda su magnitud, la claridad estructural, la economía de medios y recursos técnicos. Según Guasch “la obra y el nuevo objeto artístico había que entenderla como una presencia en relación al espacio ambiente que la circundaba y a expensas de la acción/reacción del espectador” (2003, p. 80).

En este sentido, es un arte que depende de la situación en el espacio y en el tiempo, que utiliza estrategias formales como la repetición, la serialidad, la geometría y el orden. En resumen, “el carácter procesual y temporal se fue apoderando de la práctica

minimalista que afectó la relación obra espectador y espacio circundante” (Guasch, 2003, p. 80)

Dentro de las expresiones que se identifican por la desmaterialización de la obra de arte, la autora realiza una subdivisión que denomina “Arte procesual” teniendo en cuenta su carácter de obras-proceso, el cual califica de un “arte determinado por el presente, la contingencia” (Guasch, 2003, p.49). El arte procesual, sin ser una manifestación en sí, recupera los cambios en las nociones de objetualidad y materialidad de la obra de arte. La cual en la mayoría de los casos, tan sólo puede perdurar en el tiempo y ser percibida por el espectador a través de filtros mediáticos como la fotografía, el video o la televisión. Hecho que generó un intenso debate en torno a la naturaleza del arte y sus mecanismos de difusión y comercialización.

Dentro del arte procesual, destaca el *Land art* o “arte de la tierra”. Como su propio calificativo indica, se trata de expresiones artísticas que trascienden los límites de los espacios en las galerías y museos y los materiales utilizados para la praxis habitual del arte. El paisaje natural, la tierra, se convierten en medio y fin de la obra de arte. Se caracteriza de forma general, por la monumentalidad de los soportes y de ensamblajes. Algunas obras del *Land art* dejan el paisaje natural para introducirse en el entorno urbano, el territorio de la ciudad y en la arquitectura. Dentro de este arte también se incluye un concepto más específico que es el arte ecológico, que interviene y respeta los ambientes naturales y humanos. En muchos casos, las obras devienen en efímeras y momentáneas intervenciones.

El concepto de tierra o de naturaleza no se concibe tanto como un lugar proveedor de materiales, sino como soporte que se manipula o se altera para producir una acción de carácter artístico (Guasch, 2003, p. 51).

Muy cercano a los conceptos del land art, se encuentra el *arte povera*, que designa aquellas expresiones artísticas que prolongan la objetualización pero ahora ligado a un concepto trasgresor, una “estética del desperdicio” (Guasch, 2003, p. 126). Cercano a la tesis arte-vida, rechaza la opulencia del arte pop, de lo mecanizado y tecnológico, de manera que utiliza materiales “pobres” de disímil procedencia y perdurabilidad, que luego son reutilizados y descontextualizados (tierra, agua, plantas, verduras, desechos, etc.). Se interesa por la búsqueda de lo primario del ser, que devela sus inclinaciones antropológicas.

Otra de las manifestaciones de este arte efímero, procesual, constituye el llamado *body art*. Tal como su nombre lo indica, se utiliza el propio cuerpo humano como dispositivo de enunciación y construcción de la obra de arte. Lo cual deviene en actos performáticos, prácticas corporales trasgresoras, provocativas, que cuestionan igualmente la mercantilización de la obra de arte. Aborda temas referidos a la sexualidad, a la fetichización del cuerpo femenino, el cuerpo como instrumento de acción social, que, como herederos del *happening*³, tiene puntos de contacto con distintas modalidades del arte de acción y de participación. Acciones performativas que tocan el travestismo, el maquillaje, el camuflaje, cuestiones sociales y feministas.

Es el arte conceptual quien constituye un punto culminante en el proceso de desmaterialización de la obra de arte, como negación de la estética formalista, y como

³ El happening surgió a finales de los años 50 como forma escenográfica, con una gran dosis de elementos plásticos. Buscaba una relación directa con el público y la espontaneidad, de modo que resultaba un “espectáculo que uniera las cualidades visuales de la obra plástica con la intensidad y acción de un suceso vivido que se desvaneciera después dejando el mismo impacto fugaz de aquello que se vive” (Kaprow, 1960, en Jubrías, 1990, p. 33)

cuestionamiento de la naturaleza objetual de la obra de arte. El arte de concepto privilegia la idea por encima de los procesos de ejecución y fabricación, de ahí la prominencia de la documentación. La idea es lo importante y la ejecución carece de relevancia. Se encuentra ligado a los procesos mentales que desembocan en un proceso creativo. Herederos de una tradición conceptualista que inicia Marcel Duchamp, donde se privilegian los procesos conceptuales de configuración de la obra.

El concept art es un arte cuyo material son los conceptos (...) al estar los conceptos íntimamente ligados al lenguaje, el arte concepto es un tipo de arte cuyo material es el lenguaje (Henry Flynt, 1963 en Guash, 2003, p. 167).

Dentro de las manifestaciones de las artes visuales, la instalación se ha convertido en una manifestación clave para comprender el arte contemporáneo. La definición que hiciera Boris Groys describe las principales innovaciones que introduce esta práctica:

El espacio de la instalación puede agrupar e incorporar toda clase de cosas e imágenes que circulan en nuestra civilización: pinturas, dibujos, fotografías, textos, videos, filmes, grabaciones, toda suerte de objetos, etc. Es por eso que a la instalación frecuentemente se le niega el status de una forma de arte en particular, porque enseguida surge la pregunta acerca del medio específico. Los medios artísticos tradicionales están todos definidos por un material específico para el medio. La instalación es una forma de arte que incluye todas las demás formas de arte (Groys, 2009, p.5).

En el marco de esta metamorfosis ocurrida en el campo del arte, las nuevas tecnológicas jugaron un papel determinante, no sólo a nivel de soporte material sino en las percepciones estéticas, en las relaciones sociales a través de la obra. Las nuevas

tecnologías como el video, introdujeron una materialidad de la obra de arte y un nuevo comportamiento del espectador que participa interactivamente en ella.

La aparición del video en la práctica del arte tiene que ver, en sus orígenes, en cómo los artistas cuestionaron el lenguaje audiovisual de la televisión comercial, que los llevó por caminos de experimentación formal, todo lo cual fue favorecido por el auge tecnológico de este equipo a partir de la década del 60'. El video se incorporó y abrazó a otras manifestaciones como la escultura, la danza, la música, el performance, a partir de una poética que podía generar nuevas imágenes artísticas.

De este modo nació el *videoarte*, que puede calificarse como “aquellas composiciones audiovisuales, liberadas de las estructuras narrativas y verbales convencionales de la televisión y la cinematografía, que pretenden ofrecer una nueva representación del mundo fundada en las percepciones, la conciencia, los sueños, la memoria del artista, etc.” (F. Popper, en Guasch, 2003, p.50).

El video se entendió como un medio para plantear cuestiones abiertas en el albor de la posmodernidad. En un momento marcado por la crisis de la representación, abrió la exploración hacia el potencial metafórico y asociativo de la “sintaxis gramática de la imagen-video” (Guasch, 2003). Con ello, analiza los procesos narrativos visuales para apropiarse y deconstruir la imagen-lenguaje de los *media*. Hecho que también influyó en las cuestiones de producción, distribución y recepción de la obra de arte.

En este contexto, los procesos de comunicación se han ido modificando a partir del uso y aplicación de las llamadas tecnologías de la información y la comunicación. El surgimiento de Internet y el desarrollo de filosofías como la web 2.0 y la web semántica,

han establecido nuevos flujos de comunicación, donde los procesos imperantes son la interactividad, producción y colaboración en la creación de contenidos por parte de los usuarios que conviven en las plataformas web. Todo lo cual también ha tenido su impacto en la producción artística. El surgimiento del *arte digital* es prueba de ello.

Puede encontrarse con otras terminologías como *web art* o *net art*. Esta práctica artística introduce regímenes de temporalidad y ejercicios de espacialización, una experiencia otra a través de la imagen digital interactiva y los ardidés expresivos que explotan los artistas: ralentización, cortes, hipertextos, montajes en el espacio y no el tiempo, que rompe con la linealidad narrativa y la secuencialidad. Las modalidades de este arte interactivo se interesan por favorecer anales de encuentro y participación colectiva que supone una disolución, en el campo de la creación artística, de la dicotomía receptor-productor. Son obras que pueden calificarse como obras-proceso, obras-flujo, en estado permanente de actualización.

A grandes rasgos es posible resumir que el sistema artístico de las bellas artes se conformó y afianzó a partir de una interpretación, de una estructura del lenguaje, un tipo de código y de articulación característico e institucionalizado, determinado histórica y culturalmente. No fue hasta el surgimiento del arte moderno que la experiencia artística se vio poseída de una autoconciencia reflexiva, de una subversión total de los códigos de representación de la tradición académica. Lo cual sentó las bases para las transformaciones en el campo artístico, que tuvo como punto culminante el arte acaecido a partir de la segunda mitad del siglo XX y al que se suele llamar “contemporáneo”.

1.2 Itinerarios errantes, la circulación y difusión del arte. Los intermediarios o mediadores

Hoy cuando la praxis artística debe ser considerada una porción más dentro de ese engranaje que es la cultura visual contemporánea, y una especie de ocularcentrismo invade nuestras experiencias sensibles, llama la atención el proceso de democratización que ha acontecido en el arte. Fruto de la conversión de conceptos claves a lo largo de la historia del arte y la estética, abordados en el apartado anterior.

Cuando el pensamiento racionalista inició el proceso de recuperación de una parte de “la historia del hombre”, descubrimientos que datan del siglo XIX: los toros de Altamira, las cuevas Lascaux, entre otros, les otorgó cualidad artística a representaciones pictóricas en cuevas y cavernas. Las herramientas gnoseológicas que conocía para ejercer criterios de valor emergían desde que la invención del “Arte”, retomando a Larry Shiner (2004), ocupó los sistemas de pensamiento de la cultura occidental.

El arte prehistórico constituía un medio para enfrentarse al mundo exterior, su dimensión simbólica no se separaba de su carácter utilitario. Representaciones narrativas de trabajos de caza y recolección, escenas representativas de la vida comunitaria, el hombre enfrentado al animal, formaban parte de cómo se relacionaba simbólicamente con el medio, debido a su necesidad de comunicarse, de querer plasmar su existencia.

Iuri Lotman concebía a las culturas como sistemas comunicativos. Toda cultura es comunicación, y la humanidad y la sociabilidad son sólo posibles cuando existen relaciones comunicativas. El arte como fenómeno cultural, es ante todo un fenómeno comunicativo (Lotman, 1979). La función primera del arte, antes de que la Estética lo concibiera como tal, fue servir al desarrollo de la humanidad y la sociabilidad, lo cual es

sólo posible mediante la potenciación de las relaciones de comunicación entre los hombres.

En estos estadios históricos la socialización de esas prácticas era de suma importancia para la interacción comunicativa, y devenían herramientas del manejo y conocimiento de la comunidad. La función del arte siempre estaba vinculada a otra finalidad, “el arte por el arte” no existía. La obra no derivaba de la conciencia individual, sino de lo que Mukarovsky denomina “la conciencia colectiva”. El arte funcionaba como una especie de mediador en la colectividad (Mukarovsky, 1966 en Calabrese, 1988, p.93).

Los regímenes históricos sucesivos fueron incorporando cada vez más nuevos eslabones o capas en el circuito que lleva la obra hasta su recepción. Las nociones propiamente dichas de difusión del arte, tienen que ver directamente con la circulación, su socialización.

En el acercamiento a la relación que se establece entre el artista, la obra de arte y la sociedad, la sociología del arte estudia la comprensión del proceso artístico en su totalidad. Las contribuciones del pensador Pierre Bourdieu, imprescindibles a la hora de abordar este fenómeno, unido a los planteamientos que Nestor García Canclini realiza en su texto “*La producción simbólica. Teoría y método en la sociología del arte*” enmarcan estos procesos donde existen agentes relacionados que otorgan valor social a la obra, quienes funcionan no sólo como vehículo para su socialización, sino como filtro de la relación que se establece entre el emisor y receptor.

El arte como práctica comunicativa inscrita en una socialidad determinada, ligada a la complejidad de la cultura y la mentalidad de una época, puede ser abordado desde diferentes perspectivas teóricas que se ocupan de la interdependencia entre la sociedad y la praxis artística (semiótica de las artes, corriente sociológica centrada en la historia

social del arte). A los efectos de esta investigación, convendría realizar un esbozo de algunos de los canales mediáticos y sistemas de difusión de las formas y prácticas artísticas. A partir de la presencia de “intermediarios” o el papel de “mediadores” que dichos dispositivos ejercen en la enunciación y presentación pública de la experiencia artística.

Con la aparición de la religión y el Estado y una serie de instituciones, el proceso que lleva la obra al encuentro de su espectador y por tanto su difusión, se complejiza. La siguiente cita de Arnold Hauser, resume casi al trote, la paulatina inserción de mecanismos que moldearán y tipificarán las relaciones sociales y la interacción con la praxis creadora.

“Hasta el Neolítico no se desarrolló una sociedad campesina económicamente productiva con una necesidad colectiva e individual de arte, con una producción artística correspondiente al rito animista y una satisfacción de las necesidades individuales condicionadas por la familia privada y limitada a tareas decorativas. El despotismo del Antiguo Oriente produjo luego el tipo de patrono política y religiosamente interesado, creando la base para la existencia de artistas no libres que trabajaban en el marco de la economía del templo y del palacio. El clero medieval se servía del arte como instrumento de la cultura autoritaria cristiana, vinculando el artista al monasterio, la diócesis o la logia. La burguesía emancipada del vínculo del feudalismo y de la iglesia autoritaria desarrolló y destruyó enseguida el orden gremial autónomo, echó los cimientos de los oficios libres, de la praxis artística autónoma y preparó las formas en que se movieron la clientela artística individual, el consumo privado del arte, así como el mercado artístico, libre de vínculos institucionales y basado en una clientela constante, aunque también fluctuante” (Hauser, 1977, p.571)

Así lo vislumbra Hauser, que desde esas primeras entidades fomentadoras del arte, las cortes caballerescas, los salones renacentistas y el surgimiento del coleccionismo, se comenzó a ejercer de cierto modo, un papel institucional y hasta democratizador del arte; “fueron las academias, las exposiciones, la crítica de salón, y el incipiente mercado del arte los que se manifestaron por primera vez como instituciones de la mediación” (1977, p.625).

Bourdieu hace referencia que, cuando el campo artístico ganó en autonomía, creó el clima necesario para que los artistas y la vida intelectual en general se organizaran paulatinamente en un “campo intelectual” (1967). Los creadores se sintieron libres económica y socialmente para crear fuera de la anuencia de la aristocracia y de la Iglesia. Las nacientes instancias de consagración y difusión cultural como las casas editoras, los teatros, las asociaciones culturales y científicas, hicieron que este campo intelectual a la vez que se diversificaba, dependiera cada vez menos de estas influencias (Bourdieu, 1967).

Como da cuenta Bourdieu, la recepción ocurre a través de instituciones mediadoras, vinculadas a un contexto social y a un sistema subyacente que da reflejo de las relaciones de la praxis creadora con las estructuras sociales, quienes en gran medida, enrumban los derroteros del sistema del arte.

Ya sea la iglesia, y luego las nacientes instituciones que conformarían el potente universo o “mundo del arte”, estas entidades llegan a acoger las obras de arte según un principio de orden estilístico o decorativo, y someten la recepción a un marco no sólo espacial sino social y contextualmente estructurado, mediado por diversos factores que moldean las condiciones en que se produce la apropiación de las obras de arte.

El discurso estético desarrollado en el siglo XIX se organizó progresivamente alrededor de lo que se puede llamar “el espacio de la exposición”. Todo aquello que quedaba excluido del espacio de la exposición adquiría una posición marginal respecto del Arte. “Ya fuera museo público, un salón oficial, una exposición universal o una muestra privada, el espacio de exposición estaba formado en parte por la superficie continua del muro, un muro cuya estructura se adecuaba cada vez más a la mera exhibición de obras de arte” (Krauss, 1996, p.147)

Sin embargo, la reconfiguración tecnológica experimentada a lo largo de los inicios del siglo XX, marcó los modos de producción y difusión del arte, lo cual condujo a su propagación y diseminación más allá de esos espacios privativamente “reservados” para su consumo, como lo entendía la tradición.

El descubrimiento de que si el artista es sólo el iniciador del sentido de la obra comienza en las sociedades contemporáneas, es porque las ediciones de masas, la amplia circulación de los mensajes y la pluralidad de los códigos que la rigen, modifican ese sentido original de un modo antes desconocido (García Canclini, 2014, p.15)

En este sentido, la circulación social del arte se ha visto fuertemente vinculada con los medios para su reproductibilidad técnica (Benjamín, 1975). Desde la técnica del vaciado en la Edad Media, las nuevas posibilidades de reproducción gráfica que inaugura el grabado en el Renacimiento, y posteriormente el surgimiento de la imprenta y la fotografía, han traído consigo un fenómeno de difusión y propagación.

El que la obra de arte pueda ser reproducida, condujo a lo que Benjamín llama “la atrofía del aura” (1975). La pérdida del aura se entiende por la ausencia de “lejanía”, esa que precisamente distingue al arte contemplativo, como inasible, que provoca una

reacción hacia el recogimiento y la introspección, y que está vinculado innegablemente a su función ritual.

Con los nuevos medios de reproductibilidad técnica la obra de arte se desprende del ritual, lo cual se convierte entonces en una posibilidad para su difusión masiva. Esto condujo a replantearse en estos casos la verdadera función del arte, ya que su sentido se trastoca al subvertirse su valor ritual, a partir de las posibilidades de exhibición como cualquier otro producto en la esfera de la cultura.

La difusión del arte por medio de la reproducción fotográfica, las técnicas gráficas de ilustraciones de libros, diapositivas, imágenes mediáticas, digitales, etc. hacen que la obra circule por un “macrocosmo” que, como alega Hauser, André Malraux llamó “museo imaginario” o “museo sin paredes” (1977, p.634). En el mismo sentido que le da Ramírez (1976) cuando hace referencia a la “densificación iconográfica” como corolario de la concentración de imágenes transitando en un universo de soportes y medios, que derivó hacia la pérdida progresiva de este “aura” que envuelve a la imagen artística.

A partir de ello, tiene lugar un cambio de régimen social de circulación de las imágenes, donde se le concede al arte el poder de la “ubicuidad” (Brea, 2012). Simón Marchán Fiz en su texto *Las artes ante la cultura visual* alega: “las artes, como eran consideradas tradicionalmente, ya no son una forma “canónica” de comunicación. Las élites que las canonizan y las audiencias críticas son solamente un sector en una red de capillitas” (Marchán, 2005, p.83). El mensaje de las artes visuales, el objeto estético, ahora es transmitido entre una pluralidad de mensajes formulados en vocabularios culturales diferentes, “tirando por tierra la jerarquía, lo que ya se comenzaba a denominar la falacia vertical” (Marchán, 2005. p.83).

A todo lo cual ha contribuido la expansión del sistema del arte y de las instituciones operantes, que con el desarrollo de mecanismos mediales y de distribución han sobrepasado las barreras que restringían el acceso público al patrimonio artístico. Brea (2003) en los albores del nuevo milenio, hacía referencia precisamente al conjunto de nuevos medios como dispositivos de distribución pública del conocimiento artístico, que necesariamente han conllevado a una reorganización radical del mapa de los *media*, debido a los cambios en cuanto a los modos de producción, distribución y recepción de la experiencia artística en la contemporaneidad.

Tal planteamiento *benjaminiano* se eleva a un estatus mayor como expone Brea, cuando en los umbrales del desarrollo técnico y multimedial alcanzado, las prácticas artísticas se desterritorializan, desmaterializan, y la mediación tecnológica se hace mayor.

Ahora bien, en resumen, qué se está entendiendo por mediación, mediadores, intermediario, y qué significado tiene este término dentro del “mundo del arte”.

El proceso artístico según lo define García Canclini (2014) está dado por las relaciones de autor-obra-intermediario-público. Donde, como ya se ha planteado, la significación de objeto estético en el conjunto de una cultura, no se encuentra en la relación aislada de una obra con su contexto social. Cada obra es el resultado del “campo artístico”, el complejo de personas e instituciones que condicionan la producción de los artistas y median entre la sociedad y la obra.

El comportamiento de cada integrante del proceso artístico (artista-obra-intermediario- espectador) es consecuencia de su posición dentro del campo artístico, y no se pueden ver aislados. Los vínculos que mantienen son organizados por el sistema de relaciones (de producción, difusión y consumo) que el campo hace posibles (García Canclini, 2017, p.37).

Esta perspectiva centrada en la sociología encuentra aliados en el terreno de la teoría del arte. Se hace eco de ello la llamada “teoría institucional del arte”. La cual concibe que recae en el conjunto de instituciones conferir el status al objeto artístico. La obra de arte es arte, como resultado de la posición que ocupa dentro de un marco o contexto institucional (Dickie, 1997); “lo que integra y determina el objeto arte tiene que ver con las concepciones estéticas, el artefacto, el receptor de la obra de arte y la institución o consenso para establecerse como tal, entrelazados dialécticamente” (De Gylderfeldt, 2008).

Dentro de las instituciones artísticas como el museo, el término mediación ha sido entendido como el conjunto de actividades didácticas y pedagógicas, empleadas más o menos conscientemente, que incluyen desde la curaduría de una exposición hasta la información narrativa desplegada con datos acerca de la galería de visitas y talleres, textos de pared, etiquetas, guías de audio, visitas guiadas, etc. (Lind, 2013). Formas de mediación históricamente generadas por los departamentos educativos y pedagógicos de los museos.

En los modelos de mediación en museos ha imperado como expone Maria Lind (2013) el enfoque didáctico. Tal paradigma se corresponde con una teoría de la recepción que le adjudica un papel pasivo al espectador, que lo concibe desde una estética de la contemplación.

In the brilliant book *Spaces of Experience: Art Gallery Interiors from 1800 to 2000*, the art historian Charlotte Klonk demonstrates that exhibitions at MoMA have always been consciously didactic, promoting Barr’s formalist view of art. His main purpose was to refine the aesthetic sensibility of visitors and to mold a mode of spectatorship based on what she calls “the educated consumer,” in

contrast to the 19th-century ideal of the spectator as a “responsible citizen (Lind, 2013, p.100).

El modelo didáctico de Alfred Barr de "espectador consumidor educado", al decir de esta autora, todavía puede ser fácilmente identificado en las operaciones de la mayoría de los principales museos y otros centros artísticos. Gracias al estatus influyente del MoMA, su enfoque fue tomado en innumerables instituciones de arte en diferentes partes del mundo. La idea de "conquistar a la gente", de persuadirlos, es central en la didáctica de esta institución (Lind, 2013).

El concepto de mediación o mediadores en el arte ha recibido numerosas críticas. Se pretende, tal vez siguiendo el modelo de la estética relacional, que el arte interactúe directamente con los espectadores y que éstos puedan aprender por medio de esta interacción e inclusión, sin la necesidad de pautas orquestadas por la museografía, la curaduría u otros mecanismos de intervención del sistema y la institución arte. Con todo, resulta útil despojarse de la connotación peyorativa que muchas veces adquiere el término mediación y mucho más aún cuando se trata de arte contemporáneo.

El conocido como “giro educativo” en los estudios museales y curatoriales dan cuenta de la importancia de estas prácticas mediadoras en la aproximación al gesto artístico contemporáneo. La relación entre arte y educación ha sido vista como una alternativa de producción y de colaboración, cambiando las maneras en que se entiende el museo o la galería como topos o espacio de recepción y contenedor de la praxis artística. Desde esta perspectiva, el museo se presenta como un discurso mediador que busca en una estética de la pedagogía, el desarrollo de prácticas de participación, como espacio social de discusión y no una habitación diseñada especialmente para la contemplación.

Finalmente se trata de las posibilidades “emancipadoras” del arte, de inscribirlo en la cultura, de “cambiar el eje de la mirada para enfocar el arte no desde su capacidad de diferenciar sino, como propuso Roland Barthes, desde su “capacidad de significar” (Martín-Barbero, 2006, p.40). Empeño que se agradece, viene a ser un soplo de aire fresco que, a los efectos de las formas de interpelación del arte contemporáneo, podría contribuir a una aproximación menos recelosa y prejuiciada.

Esta manera de entender los hilos de las actividades museísticas, se expresan deudoras de la filosofía pragmática de John Dewey y sus ideas acerca del arte como experiencia, de las teorías del arte como actividad emancipadora, que ven en éste un gran potencial para estimular la participación política y ciudadana. Así como, de las teorías del aprendizaje construccionista, desde donde se promueve la educación artística dentro de las instituciones expositoras de arte contemporáneo, a partir de un formato participativo, interactivo y lúdico.

Maria Lind (2013) se pregunta si realmente se necesita más mediación. La respuesta para ella está en adquirir una mayor conciencia de las formas específicas de mediación que ya se ensayan en los distintos espacios de exhibición del arte. Pero objeta la mediación persuasiva tradicional, de transmisión de información. Cuestión que para la autora tiene amplias connotaciones, pues considera que los métodos de mediación en uso hoy, han sido modelados sobre el arte moderno, que funcionaba de formas radicalmente diferentes a la práctica contemporánea. Formatos derivados de un paradigma que se aplican a una praxis artística con otras peculiaridades, abordadas en el apartado anterior por este trabajo.

Terry Smith (2012) explica la disyuntiva que esto traza para los principales centros culturales y expositivos del arte en el mundo. En su acepción convencional, el

museo histórico convierte al arte en una pieza de exhibición, extrapolando cualquier función práctica al contexto expositivo y a la contemplación. Como por ejemplo el MoMA (Museo de Arte Moderno de Nueva York) y la Tate Modern de Londres, Reino Unido, instituciones que exhiben arte moderno, han abrazado diseños curatoriales e incluidas colecciones de arte contemporáneo.

Con expresiones como “contemporaneizando la Tate Modern” Smith (2012, p.79) hace referencia a que justamente estos circuitos institucionales, siguiendo las pautas del mercado y de la industria cultural, se han atemperado quizás forzosamente a las condiciones de las prácticas contemporáneas, e imponiéndoles en algunos casos criterios que éstas intentan deconstruir.

Para este estudio deviene de suma importancia la percepción de estas especificidades, de las cuales ya se hace eco el escenario actual de discusión teórica en torno a la experiencia del arte. Las líneas de este apartado siguieron un recorrido que intentaron dar cuenta de formas de mediación como componente del proceso artístico. En cuanto al concepto de mediación, se es consciente de la implicación de este término dentro del campo de estudios de comunicación, sin embargo en el presente se asumió desde la perspectiva de la sociología del arte.

En síntesis, es interés para esta investigación comprender de qué modo se estructuran los discursos comunicativos que envuelven a las artes visuales, desde el punto de vista de la mediación que ejerce su difusión televisiva. Y con ello a qué lógica de comprensión de los fenómenos artísticos actuales responde la producción de programas relacionados con las artes visuales contemporáneas, en el caso específico de la televisión en Cuba.

Capítulo 2. Tras bambalinas de la producción mediática, una mirada desde la Sociología de la Producción de Mensajes

Una vez abordadas algunas de las principales características que califican dentro del arte contemporáneo, y de sus implicaciones para el sistema del arte; así como la pertinencia de una reconfiguración en el concepto de mediador o mediación en el arte, es el momento de dilucidar los entresijos, el trasfondo que sustentará la discusión conceptual.

Ya que la pregunta que se plantea esta investigación redunda, en la manera en que intervienen las exigencias propias del proceso de producción de programas de la televisión cubana, en la forma y definición del contenido de los mensajes y por tanto en la concepción acerca de las artes visuales contemporáneas. Acorde a ello, como ya se adelantó en la Introducción, se adoptará la perspectiva teórica de la Sociología de la Producción de Mensajes.

Lozano (2007) apunta las perspectivas que estudian el primer elemento de la comunicación de masas, el emisor. Hace referencia a cómo situando un estudio sobre el emisor se involucrarán las condicionantes que inciden en la propia producción del mensaje, y que va desde el orden individual hasta las rutinas de trabajo, las políticas organizacionales, intereses económicos y políticos de los medios. Aquellos factores internos y externos a las organizaciones.

Según Mauro Wolf (1987) quien utiliza el término *Newsmaking* para designar el enfoque, éste permite conjugar las dos principales tendencias de análisis, la sociológica y la comunicativa. No obstante una limitación que ha señalado, ha sido que esta perspectiva debería estar dirigida a toda la producción de comunicación de masas en general, pues los esfuerzos de análisis se han concentrado en el campo de la información.

Los autores Hirsch (1977) y McQuail (1994) mencionados por Hernández (1997) sostienen que este tipo de análisis, nombrado por dichos investigadores como *Media Sociology*, puede aplicarse a diferentes productos culturales elaborados por los medios (cine, telenovelas, libros, música).

Por otro lado, Lozano (2007) coincide en señalar que este enfoque se ha centrado principalmente en el análisis de la producción de noticias, dejando de lado otros mensajes como películas, programas televisivos de entretenimiento y otros productos comunicativos derivados de las comunicaciones de masas. A su vez considera, que los principios básicos de la rutinización del trabajo periodístico pueden aplicarse también a otro tipo de contenidos.

En este punto resulta oportuno aclarar que la mayoría de los programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana que constituyen el marco de este análisis, no son informativos-noticiosos. Estos programas se caracterizan de acuerdo a la finalidad que le adjudica la televisión cubana, por ser programas culturales: “enriquecen la imaginación y la creatividad, afianza el conocimiento de valores ya establecidos y desarrolla otros. Promueve la participación racional de la sociedad en la actividad científica, técnica, histórica, artística y literaria” (Dirección de Contenidos y Programación, Televisión Cubana, 2015).

Por tanto, tratándose de contenidos que no son eminentemente informativos noticiosos, en este estudio se asumirá esta perspectiva como plantea Lozano (2007) dentro del marco más completo de la Sociología de la Producción de Mensajes. Ya que este es un enfoque teórico especializado en estudiar las condicionantes micro y macro que se presentan en el proceso de producción, ya sea de índole noticiosa o no.

El trasfondo que sustentará la discusión conceptual, la Sociología de la Producción de Mensajes, permitirá explicar el proceso productivo de programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana, como un proceso de construcción de representaciones, que se realiza de forma industrial, en el seno de una institución reconocida socialmente.

2.1 La difusión desde la lógica de la televisión como industria de la cultura

Para Gaye Tuchman los orígenes del interés por desentrañar las claves que median en los procesos de producción se remontan a los años 60'. Fueron sociólogos estadounidenses y británicos los que se inclinaron por estudiar las formas en que las condiciones ocupacionales y organizacionales “moldeaban el arte” (Tuchman, 1983, en Hernández, 1997). Para Tuchman era posible extender estas reflexiones a otros campos o productos de los medios masivos. Lo cual, puede ser discutible, pero fueron los albores de este interés por los procesos de producción de mensajes (Hernández, 1997, p.212).

La multiplicidad de significados que conviven en la “idea de arte”, radicaba para Pierre Francastel (s/f), en lo que podría llamarse la “elaboración material del significado”. La consideración de su materialidad conlleva a pensarla, tanto como el resultado de una conducta esencialmente técnica, artesanal, fabricada, como su percepción sensible en la vida real, donde median las relaciones de la producción simbólica con el mundo circundante.

Esto extraña además, una discusión que se despliega de la creación artística a otros sistemas de producción social. Theodor Adorno (1971) concebía que las obras de arte se ven determinadas por la técnica como algo adecuado a un fin en sí mismo, transmitir un mensaje. Que, con el surgimiento de medios como el cine, es posible discernir con mayor claridad entre una etapa industrial y otro estético-artesanal, delimitadas bajo una presión social y económica.

No fue hasta el surgimiento de las nuevas técnicas de reproducción, impronta que configura a la modernidad, que la producción espiritual se fue conformando cada vez más por un proceso de trabajo material y técnico con amplias reminiscencias industriales.

Multiplicada en numerosas copias, en soportes materiales o inmateriales, la pérdida del valor del original y de la obra de arte única, escandalizaron e hicieron cavilar a una sociedad que se regodeaba en el ideal burgués, ilustrado de la cultura, para dar paso a una cultura de masas.

El auge de relaciones capitalistas de producción dio paso a un proceso de mercantilización y comercialización en el que se ven envuelta las expresiones culturales, y el surgimiento de nuevos medios de comunicación masiva. El tan nombrado término “industria cultural”, nacido de la mano de Adorno y Horkheimer (1947) llega a la palestra para constituir un debate, donde se asume una postura crítica al sistema capitalista, a sus lógicas mercantilistas de la producción en serie y la estandarización de los bienes culturales de consumo.

Desde entonces, los estudios acerca de las industrias culturales se han dedicado a pensar la producción y consumo de la cultura masiva. Mientras que en la actualidad el concepto ha dejado ya “el tono nostálgico y peyorativo que pudo adquirir en ciertas polémicas de los años 60’ ” (Bustamante, 2003, p.23), las industrias culturales hacen referencia a la transformación de un parte de la cultura que es capaz de integrar un lado creativo y uno de carácter tecnológico e industrial, con la finalidad de crear un producto destinado a un consumo masivo (Bustamante, 2003).

Con sus respectivas formas de producción y distribución, sus tecnologías, lógicas de uso y reglamentaciones, todos estos conglomerados comparten una serie de fases: creación, edición o producción, reproducción o fabricación y distribución y comercialización. Para este trabajo de investigación las fases que más interesan son las de creación, y la edición o producción, entendidas estas últimas como “fases estratégicas y de control, con mayor valor añadido” (Bustamante, 2003, p. 24).

La televisión como parte de las industrias culturales se caracteriza por su naturaleza compleja, compuesta por actividades distintas en las que separa, la *producción* de contenidos o programas audiovisuales que deben llenar una rejilla de programación; la *programación* o programas distribuidos en una secuencia temporal; y por último la *difusión* de la señal en una determinada zona de cobertura (Bustamante, 2003).

En la televisión como medio de comunicación masiva, la técnica es inseparable del proceso de producción, cuyos recursos industriales no pueden distanciarse de los intelectuales (Bustamante, 1999). Como parte de las lógicas de la cultura mediática, resulta un modelo de industria cultural que implica e “impone” un tipo de difusión y de consumo. En ella el trabajo creativo e industrial opera sobre formas y contenidos culturales que adopta la forma de prototipos, y remite directamente a un modo de producción (Zallo, 1988).

Como plantea Toussaint, dentro de la “cultura industrial, masiva, mediática, técnica la televisión juega un papel central” (2016, p. 38), el cual según la autora está definido por sus características de formato, basado en la cualidad del soporte audiovisual y de ese empaque o estructura que es capaz de crear contenidos con una combinación única de tramas y fábulas. Sus rasgos industriales, la producción estandarizada a gran escala para un público masivo, y por último y no menos importante las connotaciones sociales y culturales que la televisión alcanza debido a las particularidades de su consumo (Toussaint, 2016).

De modo que en las líneas que siguen se tendrá presente a la difusión, desde la óptica de la televisión como industria cultural, entendida como aquellas actividades de producción de mercancías de carácter simbólico (programas de televisión), concebidas a partir de un trabajo creativo y técnico, que implica la presencia del capital, la división del

trabajo, y una organización de la producción, con destino a su puesta en circulación masiva (Zallo, 1988).

En el modelo de comunicación masiva más generalizado, se ha entendido a la comunicación de masas como un sistema de instituciones y técnicas para difundir contenidos simbólicos a públicos de una amplia naturaleza, heterogéneos y dispersos. Cuyo proceso de comunicación se distingue por características particulares, en su condición de ser a gran escala, que implica un flujo unidireccional entre emisores y receptores, por lo que establece una relación asimétrica (McQuail, 1991).

La mirada a este proceso comunicacional se ha situado, en gran medida, en el polo del emisor. Los estudios que se concentran en algún punto del horizonte de la comunicación de masas, pueden pasar por alto la complejidad del proceso comunicativo en su conjunto. Sin embargo, a efectos de una mayor claridad metodológica resulta útil visualizar que diversos enfoques teóricos se adjudican el estudio de cada elemento de la comunicación de masas.

El que se revele el nicho de la creación, el tras bambalinas de la producción mediática, ese espacio “puro”, aparentemente descontaminado, ha provocado una corriente conceptual surgida a partir de los años 70’, que propone realizar un zoom y pone el acento en el análisis del emisor dentro del proceso de la comunicación de masas.

2.2 Un zoom a la producción del mensaje. Influencias en el contenido mediático

Hacia el interior de las organizaciones mediáticas, y sus evocaciones en las distintas estructuras que la conforman, estos estudios revelan que “el contenido simbólico o mensaje transmitido es “manufacturado” de forma estándar, en vez de ser único, creativo e imprevisible” (McQuail, 1991, p.77).

¿Cómo se construyen y transforman los significados en el devenir propio de la producción? ¿Cómo ocurre la acción de filtro, bajo qué presión de factores internos, profesionales, ideológicos, y estructurales?

McQuail (1991) plantea que el examen hacia las organizaciones mediáticas se remonta a los años 60' y ha derivado en distintos eslabones. Desde la centralidad del análisis de los efectos de los media, las tipologías de los contenidos producidos, hasta llegar a la desentrañar el porqué de dichas características. Develar las influencias de las organizaciones mediáticas sobre los contenidos, y cómo a partir de ello es posible dilucidar la fuerzas que operan sobre los media y su relación con la sociedad.

En general, los acercamientos al estudio de las organizaciones mediáticas si bien ha sido fragmentaria, ha demostrado tener mucho en común al considerar que los contenidos se ven definitivamente influidos por las prácticas e imperativos de la organización, en tanto éstos no son un mero reflejo de la realidad.

De igual modo, Mauro Wolf (1987) apunta que la *mass communication research* se había concentrado en el estudio del mensaje y de los efectos, según el modelo comunicativo informacional que potenciaba dichos polos, en detrimento del emisor y los comunicadores. El corte transversal que mostraba el funcionamiento de los mass media

hacia el interior de la “fábrica” fue modulando un corpus de saberes donde predominaba el enfoque teórico de tipo sociológico.

Como argumenta Wolf, “la importancia del estudio sobre los emisores va precisándose a medida que se superan dos factores: paralelamente al reconocimiento de la centralidad social de los media y al cambio (lento y no definitivo) de la teoría comunicativa, el estudio de los emisores se desarrolla desde algunos conceptos simples hasta articulaciones más complejas entre variantes que ya no corresponden únicamente a la lógica productiva interna de los media” (1987, p.110).

El asidero de este campo de estudio, como se ha venido anunciando, apuntará en la mayoría de las ocasiones, al estudio de la producción noticiosa y sus factores de influencia; así como a los productores de comunicación, en este caso al ejercicio periodístico. El foco a la producción noticiosa llega a trascender el problema de la mera transmisión mediatizada de contenidos, “a una profundización mayor de la cocina de la noticia, sus prácticas y condicionamientos, potencialidades y nuevos desafíos” (Arrueta, 2006, p.6).

La década del sesenta fue el escenario donde emergió el auge de la llamada investigación de la producción de noticias. La cual se concentraba en el debate sobre la objetividad en la construcción del acontecimiento y los valores noticiosos que servían de colofón a periodistas y productores. Una preocupación latente, donde en todo caso, la posible atención selectiva o tendenciosidad en las noticias, señalaba a que el resultado de esta “manufacturación”, devenía en una construcción simbólica de la realidad.

Esta área de investigación y la relacionada con los efectos cognitivos de los medios, tienen como pioneros a Peter L. Berger y Thomas Luckmann, y su obra “La Construcción Social de la Realidad”. Para estos autores lo que se entiende y se conoce

como “realidad”, es producto de un consenso que se construye socialmente. Bajo este precepto, se asumió la mirada a la labor de los emisores o productores de comunicación, específicamente de los periodistas y la producción de noticias. Ello revelaba la complejidad de estos procesos en las empresas mediáticas, que no constituyen una copia fiel y objetiva de la realidad, sino que se comportan como fenómenos sociales, producidos dentro de una actividad institucional y legitimada.

Hernández (1997) esboza las principales denominaciones con que se conoce la tendencia que se ha venido describiendo Sociología de las noticias, Sociología del periodismo, Sociología de la producción noticiosa, fabricación de la noticia, construcción de la noticia o del acontecimiento, estudios del Newsmaking, sociología de los periodistas, sociología de las organizaciones de noticia, etc.

El ya citado autor Mauro Wolf en su libro *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas* (1987), más allá de las críticas que se la han realizado, ofrece como expresa Cecilia Balbin “un pantallazo de las distintas investigaciones iniciadas a mediados de los cincuenta, que desnudan la existencia de distorsiones involuntarias en los contenidos mediáticos” (2008, p.242).

Han sido dos vertientes que enrumban esta tendencia de trabajo según Wolf. Una relacionada al ámbito de la sociología de las profesiones, la cual “ha estudiado a los emisores desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los estándares de carrera que siguen, de los procesos de socialización a los que están sometidos, etc.” (1987, p.110).

Unas de las líneas de investigación descrita comprende “aquellos estudios que analizan la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas, y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la construcción de los mensajes”

(Wolf, 1987, p.110). Cuya variante resulta, a su juicio, la de mayor “filón de investigaciones”, debido a los puntos de contacto que presenta con otras áreas de aproximación a los mass media y a los emisores. Las cuales relacionan la comprensión de las lógicas productivas y los estudios sobre los efectos a largo plazo, con los estudios de la *agenda setting*.

La seducción por esas incógnitas de la maquinaria mediática posibilitó miradas diversas a un mismo objeto, depende de la base conceptual o metodológica desde donde se sitúe. Esta última corriente planteada por Wolf, se aviene al tipo de abordaje que propone este estudio, que se interesa en ahondar en los condicionamientos que inciden en la producción de mensajes televisivos, más allá del examen empírico a la profesionalización del ejercicio periodístico o de los productores de comunicación.

Otros estudiosos del tema han advertido estas posibles líneas discursivas en el seno de la Sociología de la producción de noticias. Como se podrá apreciar, existen sendos caminos para la aproximación metodológica.

Rodrigo Alsina cita a Grandi, integrante de la escuela anglosajona, quien plantea dos tipos de miradas a la producción industrial de la noticia: “El estudio de las organizaciones formales y el comportamiento en la estructura administrativa, con más o menos énfasis en la introducción de las nuevas tecnologías en el proceso de producción de la noticia. Otros estudios más sensibles a las notables aportaciones de la sociología interaccionista tratan la construcción de la noticia como un aspecto de la construcción social de la realidad” (Grandi, 1985, p.361 en Rodrigo Alsina, 1989)

Los estudios sobre Sociología de la Producción de Noticias han sido en varias ocasiones sujeto a la revisión de sus principales presupuestos teórico-metodológicos. Uno de los aportes en este sentido proviene del investigador Michael Schudson (1989)

profesor de la Universidad de Columbia. Schudson (1997, en Lozano, 2007) destaca que se pueden diferenciar tres perspectivas de examen en la producción de los mensajes noticiosos. Una centrada en la Economía Política de la Comunicación, que se enfoca en los aspectos y presiones externas a las organizaciones; “desde esta perspectiva se establecen relaciones entre el contenido de los productos noticiosos y la estructura económica y política de las organizaciones de medios, y del entorno en que se producen las noticias” (Cervantes, 1996 p.108).

Otra se ha dedicado al estudio de la organización social, la sociología de los puestos ocupacionales y las ideologías profesionales; la que ha predominando en los estudios sobre la producción de noticias, según criterios del autor.

Siguiendo este recorrido por las principales tendencias o líneas de estudio, a criterio de Hernández (1997) las primeras atenciones sociológicas sobre la naturaleza de las noticias fueron planteadas por Robert Park y Walter Lippman en la década del 20' y del 40'. En el contexto del debate sobre la objetividad periodística, se comenzó a reflexionar sobre la noticia como producto social, como una construcción de la realidad.

Dentro de esta parte importante de análisis que se concentraron en la dicotomía entre los medios y los sujetos sociales, con la advertencia que de ocurren procesos de construcción de la realidad, las propuestas paradigmáticas en este sentido resultan las de Gaye Tuchman (1972) Paul Hirsch (1980) y Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994).

En la década de 1970 Gaye Tuchman, socióloga norteamericana, se dio a la tarea de estudiar la incidencia de los valores profesionales de los periodistas sobre la construcción de la noticia. Sus esfuerzos se detuvieron en comprender los rituales de la objetividad periodística que operan dentro de las redacciones. Recetas y manuales, que, hablaban de un sesgo. La noción de ritual, en el caso de los profesionales de la prensa,

vinculaba aquellos mecanismos utilizados por estos que prevé y sirven como protección ante los riesgos que implica las presiones en una redacción periodística.

Gaye Tuchman (1983) se concentra en el rol que cumplen los valores profesionales y la cultura profesional del periodista en la definición del contenido de la noticia. Asume un enfoque etnográfico para dilucidar las nociones que tienen dichos profesionales de los medios, sus representaciones y los significados que dan sentido a sus prácticas.

Este campo de conocimientos que se nutre de las aportaciones tanto de la psicología social como de la sociología de las profesiones y la sociología del conocimiento, posee un enorme potencial en la investigación de las comunicaciones de masas, sin embargo no constituye un área de trabajo desde donde se enmarca el presente estudio. Se reconoce, como alega Hernández, que la premisa fundamental de estos estudios sociológicos sobre la producción noticiosa yace en que las noticias son una construcción social de la realidad; pero ello implica, conjuntamente, “analizarlas como un producto social, y fundamentalmente organizacional, observar los métodos y rutinas que siguen los periodistas y [*productores de comunicación*] en la recolección y procesamiento de la información, etc. (Hernández, 1997, p. 222).

Lozano (2007) explica que el núcleo hacia el análisis de los emisores, trasciende la simple caracterización del medio de comunicación o de los profesionales que elaboran los mensajes comunicacionales. Es inevitable centrarse en las diversas condicionantes que moldean la producción misma de los mensajes, que va desde las aptitudes individuales de los comunicadores hasta las rutinas de trabajo, las políticas organizacionales, los intereses económicos y políticos de los medios, así como su trasfondo ideológico. Tras la ojeada de este autor, la Sociología de la Producción de

Mensajes enfoca los factores internos a las organizaciones de los medios, mientras la Economía Política de la Comunicación se orienta en mayor medida a los factores externos, entrelazados dialécticamente.

¿Cómo se da el proceso de construcción de mensajes, dígame, estos significados que se expanden, reactualizan en las comunicaciones de masas, bajo que presiones se ven afectados, transformados en ese devenir?

Rodrigo Alsina (1989) apunta a cómo a escala global, el sistema incide selectivamente en la decisión de si un acontecimiento amerita ser convertido en noticia, lo llama “sistema de la comunicación institucionalizada”. El dilema entonces radica en que si se discriminan los acontecimientos por su “trascendencia social”, ¿qué significa ello en una sociedad determinada?; ¿en manos de quién estriba la posibilidad de legitimar tal consenso? ¿A través de qué resortes se construye una lectura mediada por factores de tipo económicos, sociales, culturales?

El concepto de “gatekeeper” o “guardabarreras” como refiere la bibliografía al traducirlo al castellano, describe una parte de este proceso de selección durante las tareas mediáticas, aquellas decisiones de permitir si un acontecimiento se convierte en noticia. Reseñan las investigaciones sobre el tema que este concepto se debe a Kurt Lewin (1947). El cual surgió debido a su interés en analizar el papel del actor que ejercía la tarea de identificar los procesos de selección y rechazo en la compra de distintos tipos de alimentos; donde llego a la conclusión que en muchas ocasiones se trataba de los líderes de opinión familiares (Shoemaker, 1991, en Lozano, 2007).

Posteriormente, David Manning White lo aplicó a la actividad periodística. Para ello partió de dos premisas: primero que las noticias pasan a través de canales o cadenas, y segundo que en estas cadenas hay algunos puntos, puertas por las que las noticias

pueden pasar o ser retenidas (White, 1973 en Rodrigo Alsina, 1989). De la gama de acontecimientos y hechos de la vida cotidiana apostando para convertirse en noticias, sólo son seleccionados un grupo, se aceptan unos y rechazan otros. A propósito de la puesta en práctica de estos requisitos, se llegó a la conclusión de que estas maniobras del seleccionador son en realidad subjetivas, depende de sus actitudes, experiencias, etc.

Estas nociones fueron revisadas por autores como McQuail (1991), para quien esta función del gatekeeper no significaba una explicación completa a los patrones que tienden a seguir los contenidos mediáticos informativos. En este sentido, más allá de la propia elección personal, quienes cumplen esta función de filtro en el proceso productivo responden a otras variables. Ese otro cuerpo de influencias sobre la actividad de selección, van más allá de la subjetividad del “vigilante”, e implica la presencia de elementos organizacionales, ideológicos, que se derivan del contexto mediático donde se inscriben estas acciones.

Sobre las críticas realizadas a este modelo se detiene Rodrigo Alsina, pues considera que estas tareas de selección y elaboración de noticias no son eslabones aislados de una cadena, sino “el resultado de la interacción de varios actores: las fuentes informativas, el público y el periodista como miembro de una organización que impone una modalidad de producción” (Rodrigo Alsina, 1989, p.38)

Las limitación del método que utilizan los estudios “gatekeeper”, como afirma Schudson (1993, en Lozano, 2007) tienden a minimizar la complejidad de la producción de noticias, en la medida en que los sucesos no sólo son seleccionados, sino también contruidos en tanto futuras noticias; que pasan por lo que Rodrigo Alsina llama “procesamiento institucional de la información” (1989). El trabajo de los media consiste

no sólo en seleccionar una gran cantidad de información y de acontecimientos que se convierten en la noticia al aplicarle criterios de “representatividad y pertinencia”.

Aunque estos conceptos vieron la luz para ser aplicados a la construcción de la noticia, se insiste en ello porque, salvando las distancias, se corresponden a las actividades de discriminación de toda una cantera de posibilidades temáticas que hacen que una idea creativa se convierta en una fórmula mediática.

En la superación de los estudios del gatekeeper, tiene lugar el asentamiento de la corriente de la Sociología de la producción de mensajes, tal como lo entienden Wolf (1987), McQuail (1991), Lozano (2007), entre otros autores.

La problemática avistada en este campo de conocimientos se condensa, según Shoemaker y Reese, en la siguiente pregunta: “¿qué factores, desde adentro, y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes?” (1991, p. 1 en Lozano, 2007, p.52). De acuerdo a esta visión esto se traduce en las actitudes personales y orientaciones de los comunicadores, los valores profesionales, las políticas corporativas, la propiedad y control de éstos, las influencias derivadas del sistema económico, social y la orientación ideológica que circunscribe un sistema mediático determinado.

Los investigadores referidos proponen un modelo jerárquico de influencias que inciden en la producción de mensajes. Este esquema que añade dos escalones más al modelo presentado por Hirsch (1981), contribuye a entender la complejidad de estos procesos, al organizarlos en niveles que van desde lo micro hasta lo macro. De tal modo ofrece una referencia de cómo se dan estos factores de influencia y cómo se interrelacionan.

En el modelo jerárquico de influencias en el contenido de Shoemaker y Reese, (1994, en Lozano, 2007) se distinguen los siguientes niveles, desde lo micro (de menor influencia) hasta lo macro (de mayor influencia): factores individuales, de procedimientos de los medios, de organización, extramedios, e ideológico.

Cuando los autores definen las influencias provenientes del nivel individual hacen referencia a los antecedentes de los comunicadores que operan en los medios, las actitudes valores y creencias personales, las actitudes políticas, las orientaciones religiosas y las actitudes éticas y prácticas profesionales.

En el nivel de los procedimientos de los medios evalúan “las prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para hacer su actividad” (Shoemaker y Reese, 1991, p. 102). Para ello analizan, entre otras cuestiones, la intervención de los valores noticias en dichos procesos. En el análisis de las influencias que ejerce la organización del medio sobre los contenidos, los autores parten de los elementos que conforman una estructura organizacional y evidencian cómo ésta afecta los mensajes. Analizan las lógicas económicas que atraviesan dichas organizaciones, las relaciones entre propiedad y política, así como los mecanismos para establecer control.

Al referirse a las influencias ejercidas por el nivel extramedios, desplazan la mirada hacia los factores extrínsecos a las organizaciones de medios. Se incluyen las fuentes de información que se convierten en el contenido de los medios, como son los grupos de presión especial, campañas de relaciones públicas y las organizaciones informativas; fuentes de ingreso como son los anunciantes y las audiencias; otras instituciones sociales, como empresas y gobierno; el ambiente económico y la tecnología (Shoemaker y Reese, 1991, p. 179).

La influencia en el orden ideológico resulta el nivel macro en las jerarquías establecidas en el modelo, por lo que funciona como núcleo aglutinador del resto de los niveles. “El nivel ideológico difiere de los anteriores porque los procesos que tienen lugar en éstos dependen del patrón ideológicamente relacionado de los mensajes y están en favor de los centros de mayor poder en la sociedad” (Shoemaker y Reese, 1991, p. 223)

Esta investigación no se detendrá en el nivel individual, el cual se incluyen dentro del brazo de estudios mencionados anteriormente, centrados en factores individuales de los profesionales de los medios, como el sexo, la edad, la clase social, la educación, la actitud política, orientación religiosa, hasta los valores profesionales (Shoemaker y Reese, 1994 en Lozano, 2007).

Del mismo modo que, también se excluye al nivel de factores extramedios e ideológico. Este modelo los ubica como las mediaciones de mayor repercusión ya no sólo en la construcción de los mensajes, sino en la definición global y las funciones de un sistema mediático. Esta suerte de fuerzas centrípetas que actúan sobre los contenidos como trasfondo y “desde fuera”, permiten una extensión y escrutinio en los dominios de la Economía Política de la Comunicación, conectado con la tendencia de estudio que plantea Schudson (1997) y Lozano (2007).

De modo que, de los niveles que proponen Shoemaker y Reese, el de procedimientos de los medios, y el de la organización, vienen a ser los de mayor utilidad para este trabajo. La incisión a la institución mediática, la lupa con la que se mirará el proceso de producción de mensajes, tiene en cuenta algunas de las condicionantes que formulan los autores, así como otras propuestas dentro de este campo. Según Shoemaker y Reese, aquí se agrupan la esfera de las rutinas de trabajo y las condicionantes de la organización misma, que pasan desde la política interna, los recursos concedidos, los

servicios informativos, la infraestructura, el tiempo y espacios asignados (1991, en Lozano, 2007, p.54).

El aspecto concerniente a las rutinas de trabajo se ubica jerárquicamente, superior a las influencias individuales en la enunciación del contenido mediático. Estos procedimientos para “recopilar y procesar información, según este enfoque, tienen consecuencias evidentes en el contenido y forma de los mensajes. Como agrega Lozano, los métodos rutinarios, consensuados, “más que reflejar la creatividad incontenible y espontánea de autores y directores, muestran la reiteración exasperante de tramas, temas y fábulas” (Lozano, 2007, p.63).

2.2.1 Valores noticias o criterios de importancia

En caso de la producción noticiosa, el concepto de noticiabilidad se encuentra vinculado justamente, a estos procesos de rutinización. Opera como criterios de importancia, o de jerarquización y selección que “equivale a introducir prácticas productivas estables sobre una materia prima (los acontecimientos en el mundo) de naturaleza extraordinariamente variable e imprevisible” (Tuchman, 1973, p.160 en Wolf, 1987, p. 117)

En palabras de Wolf, “la noticiabilidad corresponde al conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias” (1987, p 117). Sin soslayar que en esta elaboración de mensajes comunicacionales, se dan ajustes y procesos negociados como puntos culminantes en las complejas operaciones de una industria. Agrega este autor:

No es correcto por tanto representar el proceso de selección como una elección rígida, sin márgenes, preestablecida, vinculada a criterios fijos. Estos últimos están seguramente presentes los valores/noticia y otros elementos productivos, pero su importancia es siempre complementaria de una valoración compleja que tiende a establecer un punto de equilibrio entre múltiples factores (Wolf, 1987, p. 121).

En los modos en que se resemantizan estos significados, gracias a un estándar de producción de mensajes, el concepto de “valor informativo” (McQuail, 1991, p.163) o “valor noticia” (Wolf, 1987), intenta explicar esta escala consensuada de prácticas y rituales. Viene a esclarecer la disyuntiva de qué hechos son susceptibles de convertirse en noticia, o qué constituye una materia prima “digna” de contenidos mediáticos, apta de “renacer” dentro de las redacciones de los *media*.

Algunos sucesos cumplen determinados requisitos que pululan para convertirse en la noticia: “producirse en corto tiempo, tener una gran escala e intensidad, ser claro e inequívoco, ser inesperado, tener afinidad cultural con la audiencia y presentar continuidad” (McQuail, 1991, p.163).

Los valores/ noticia (news values) según argumenta Wolf, constituyen un componente de la noticiabilidad. Como ya se ha visto, es aplicable nuevamente una operación o juicio selectivo, que da respuesta a la pregunta: ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticia? (1987, p.120)

Con relación a ello, Cervantes (1996) realiza un acercamiento al análisis de los valores noticiosos desde diversos enfoques. La autora expresa que esta categoría “no constituye una teoría o un enfoque propiamente, sino que se trata más bien de una

hipótesis orientada hacia el estudio de un aspecto fundamental de la práctica periodística, durante los procesos de recolección y procesamiento de la información que habrá de convertirse en noticia” (Cervantes, 1996, p.92)

Se asumirá en este punto, las derivaciones que propone Wolf acerca de los valores noticia. La utilización de este término, ampliamente manejado por la investigación en el campo de la información y el periodismo, puede verse sustituido por el de “criterios de selección y presentación”, o “criterios de importancia” como alude McQuail (1991), para destacar al lector de que se trata de otros contenidos mediáticos. Mas es necesario detenernos en estos aspectos que caracterizan a los valores noticias, en tanto procesos estandarizados de jerarquización, con reminiscencias en otros mensajes comunicacionales.

Estos valores noticias se bifurcan en el terreno operativo en varios parámetros: las características sustantivas de las noticias, su contenido; la disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo; el público; y la competencia (Wolf, 1987, p.122).

2.2.1.1 Criterios sustantivos: Importancia e interés de la noticia

En primer lugar, “los criterios sustantivos” hacen referencia a dos factores, la importancia y el interés de la noticia. Las redacciones mediáticas enmarcan los sucesos y a partir de ello expresan una valoración y explícitas gradaciones. Los criterios de importancia que se tienen en cuenta, en este caso son el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable. Esto se traduce en las influencias indistintamente que ejercen poderes institucionales, otras jerarquías no institucionales y de las organizaciones sociales y económicas (Wolf, 1987). La importancia del hecho aquí remite a la cuestión de que “cuando un acontecimiento atañe a personas de élite, mayores

posibilidades tiene de convertirse en noticia” (Galtung-Ruge, 1965, p.119 en Wolf, 1987, p. 123)

Lo que estos sujetos involucrados en el acontecimiento puedan aportar a la construcción de la noticia, en muchos casos deviene el principal material y referencia en la confección del mensaje. “El poder de producir noticias propio de algunos cargos oficiales permiten explicar la influencia diferencial de ciertas fuentes, así como el potencial de que sucesos se agrupen en torno a personas destacadas” (McQuail, 1992, p. 164).

Mas como plantea Gans citado por Wolf, este criterio se refleja también en el parámetro de la relación con las fuentes. El uso de estas voces oficiales “funciona como un componente autónomo en la determinación de la noticiabilidad. El hecho de que los dos criterios coincidan facilita y hace más rápida la selección de las noticias” (Gans, 1979, p.148 en Wolf, 1987, p. 123)

Otro elemento de importancia a consideración de Wolf, constituye el “impacto sobre la nación y el interés nacional”, el cual se relaciona con la “significatividad” del acontecimiento en tanto “su capacidad de influir o de incidir sobre los intereses del país” (1987, p. 183).

Es necesario hacer una salvedad, puesto que Wolf (1987) señala varios factores decisivos dentro del criterio de importancia que no serán tratados aquí. En la medida en que ellos remiten directamente a la actividad de disección periodística, en el marco más estrecho de la construcción de la noticia. Por lo que no se consideran aspectos aplicables a la construcción de otros mensajes.

La categoría dedicada al valor “interés de la noticia” tiene que ver con procedimientos de carácter más subjetivo, que responden a las ideas preconcebidas del comunicador sobre lo que puede resultar de interés para el público. La relevancia de las historias contadas se anticipa de acuerdo a su “capacidad de entretenimiento”. O sea, a sus posibilidades de que además de informar, potencien la entretención de la audiencia a partir de temas o tópicos de “interés humano” (Golding-Elliot, 1979 en Wolf, 1987).

2.2.1.2 Criterios relativos al producto

El segundo bloque de valores en la construcción de la noticia son los “criterios relativos al producto”. Estos hacen referencia a la disponibilidad de material y a las características específicas del producto informativo. Tienen que ver con la idea de “en qué medida el acontecimiento es accesible para los periodistas, en qué medida es técnicamente tratable en las formas periodísticas habituales; si ya está estructurado de cara a poder ser fácilmente cubierto; si exige gran dispendio de medios para cubrirlo” (Golding-Elliott, 1979, p. 144 en Wolf, 1987, p.125).

Este factor tiene trascendencia en otros ámbitos de la producción mediática, como lo explican Golding-Elliot, los criterios relativos al producto “se explican en términos de consonancia con los procesos productivos, de congruencia con las posibilidades técnicas y organizativas, con las restricciones de realización y con los límites propios del medio” (1979, p. 144 en Wolf, 1987, p.125)

Este precepto alcanza otras dimensiones dentro del arsenal periodístico. Por ejemplo, el componente “brevedad” es útil para el periodista y los medios informativos que aspiran abrazar la mayor cantidad de acontecimientos en un solo día, sobre todo si se trata de los informativos radiotelevisivos, que se rigen por formatos y tiempos para la presentación de la noticia.

Otro elemento dentro de este gama de asuntos relativos al producto comunicativo, consiste aquello que autores citados por Wolf llaman “ideología de la noticia” (1987, p. 126). La cual se manifiesta, a grandes rasgos, en procedimientos que operan en el trabajo periodístico que, seducidos por hechos fortuitos, puntuales, tienden a considerar noticiables “los acontecimientos que constituyen y representan una infracción, una desviación, una ruptura del habitual curso de las cosas. Constituye noticia lo que altera la rutina, las apariencias normales” (Galtung-Ruge, 1965, p.119 en Wolf, 1987, p.126).

Ambos criterios se encuentran interrelacionados con la “novedad”. La tiranía de lo nuevo, la aceleración de la producción de programas, inherentes a la industria cultural, funcionan en el medio informativo como “camisas de fuerza”. Normas asumidas que no necesariamente son fruto de una exigencia, sino de la necesidad hacia la inmediatez y la primicia informativa, como corolario de supuestos de consumo de los públicos. Especie de definición operacional flexible, hecha a conveniencia del emisor con el objetivo de organizarse en tiempos, “las noticias deben referirse a acontecimientos lo más cerca posible del momento de la transmisión del informativo (...). Así la producción cotidiana establece un marco diario y los acontecimientos noticiables deben haberse producido en las 24 horas entre un informativo y otro, para merecer su inclusión” (Golding-Elliot, 1979, p.121 en Wolf, 1987, p.126).

En un último elemento relativo al producto se sitúa “la calidad de la historia”. Wolf simplemente lo resume a una cita de Gans, afín con aquellas pautas que desde el punto de vista narrativo, de claridad en el mensaje, debe poseer la construcción de una noticia. Estos aspectos se reducen a la acción, “la noticia será tanto mejor cuanto más ilustre una acción, un momento importante”; el ritmo, dado en “los casos en que la noticia está intrínsecamente desprovista de acción, se procura hacerla menos aburrida recurriendo a diversos procedimientos de exposición o presentación”; la globalidad, “que

puede significar tanto proporcionar todos los puntos de vista posibles sobre un tema controvertido, como ofrecer la máxima cantidad de datos cognoscitivos sobre un determinado acontecimiento”; la claridad de lenguaje “teniendo en cuenta la imposibilidad del telespectador de volver atrás sobre lo que no ha entendido o no le ha resultado claro”; y por último los estándares técnicos mínimos(Gans, 1979, p.171 en Wolf, 1987, p.127)

Los criterios de calidad de la historia, como es lógico, no operan de la misma forma en otros contenidos de los media, más aún si se trata de la ficción, donde estos ingredientes alcanzan un nivel de elaboración superior.

2.2.1.3 Criterios relativos al medio

La siguiente clasificación de factores que conviven en los valores-noticias, lo componen los “criterios relativos al medio”. Aquí nuevamente el autor ofrece una visión un tanto reduccionista, aunque reconoce que tiene más complejidad de la que se supone. Se trata de cómo las propias características del medio, y del soporte como vehículo del mensaje, dígase el audiovisual, ejerce una mediación en la definición y presentación de los contenidos.

La naturaleza de la televisión, incorporada más tarde al festín de los nuevos medios tecnológicos, y su condición de soporte audiovisual, conllevó a que en muchos casos se concibiera como reservorio de obras realizadas en otros medios, o como un divulgador de la acumulación cultural ya lograda (Fuenzalida, 2001), en la medida en que experimentaba con géneros y formatos autóctonos. El contenido televisivo se puede llegar a conformar a través de otro texto, otro medio, debido a las posibilidades de difusión de obras producidas en otros espacios.

Con relación a ello, estos contenidos pueden no haber sido producidos por la industria televisiva misma y ni siquiera por la industria audiovisual. En estos casos, llega a funcionar como un medio “de segundo grado en un alto porcentaje de sus emisiones, en las que opera como escaparate y ámbito de exhibición de otras industrias culturales” (Zallo, 1988. p.132), u otros productos culturales de cara al proceso de legitimación y reconocimiento que la pantalla genera.

No obstante, como se sabe, la televisión no resulta un mero aparato de prolongación tecnológica o reproducción, sino que implica importantes rupturas al introducir un nuevo lenguaje y una cadena de procesos al interior que integran el trabajo creativo y técnico (Fuenzalida, 2001).

En consecuencia, el criterio relativo al medio dependerá de las posibilidades que ciertos contenidos tienen de ser difundidos en soporte audiovisual. En las empresas mediáticas, la tarea de aplicar el criterio sustantivo relativo al medio, implica una serie de ajustes y pactos que van desde las presiones de la calidad técnica del material conseguido, las suposiciones acerca de los gustos y necesidades de los públicos, hasta la lucha por lograr vías más expeditas de presentación del contenido.

Nuevamente oportuna la aclaración de Gans, cuando refiere que las imágenes pueden ser impactantes, hablar por sí mismas, sin embargo puede que la historia o el mensaje carezca de fuerza e importancia. En este caso expresa, “los periodistas procuran convencerse de la importancia de la historia o incluso buscan una noticia importante que permita justificar el uso de aquellas imágenes, aunque en ocasiones la conexión resulte débil (Gans, 1979, p.158 en Wolf, 1987, p.127).

Por último, en el caso del valor noticia respectivo al formato, este también actúa como un agente regulador en las decisiones sobre los contenidos, en sus tiempos y

coberturas, de acuerdo a los límites espacio-temporales que caracterizan al producto informativo. Por ello “desde el punto de vista de los acontecimientos noticiables, este criterio de importancia facilita y aligera la selección, dado que impone una especie de preselección antes de que sean aplicados los otros valores/ noticia” (Wolf, 1987, p.128).

Las organizaciones mediáticas aplican una forma de estandarización cultural en el procesamiento de las materias primas. Los contenidos se explicitan en sus propios formatos estandarizados. Altheide propuso el concepto de “formato mediático” con el que se refiere “a la organización interna, o lógica, de cualquier actividad simbólica compartida” (1985, en McQuail 1992, p. 354).

En sentido general, la producción, ya sea de noticias u otros mensajes, responden a la lógica mediática que se organiza en tiempos, espacios y en correspondencia con los macro grupos de contenido temático, y al público al que van dirigidos. El criterio de selección relativo al formato, incide considerablemente en las decisiones y acomodos en los procesos de producción, dada su atribución para configurar y organizar los contenidos.

Hasta aquí se llegará con el abordaje de los valores noticias retomados por Wolf, y de sus ramificaciones en la operatividad de los media, formuladas por los diversos investigadores que ahondaron en el tema. Como plantea Wolf, éstos no dan de manera segmentada o aisladas de otros criterios de selectividad, permean las distintas escalas de valores en las tareas mediática, en su condición de “criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción: es decir, éstos no están sólo presentes en la selección de las noticias, sino que impregnan también las fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia” (Wolf, 1987, p.120).

Según Rodrigo Alsina, hay que destacar la naturaleza negociada de estos procesos y pactos en la asunción de escalas o matrices de valoración. El propio Wolf (1981, pág.

284 en Rodrigo Alsina, 1989, p.16) hace referencia a ese “umbral de noticiabilidad”, donde los factores estructurales y las rutinas productivas se entrecruzan con los valores noticias. El fruto de ello resulta de operaciones asumidas, consensuadas socialmente.

Los criterios de selección, el sistema de valoración del acontecimiento en la construcción de la noticia, quedará implícito en la transmisión y jerarquización de los hechos. La facultad de los medios para ello, les otorga el margen de derecho, serán “la imagen que dará la propia sociedad de sí misma, y a su vez cada sociedad vendrá a definir lo que es acontecimiento” (Rodrigo Alsina, 1989) y más allá de éste, su arsenal discursivo.

2.2.2 Las rutinas productivas

Las empresas mediáticas establecen particulares rutinas para garantizar el abastecimiento de material, la distribución y utilización de sus recursos profesionales y técnicos. El proceso de producción de los medios está determinado por el establecimiento de prácticas que le garantizan una organización del trabajo.

Dentro de estas actividades que distinguen a las organizaciones mediáticas, McQuail (1991) señala la recopilación, la selección y el procesamiento. El engranaje productivo se resume en estos actos, que para la selección implica una cadena de decisiones que va desde la elección de la materia prima hasta la finalización del producto comunicativo. En cuanto al procesamiento y presentación, a la aplicación de rutinas de trabajo que afectan la naturaleza del producto a medida que avanza por la “cadena de toma de decisiones”.

En la mirada a ese proceso de “la construcción social de la realidad, las rutinas informativas desempeñan un papel clave” (Rodrigo Alsina, 1989, p. 26). Para despejar los pasos que conforman estos rituales, Rodrigo Alsina retoma un estudio realizado por

Golding y Elliot (1979, en Rodrigo Alsina, 1989) donde al igual que McQuail (1991) clarifican las fases rutinarias en la producción de mensajes, en este caso la producción noticiosa.

Estas fases inician en la planificación, donde “se fijan a largo plazo los acontecimientos previsible para prever los recursos y asignarlos. A corto plazo se fija la cobertura de las noticias del día”. Le sigue la recopilación, momento en que “los reporteros y corresponsales recogen material para noticias y lo llevan a la redacción”. La selección es el instante donde “se recoge el material de los reporteros, corresponsales, el difundido por las agencias hasta un número limitado de ítems para la transmisión final”. Por último la producción, es aquí donde “los ítems seleccionados se ordenan y se tratan para una presentación adecuada y se preparan para salir en el programa” (Golding y Elliot, 1979 en Rodrigo Alsina, 1989, p.27).

En otro momento, Elliot (1980, en Rodrigo Alsina, 1989) desarrolló un estudio de la producción de siete documentales televisivos, que nuevamente dilucida los esquemas de realización. El patrón de producción que seguían se atiene a las fases siguientes en orden consecutivo: “selección de las ideas y esquema general del programa, búsqueda de material, recopilación del material del programa, selección del material del programa, esquema detallado del programa y copia, adaptación de la copia, y grabación del programa” (Elliot, 1980 en Rodrigo Alsina, 1989, p.27).

El mismo criterio sigue Rossiti (1981, en Rodrigo Alsina, 1989) cuando establece cuatro dimensiones de las tres funciones, que se sintetizan en la selección (exclusión/inclusión), jerarquización y tematización. Aunque se refiera con este último a la ponderación de un tema y su colocación en el centro de atención pública, tiene que ver igualmente con los retoques y etiquetas, astucias que ocurren precisamente en esos momentos de procesamiento y presentación final del producto mediático.

Muchos autores se han acercado a describir estos procesos que ocurren tras bambalinas de la maquinaria mediática. Básicamente, las coincidencias en delimitar las rutinas productivas hacen posible resumir estas actividades que distinguen a las organizaciones, en las tres fases que señala McQuail (1991) la recopilación, la selección y el procesamiento.

Un punto de partida o una idea creativa está sujeta a múltiples modificaciones de acuerdo a las intenciones iniciales. Si bien la mayoría de los estudios se enfocan en la producción de noticias, se ha tratado de enfatizar que ello es posible aplicarlos a una amplia variedad de productos mediáticos (Hirsch, 1977, en McQuail, 1992), (Elliot, 1989, en Rodrigo Alsina, 1989).

2.2.2.1 Fases de recopilación y selección

Según van Dijk “la noticia no se caracteriza como una imagen de la realidad, que puede ser correcta o deformada, sino como un marco a través del cual se construye rutinariamente el mundo social” (1990, p.23). Y ello comienza aquí, en las fases íntimamente relacionadas de recopilación y selección, quizás el espacio donde se hacen más evidentes las ideologías profesionales de los productores de comunicación y los valores que ciernen a una institución. Operaciones cotidianas de reconstruir la realidad como “noticia” y contenidos de diversa índole, o como la materialización de los procesos institucionales en los cuales tiene lugar la producción.

Es en esta etapa donde más se ha señalado la tendenciosidad, puesto su fuerte y dependiente interrelación con los valores noticias o criterios de selección. A partir de las decisiones y rangos de selección, estas interpretaciones dan forma a la reproducción de los sucesos y del discurso informativo que hacen los medios. Para Rodrigo Alsina, el centro de la problemática está en la selección y en la jerarquización de acuerdo a escalas

de valores. Al respecto apunta, “qué duda cabe que la selección de la información es socialmente una operación más problemática que la jerarquización informativa (Rodrigo Alsina, 1989, p.28).

Llama la atención que criterios como “el lugar”, el espacio, también definan el ejercicio de compendiar los acontecimientos. Si bien como alega McQuail, no significa una categoría con gran peso, las relaciones espaciales de proximidad y ubicación definirán en ocasiones, que ciertos hechos sean atrapados dentro de esa “red informativa” que hablaba Gaye Tuchman (Tuchman, 1978 en McQuail, 1992, p. 164)

El anclaje espacial de la red informativa en instituciones centralizadas es un elemento del marco que delimita como noticias secuencias de la realidad cotidiana. (...) La red informativa impone un marco sobre los acontecimientos en virtud de la cooperación de la compleja burocracia asociada a la dispersión de los periodistas. (...) La red informativa incorpora tres premisas referidas a los intereses de los lectores: les interesa sucesos que ocurren en lugares concretos, las actividades de ciertas organizaciones y determinados temas (Tuchman, 1978, p.23, en McQuail, 1992, p. 165).

Las condiciones y oportunidades que gozan ciertos espacios, conduce además a la ponderación de determinadas áreas temáticas. “El territorio de noticias” se manifiesta no sólo de forma “territorial y tópica” (Fischman, 1980, en McQuail, 1992, p.165), sino como espejo de las relaciones sociales entre productores o reporteros y las fuentes. Ello se encuentra ligado además, a la cuestión de la accesibilidad de la información, que por conveniencia operativa de los *media*, se discrimina de acuerdo a las posibilidades organizativas y técnicas de acceder a ella.

En las relaciones que los medios establecen con la realidad social, con mayor envergadura en el campo de la información, se encuentra su maridaje con las fuentes. Valga la redundancia, éstas sobrevienen fuentes de provisión de contenidos.

En los procedimientos de selección se pone de manifiesto la importancia de esta relación, esos canales que ofrecen información a los medios, que actúan considerablemente en la determinación del acontecimiento noticiable y en el procesamiento del material informativo. En el periodismo, las fuentes juegan un papel significativo. La dupla fuentes- reporteros implica términos de negociación mediada por factores institucionales, políticos, legales, operativos e ideológicos que regulan sus respectivas áreas de acción.

La investigación acerca de las fuentes y su nexo con los medios ha identificado factores que constituyen la base de esta conexión. Por un lado, “la planificación del suministro” (McQuail, 1992, p.344) que se expresa en la manera en que el margen de planeación y previsibilidad le posibilita a los medios “adelantarse” y contar con un stock de contenidos como suministros para las producciones. Que se nutren en el caso de los informativos, de las capacidades de agencias de prensa.

La confianza y el poder de incidencia de determinadas fuentes reside en el abastecimiento de información “segura” que éstas puedan proporcionar. Su función va más allá de brindar información a los medios, para influir y regular en cierto sentido, la resolución del acontecimiento noticiable.

La disparidad entre las fuentes, las relaciones asimétricas y de asimilación (McQuail, 1991) se da como resultado de la desigual posición que ocupa el medio, con respecto sus procuradores de “materia prima”. Gans referido por McQuail, alude a las fuentes con más acceso y exitosas en su capacidad de influencia; quienes resultan aquellas

organizaciones poderosas con recursos dedicados a suministrar datos al periodista, y capaces de contar con el “tipo de noticias que éstos quieren en el momento adecuado”, fuentes que son “autorizadas” y “eficientes” y con “acceso habitual” a los media informativos (Gans, 1979, en McQuail, 1991, p.349)

2.2.2.2 Fases de procesamiento y presentación

Ericson y otros (1987) referenciados por McQuail, (1991) plantean que la línea de procesamiento establece una cadena que comienza desde la fase en la que se tienen en cuenta las ideas factibles. Las cuales que pueden nutrirse de fuentes “activas” (iniciativa) o “reactivas” (rutinas), ya sea de las propias actividades periodísticas o de los servicios de las agencias. Le sigue la fase de la asignación de artículos, o temas, en caso de contenidos no informativos, que pasa por un proceso de eliminación en función de los criterios de selección. Seguido de lo que se subraya como la etapa de producción, que ocurre a partir del proceso de toma de decisiones, las reuniones del colectivo, las decisiones de pase, la etapa de composición, las elecciones de formato, diseño y presentación del material.

Este modelo a criterio de McQuail, que se basa en el procesamiento de las noticias, es posible aplicarlo a otros procesos de producción mediáticos en las que se recrea la realidad, “aunque con mayor escala temporal y más margen en el que la producción pueda influir en el contenido (1998, p.349).

A modo de resumen de este capítulo, se puede concluir que el modelo jerárquico de influencias en el contenido de Shoemaker y Reese, (1994) posibilita delimitar el estudio en el nivel de factores de procedimientos de los medios y de la organización. Los criterios de selección y los valores noticias, operacionalizados en indicadores concretos, arroja luces acerca de las interpretaciones, categorías y esquemas con que opera la

institución mediática a estudiar. El zoom a los procedimientos internos de la organización, permite visualizar las lógicas de la cultura mediática, enmarcada en un contexto e institución específica.

Capítulo Contextual 3. Concepción y políticas de difusión en la Televisión Cubana

3.1 La Televisión Cubana dentro del marco del Instituto Cubano de Radio y Televisión y las políticas comunicativas

Derivada de las políticas estatales, las políticas de comunicación y cultura se conciben como “las acciones y omisiones de las instancias estatales de todo tipo que, de acuerdo a las concepciones y legitimaciones de cada sociedad y cada tiempo histórico, determinan u orientan los destinos de la creación, la producción, difusión y consumo de productos culturales y comunicativos” (Bustamante, 2003, p.34).

La concepción de los medios en el modelo cubano es el fruto de profundas transformaciones históricas, que han determinado las condiciones de producción, difusión y consumo en los diversos momentos de la Revolución Cubana. La proyección del Estado cubano en el terreno cultural tiene lugar en los propios albores de la Revolución, que con modificaciones puntuales ante algunas coyunturas, resultan los pilares fundamentales que caracterizaría la política cultural cubana hasta nuestros días.

El triunfo de la Revolución Cubana en 1959 constituyó el fruto de un movimiento de liberación nacional y antiimperialista que supuso una revolución social en todos los ámbitos y esferas del país. El nuevo régimen político concibió radicales cambios en la estructura económica y política heredada del sistema neocolonial, como única vía para la transición al socialismo. Los principios del nuevo sistema estaban encaminados a la

satisfacción de las necesidades materiales y espirituales de la población, en la medida en que iba desapareciendo todo lo ligado al modo de producción capitalista.

Junto a la Campaña de Alfabetización (1961), el Ballet Nacional de Cuba (1959), la creación de las escuelas de arte (1962), la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (1961), el Instituto Cubano del Libro (1967), en la fecha tan temprana como marzo de 1959, la Ley No. 169 decretaba la fundación del Instituto Cubano de Artes e Industria Cinematográficos (ICAIC), como primera ley emitida en el terreno cultural por el Estado, la primera en pronunciarse respecto al sistema de medios. Se enuncia abiertamente el papel social del cine como arte, dados sus altos niveles de comunicación: “El cine constituye por virtud de sus características un instrumento de opinión y formación de la conciencia individual y colectiva y puede contribuir a hacer más profundo y diáfano el espíritu revolucionario y a sostener su aliento creador⁴”.

Los lineamientos que definirán la política del Estado cubano en materia de cultura se definieron al calor de los imperativos de la época, y partir de acciones puntuales que tuvieron como base los innumerables discursos pronunciados por Fidel Castro, el líder de la Revolución Cubana.

Uno de ellos se conoce como *Palabras a los intelectuales* (1961), una de las primeras pronunciaciones de la política cultural cubana. En este discurso Fidel Castro expresa: “al igual que nosotros hemos querido para el pueblo una vida mejor en el orden material, queremos para el pueblo una vida mejor en todos los órdenes espirituales (...) Y

⁴ Ley del Consejo de Ministros del Gobierno Revolucionario de la República de Cuba que creó el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos, publicada en la Gaceta Oficial del martes 24 de marzo, 1959. En *Cine Cubano*, Año 4, Nos 23-24-25, pp. 22-24.

lo mismo que la Revolución se preocupa por el desarrollo de las condiciones y de las fuerzas que permitan al pueblo la satisfacción de todas sus necesidades materiales, nosotros queremos desarrollar también las condiciones que permitan al pueblo la satisfacción de todas sus necesidades culturales” (Castro, 1961).

Dentro del programa de creación de los organismos e instituciones que atendieran las distintas ramas en la esfera cultural, se encontraban las intervenciones en las áreas como la radiodifusión. La necesidad de una política editorial coherente que respondiera a las condiciones históricas, y la redefinición de los servicios de radiodifusión orientados por la dirección de la Revolución, condujo a un proceso de nacionalización de las principales empresas que sostenían a las emisoras que, pasaron a depender íntegramente del presupuesto del Estado. Lo cual culminó en un reordenamiento estructural donde se establecieron dos canales nacionales de amplia cobertura, y la reubicación de transmisores para la extensión del servicio a zonas de silencio.

Se crea entonces el 24 de mayo de 1962, mediante la ley 1030 del Consejo de Ministros de Cuba, el Instituto Cubano de Radiodifusión (ICR), con el objetivo de difundir y orientar las emisiones de la radio y la televisión para todo el territorio nacional. Lo que derivaría años después en 1975, en el organismo central de la radiodifusión en Cuba y que mantiene su nombre hasta la actualidad: el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

A la altura del primer Congreso del Partido Comunista de Cuba en 1975, se aprueba un documento denominado *Tesis y Resolución sobre los medios de Difusión Masiva*, que resume la esencia y razón de ser de los medios en Cuba. Se deja sentado que “en ningún caso pueden los medios actuar al margen o por encima de las clases, sino que constituyen instrumentos de la lucha ideológica y política. En consecuencia, los medios

son para la sociedad cubana, instrumentos de las transformaciones revolucionarias que se emprendan, son órganos del Partido, del Estado y de las organizaciones de masas y sociales en las tareas de educar, informar, orientar, organizar y movilizar al pueblo, apelando a la razón y a la conciencia” (1975, p.328)

Con la creación del ICRT, la Radio y la Televisión transitaron de un régimen de propiedad privada y explotación comercial a otro de propiedad estatal y de servicio público.

El papel activo del Estado cubano permite caracterizarlo, siguiendo la definición de Bustamante (2003) sobre los tres grandes roles del Estado con relación a las políticas culturales, en un Estado-gestor de la producción y difusión de los productos culturales y comunicativos en monopolio (en este caso la radiotelevisión). Por otro lado, comparte además la función de Estado-regulador o árbitro, en tanto fija las condiciones de actuación de los agentes sociales de forma directa o indirecta a través de autoridades autónomas en cada campo (Bustamante, 2003).

En materia de políticas culturales, siguiendo una tipología en función de las organizaciones responsables de éstas, conecta la experiencia cubana con lo que se conoce como el modelo francés, centralizado y directo, desde organismos estatales especializados en cultura y comunicación como puede ser los ministerios (Bustamante, 2003). En este caso el Ministerio de Cultura de la República de Cuba quien dirige, orienta, controla y ejecuta *la política cultural del Estado y de Gobierno, y “tiene la misión de garantizar la defensa, preservación y enriquecimiento del patrimonio cultural de la nación cubana”*.

Al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) corresponde, como parte de las responsabilidades que le concede el Estado cubano, en su carácter de rector de todas las actividades de ambos medios de difusión, la elaboración, ejecución y control de la

política de programación más factible para lograr los objetivos que determinen su función educativa y cultural.

La Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas vigente establece que ambos medios de comunicación “deben garantizar los objetivos que determinan su función ideológica, educativa, cultural en función del pueblo cubano y del interés de la sociedad⁵”. En cuanto a la práctica de la política cultural se agrega, “ampliar y profundizar el acceso a la cultura, haciendo que su disfrute se convierta en parte de la vida cotidiana”⁶.

Otro de sus epígrafes titulado *Proyección cultural de la Programación* plantea “Defender la cultura nacional a través de espacios de alto nivel de realización que profundicen en la esencia de lo que somos, destacar y jerarquizar los valores de la identidad cubana, del patrimonio y de la cultura nacional; así como el conocimiento de los valores culturales universales”.

De esta manera la televisión cubana y el ICRT en general, tienen la misión de desarrollar y satisfacer desde una perspectiva esencialmente cultural, los intereses y necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de los diferentes públicos de la nación cubana, en correspondencia con los principios del sistema económico y político cubano.

⁵ Política de Programación de la Radio y la Televisión cubanas.

⁶ Op cit

3.2. La Televisión Cubana y su estructura institucional

Como ya se ha abordado anteriormente, la televisión en Cuba forma parte de una estructura institucional de radiodifusión (ICRT) que se subordina directamente al Comité Central del Partido Comunista de Cuba (PCC), máxima dirección del país. Además responde a las políticas culturales dictadas por el Ministerio de Cultura, que pauta los procesos de producción del discurso cultural televisivo.

La Televisión Cubana como estructura de proyección y control tiene la responsabilidad de “dirigir, supervisar, promover y viabilizar el trabajo de las unidades presupuestadas bajo su mando, que están responsabilizadas con la realización de programas de televisión con carácter de bien público.”⁷ Es además la encargada de orientar y dirigir la aplicación de la política del Partido, del Estado y del Gobierno cubano en cuanto a la realización, programación y transmisión de los programas de televisión en todo el territorio nacional. Dirige, organiza y controla la actividad de venta de servicios y programas que realizan los canales en el mercado interior y exterior.

Como parte de las políticas del Estado cubano en materia de radiodifusión, la radio y la televisión no reciben ingresos por concepto de canon, cuotas o publicidad, es gestionada directamente por el Estado y depende del presupuesto gubernamental que se le asigna anualmente. Aunque si realiza la venta de programas por medio de una entidad comercializadora denominada *RTV Comercial*. No existe en el sistema de medios, la televisión por cable.

⁷ Política de Programación y Contenidos de la Radio y la Televisión cubanas

El modo de valorización de la programación funciona a través del impacto social y su legitimación ocurre en la medida en que la sociedad se ve reflejada e identificada con los valores, la cultura y formas de vida que se proponen.

Las investigaciones sociales y sus resultados en apoyo a la producción televisiva se realizan, cuando se solicitan, por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT (CIS). Este centro cuenta con redes de encuestadores a nivel nacional, y equipos de sociólogos, psicólogos y otros graduados universitarios que realizan investigaciones cuantitativas y cualitativas para la elaboración de "programas 0 o programas pilotos", seguimiento de programas, estudios de audiencia, etc.

La Dirección General de la Televisión Cubana constituye un sistema integrado por un conjunto de Empresas y Entidades presupuestadas que tienen como objetivo fundamental "la materialización de una programación televisiva que responda a los valores y principios de la sociedad cubana"⁸.

Su estructura institucional la conforman: 5 Canales nacionales (*Cubavisión, Telerebelde, Canal Educativo, Canal Educativo 2, Multivisión*); 1 Canal Internacional (*Cubavisión internacional*); 13 Telecentros provinciales; 17 canales municipales, 71 corresponsalías municipales; 1 Canal provincial (*Canal Habana*); 1 Productora de Audiovisuales comunitarios (*Televisión Serrana*); 4 canales digitales. Integran además este sistema las entidades: Casa Productora de Telenovelas, Servicios Escenográficos y RTV Comercial; quienes tributan a la programación de los 5 canales nacionales, fundamentalmente *Cubavisión y Telerebelde*, materializando gran parte de los contenidos en que ellos se generan.

⁸ *Ibidem*

En cuanto a los perfiles y caracterización de los canales, es posible apuntar que si bien el sistema televisivo cubano hasta el año 2000 lo conformaban sólo dos canales de cobertura nacional: *Cubavisión* y *Telerebelde*, a los que se le suma el *Canal Educativo* (2001), *Canal Educativo 2* (2004) y *Multivisión* (2008) éstos no se concebían o perfilaban como canales independientes administrativamente, y tampoco gozaban de identidad propia como canales, sino respondían a la Dirección General de la Televisión.

A partir de abril de 2013, la televisión comenzó un proceso de cambio en su estructura que continúa perfeccionándose. De manera que se perfilaron y separaron los distintos canales. Es preciso detenerse brevemente en tres de estos canales que conforman el sistema televisivo cubano, quienes contienen en su parrilla de programación a los programas sobre artes visuales contemporáneas: *Cubavisión*, *Canal Educativo*, *Canal Educativo 2*.

Es *Cubavisión*, el canal más antiguo de la televisión en Cuba, conocido también como *canal 6*, es el de mayor alcance en el país, con una cobertura de más del 98 % del territorio cubano. Desde el 2007 transmite una programación las 24 horas del día, y básicamente se perfila como un canal generalista con una finalidad cultural y de entretenimiento.

El acento en la parrilla de programación del canal lo tienen las ficciones televisivas, especialmente las producciones nacionales, de ahí que su eslogan afirme ser “el canal de la familia cubana”. El otro gran peso lo conforman los programas informativos noticiosos e informativos variados como revistas o magazine cultural entre las que se encuentra el *Noticiero Cultural*.

El *Canal Educativo* y *Canal Educativo 2* son canales generalistas con marcado componente cultural y programación didáctica que surgen en el contexto de lo que en

Cuba se conoce como “Batallas de ideas”⁹. Con este nombre se conoce el proyecto ideado por el fallecido Presidente de Cuba Fidel Castro Ruz, donde se impulsaron una serie de proyectos educativos y culturales que contribuyeran a elevar la cultura general integral del pueblo cubano.

El *Canal Educativo* sale al aire por primera vez el 4 de noviembre del 2001. Desde su surgimiento se concibió como un canal en su mayoría con programación educativa. Las teleclases que forman parte de su oferta, constituyen un soporte indispensable para el proceso docente-educativo en las diferentes enseñanzas del país. Cabe destacar la transmisión del espacio fundador del canal “Universidad para todos”, donde a lo largo de más de 10 años se han impartido cursos de diversos temas y materias por parte de académicos y profesores de renombre diferentes campos de enseñanza.

Como reza su eslogan “Donde siempre se aprende”, el Canal Educativo transmite una programación básicamente curricular como sustento al Sistema Nacional de Educación. Sin perder de vista su misión y finalidad educativa, en la actualidad se perfila como un canal generalista con marcada presencia de programas culturales en los que clasifican: históricos, de orientación social, revistas informativas culturales, cinematográficas.

Conforma su parrilla de programación programas como *Arte Video*, que tiene como objetivo proporcionar un espacio dedicado al conocimiento de las obras de los artistas de la plástica cubana, y a profundizar en el mundo de las artes visuales en general. Por otro lado, el espacio *La Otra Mirada* se adentra en el mundo de la historia del arte y

⁹ La llamada Batalla de Ideas abarcó más de doscientos programas en diversas esferas de la sociedad. Algunos de los más sobresalientes en el campo cultural y educacional son: programa de formación de Trabajadores Sociales, programa de formación de Instructores de Arte, creación de Sedes Universitarias Municipales en los 169 municipios del país y de la Universidad de las Ciencias Informáticas, entre otras

los artistas de la plástica más relevantes de todos los tiempos, a través de obras documentales.

Por su parte *el Canal Educativo 2* si bien nació unos años más tarde, surge como respuesta igualmente a los intereses de la política cultural cubana de transmitir una programación televisiva de corte cultural, educativa y de orientación social. Es un canal con perfil cultural, que transmite una programación variada con énfasis en la cultura y las tradiciones nacionales y latinoamericanas, y en aquellas propuestas que contribuyan a elevar la calidad de vida del pueblo cubano.

La parrilla de programación del canal la conforman básicamente los géneros cinematográficos como los documentales y las revistas culturales. Entre ellos, el programa *Signos* se interesa por fomentar e incrementar el gusto por la contemplación y el conocimiento de las manifestaciones de las artes plásticas y visuales, fundamentalmente nacionales, aunque sin descartar el tratamiento de temáticas universales.

El último canal nacional en instituirse fue *Multivisión* (2008) quien todavía presenta dificultades en la recepción de su señal en algunos territorios. Es un canal generalista con programación en su mayoría extranjera, proveniente de algunas televisiones culturales de América Latina y Europa.

El incipiente tránsito de lo analógico a la digital en Cuba se expande sólo a algunas zonas de la capital, y no ha implicado un aumento considerable de canales. Todavía es asignatura pendiente la preparación para esa futura fase de desarrollo tecnológico. En este entonces, la Televisión Cubana deberá contar con un banco de contenidos audiovisuales que no posee en la actualidad para cubrir la demanda. La urgencia de una proyección en este sentido es necesaria, si se tiene en cuenta que la

televisora no produce contenidos para sus recién estrenados canales digitales, sino que reproduce tiras de programación y paquetes de programas íntegros de los canales analógicos.

En resumen, en esta apartado se ha abordado a la Televisión Cubana y su estructura institucional, dentro del contexto general del Instituto Cubano de Radio y Televisión y de las políticas culturales en Cuba. La suerte está echada, el camino está trazado, los entornos de televisión pública y estatal en el mundo aportan experiencias. La descentralización y desregulación entra en contradicción con la propia política y el proyecto social cubano, el monopolio estatal continuará marcando los derroteros del sistema mediático en Cuba.

La apertura a nuevas formas de financiación, el fomento a la producción independiente, entornos de regulación acordes con el nuevo sistema comunicativo; el empoderamiento de las televisoras locales y provinciales no como simples productores tributando al sistema televisivo nacional, sino como verdaderas televisiones comunitarias alternativas; la generación de contenidos a tono con las nuevas exigencias del contexto sociocultural cubano, el conocimiento que se obtiene a partir de los resultados de las investigaciones sociales; pudieran ser posibles rutas desde donde pensarse las políticas que establecen los intereses de los emisores y los futuros de la radiodifusión en Cuba.

3.3 ¿Una industria diferente? El proceso de producción en la Televisión Cubana

El trabajo de producción de material audiovisual para la difusión televisiva es trabajo productivo desde el punto de vista capitalista, que difiere de cualquier otra producción mercantil por su carácter especial (Zallo, 1988). El cual puede distinguirse por la inserción del trabajo simbólico dentro de una maquinaria industrial que lo convierte

en mercancía, que implica una división de las tareas, moldea las propias condiciones de trabajo, las características de los productos y por consiguiente las condiciones de su consumo. Aun así las industrias culturales son industrias muy particulares, que se distinguen de las restantes mercancías industrializadas por su trascendencia económica y sobretodo cultural (Bustamante, 2003).

La organización de la propiedad y la regulación, prescriben la función y carácter de las industrias culturales, ceñidas por instituciones responsables de la producción, distribución e intercambio de las mercancías y por la regulación del mercado. Así puede verse la noción de servicio público de radiodifusión, caracterizado por aquellos medios gestionados directa o indirectamente por el Estado, y los principios que los rigen y los legitiman en el conjunto del sistema de medios de un país, las normas que estructuran su organización y financiamiento.

Existen dos tradiciones de servicio público de radiodifusión, la estadounidense, que delega en actores privados; y la europea, conocida por la gestión pública de los medios estatales, que de modo general tiene las tres misiones básicas de informar, educar y entretener (Tremblay, 1988).

Toussaint (2016) hace referencia a que si bien los medios públicos se nutren y benefician del brazo tecnológico e industrial intrínseco a este aparato, su funcionamiento como industria está determinado por la finalidad que alcanza en tanto potenciador del capital cultural de una sociedad determinada. En sus palabras “La televisión pública no puede comportarse como los agentes mercantiles de las industrias culturales puesto que su objetivo no es el lucro. Por tanto su productividad e ingresos deben ser tasados de acuerdo con su fin cultural y social” (2016, p. 39).

Cuba se inserta en la tradición europea de gestión de medios públicos. El carácter de la Televisión cubana, de servicio público, agenciado y regulado directamente por el Estado cubano y las instituciones que tributan a su desempeño hace que, como plantea Toussaint, “en este aspecto es el Estado el único que puede garantizar que la televisión pública exista y cumpla con los parámetros alusivos a brindar un servicio público. Su productividad se convierte en rentabilidad social” (2016, p.39)

Con ello, no quiere decir que la televisión cubana escape a la mecánica de la industria cultural en su generalidad. El proceso de producción televisiva en Cuba si bien opera dentro del monopolio estatal, altamente regulado, en cuanto a la organización productiva se ajusta lógicamente a los patrones inherentes de esta industria, pues se debe someter a la disciplina financiera y a entornos competitivos de regulación pública, económica y a instancias de control (McQuaile, 1985).

Vicent Mosco (2006) retoma a Bernard Miège cuando hace alusión a que existe una conexión entre el tipo de producto mediático, la estructura de control corporativo, y la naturaleza del proceso de trabajo. De esta forma puede examinarse cómo la organización de la propiedad y el tipo de producción condicionan la oferta de forma general. En el caso cubano, ello se abordó en el apartado anterior. Se hizo referencia a la televisión cubana en su compleja relación con las transformaciones históricas y socioculturales del país, que inciden en las condiciones sociales e institucionales de la producción y difusión de los mensajes televisivos.

El rol del Estado cubano en la formulación de las políticas de comunicación, explicitado por la forma de propiedad sobre los medios de producción, delimita su proyección además en casi todas las esferas del país. El modelo económico del socialismo cubano que detenta el poder estatal sobre los medios de producción, bajo la forma de

propiedad social, cristaliza en sus industrias culturales en estándares alejados de las lógicas mercantiles y comerciales.

Para la comprensión del estado actual del sistema televisivo cubano resulta imprescindible puntualizar los elementos que de alguna manera lo han caracterizado en los últimos años. Un régimen productivo condicionado en su desarrollo, por las urgencias coyunturales derivadas de contextos sociopolíticos, que descansa en una industria que requiere de mayor organización, financiamiento y modernización.

Las limitaciones financieras y tecnológicas del país han repercutido en sus servicios de radiodifusión, que revelan además las dificultades para su financiación estatal. La crisis económica atravesada en Cuba en los años 90' tuvo su reflejo en las lógicas de producción y organización de la cadena de procesos. Con el deterioro tecnológico, la escasez de recursos financieros, la imposibilidad de cubrir la demanda productiva para las horas de transmisión, sufrieron algunas áreas técnicas que incidieron en la calidad final de las obras.

El sistema televisivo cubano en su totalidad, su organización vertical de la cadena de jerarquía ponen de manifiesto “el control del aparato” por sobre la producción y difusión en su totalidad (Zallo, 1988). A pesar de que los canales nacionales tienen una misión, identidad e imagen corporativas propias, estos responden al control, supervisión y la planeación dictada por la Dirección General de la Televisión Cubana, quien a su vez responde directamente ante a la Presidencia del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

En esta estructura en que se inserta el trabajo productivo, éste goza de cierta autonomía administrativa, aunque lógicamente responde a las políticas dictadas por el ICRT. De modo que, las lógicas de producción en la Televisión Cubana se necesitan enfocar a su vez, en relación con las políticas comunicativas que se vieron anteriormente.

Es el proceso de programación y planeación de los contenidos el primer eslabón de una gama de prácticas dentro de las tareas mediáticas, que en el caso de la Televisión Cubana, influyen e inciden decisivamente en qué se produce, y en las subsiguientes operaciones internas de cada colectivo de programas para la elección y abordaje de los contenidos.

De modo que, en esta televisora el proceso de programación y planeación de los contenidos deviene el primer filtro o el punto de partida de la secuencias de decisiones acerca de la elección de la materia prima. Se ha hecho referencia en el capítulo teórico cómo en el caso de las materias primas o suministros en la construcción de la noticia, los periodistas y los servicios informativos en general, siguen las pautas de la línea editorial, se nutren de proveedores de información como agencias de prensa, etc., o tienen la facilidad de “extraer” directamente los hechos que se han de convertir en noticia. La inmediatez de la información noticiosa así lo facilita y la actividad comienza con la propia “observación” del acontecimiento.

En el caso de un programa de televisión sucede una cadena similar, la cual “se extiende desde una idea en la cabeza de alguien hasta el proceso de selección y las numerosas fases de transformación en un producto acabado” (Ryan y Peterson, 1982 en McQuail, 1991, p.328).

Para acordar las principales directrices de contenidos o la agenda temática, se atienden los objetivos estratégicos o lineamientos del Estado en cuanto a lo económico, político, social e ideológico, y los objetivos de comunicación de las instituciones fundamentales del país, además de los intereses de las organizaciones políticas y sociales.

Esta gama de atenciones se traduce luego en prioridades productivas y en formas de organizar la producción de acuerdo a determinadas jerarquías de contenidos. La Televisión Cubana ha funcionado como “industria guía”, con preferencias al tener el

monopolio de la difusión, y enrumba los derroteros de otras industrias culturales, que a su vez dependen de ella para su difusión.

Esta etapa se corresponde dentro del proceso de producción de un programa de la Televisión Cubana con la primera fase de Planeación temática (Resolución 43, TVC, 2012). Donde juegan un papel destacado la agenda temática y asesoría de las instituciones, dígase fuentes, que rigen la política del país para con los temas que se vinculan a cada tipo de programación. Todo lo cual se inserta dentro de las actividades de las organizaciones mediáticas en la etapa de “planificación del suministro” (McQuail, 1991).

Cuando se alude a los procesos de producción de mensajes, las fuentes teóricas citadas en el Capítulo 2. coinciden en que los ciclos se pueden resumir en las rutinas de planificación, recolección, selección y producción.

Justamente dentro de la hilera de procesos en la producción de un programa en la TVC, la Fase de selección tiene lugar desde que se planean estratégicamente los contenidos, y se definen las líneas temáticas generales a tratar en una cobertura mensual, trimestral e idealmente semestral. Es la selección, un intervalo de relevancia considerado necesario en la TVC, como antesala del proceso de creación, producción y transmisión del programa en pos de alcanzar la calidad planificada.

En el caso de la programación informativa, si bien se ajusta de manera global a estos esquemas de producción, tiene sus particularidades. Es el Departamento de Reporteros del Sistema Informativo de la Televisión cubana, la “cocina de la noticia”. Ellos tienen en cuenta la agenda temática nacional donde convergen intereses de la dirección del Partido Comunista de Cuba (PCC) y su instancia más específica que es el

SITVC(Sistema Informativo de la Televisión Cubana), las urgencias de las instituciones, de las organizaciones políticas y de masas. La Agencia de Información Nacional (AIN), constituye el principal sustento de informaciones del SITVC.

Como se materializa en las distintas fases que regulan y aprueban los contenidos, se pone de manifiesto cómo en una televisora de servicio público y en especial cuando su estructura de propiedad se subordina al Estado, los procesos de la programación y planeación se complejizan en tanto deben atender a diversos intereses. La Televisión Cubana debe responder a los objetivos estratégicos o directrices del Estado y los objetivos de comunicación de la propia televisora, así como, los intereses informativos de las instituciones fundamentales del país.

Bajo la égida de la planificación y selección, como primeras fases dentro del proceso de producción, se analiza la concordancia del tema propuesto para cada emisión específica con el planeamiento temático estratégico, las prioridades de cobertura y las regulaciones institucionales para cada tipo de temas en específicos (por ejemplo violencia gráfica, escenas sexuales, etc.). Es el momento donde no sólo se realiza el trabajo de mesa con respecto a decisiones de contenido, sino también de las necesidades de producción.

Se elabora la escaleta del programa y de la emisión diaria. Se analiza el guion, se evalúa la escenografía, luces, banda sonora, trabajo de cámara, etc., encabezado por la concepción del director del programa, acerca de la puesta en escena y de los objetivos de la emisión o grabación. También se realiza una evaluación crítica y se analizan proposiciones pertinentes, si es preciso, para modificar algunos elementos con el propósito de alcanzar el máximo de calidad del producto comunicativo. Esta acción permite al equipo de realización un amplio dominio de lo que se va a producir (Dirección de Contenidos y Programación, Televisión Cubana).

En este sentido, se puede alegar que la selección se encuentra estrechamente vinculada con el procesamiento, pues este último llega a comenzar en el propio lapso de la selección (McQuail, 1991).

La Fase de procesamiento y presentación se encuentra íntimamente ligadas en la Televisión. La cual se extiende desde la asignación de recursos pasando por etapas de reuniones, decisiones de emisión (criterios de relevancia y programación), hasta la composición o montajes finales.

Un punto y aparte a considerar es que, amén que estas fases o etapas de la maquinaria de producción mediática se separan para su estudio, estos momentos a la sazón del propio día a día, se colindan e interfieren, e incluso se funden.

Por otro lado, resulta necesario detenerse en aquellos actores involucrados en los procesos de producción dentro de la Televisión Cubana. En su organización base para la realización de un programa de televisión, se encuentran el Director, el Asesor, el Escritor y el Productor. Este es el equipo primario de cuya colaboración e interrelación depende en gran medida la calidad de cada emisión televisiva.

En el terreno operativo, como ocurre generalmente en las empresas televisivas, el escritor o guionista desarrolla un tema, crea una obra original, adapta o versiona para el medio televisivo. Luego este se encuentra con la validación del asesor, una figura clave dentro del sistema televisivo y radial cubano, quien constituye la voz y fiscalización de la política editorial del medio dentro del colectivo del programa. El asesor valora, sugiere, recomienda y aprueba el guion. En el productor se delegan los estudios de factibilidad y el plan de producción, y las condiciones materiales para que el programa pueda realizarse. Por último y a la proa del barco, se encuentra el director, quien constituye la autoridad dentro del colectivo.

Aunque estas son las figuras claves para que se desarrolle eficazmente el proceso de producción de programas, la triada asesor-guionista-director repercute por ser ellos quienes contemplan y encarnan las decisiones de contenidos, de índole artística y productiva. Quienes aplican los criterios de selección, la acción de filtro, canalizan los procesos y ciclos de trabajo al interior de la empresa mediática en su microcosmos, que constituye la unidad base del palimpsesto televisivo, el programa.

3.3.1 El papel o función del asesor, una modalidad cubana de “gatekeeper”

En primer lugar, el asesor, máxima representación del Instituto en el pequeño gremio del programa, tiene la tarea de cumplir y exigir por el cumplimiento de la Política de Programación. Por otra parte, efectúa la elaboración del plan temático de los programas teniendo en cuenta la línea editorial, los documentos que rigen el trabajo del medio, las indicaciones del Jefe del Grupo Creativo, el Jefe de Programación y el Director del Canal. Asimismo propone obras para su adaptación o versión. Exige dentro del proceso de producción que el programa se ajuste a su ficha de contenidos (Funciones del asesor, Dirección de Contenidos y Programación, TVC).

Algo a destacar dentro de las tareas que cumple el asesor resulta su posibilidad de estar en contacto directo con las fuentes, ya que se encarga de coordinar y estrechar lazos de trabajo con las instituciones y organizaciones que tributan los ejes temáticos a su programa. De modo que, llega a constituir una especie de “gatekeeper”, en la medida en que es el actor que tiene en muchas ocasiones, el primer contacto con las fuentes de suministro.

El asesor es quien realiza esa primera decantación y participa activamente en la toma de decisiones, su opinión es valorada y respetada. También es quien más familiarizado se encuentra sobre el consumo del programa que atiende, con relación al

impacto del producto en términos de satisfacción de los públicos, pues es el encargado de sistematizar los resultados de las investigaciones sociales, los monitoreos y los niveles de rating del programa.

3.3.2 El Director y el guionista, el trabajo creativo

El director de un programa en la TVC tiene la tarea de, valga la redundancia, ejercer la dirección general. Constituye el actor responsable de que el espacio cumpla lo aprobado en su ficha técnica y de contenido, lo establecido en la Política de Programación y las demás regulaciones del quehacer televisivo (Resolución 43, 2012).

El director en conjunto con el asesor propone y elabora los planes temáticos del programa que dirige. En sus labores figura las de seleccionar y proponer el elenco artístico, los invitados, etc. Tiene a bien estar al pendiente y analizar los resultados de las investigaciones sociales, monitoreos, críticas periodísticas y resultados de concursos y festivales. Así como, seguir las indicaciones de la Dirección de Programación del Canal para implementar posibles procesos de mejorar la calidad de su producto.

En el director recae la responsabilidad de su equipo de realización, de modo que debe exigir la disciplina y fomentar un ambiente favorable en el proceso de creación, producción y transmisión del programa. Por su parte el guionista, considerado un cargo artístico, tiene en la mayoría de los casos, la flexibilidad y amplitud para crear, dar rienda sueltas a la imaginación siempre que se ajuste a los objetivos planteados. Los géneros de programas tienden a contar con guionistas especializados en determinadas áreas de contenidos.

En las faenas mediáticas, la Televisión Cubana se ajusta a los estándares de producción de las empresas televisivas en su generalidad. Como tal, es una industria y

sus procesos de producción de programas, ya sea de cualquier género o formato, atraviesa los caminos más o menos estandarizados del arsenal televisivo que, abarca desde el planeamiento temático, pasa por las fases de selección, elaboración de guiones, factibilidad, planificación de la producción, producción y transmisión. Todo lo cual, no deviene un proceso estático o prefijado, sino tiene la posibilidad de cambios, al calor de los imperativos productivos y de las prioridades de las áreas técnicas, artísticas y las direcciones de contenidos.

Capítulo 4. “Realidad sensible a domicilio”. La difusión de las artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana

4.1 Diseño metodológico: el punto de partida necesario

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo en tanto permite abordar con profundidad de comprensión el objeto de estudio y el cumplimiento de los objetivos planteados. Orientada al proceso, la perspectiva cualitativa admite formular premisas de investigación fundamentadas en los marcos de los presupuestos teóricos donde se inserta el objeto de estudio y la experiencia del investigador. De esta forma, los resultados de la investigación no serán la consecuencia directa de la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, sino de un análisis mucho más interpretativo del proceso en su conjunto.

En este tipo de enfoque la producción del conocimiento tiene una naturaleza constructivo-interpretativa. El conocimiento se legitima como actividad productiva y como actividad teórica, representando un proceso vivo en permanente desarrollo, en cuyo curso todo resultado parcial es sólo el momento de una construcción (González Rey, 1997, citado por Alonso y Saladrigas, 2000, p.37). El objeto de este estudio se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados, a partir de obtener perspectivas y puntos de vista de los sujetos involucrados en los procesos de producción de programas en la Televisión Cubana.

Como se asumió en el Capítulo Teórico 2. se adoptó la perspectiva teórica de la Sociología de la Producción de Mensajes ya que responde a los objetivos planteados en la investigación.

Se trata de estudio de tipo descriptivo ya que responde a los objetivos planteados. Este tipo de acercamiento consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y

eventos, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989 en Sampieri, 2006).

En este caso, la investigación descriptiva permite buscar, especificar propiedades, características y rasgos importantes en el análisis de los procesos de producción de programas sobre artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana. Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación; que a los efectos del presente trabajo resulta útil para develar modelos de difusión del arte en la Televisión Cubana.

De modo que se proponen las siguientes preguntas y objetivos de investigación:

Pregunta de Investigación:

¿Cómo se difunden los contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas, a partir del proceso de producción de programas sobre artes visuales en la Televisión Cubana?

Preguntas subordinadas:

- ¿Cuáles son las características de las artes visuales contemporáneas?
- ¿Qué se entiende por artes visuales contemporáneas en la TVC?
- ¿Cómo se desarrolla el proceso de producción de programas en la Televisión Cubana?

- ¿De qué manera intervienen las exigencias propias del proceso de producción de programas de la TVC, en la forma y definición del contenido de los mensajes y por tanto la concepción acerca de las artes visuales contemporáneas?
- ¿Cuál es la importancia que se confiere a la difusión de la producción artística en Cuba desde las políticas de comunicación en la TVC y los procesos de producción televisiva?

Objetivo general:

- Analizar la difusión de los contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas, teniendo en cuenta la construcción del mensaje, en el proceso de producción de programas sobre artes visuales en la televisión cubana.

Objetivos Específicos:

- Identificar las principales características de las artes visuales contemporáneas.
- Definir la difusión televisiva de contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas.
- Describir el proceso de producción de programas sobre artes visuales en la televisión cubana.
- Analizar las diversas condicionantes dentro del proceso de producción de programas sobre artes visuales en la TVC, que median en la definición y el contenido de los mensajes relacionados con las artes visuales contemporáneas.

Supuestos de investigación:

Las políticas comunicativas, las características del sistema mediático cubano, y los modos en que se implementan a través de las exigencias del proceso de producción, definen la construcción de los mensajes relacionados con las artes visuales contemporáneas, que dan cuenta de las nociones de arte, qué tipo de prácticas artísticas se jerarquizan, legitiman y cómo se visualizan.

El proceso productivo de programas sobre artes visuales contemporáneas en la TVC, debido a la naturaleza creativa e industrial del medio, puede dar lugar a nuevas construcciones de sentido en torno a la obra de arte.

Técnicas e instrumentos

Para la búsqueda y análisis de la información se recurrieron a técnicas e instrumentos válidos para este tipo de investigación, interesada en ahondar en los condicionamientos que inciden en la producción de mensajes televisivos. En consonancia con el tipo de abordaje que se propone, teniendo en cuenta sus categorías teóricas e indicadores, se empleará la investigación bibliográfica documental, la entrevista en profundidad, y la posterior triangulación como forma de integración y análisis de los resultados.

Técnicas

- Entrevista a profundidad

Esta técnica se empleó con el objetivo de interactuar con los sujetos sociales: directores, asesores y guionistas de los programas para la obtención de información valiosa en aras de contar con insumos, valoraciones y testimonios de primera mano. Como

plantea (Hernández Sampieri et al, 2006) la entrevista en profundidad ofrece facilidades para conocer elementos privados, reconstruir acciones del pasado, extraer respuestas más agudas sobre el objeto de estudio y el acercamiento a tópicos sensibles o temas tabúes; se logra una comunicación y la construcción colectiva de significados respecto a un tema.

Se realizaron 12 entrevistas a los diferentes actores involucrados en los procesos de producción de programas a estudiar. En este caso, esa cantidad responde a que constituyen fuentes claves, las eminentemente necesarias para que esta investigación pueda llevarse a cabo. La entrevista constituye un método esencial en esta investigación, pues su objetivo es estimular a que los actores involucrados en estas lógicas de producción entren en detalles, expresen sin prácticamente limitación alguna sus ideas o valoraciones, creencias que pudieran enriquecer la visión del estudio.

Se utilizó como método básico de exploración para:

- La indagación sobre las políticas de comunicación para la difusión de la cultura y el arte en la Televisión Cubana. En este caso la entrevista devino complemento del análisis documental. Con ella se indagó fundamentalmente qué pilares sustentan la difusión de las artes visuales en la Televisión Cubana, y qué concepciones se tiene acerca de esta manifestación artística.
- La investigación sobre las lógicas de producción de los programas de artes visuales en la Televisión Cubana, con énfasis en la estructura productiva y organizativa. Con ese fin se elaboró una guía de entrevista que permitió examinar, de acuerdo a las especificidades de los campos de actuación de cada entrevistado/a, las diferentes dimensiones de las lógicas productivas.

Teniendo en cuenta ello se elaboró el Instrumento: Guía temática para la entrevista no estandarizada, a los grupos de trabajo (asesores, guionistas, productores, directores) de los programas de la TVC: *Signos, Arte Video, La otra mirada, Noticiero Cultural*

- **Investigación bibliográfica-documental**

Esta técnica es utilizada siempre en una investigación científica, e incluso puede constituirse en el método principal de indagación empleado. Las etapas de la investigación documental abarcan la selección, evaluación y definición del tema; la confección de la guía temática; la recopilación y evaluación de fuentes; la recogida de información; el análisis e interpretación de los datos; y la elaboración y redacción del informe de investigación (Saladrigas & Alonso, 2000).

La aplicación de esta herramienta, en el caso del objeto de estudio que nos ocupa, permitió identificar y sistematizar los presupuestos teóricos metodológicos del campo de los estudios del Newsmaking o Sociología de la Producción de Noticias que constituyen el sustento del marco teórico y su aplicabilidad y adaptación a este caso de estudio específico.

Por otro lado, este método constituyó de vital importancia en la construcción de un marco referencial, para ubicar en contexto al objeto de estudio. Si se tiene en cuenta que fue necesario reconstruir y redactar parte de las fases de las rutinas de producción abordadas, debido a la ausencia de documentos escritos sobre el tema en el interior de la empresa mediática.

Por lo que se realizó un levantamiento de los principales documentos rectores que rigen las políticas del Instituto Cubano de Radio y Televisión y la difusión del arte y de la cultura de manera general en el contexto cubano. A saber:

- Política de Programación y Contenidos de la Televisión Cubana
- Resolución No. 43/ 2012 del ICRT. Reglamento sobre las normas y procedimientos para la aplicación de la política, su control y la supervisión de la programación de la radio y la televisión.
- Documento Conjunto MINCULT-ICRT “Acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestros valores”.
- Normas y procedimientos de la Producción de Programas en la Televisión Cubana.
- Ley No. 1323 de 1976 que creó el Ministerio de Cultura como encargado de dirigir, ejecutar y controlar la aplicación de la política cultural, artística y literaria del Estado y del Gobierno.
- Informe “Política cultural de Cuba”. *Políticas culturales: estudios y documentos*. UNESCO
- Ley del Ministerio de Cultura que creó el Consejo Nacional de las Artes plásticas de Cuba (CNAP), 1989, como Institución con la misión de desarrollar y promover las artes visuales, preservar el patrimonio que atesoran sus instituciones, así como llevar a vías de hecho la política cultural, de acuerdo con el desarrollo del arte contemporáneo.

Observables

Los observables constituyen los procesos de producción de los programas que se dedican enteramente a la difusión de las artes visuales en la Televisión Cubana. De modo que, podrán explicar claramente las situaciones y los atributos del fenómeno que se investiga, así como la posibilidad de encontrar diferencias, coincidencias y patrones:

- Arte video

- La otra mirada
- Signos
- Noticiero Cultural

Categorías conceptuales e indicadores

Artes visuales contemporáneas: Manifestaciones artísticas de carácter visual, acaecidas a partir de 1960.

Difusión televisiva: Actividades de producción y distribución de mercancías de carácter simbólico (programas de televisión), concebidas a partir de un trabajo creativo y técnico, que implica la presencia del capital, de la mecanización y división del trabajo, procesos de valorización y un consumo masivo (Zallo, 1988).

Dimensiones que se abordaran de la categoría:

- **Condicionantes estructurales:** Se refieren fundamentalmente a aquellas dimensiones de la estructura socioeconómica, institucional y del sistema político y de medios que en su compleja y entrelazada relación influyen y se constituyen en referentes para el análisis de las lógicas de producción de un sistema mediático, entendido como un proceso consciente y planificado en el que, teniendo en cuenta las características, estructura y elementos que conforman la organización, traza determinados procesos editoriales.

Indicadores de las condicionantes estructurales en el proceso de producción (básicamente se trataron en el capítulo de contexto):

- Características del sistema mediático cubano.
- Características de la televisión cubana como industria de la cultura y rutinas productivas

- **Políticas comunicativas:** Orientan o determinan los destinos de la creación, producción, difusión y consumo de los productos culturales y comunicativos. (Bustamante, 2003). Se entenderá como el programa de intervenciones realizadas por las instituciones encargadas desde el Estado en relación a la producción y distribución de productos audiovisuales en televisión, con el objetivo de satisfacer necesidades culturales de la población y promover el desarrollo de sus representaciones simbólicas. Los indicadores que se utilizaron son: a) *principios y conceptos básicos* y b) *ejes de trabajo* que los concreticen, como, por ejemplo: Política de Programación y Contenidos del Instituto Cubano de Radio y Televisión; Documento Conjunto MINCULT-ICRT.
- **Fases y criterios de selección temática:**
 - *Criterios de importancia.* Lo que en los estudios del Newsmaking corresponde a los “valores noticia”. Conjunto de criterios de importancia que en el ámbito de la construcción de la noticia, definen “la noticiabilidad de un acontecimiento, es decir, su «aptitud» para ser transformado en noticia. Difundidos a lo largo de todo el proceso de producción, éstos no están solo presentes en la selección de las noticias o temas a tratar, sino que impregnan también las fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia. Y en cada caso sugiere qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad. Responden a la pregunta: ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes para ser transformados en noticia? (Wolf, 1987). Que en nuestro caso se traduce a qué criterios determinan qué contenidos, temáticas, se difunden en los programas sobre artes visuales en la televisión cubana.

Dimensiones: Criterios sustantivos, relativo al contenido: importancia del tema, interés del tema. *Criterios relativos al producto*: brevedad, novedad, calidad de la información. *Criterios relativos al medio*: Posibilidad de que los temas y noticias a tratar proporcionen un adecuado material audiovisual.

- *Rutinas productivas*: Procedimientos establecidos para recopilar y procesar la información, que tiene consecuencias evidentes en el contenido y las formas de los mensajes (Lozano, 2007).
- *Fases o rutinas productivas*: Selección, procesamiento y presentación

Proceso de producción de programas de televisión: Proceso de planificación, documentación y recopilación, realización y puesta en el aire de un programa de televisión.

- Fases del proceso de producción de programas: Planificación, determinación temática, escritura de guiones, grabación, edición y posproducción, salida al aire.

Desarrollo de la categoría central

Difusión del arte: Puesta en circulación masiva del arte, a través de dispositivos de organización y presentación, de distribución social y exposición pública de las prácticas artísticas (Brea, 2002).

Mediadores o Intermediarios: El proceso artístico está dado por las relaciones de autor-obra-intermediario-público. Los intermediarios resultan el complejo de personas e instituciones que condicionan la producción de los artistas y median entre la sociedad y la obra (García Canclini, 2014).

Difusión televisiva de contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas:

Articulación a través de lógicas de producción televisiva que moldean la construcción del mensaje, de modelos de presentación y distribución masiva de las prácticas artísticas contemporáneas; las cuales dan cuenta de su mediación en las nociones de arte, qué tipo de prácticas artísticas se jerarquizan, legitiman y cómo se visualizan.

4.2 La noción de artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana

Este trabajo de investigación se hace eco de la discusión teórica, aún en ferviente apogeo en el ámbito de la crítica, la epistemología y la investigación sobre las artes, en la que deviene una compleja y hasta polémica faena agrupar las praxis artísticas contemporáneas en una misma rúbrica o calificativo.

La expansión del campo del arte, de los límites de experimentación, la preocupación por el tiempo y la duración de la experiencia artística, hacen que estas prácticas no se definan “en relación a un medio determinado, sino más bien en relación con las operaciones lógicas sobre un conjunto de términos culturales, para los cuales se podría emplear cualquier medio: fotografía, escultura, etc.” (Krauss, s/f, p.42 en Foster, 2007, p.176).

El arte contemporáneo, globalizado, expansivo, desterritorializado, más que en límites separados, puede focalizarse y agruparse en “síntomas” (Giunta, 2014), tópicos centrales o líneas discursivas. “Los modos artísticos pueden estar contrapuestos, los signos genéricos o tipos pueden estar en conflicto” (Foster, 2007, p.176).

A pesar de ello, la presente investigación se ajustó a una definición metodológica y operacional que permitió caracterizar a las artes visuales contemporáneas a partir de sus principales manifestaciones prácticas. De la misma forma, intentó dar cuenta de estas tendencias o líneas discursivas que abren los caminos de la contemporaneidad en el arte, a partir de la propuesta teórica de Anna María Guasch (2003).

Estas directrices funcionaron para agrupar y resumir a grandes rasgos, las manifestaciones de las artes visuales en ejes temáticos: la desmaterialización de la obra de arte; “el retorno a lo real” o las variantes que recuperan el formalismo, como la pintura;

las que se inclinan a la crítica, las prácticas activistas, la multiculturalidad, desplazamientos hacia la mirada del otro; y por último las manifestaciones que se valen de la utilización del video y los nuevos medios.

Ante la pregunta, ¿Qué se está entendiendo por artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana? Se puede tener una concepción más amplia que se desprende de las políticas y los documentos rectores del medio, de cómo se concibe a la difusión de las manifestaciones artísticas. Y por supuesto, a partir de la opinión de los principales actores involucrados en los procesos de producción, figuras claves en las decisiones de contenido e índole comunicativa: el director, el asesor, y el guionista.

las que se inclinan a la crítica, las prácticas activistas, la multiculturalidad, desplazamientos hacia la mirada del otro; y por último las manifestaciones que se valen de la utilización del video y los nuevos medios.

Ante la pregunta, ¿Qué se está entendiendo por artes visuales contemporáneas en la Televisión Cubana? Se puede tener una concepción más amplia que se desprende de las políticas y los documentos rectores del medio, de cómo se concibe a la difusión de las manifestaciones artísticas. Y por supuesto, a partir de la opinión de los principales actores involucrados en los procesos de producción, figuras claves en las decisiones de contenido e índole comunicativa: el director, el asesor, y el guionista.

Ambas miradas hacen posible una aproximación acerca de cómo se piensa el arte, desde el propio corazón o motor de la maquinaria mediática, sus procesos de producción de mensajes.

En un bosquejo por los criterios de sus comunicadores, se cae en un terrero en disputa entre nociones especializadas y enunciados anclados en la historicidad del

concepto arte; entre el deber ser y realidades productivas que terminan en matices reduccionistas. Las respuestas a esta interrogante son coincidentes en que no existe una definición única para las artes visuales contemporáneas, lo cual refleja las tensiones entre las bellas artes y las artes visuales, entre lo moderno y contemporáneo. Y a la hora de enumerarlas recurren a un amplio espectro para hablar de la pluralidad y variedad de discursos del arte contemporáneo.

Cuando tu lees las publicaciones de arte hay algunas que se refieren al arte contemporáneo precisamente como el arte que se hace en nuestros días, el arte del presente, pero cuando lees otras publicaciones, esa periodización se va mucho más allá, desde los 60 o mucho más atrás, cuando empieza la era contemporánea, hay otros que se refieren al arte contemporáneo a partir de las vanguardias del siglo XX. Si vas al significado de la palabra, contemporáneo es eso, lo que sucede cuando tú estás sucediendo. Coetáneo contigo. Le podemos explicar al televidente las dos opciones sobre este tipo de arte como el arte que se hace en nuestros días o ese arte que rompe con cánones estéticos. Pero tampoco creo que exista el canon del arte contemporáneo (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016)

Ya las artes visuales no están marcadas por un espacio temporal, no es contemporáneo porque es lo más cercano a nosotros, es contemporáneo en los métodos y la manera en que hacen arte, desde cómo se realiza hasta cómo lo difunden” (Martínez, asesora de Signos, entrevista personal).

La artes visuales, hoy todo es arte de hecho el video clip también se consideran arte, hoy el rango de las artes visuales es muy abarcador, el graffiti el arte callejero, el body art, las intervenciones artísticas, etc. El arte contemporáneo se mueve en muchos sentidos, aunque la gente trabaja mucho más el concepto y lo instalativo,

pero por un lado es contemporáneo a su tiempo, que su obra sea lo más contemporánea que pueda, aunque pinte cosas muy tradicionales como el paisaje por ejemplo. (Y. Laffita, comunicación personal, diciembre de 2016).

El llamado “final del arte” puso en duda el supuesto valor universal de lo “estético”, como criterio de valor. Shiner (2001) hizo alusión a que existen teorías normativas en el arte que se corresponden con sistemas de producción y recepción. En el apartado 1.1.1 dedicado a explicar someramente el paso de las bellas artes a las artes visuales, se abordó cómo la categoría “bellas artes” sirvió para enfatizar la capacidad de las artes de provocar placeres desinteresados.

Este sistema, o teoría normativa del arte, se adjudicó un placer más elevado, de tipo contemplativo, que fue transformando la antigua idea del “gusto” en la moderna idea de lo estético (Shiner, 2001). El papel pasivo que se le asigna al receptor, se consagra sobre todo en la Modernidad, al concebirse la obra de arte con una autonomía absoluta, como un fin en sí mismo, de modo que a esta autonomía de la obra corresponde su recepción contemplativa (Sánchez, 2005).

Ahora bien, como ya se ha hecho hincapié, ¿qué ocurre con la experiencia del arte contemporáneo?, ¿es posible adjudicarle una teoría normativa que englobe a todas las prácticas en un mismo sistema de producción y por consecuencias de recepción? Puede ser una tarea titánica. Su ruptura con la práctica modernista, y como tienen claro los entrevistados, hace que el arte contemporáneo no puede ser entendido en términos historicistas puesto que “el contexto de la historia del arte no será suficiente como significado, porque no es conformado dentro de los medios sino en relación a términos culturales” (Foster, 2007, p.173)

Una de las interrogantes centrales que se plantean los estudios de la producción de mensajes, en el caso de la información, resulta medular para este análisis: ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticia? (Wolf, 1987, p.120). En este estudio esta discusión deriva en, ¿qué nociones de arte, qué tipo de prácticas artísticas se visualizan y jerarquizan en la producción de programas en la Televisión Cubana?

Como ha sido referido, en el proceso de producción se moldea el contenido de los mensajes, cuyo resultado hace reflejar visiones parciales y “mediatizadas” de la realidad. Las visiones de sus comunicadores, en cuanto a lo que se entiende por arte y por artes visuales, pasa en gran medida por nociones especializadas, que a medida que avance el análisis se verán explicitadas en los criterios de selección e importancia que aplican en cada fase de las rutinas productivas. Al menos en teoría, estos actores tienen muy presentes la peculiaridad del proceso comunicativo en el que el arte contemporáneo involucra al receptor, que generan retos a la hora de su difusión.

Sin embargo para profundizar en ello, es preciso encauzar la mirada a los procesos que sirven de telón de fondo a los medios cubanos. Ello conduce a la reflexión que Tuchman plantea: “la noticia presenta a la sociedad un espejo de sus asuntos e intereses. Para cambiar la definición de la noticia de una sociedad, se infiere lógicamente, tienen que cambiar primero la estructura de la sociedad y sus instituciones” (Tuchman, 1983, p.197 en Frankenberg & Lozano, 2010, p.187).

Por este camino, deviene útil ilustrar qué concepciones nutren y sirven de soporte a la Televisión Cubana en su papel de difusora cultural dentro de la sociedad cubana. Ya que, como alega Martín-Barbero (1987), y a tono con el planteamiento de Tuchman, en la estructura dinámica de la producción televisiva y sus estrategias de comunicabilidad,

se hacen reconocibles las competencias comunicativas del emisor, que en cada país responde a la reconfiguración cultural desde donde opera la televisión.

Que, si bien la imagen que devuelve el espejo no es tan nítida, como ya mencionaba Tuchman, le toma el pulso a la inercia con que se ve y se construye así misma una sociedad.

4.3 La difusión del arte y la cultura en la Televisión Cubana

Uno de los más reconocidos directores y estudiosos de Televisión Cubana, Vicente González Castro, expresó en una ocasión que en una entrevista realizada en su programa *TV en TV* (1994), al entonces presidente del Instituto Cubano de Arte e Industrias Cinematográficas (ICAIC) Alfredo Guevara, para hablar del tema del arte en la televisión, a la pregunta de qué le faltaba a la televisión para ser un buen medio de comunicación social, este respondió ¡Arte!, con lo que Vicente González admitió coincidir.

Esta frase encierra la relación polémica que se le ha reclamado a la televisión desde sus inicios, que en el contexto cubano adquiere determinadas connotaciones. Si es aceptado que las obras de arte tienen autonomía, trascendencia, comunican y expresan por sí mismas, en qué consiste que la televisión se vuelva a ellas. Las condiciones en que las artes visuales son llevadas y reflejadas en la pequeña pantalla a través de los contenidos, pasa por el filtro de lo que se entiende y legitima como arte.

En el Capítulo contextual 3.1 se abordó a la televisión dentro del marco más amplio de las políticas culturales en Cuba. Donde se vio que en fechas tan tempranas, luego del triunfo de la Revolución Cubana, el Estado se proyectó con un programa cultural para la creación de instituciones que respondieran a los intereses de una nación socialista.

El Estado cubano como estado de bienestar, ha apoyado un mayor acceso a la alta cultura y a la educación artística desde sus inicios. La proyección de la política cultural se extiende desde aquellos años fundadores hasta la actualidad, dando lugar a bases conceptuales o pilares fundamentales.

En esta línea argumental, es posible advertir al menos cuatro preceptos conceptuales que resumen la esencia de la política cultural de la Revolución Cubana, según Toirac:

La socialización del acceso a la cultura como derecho universal a partir de la comprensión de la función educativa, ideológica y emancipadora de las manifestaciones artístico-literarias fundamentalmente; la supremacía del sentido de compromiso social de artistas e intelectuales por sobre el concepto de libertad de creación artística; la aceptación de la responsabilidad del Estado en la ejecución de la política bajo el principio de la planificación centralizada; y la proclamación del papel rector del Partido Comunista en su orientación y supervisión (Toirac, 2009, p.90).

Esto que plantea Toirac (2009), resulta clave en la comprensión de los valores o criterios de importancia que operan a la hora de elaborar y echar a andar las políticas editoriales y comunicativas con respecto a las artes. La socialización del acceso a la cultura, a partir de la comprensión de la función educativa e ideológica de las manifestaciones artísticas, puede verse como recurso en muchas de las acciones operativas de los medios cubanos y establece un diálogo directamente con los sistemas o teorías normativas en el arte, a los que se hacía referencia.

En la fecha temprana como la década del 70', el informe de la UNESCO *La política cultural de Cuba* (Saruský & Mosquera, 1979), en el rubro dedicado al Instituto

Cubano de Radio y Televisión, se señalaba las funciones de la institución “dirigir y supervisar la programación de las emisoras de radio y televisión; asegurar el desarrollo planificado y la elevación de la calidad y la eficacia de las instalaciones de radio y televisión. Y se retoma además del informe anterior, que “ambos medios buscan cumplir una función social: educar, informar, entretener y desarrollar el buen gusto” (Saruský & Mosquera, 1979).

En este fragmento se puede advertir precisamente los valores que se le reclama a la televisión, en un contexto donde las élites intelectuales ejercían gran presión sobre los caminos de las políticas en materia de cultura.

Todo ello tiene su correlato en las funciones adjudicadas a la Televisión Cubana, que posee su explicación en una teoría normativa de las organizaciones mediáticas. El “deber ser” de la televisión en Cuba, y los resortes que mueven su actuación mediática, se basa en esta potenciación de su función educativa, ideológica, cultural.

Rodríguez hace referencia a cómo en los años de la posguerra en los países europeos, se demandó de la televisión como instrumento de cultura, “donde se cargó sobre los hombros de la televisión la responsabilidad de llegar allí donde el sistema educativo no había podido hacerlo” (Rodríguez, 2003, p. 24).

En las palabras del Director de Contenidos y Programación de la Televisión Cubana, se puede advertir este conflicto que no sólo atañe a la radiodifusión en Cuba, sino a aquellas televisoras públicas que se han visto presionadas por lo que se espera de ellas en materia de cultura. La cual, en muchos casos se encauza a partir de los patrones de la llamada “alta cultura” en general:

La TVC tiene un conflicto que desde la cultura los profesionales e intelectuales le piden lo que la televisión sola no puede hacer. Y le piden espacios puros para las diferentes manifestaciones, y la televisión no puede y no tiene posibilidades de abrir tantos frentes como los profesionales de las manifestaciones artísticas piensan. Ahí yo pienso que la televisión debe reforzar mucho su proyección en cómo tratar que desde las diferentes manifestaciones artísticas nosotros le propongamos al público lo que por consenso de esos profesionales debe llegar a la gran cantidad de públicos”. (F. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016)

En el recorrido por las diferentes etapas que ha transitado la Televisión Cubana, puede verse la manera en que se entiende su influencia en esta capacidad educativa-formativa. La estructura de la programación televisiva y la cantidad de espacios semanales cuyos contenidos se refieren a las manifestaciones artísticas, es el reflejo de cómo conceptos relacionados con la cultura y el arte se imbrican constantemente en las prácticas comunicativas. Las políticas editoriales dentro del ámbito público y social cubano, son el espejo de apreciaciones imperantes, donde se entiende la llamada “masificación” de la cultura como democratización del arte.

Este punto de vista se advierte desde la propia Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas. En ella se establece que “deben garantizar los objetivos que determinan su función ideológica, educativa, cultural en función del pueblo cubano y del interés de la sociedad”¹⁰. En cuanto a la práctica de la política cultural, “ampliar y

¹⁰ Política de Programación la Radio y la Televisión Cubanas Vigente.

profundizar el acceso a la cultura, haciendo que su disfrute se convierta en parte de la vida cotidiana”¹¹.

En este extracto se aprecia una perspectiva de la cultura como acceso a la obra cultural, aludida como creación artística. Siendo así, se distancia de la definición que hiciera Martín- Barbero, donde “es cultural aquella televisión que no se limita a la transmisión de cultura producida por otros medios sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas (2001, p.15). Para Martín-Babero esto implica no limitarse a tener alguna franja de programación con contenido cultural, sino darse la cultura como proyecto que atraviesa los contenidos y los géneros.

El documento colegiado entre el Ministerio de Cultura (MINCULT) y el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), denominado *Documento Conjunto MINCULT-ICRT*, establece determinadas políticas culturales y comunicativas a trabajar de conjunto. Donde sobresalen la intencionalidad de establecer jerarquías culturales en la política de difusión de contenidos; y se plantea la necesidad de construir y diseñar modelos culturales a tono con el sistema social cubano, frente a la hegemonía ejercida por la industria cultural globalizada.

En ese documento se remarca la dimensión ideológica de la cultura, de ahí la necesidad de espacios de análisis, crítica y debate cultural en los nuevos escenarios comunicativos. Y un punto importante es cuando se destaca el imperativo de potenciar la formación y superación educacional, cultural, social y política de la población, y la formación de hábitos y gustos “de elevado nivel estético en el público” (Documento Conjunto MINCULT-ICRT, 2014).

¹¹ *Ibíd*em

En estos casos aludidos, con “desarrollar el buen gusto” en los públicos, se apela a la “idea de gusto”, esa que como explica Bourdieu (2015), tiene un sentido social, que responde a las lógicas con que una sociedad legitima ciertas formas artísticas, bajo la creencia en sus determinados valores. En esta tradición ilustrada, se identifica elevar el “buen gusto” a partir de experimentar un tipo de placer refinado e intelectualizado, de aquellos que sean “capaces” y tengan la competencia de “vibrar” ante una obra de arte.

La visión del papel de la televisión, materializada en estos alcances, se orienta nuevamente al interés en la superación cultural del pueblo cubano, centrada en los valores artísticos. De modo que, la proyección cultural de la Televisión Cubana como televisora pública y estatal queda definida en su sentido más amplio. Si bien a la hora de definir “lo cultural” se remite directamente a lo que se entiende por cultura, lo cual no es objetivo en este trabajo, es posible esclarecer lo que se entiende por “arte”, a partir de un corpus de programas que se exhiben en esta televisora.

Este grupo de programas se engloban con el término “programación cultural”, sin que ésta quede definida de tal forma en la Política de Programación, como ocurre con aquella caracterizada por géneros de programas (ficción, musical, etc.). Estos espacios resultan contenedores de la cultura, en su relación con lo culto, las manifestaciones artísticas y la llamada “alta cultura” en general.

La definición de “programa cultural” a la que se hace referencia, es una decisión operacional que utiliza la Televisión Cubana para diferenciar a un grupo de contenidos en su parrilla programática. Los cuales como se plantea, se relacionan con una noción de la cultura desde el punto de vista ilustrado y las manifestaciones artísticas.

Estos programas se caracterizan, a grandes rasgos, por aquellas emisiones que abordan la literatura, las artes, las ciencias, entendiendo por arte las manifestaciones como

las artes plásticas, la arquitectura, la música clásica, la ópera, la danza, el cine (de autor, especializado, video arte); las ciencias sociales y las humanidades, y los programas históricos, más bien ligados a las tradiciones y las costumbres (Dirección de Contenidos y Programación, 2015).

Dentro de este grupo se encuentran los programas cuyos contenidos abordan las artes visuales y sus variadas expresiones. Como se puede leer, existe en este enunciado un concepto reducido en torno a las artes visuales, pues continúan relacionándose con las artes plásticas, de manera que se obvian todas aquellas expresiones contemporáneas.

No obstante de manera contradictoria, en teoría, existe desde la concepción de la Dirección de Contenidos y Programación, un concepto abarcador de lo que constituyen programas televisivos sobre artes visuales. Éstos se definen como todo aquel programa que tenga por contenido las artes visuales, entendiéndose por éstas a aquellas manifestaciones artísticas que incluyen las tradicionales bellas artes o artes plásticas (pintura, escultura, grabado, arquitectura) y aquellas nuevas expresiones artísticas contemporáneas que hacen uso de la tecnología, donde prima el componente expresivo visual: performances, instalaciones, arte digital, video arte, happening, fotografía, etc. (Dirección de Contenidos y Programa, TVC)

El difícil binomio arte-televisión arguye Rodríguez (2002), cuando se refiere a las experiencias de algunas televisoras públicas europeas en la realización de programas con contenidos del mundo del arte. Para este autor, los programas de arte tienen una presencia aunque mínima en la pequeña pantalla. Como se podrá apreciar, en la Televisión Cubana se le otorga un lugar considerable a este tipo de programación cultural, teniendo en cuenta su cantidad y distribución en la parrilla, que incluye revistas y noticiosos con salida diaria, y otros espacios promocionales con un segmento diario a lo largo de la semana.

Se transmiten aproximadamente, cada semana, 27 horas y 30 min en 40 espacios que clasifican con esta definición de “programación cultural”, distribuidos en los diferentes canales nacionales. Con relación a ello, dos de los Canales Nacionales de programación generalista tienen un perfil cultural: El Canal Educativo con 18 programas y el Canal Educativo 2, con 7 programas en su reducida franja de programación, son claros ejemplos de ello.

En el gráfico que se muestra a continuación se relacionan las temáticas consideradas dentro de la “programación cultural” y el porcentaje que ocupa aquella dedicada a las artes plásticas y visuales. Si bien aquí solo se insertaron los programas que por contenido se dedican enteramente a la difusión de esta manifestación artística (3 programas), dentro de los informativos y de promoción cultural también se emiten indistintamente secciones que pueden referirse a informaciones o eventos relacionados con las artes visuales.

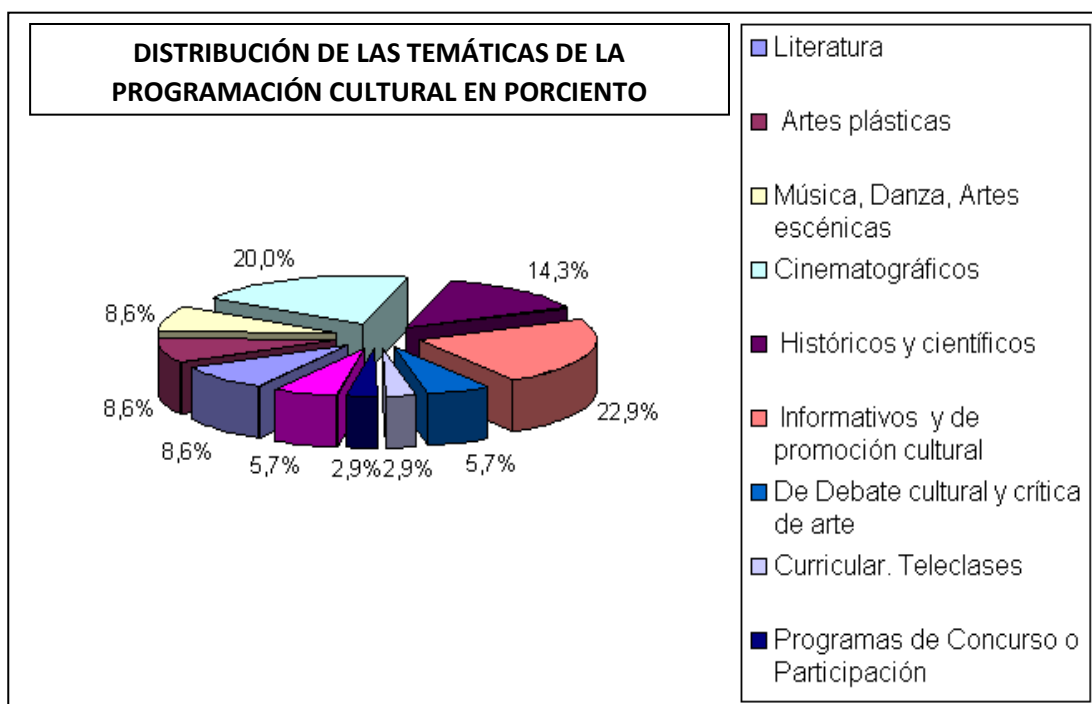


Gráfico elaborado por el autor

El carácter “cultural” no se manifiesta en un formato de programa predeterminado. Si bien prevalece la revista o magazine cultural, debido a su posibilidad de incluir temas diversos, éste viene dado por los contenidos referidos a las manifestaciones artísticas.

A pesar del cúmulo de programas dedicados a la difusión del arte y las manifestaciones artísticas, queda latente un modelo transmisivo en la manera de enfocar los contenidos de carácter “cultural”. Ello se vislumbra desde los propios enunciados de las políticas editoriales, cuyo paradigma informacional entiende a la comunicación como una vía que facilite el acercamiento de la personas a la obra cultural, para que puedan acceder a ella.

En estos casos retomando a Martín-Barbero: “comunicar cultura equivale a poner en marcha o acelerar un movimiento de difusión o propagación, que tiene a su vez como centro la puesta en relación de unos públicos con unas obras (...) comunicar es hacer circular, con el mínimo de “ruido” y el máximo de rentabilidad informativa, un mensaje de un polo a otro en una sola dirección” (2004).

Enfocar la comunicación desde el ámbito de la cultura, implica las dimensiones del hecho cultural no como finalidad, sino desde un enfoque holístico, que conciba la generación de contenidos de manera dinámica e integrada a la proyección de las narraciones audiovisuales en los más diversos formatos y géneros. En este sentido, sería oportuno incorporar y materializar en su oferta de programación el principio de que, desde los medios de comunicación, no sólo se accede a la cultura sino que también se generan procesos de producción y apropiación cultural.

El binomio arte-televisión parece ser un axioma más complejo, cuando se trata a esta última de evaluar asumiendo categorías de artísticidad, pues comparten cualidades

tecnológicas, no así juicios estéticos similares. La polémica que centraba Umberto Eco (1968), donde se concebía que la televisión como medio, poseyendo sus propias leyes que le dieron origen, conexas al material sobre el que trabaja “rinde pésimos resultados cuando se la quiere convertir en vehículo de obras pensadas y realizadas para otros destinos” (Eco, 1968, p. 338) parece ya superada.

Los medios de comunicación y sus posibilidades tecnológicas, en este caso la televisión, han facilitado la difusión y socialización del arte, en tanto “lo saca de sus lugares propios, reubicando su acceso y su disfrute en el espacio doméstico, ampliando sus públicos y transformando sus usos” (Barbero, 2014).

¿Qué visión de esta relación llega empaquetada en el discurso televisivo? Y sobre todo, qué puede aportar la televisión como discurso mediador, cuando la misma noción de arte se deconstruye en la contemporaneidad, mientras cada vez más experimentamos lo real desde una forma estetizada (Brea, s/f).

Cuando se preguntó a los comunicadores, ¿cuál es la importancia que se confiere a la difusión de la producción artística en Cuba, desde las políticas de comunicación y los procesos de producción televisiva? En su mayoría coincidieron acerca de que la promoción y difusión es clave en el arte contemporáneo y que faltan espacios en la televisión, que de manera estable, informen y eduquen a los públicos en sus lógicas de recepción.

Las artes visuales nunca han tenido un programa temático donde se invite a artistas cubanos y donde haya un diálogo con creadores y un ejercicio de socialización, de crítica, de comunicarle al público determinadas lógicas del arte contemporáneo. Se puede decir que falta ese programa especializado en artes visuales, donde se comenten exposiciones en presencia de los creadores y en el que asistan otros

especialistas del mundo de las artes visuales, como curadores, críticos, académicos (H. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016).

El espectro es un poco más limitado, incluso yo pienso que debe haber más programas de este corte en la Televisión Cubana. Realmente son sólo 3 programas en el sistema televisivo nacional los que tocan esta manifestación dentro de las artes, que no tienen el peso y la presencia que otras como el cine, la música, la danza. Existen informativos que tocan estos eventos, pero son solo espacios de cobertura temporal, no así como ocurre con Arte video, Signos, espacios muy cortos de 12 min cada uno, que no bastan para las demandas y la variedad con lo que está sucediendo actualmente en el mundo de lo visual (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Por otro lado, los comunicadores hicieron referencia a la tenue y difusa concepción que manejan las líneas editoriales en este aspecto, en la cuáles no está establecida una noción más compleja sobre cómo se debe asumir en el medio televisivo, a la historia del arte cubano, universal, y esas producciones de significado cultural emergentes.

Por lo visto, imperan puntos de vistas miméticos en torno a las artes y la cultura en general. Con el objetivo de priorizar la función cognitiva y educativa de las manifestaciones artísticas, se ha desatendido otros abordajes centrados en su significado dentro de la cultura visual actual.

Todo ello es fruto de una tradición humanística anclada en la idea de que el verdadero fin del arte es representar “lo bello”. Incluso en el debate moderno/contemporáneo las crisis y las rupturas tampoco se enuncian como legibles, ejemplo de ello cuando Foster (2007) se pregunta cuán ajenos al modernismo son estas

tácticas de deconstrucción, de desnaturalizar imágenes, de expandir el campo estético. Lo cual tiene sentido, como alega este autor, no todo el arte que se hace en el presente puede recuperarse como arte contemporáneo.

Precisamente, una de sus críticas se dirige a ese “pluralismo confuso” que puede caer en recetas, en la vaguedad, en el terreno donde todo vale, en los brazos maniqueos del mercado. He aquí donde adquieren relevancia las cuestiones de jerarquización, de pertinencia, de la educación artística, del juicio especializado del crítico de arte no en función de ensalzar el mercado, sino de mediar en la institucionalización y legitimación, que caen en manos de mecanismos de poderes de los circuitos artísticos.

En la contemporaneidad, como ya la mayoría asiente, pueden convivir plenamente aquellas miradas para quien el código de belleza antes descrito ha caducado, como también los juicios estéticos habitados en torno a la apreciación y el aprendizaje artístico a partir del modelo de Barr (Lind, 2013) del “espectador educado”. Y como la tradicional polémica advierte, no recae solamente en los hombros de la televisión este aspecto.

Hasta aquí, se puede tener una concepción más amplia que se desprende de las políticas y los documentos rectores del medio, de cómo la Televisión Cubana entiende su carácter de difusor del arte. En gran medida, el sistema de valores ideológicos y los intereses propios del país, son los que a escala global determinan la importancia de sus discursos. La cuestión aquí radica que, el estudiar el proceso de construcción de los contenidos mediáticos, arroja de cierta forma “indicadores culturales” de la sociedad en que fueron producidos. La diatriba está en que si los contenidos deben reflejar la realidad, qué realidad o la de quién.

Las opiniones de los principales actores en la realización de los mensajes se hacen eco de las principales discusiones ontológicas acerca del arte contemporáneo. Se evidencia que la producción de mensajes no se presenta como procesos rígidos, preestablecidos; y en la práctica se comprueba que resulta más complejo determinar aquellos paradigmas artísticos que animan la selección, las fórmulas de interpretación del arte que favorecen determinado contenido por sobre otro.

4.4 Entre lo operativo y lo ideal. Criterios de importancia para la difusión de las artes visuales en la Televisión Cubana

4.4.1 Criterios sustantivos: Importancia e interés del tema

Cuando uno de los determinantes de la importancia de la noticia es el interés del tema y el grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento, queda claro que se trata de jerarquías de poderes oficiales, económicos, gubernamentales, institucionales. Las cuales despejan el camino para que la aplicación de este juicio de valor fluya naturalmente por canales rutinarios, e inciden decisivamente en qué se produce, y en las subsiguientes operaciones internas para la elección y abordaje de los contenidos.

Lo que para la producción de noticias se relaciona con la importancia del hecho, “cuando un acontecimiento atañe a personas de élite, mayores posibilidades tiene de convertirse en noticia” (Galtung-Ruge, 1965, p.119 en Wolf, 1987, p.123), aquí remite a la cuestión, si hablamos de interés del tema y nivel de jerarquía de sujetos implicados en él, ¿quiénes son las artistas o las manifestaciones artísticas con mayor visibilidad? ¿Qué

criterios se aplican para esta jerarquización?; o ¿quiénes son las fuentes institucionales de estos programas?

Para dar respuesta a ello, se retomará que, al interior de la Dirección de Contenidos y Programación tiene lugar el primer filtro, el planeamiento temático a mediano y largo plazo. La proyección y planeamiento estratégico de los contenidos, que luego llegarán a las mesas de trabajo de cada colectivo de programas, se basa principalmente, en los lineamientos generales y específicos de la Política de Programación, los acuerdos MINCULT– ICRT, y la agenda temática pautada por la más alta dirección del Instituto.

Dichos documentos rectores, como se abordó en el apartado anterior, operan con una concepción poco esclarecedora de las principales directrices en la difusión del arte.

En este marco se proyectan las líneas generales del tratamiento de los contenidos y las prioridades de cobertura. Ya una vez en el proceso de producción de cada programa en específico, de acuerdo a sus objetivos e intencionalidades, se prefijan los temas a tratar, donde juegan un papel destacado la agenda temática y asesoría de las instituciones, dígase fuentes, que rigen la política del país para con los temas que se vinculan a cada tipo de programación.

Como se verá, dentro de los criterios de importancia que se tienen en cuenta, en este caso, el interés del tema y el nivel jerárquico de los sujetos implicados, aterrizan en el plano productivo en el ejercicio de jerarquización. Ya que en torno a personalidades destacadas y cargos oficiales se explica la influencia diferencial de ciertas fuentes, y las temáticas potencialmente a priorizar.

En el caso del programa *Signos*, se trabaja con un rango de temáticas y artistas, donde lo que interesa es fomentar la variedad, el balance temático. El criterio de representatividad y pertinencia se aplica teniendo en cuenta las fuentes informativas, el público y los juicios profesionales, con gran peso de éstos últimos.

Según Magda Martínez, asesora del programa, se rigen por criterios de importancia de acuerdo a la temática, pero más que nada intentan buscar un balance. “Hemos tenido en el programa desde los Premios Nacionales de Artes Plásticas y las figuras más destacadas dentro de las artes visuales cubanas, pero también a artistas emergentes, estudiantes. En ese sentido, existen dos criterios de acuerdo a la importancia o relevancia del tema, uno relativo al artista y el otro a la temática y ambos con un balance” (Martínez, 2016, entrevista personal).

Por otro lado, la asesora hace referencia a que idealmente se trata de cubrir la gran gama de las artes visuales y los artistas en todo el territorio nacional. Sin embargo, los talentos de las provincias muchas veces quedan relegados por cuestiones productivas. Reconoce que este aspecto ha atentado con el balance temático idealmente proyectado en cuanto a temáticas, manifestaciones y artistas.

Intentamos que tenga un alcance nacional pero debido a problemas productivos en ocasiones no resulta factible. Cuando se realiza el viaje a provincia el criterio está dado por el Consejo Provincial de las Artes Plásticas. Generalmente, se hace una consulta previa sobre el artista, se le avisa al Consejo de la provincia para que ellos hagan la selección de quienes consideran son apropiados (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

La proximidad geográfica del hecho supone una mayor implicación de los productores y periodistas. Ha sido *Signos* tradicionalmente el programa que más se ha

desplazado de la capital La Habana, hacia otras zonas del país. Ellos convienen en apuntar que el desplazarse hacia otras zonas tópicas, implica la intervención y la mediación de las instituciones provinciales, no sólo desde el punto de vista de temático, sino también logístico y productivo.

Por su parte, Teresita Gómez, Directora del Programa *Signos*, expone su perspectiva acerca de los criterios de importancia que animan la fase de selección y planificación del suministro:

Cada manifestación artística tiene sus particularidades. Nosotros nos regimos por tener el mayor espectro de las artes visuales en nuestro programa. Por tal motivo, el interés del tema viene dado más que todo por el tipo de obra que hace el artista. En mi programa, cada programa se parece al artista, porque cada artista es diferente. Artistas desconocidos que hacen un arte increíble a veces desconocidos y esa es la función de *Signos* ir hasta allí. (T.Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Algo a destacar de *Signos* a lo largo de sus años en pantalla, es precisamente esa amplitud en la selección, ese ensanchamiento de los bordes, su inserción de prácticas que entran en el terreno de la artesanía y los oficios manuales. Por el programa han desfilado orfebres, ebanisterías, caricaturistas, etc., hecho que abre las puertas y trata de deslindar estos límites prefijados dentro de lo que según la tradición estética, se separa el arte de la artesanía y otros oficios.

Como consta en su ficha de contenido, *Signos* es un programa dedicado a la vida y obra de un artista vivo, cubano, pero pueden referirse a artistas importantes ya fallecidos y extranjeros que de manera excepcional se vinculen con el desarrollo de las artes plásticas y visuales cubanas.

Con una estructura flexible, la exposición de los temas fundamentales se realiza a través de la combinación de la entrevista al artista en cuestión, con textos en off (que complementan los testimonios) acerca de valoraciones de obras y relacionados con etapas creativas y datos curriculares del creador. Así como, secciones que abundan en detalles relacionados con el tema central del espacio. Estas secciones son: *"El lenguaje de..."*, *"Trazos"*, *"Transparencias"*, *"Tras el velo del tiempo"*, *"Bocetos"*, *"Galerías"*.

Signos, es un espacio que lleva más de diez años en pantalla. Como alegan su directora y su asesora, al estar ya tantos años al aire han podido abrazar una gran variedad de artistas, temáticas, manifestaciones. Todo lo cual a su vez, ha dificultado el ejercicio de la jerarquización.

La televisión también es un arma de doble filo. Cuando tu abarrotas la televisión de determinados materiales promocionales que repiten a los mismos artistas le estas creando la sensación a los públicos de que no existen otros. Por eso en mi programa, vamos creando puentes, pero volvemos a recapitular. Siempre hay temas novedosos que explicar, por ejemplo un programa de hace 15 años hay que volver a retomar esos temas. (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

En estos procesos de selección, el establecer las jerarquías o tipificar los temas llega a resultar la tarea más ardua, pero ello se esclarece debido a los criterios profesionales, y la especialización que va adquiriendo su equipo directivo. Así lo expresa su asesora:

Siempre se realizan consultas, búsquedas de información, comparaciones, para ver si el artista merece, por decir de alguna manera, tener su programa, o todo un programa. No es que nos creamos Dios o que tenemos la verdad absoluta, o que

nos creamos que este vale u otro no. Pero a 15 años de tener el programa al aire ya tenemos herramientas para saber. Cuando tenemos dudas siempre consultamos con especialistas, que ya son miembros del equipo prácticamente porque ya son consultores o asesores (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Ahora bien, esta práctica de discernir, jerarquizar, deviene más compleja de lo que se supone. Como tal lo expresa su directora:

Es algo complejo porque no todos tenemos un lenguaje inclusivo, porque lamentablemente existen maneras de discriminar artistas que no tienen formación académica, o que tienen sólo una obra válida y ya. Signos no tiene una postura de excluir, incluimos otras manifestaciones, artistas autodidactas, a las mujeres artistas que no tienen reconocimiento. El tema está en que vamos poniendo. Cuando hacemos una proyección en la programación, tenemos un listado de lo que hemos ido haciendo o presentando (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Signos es un programa con una emisión semanal, por lo que al mes llega a salir con 3 o 4 emisiones. En una revisión de la parrilla del programa en los meses de abril a diciembre de 2016, se aprecia el objetivo del espacio que no sólo se centra en la vida profesional de los artistas, sino otras cuestiones sobre el mundo de las artes visuales cubanas. En este caso, se advierte un balance en cuanto al nivel de jerarquía de los artistas invitados al programa.

Los ejes temáticos fluctúan desde 4 emisiones dedicadas a los Premios Nacionales de Artes Plásticas, y otras sobre artistas jóvenes y menos conocidos en la palestra nacional. No obstante, en un repaso por las manifestaciones de las artes visuales que tuvieron presencia en estos meses, en un total de las 34 emisiones, 14 fueron

dedicadas a pintores, 3 al grabado, 1 a la fotografía, 1 a la artesanía, 1 a la orfebrería, 1 a la escultura, y 1 al diseño.

Con relación a las temáticas abordadas, como *Signos* es un programa en formato documental, que en muchos casos se dedica exclusivamente a un artista, tampoco logró potenciar o problematizar aquellas líneas discursivas que pudieran sugerir un acercamiento a los debates contemporáneos en torno a las artes visuales.

De modo que, aunque en la concepción más amplia del programa se intenta ensanchar el espectro a las diversas expresiones artísticas, en la vida práctica, ya sea por factores burocráticos y de la organización, que se verán más explicitados posteriormente, tiene lugar una acentuación de las características de contenidos.

Como ya se decía comenzando el capítulo, y es algo que se verá reiteradamente en este análisis, tiende a focalizarse a las artes visuales en función de las bellas artes, o de un concepto más tradicional de la creación artística. Esta propensión se debe a la propia jerarquía dentro de las artes visuales, donde las artes plásticas (pintura, escultura, grabado, arquitectura) ocupan un lugar considerable en los esquemas de pensamiento en torno a las artes.

Esta visión reduccionista se encuentraazonada por factores productivos con gran peso en las decisiones de contenidos, como la accesibilidad, la economía, conformidad con las expectativas y estereotipos y la disponibilidad de material, etc. Como lo entiende Martínez:

Uno parte de una idea, se enamora de un proyecto, porque además cree en la necesidad de realizarlo y en el camino todos los problemas económicos y productivos que afectan a la televisión en Cuba, terminas diciendo que no nos

podemos salvar, por lo general, de cuestiones productivas. Y sí te puedo decir que al menos en Cuba, el tema de los recursos productivos influye decisivamente en qué tratamos, hacia donde nos proyectamos, queremos ir a las provincias y no contamos con los medios, a veces hemos tenido que preparar viajes de locación con nuestros medios (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Algo importante a destacar es, como ya se refería en el apartado 1.1.2, en cuanto a las políticas de la praxis contemporánea, se utilizan dispositivos de enunciación y construcción de la obra de arte en muchos casos conflictivos, como puede ser el propio cuerpo humano en el body art, y el performance. Por lo general estos actos performáticos resultan prácticas trasgresoras, provocativas, que abordan temas referidos a la sexualidad, a la fetichización del cuerpo femenino, la acción social, el arte de acción y de participación, cuestiones sociales y políticas.

Por lo que se ha podido constatar, en estos casos, no es el formato, el medio o el registro de la obra de arte quienes limitan sus actitudes para estar presentes en la selección, sino el propio discurso conceptual, el alcance de sus mensajes. En esta diatriba se encuentra *Signos*, quien ha tenido que hacer concesiones, debido a la estrechez y lo desactualizado de las políticas que rigen el tratamiento de estos contenidos. Sin dejar de reconocer las barreras que tradicionalmente han limitado a la televisión de carácter público, en su condición de medio de masas, han apostado por diversificar los puntos de vista, propuestas inclusivas, problematizadoras.

Las políticas no están claras, y a veces ni están escritas, lo que es políticamente correcto depende de la situación del contexto. Por supuesto que hemos tenido algunos artistas que tocan no sólo temas políticamente correctos o no, sino además por el tipo de obra, obras de desnudos por ejemplo no puedo ponerlo en televisión, aunque sea un artista con una obra súper reconocida. Por ahí se va decantando, no

es lo mismo una galería que un programa de televisión en un canal de televisión nacional. Entonces por ahí se va haciendo la selección del artista que vas a tratar. Hemos tenido a artistas que tratan temas candentes pero que se ha podido ir incluyendo pues como el arte es tan polisémico, tratamos así de defender determinada mirada. (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Se puede decir que *Signos* constituye el espacio que más se ha proyectado hacia la comprensión de las problemáticas en torno al arte contemporáneo. Queda claro en la concepción de su directora, de su equipo de realización, ellos manejan una mirada amplia y heterogénea, actualizada, a tono con las discusiones actuales:

Cuando el programa sale en la TVC, había un vacío en el abordaje en las artes plásticas y visuales. Porque me gusta siempre hacer la diferencia entre artes plásticas y visuales, porque las artes plásticas se refieren a las consabidas artes plásticas. Mi programa va más allá y yo insisto en decir que la madre de las artes plásticas y visuales es la arquitectura, luego entonces los arquitectos van a mi programa. (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Otro de los programas especializados a tratar es *Arte video*. Este espacio tiene como objetivo contribuir al conocimiento de las obras de los artistas de la plástica cubana actual, los autores más relevantes a través del tiempo, y promocionar la obra de artistas cubanos de diferentes generaciones.

¿Qué sucede en las rutinas productivas? En el mismo período de abril a diciembre de 2016, este programa con una emisión semanal, y 4 emisiones mensuales, transmitió 34 emisiones, debido a que en el mes de diciembre no se emitieron 2 de ellas, por una programación especial en tributo al fallecido líder de la Revolución cubana Fidel Castro.

En la parrilla del programa donde se muestran los temas y artistas, en ese transcurrir 25 emisiones fueron dedicadas a pintores y a la pintura de manera general.

En cuanto a los artistas invitados, la gama oscila desde artistas más conocidos y con una obra sólida en el panorama del arte cubano, hasta jóvenes pintores de las escuelas de artes. Entre los temas abordados se encuentran dentro de la manifestación pintura: el bodegón, el paisaje, el abstraccionismo, la arquitectura en la pintura, como los tópicos más recurrentes.

El director y guionista de *Arte Video* reconoce que en el caso de su programa, el grado de importancia a la hora de aplicar la selección pasa, en gran medida, por el velo de su subjetividad. *Arte video* es en el contexto de la Televisión Cubana, un programa que se puede llamar de “autor”.

En el caso de mi programa las propuestas que yo pongo son propuestas que busco yo mismo, temas que me interesan, toda la construcción del proyecto es mía, es muy personal. Mi programa, su principal objetivo es dar a conocer nuevos talentos, ese es su primer objetivo, la promoción cíclica, y en ese sentido tengo varias formas de trabajar (Y. Laffita, comunicación personal, diciembre de 2016).

El grado de influencias institucionales dentro del contenido del programa no se ejerce con toda la presión que, por ejemplo, en la concepción de la dirección de la Televisión Cubana, debe ejecutarse en otros espacios como son los informativos noticiosos. Otro aspecto que influye en ello es que se tratan generalmente de programas grabados, “revisados” por los asesores antes de su salida al aire y con un gran nivel de previsibilidad y control sobre los contenidos. Esto último debido a que la planeación temática ya pasó por la consecutiva cadena de procesos para su revisión y aprobación (ver Capítulo 3.3).

De modo que, con cierta “confianza”, la producción de *Arte video* trabaja con márgenes de amplitud, por lo que la visibilidad de contenidos transita por las nociones que su equipo, básicamente su director y guionista, tiene acerca de las artes plásticas y visuales de manera general.

En mi programa trato de promover a todas las personas que hacen un arte contemporáneo, moderno, nuevo, esa es la finalidad principalmente de mi trabajo, que lo traten de hacer nuevo, desde lo más convencional, desde las distintas formas de decir. Sean efímeras o sean duraderos (Y. Laffita, comunicación personal, diciembre de 2016).

El trabajo profesional de hurgar en la realidad y elegir de ella la gama de ideas factibles, puede hallarse con tropiezos cuando, a la hora de procesar y presentar la información pasa por los canales de un sistema institucionalizado, con sus propias leyes y normas. Con todo, ello no acaece en un conflicto de intereses, más bien esos procesos negociados en la producción de mensajes, son los que permiten una escala consensuada, y contribuyen a mantener cierto estándar y equilibrio sobre las decisiones de contenidos.

Los niveles de autonomía administrativa dentro de los programas en la Televisión Cubana fluctúan. En el caso de *Arte video*, el bajo nivel de regulación o “intromisión” institucional en las decisiones de contenido, también resulta su punto más débil.

Para la Televisión Cubana, la calidad de la programación incluye el mensaje, el balance de su contenido y la intencionalidad de estos mensajes. En el primer filtro, la Planeación temática (Resolución 43, TVC, 2012), como se expuso anteriormente (ver capítulo 3.3) , no sólo participan el colectivo del programa, sino también la asesoría y visto bueno de las direcciones de contenido y programación, como expresión de la más alta dirección del Instituto en las respectivas áreas productivas y administrativas. “Todo

programa radial o televisivo debe ser revisado y aprobado por la redacción o división correspondientes antes de su transmisión” (Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas).

La elaboración de dichos planes temáticos, la proyección y planeamiento estratégico, son procesos considerados administrativos-creativos que permiten la previsión como elemento básico. En los casos descritos de *Signos* y *Arte video*, se ha conferido una ponderación de determinadas zonas tópicas, que ha dado al traste con la tan ansiada calidad explicitada en el balance.

Los indicadores que dan cuenta de los criterios de importancia en la selección, es decir, la evaluación que realizan los asesores, directores y guionistas en torno al potencial del contenido, en estos casos, se encuentra entre el predominio de los valores profesionales, entendidos como aquellas “prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para hacer su actividad” (Shoemaker y Reese, 1991, p. 102); y la flexibilidad en la ejecución y control de las prioridades y decisiones de contenido desde el nivel institucional.

Toca hacer alusión a *La otra mirada*, programa que ostenta un formato y objetivos distintos a los de *Signos* y *Arte video*. Una de las características que más refuerza el carácter cultural de la producción televisiva cubana es el incluir las producciones artísticas de todo el país y del arte universal. Tal es el caso de *La otra mirada*, espacio que se propone profundizar en el conocimiento y evolución de las artes visuales en el mundo y su relación con los procesos históricos-sociales en que surgen y se desarrollan. Además de ofrecer un panorama de la historia del arte a nivel nacional e internacional.

Puede decirse que es el único programa de este tipo en la Televisión Cubana, que se orienta hacia el arte universal y la historia del arte como un todo, aunque si se favorecen las expresiones artísticas nacionales. En cada emisión se trata un tema específico que se desarrolla a través de fragmentos de un material extranjero (previamente seleccionado y valorado), y también en ocasiones de materiales cubanos realizados por el propio equipo de dirección y realización del Canal.

Es un espacio que se considera de producción mixta, ya que su contenido se combina entre la exposición de material extranjero o “enlatados”, en este caso documentales sobre el mundo de la creación artística, y la introducción de secciones producidas dentro del canal que abarca la presentación de una conductora y bloques de noticias.

La difusión de productos audiovisuales extranjeros tiene por política en la Televisión Cubana, recibir un tratamiento adecuado que justifique su presencia y con una marcada intencionalidad.

Debido a factores técnicos y de recursos económicos, la presencia de producciones nacionales se ha visto en muchos casos afectada. Ello ha provocado un incremento de la transmisión de producciones extranjeras ante las dificultades para generar contenidos propios. La Televisión Cubana por mucho que vele por ello, lamentablemente ha acaecido en una estandarización de la oferta en sintonía con los parámetros internacionales, debido a la similitud de formatos de programas.

La mayoría de estos enlatados y materiales extranjeros provienen del mercado estadounidense y europeo, que debido a las leyes del Bloqueo Económico impuesto por Estados Unidos a Cuba, al no existir relaciones comerciales en este campo, la Televisión Cubana aplica la copia sin derechos de exhibición y reproducción. Lo cual lleva a

reflexionar con qué intencionalidad se llevan estos productos, qué perspectivas o miradas prevalece, pues no se trata de mero material de relleno, ya que son portadores de una ideología y valores de la cultura que si no les dio origen, los distribuye comercialmente e incide en sus lógicas de producción.

Acompañar de análisis críticos, en los casos que sea posible y conveniente, las menciones e informaciones sobre premios y eventos, así como las emisiones de obras de factura capitalista, para evitar que sean asumidas mecánicamente como símbolos de calidad y modelos a imitar (Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas).

Este fragmento de la Política de Programación ilustra someramente, las indicaciones que deben seguir aquellos programas de producción mixtas. En muy pocas ocasiones se acepta transmitir materiales de producción extranjera sin la intervención de mediación de algún tipo, ya sea el comentario crítico, la presentación o la información visual. Se trata de “jerarquizar y promover intencionalmente producciones artísticas y literarias extranjeras que se opongan a las tendencias que privilegien el consumismo, la banalidad, la pérdida de la capacidad de análisis, de compromiso y transformación social” (Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas).

La otra mirada, como programa de producción mixta que incluye documentales extranjeros, se rige por estas políticas, y no parece ser una emisión conflictiva en este aspecto. En proporción a otros productos que tienen una evidente orientación política o comercial, que pueda entrar en discrepancia con el modelo social y político cubano. La exhibición de materiales que abordan el consagrado mundo de la historia del arte, les concede un margen de amplitud.

Este programa no plantea el análisis de estos productos desde una perspectiva crítica o de apreciación artística y audiovisual, sino más bien desde una concepción

informativa o de presentación. El perfil del programa no está encaminado a buscar la producción artística contemporánea, su referente conceptual se encuentra en la historia del arte, vista desde una concepción ilustrada y arraigada en la modernidad del concepto de arte.

En *La otra mirada* existe un criterio muy tradicional a la hora de estructurar el programa. Quizás porque puede haber falta de información, no hay como una actualización, o sea el equipo de realización no estaba actualizado en las últimas tendencias del arte contemporáneo. Por ello la mirada del programa es poco se puede decir conservadora y tradicional” (M. Alonso, comunicación personal, noviembre de 2016).

Esta reflexión también se vislumbra en las palabras del crítico cubano y conductor de un espacio de crítica de artes visuales, entrevistado para este estudio:

Se cree que con los programas que hay es suficiente, yo soy del criterio que no. Porque esos todos programas pueden ser importantes, es decir, poner un documental sobre determinado artista internacional es importante, un documental sobre un género como la escultura o la arquitectura es importante, eso da una cultura de la historia del arte. Sin embargo, yo creo como especialista que hace falta un programa o programas que vayan a cuestiones más específicas y a un diálogo más complejo con los creadores y a enfoques un poco más complejos sobre el arte contemporáneo, quienes son los artistas, lo que se expone. Ese vacío está, no ha sido cubierto por ninguno de los programas que existen hoy. (H. Fernández, comunicación personal, noviembre de 2016).

Entre los ejes temáticos que abordó *La otra mirada*, en los meses de abril a diciembre de 2016, se encuentran 6 emisiones dedicadas a la arquitectura. Estas

presentaron documentales de grandes figuras de esta manifestación artística, como Antoni Gaudí (importante arquitecto español, impulsor del modernismo en su país); Frank Lloyd Wright (arquitecto estadounidense, uno de los principales maestros de la arquitectura del siglo XX); y una emisión ofrecida al conjunto arquitectónico español La Alhambra de Granada, entre otras.

Por otro lado, la pintura vuelve a ocupar un espacio preponderante, aunque ello per se no debe entenderse como algo desacertado. Se ha tratado de enfatizar que el arte contemporáneo deriva, más que en una elección de medios o formatos, en un diálogo y problematización en torno a referentes culturales y artísticos. Como dijera Brea “esa historia del arte contemporáneo no es otra que la del cuestionamiento de su propia tradición” (2012, p.87).

En el balance de los temas se aprecia una amplitud en la selección, que no presenta una clara dirección o hilo conductor que atraviese la variedad y libertad de tópicos elegidos. Entre los documentales figuran sobre Frida Kalho (importante pintora mexicana), David Hockney (pintor, movimiento de Arte Pop en la década de 1960, es considerado uno de los artistas británicos más influyentes del siglo XX), Eugene Delacroix (pintor del Romanticismo francés), Rafael (pintor del Renacimiento Italiano), entre otros.

Otros documentales trataron la historia de una pintura en sí, y su repercusión dentro de la historia del arte, como “El Beso” de Gustav Klimt, “Las señoritas de Aviñón”, de Pablo Picasso, “ El almuerzo sobre la yerba” de Manet; entre otras. También se incluyeron como temáticas la pintura rupestre, la pintura naif y la pintura surrealista.

El único tema que apuntó de cierta forma a las premisas aquí planteadas acerca de las narrativas que emplea el arte contemporáneo y la importancia de enfocar la

experiencia del espectador hacia a su apreciación, fue el dedicado a Marcel Duchamp. Este documental se acerca a la obra de este destacado artista francés del siglo XX, quien ejerció una fuerte influencia en la evolución del arte de este siglo. Este artista es considerado uno de los precursores de la creación artística contemporánea, pensada como resultado de un puro ejercicio de la voluntad, sin necesidad estricta de formación, preparación o talento.

La selección de los contenidos y su dosificación, o sea el equilibrio o predominio de unos sobre otros, que de manera coherente responda tanto a los objetivos del programa, como a las intenciones del sistema televisivo, tiene para *La otra mirada* algunas especificidades. Su contenido se conforma a partir de documentales con puntos de vista y discurso audiovisuales ajenos, no producidos dentro de la industria televisiva cubana, donde juega un papel importante esta discriminación. Así lo describe Maylin Alonso, guionista por dos años del programa:

Los documentales generalmente se seleccionaban de acuerdo a la posibilidad de adquirir los documentales del canal Film and arts, la mayoría de estos provenían de este canal o de alguna gestión personal del colectivo. Lo cual hacía que muchas veces la selección se debiera a ese carácter aleatorio de poder copiar del satélite determinado documental o no. Así es muy difícil proyectarse con un balance o con una planificación (M. Alonso, comunicación personal, noviembre de 2016).

No se logra ver con precisión el criterio de selección del talento artístico. En el resultado final de esta proyección temática expuesta, no quedan claro cuáles son los valores y las razones a los que se ciñe el colectivo para incluir o excluir unos y otros documentales. Más que todo es la posibilidad de acceso y disponibilidad de contar con los materiales, que en realidad una línea discursiva o una planeación estratégica de los

contenidos. La visión que se expresa por tanto de la historia del arte puede resultar estrecha, reducida a los marcos espacios temporales de los estilos artísticos.

Ello también habla del concepto de arte, de la visión de la historia del arte que se reproduce desde determinados centros de poder. Quienes tienen los recursos y el despliegue técnico para la realización de estos productos audiovisuales, donde puede predominar una concepción estrecha acerca de la historia del arte contemporáneo, en tanto no figura en los circuitos de documentación y de archivo. Parece ser que las teorías del final del arte han servido de refugio para quienes se resisten a historiar y reflexionar sobre el arte de nuestros días.

Llama la atención además, la escasa presencia del arte y la historia del arte latinoamericano en un programa que dedica a difundir el arte cubano e internacional. Se resiente la presencia de esta arista del arte de América Latina, en el que el artista deviene un ente activo e interventor en los mecanismos culturales de transformación social.

A tono con cuestiones sociales, la praxis decolonizadora del arte en el continente profundiza en la problemática de la identidad cultural desde una perspectiva antropológica, etnográfica, culturoológica, que indaga en las múltiples raíces del fenómeno identitario. Sin embargo, nuevamente se recae en la cuestión del discurso y presentación de estas prácticas artísticas. Son quizás sus indagaciones identitarias, con mayor énfasis en la perspectiva crítica frente a los problemas del arte y de la sociedad (la historia, los héroes, los símbolos patrios, el sexo, la moral) sus puntos álgidos o problemáticos a la hora de insertarse dentro de la alocución de un programa que ha sorteado cómodamente los embates de la censura.

El propio perfil del programa no está encaminado a la producción artística contemporánea. *La otra mirada* lo puede hacer, pero su perfil más general hace

que se quedan solamente en la historia del arte (M. Alonso, comunicación personal, noviembre de 2016).

Lo que sucede con *La otra mirada* es que la intención de sus mensajes se encuentra diluida. Quizás pudiera tratarse de los años que lleva en pantalla, o la imposibilidad de contar con producción propia y el consecuente diseño de sus mensajes. Aun cuando mantiene una repercusión dado su perfil único en el sistema televisivo cubano, no ha podido explotar ello al máximo. Puede decirse que ha perdido novedad, vigencia, originalidad, con respecto a la dimensión que alcanzan las prácticas artísticas y la cultura visual contemporáneas, que unidas a las artes canónicas, escriben también la historia del arte del presente.

Nuevamente oportuno el criterio de Fernández (2016) al respecto: “la TVC tiene una deuda con lo que pasa en el campo de las artes visuales, en términos de socialización con el arte cubano e internacional contemporáneo. Nadie conoce los artistas, hay una deuda de educación del público en las lógicas de recepción” (H. Fernández, comunicación personal, noviembre de 2016).

La noción de que todo pasa por la subjetividad, o que recae solamente en la actividad de los comunicadores la balanza hacia la tendenciosidad, ha sido bastante cuestionada. En estos programas no ocurre como en los noticiarios, pues la disposición de la red informativa no tiene trazados los caminos más menos prefijados, por ello la demanda creciente de las competencias y experiencias de sus profesionales.

Este estudio es partidario, como plantean muchas investigaciones en este campo, que se dan procesos permutados, convenidos, de aceptación y rechazo que ocurren al interior de un circuito o sistema de comunicación institucionalizada, quien determina en

gran medida, las formas en que está organizado y estructurado el rol de los comunicadores en cada régimen mediático.

Luego de hacer referencias a los tres espacios que por su contenido constituyen programas sobre artes visuales en la Televisión, toca hacer alusión al espacio informativo que le ofrece un espacio diario a la información cultural tocante a esta temática. El *Noticiero Cultural* es un programa que pertenece al Sistema Informativo de la Televisión Cubana y se incluye en este análisis debido a la importancia, la solidez y la fuerte presencia de contenidos referentes al mundo de las artes visuales.

Como ya se supone, al tratarse de un programa informativo, el proceso de producción se basa en la construcción de la noticia, hecho ampliamente discutido en el marco teórico de este estudio. Por tanto, a partir de la opinión de periodistas, críticos de arte y especialistas implicados en la producción del programa, se podrán encontrar los puntos de contacto entre la descripción de las rutinas productivas y su explicación en la práctica.

El *Noticiero Cultural* es un programa relativamente joven, tiene 3 años en pantalla, y surge debido a la propuesta entre la Asociación Hermanos Saíz, organización cubana que acoge a los jóvenes artistas, escritores y creadores no mayores de 35 años, y el Ministerio de Cultura de la República de Cuba, de que se insertara en la programación un noticiero netamente dedicado a la información cultural.

Como noticiero, los criterios de importancia, el relativo al nivel de jerarquías de los sujetos implicados y al interés de la noticia, se ciernen sobre los temas más importantes del momento, y bajo el manto de una fuerte relación del medio con las fuentes institucionales. Así lo expresa la periodista Lied Lorain, integrante del equipo de producción:

Nosotros generalmente trabajamos directamente a través del CNAP (Consejo Nacional de las Artes Plásticas de Cuba) y con ellos vamos trabajando las

prioridades que ellos tienen, tanto de eventos concretos como del trabajo con artistas en específico. El CNAP decide priorizar artistas en ese momento ya sea porque son artistas ganadores de premios en ese momento, ya sea porque son artistas consagrados, o artistas que muestran un trabajo importante, ellos deciden que nosotros les demos presencia en el noticiero (L. Lorain, comunicación personal, noviembre de 2016).

La sección sobre las artes visuales se diseña a partir de los objetivos y prioridades de promoción de las principales instituciones y la red de galerías y museos del país. Aquí aplica el criterio de importancia respectivo al grado de poder institucional, y de otras jerarquías no institucionales con gran fuerza, ya que por lo general, se cubren los eventos más relevantes en los circuitos artísticos.

Como todo programa informativo, tenemos que discernir, por eso tratamos de repartir las informaciones en las diferentes secciones, pero el orden de prioridad pasa por diferentes filtros, pasa por el filtro de exposiciones o eventos que estén vinculados a aniversarios o eventos específicos, a premios específicas, que sean grandes eventos como la Bienal y otros que eventos como premios, reconocimientos, aniversarios. (L. Lorain, comunicación personal, noviembre de 2016).

El Noticiero presenta una sección para la crítica especializada en artes visuales. Hasta el momento la más sistemática, amén de su corto espacio y duración. La conduce el profesor de la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana y crítico de arte Hamlet Fernández. Sus juicios como especialista redundan acerca de la necesidad de enfocar la difusión y la crítica de arte en medios masivos desde la perspectiva de la educación y apreciación artística:

La crítica de arte en tv, con el carácter sistemático que ella requiere, el Noticiero Cultural es la experiencia que hasta ahora más se ha acercado. Pues el problema de la crítica es que si no es sistemática, o no se prolonga en el tiempo, no puedes proponerte educar a una teleaudiencia. Y no se genera un público, por tanto el Noticiero es de todos los programas de la TVC, donde se hace una crítica en tiempo real, donde la gente ve el comentario que yo hago y luego puede ir a ver la exposición y puede contrastar el comentario que yo hago con sus criterios” (H. Fernández, comunicación personal, noviembre de 2016).

Según Fernández, la política editorial del Noticiero en su sección, es jerarquizar lo mejor que sucede en el país, crear una plataforma que pondere en términos de importancia del suceso expositivo (por ejemplo eventos como la Bienal de La Habana, Mes de la Fototeca, Post it, entre otros de envergadura nacional e internacional). En sus palabras, “trato de jerarquizar lo mejor, más allá si la expo es mala o buena, después de lo que hay expuesto en el mes, que sea importante, selecciono lo mejor en cuanto a su valor artístico”. (Fernández, entrevista personal, 2016). Desde el punto de vista de este crítico, la balanza se inclina al referente de una exposición acertada.

El objetivo que se plantea el Noticiero es realizar una crítica más promocional debido al poco tiempo de que se dispone. Se intenta priorizar lo más importante a partir del criterio especializado de su conductor. En el programa le otorgan esta libertad, según su experiencia: “el director me dice que hay que cubrir tal evento por política cultural que viene del Ministerio, pero en la mayoría de las ocasiones es más bien mi ejercicio de jerarquizar, ese es el ejercicio del crítico” (H. Fernández, comunicación personal, noviembre de 2016).”

Se puede advertir que el valor importancia relativa al nivel y notoriedad de los sujetos implicados, y la introducción de temas sobre las artes visuales contemporáneas se

ha visto reducida, anclada en terminadas áreas discursivas y tópicas, en detrimento de otras. La función de gatekeeper o los filtros, la realizan los asesores y las direcciones de contenido que con antelación ya cuentan con los planes temáticos de los programas que les permiten evaluar la pertinencia y aceptación.

En el maridaje profesional entre asesor, guionista y director, no se puede ver al asesor como el “censor” dentro de la producción, ya que de esta relación laboral se desprende una colaboración efectiva, que tiene en sus hombros la responsabilidad artística del programa, la definición más puntual y aterrizada de la agenda temática.

Según la Política de Programación de la Televisión Cubana, lograr en lo posible el balance adecuado de temas, es un indicativo para medir la calidad televisiva. En ello es de vital importancia el principio de la jerarquización. Para esta televisora, constituyen premisas fundamentales, al menos en teoría, establecer las jerarquías culturales propias y el reconocimiento a las vanguardias artísticas y de los valores distintivos de la nación cubana, y en consecuencia, contribuir a la creación de paradigmas para la sociedad.

Sin embargo, la problemática que deriva de este primer análisis, es que desde cierto punto, la Televisión Cubana en el ámbito de los medios de masas en Cuba, puede estar reproduciendo el aura de la historia del arte, aquella que precisamente sucumbió cuando nacieron estas nuevas formas de expresiones artísticas. Como menciona Lalinde (1992), cuando se trata del principio de autoridad, no sólo es objeto de difusión lo que proviene de la autoridad, no sólo la autoridad reconocida socialmente en las esferas político, económico, cultural, o sea no sólo se trata de “sujetos sociales” (1992, p.6) sino también de aquellos valores socialmente legitimados en una sociedad determinada.

4.4.2 Entre las fuentes y los criterios profesionales

Como empresa mediática, la Televisión Cubana necesita contar con fuentes de suministros de material, no sólo en el campo de la producción de noticias. Esto le posibilita contar con stock para la planificación de la producción, y casi siempre se refiere a la utilización de fuentes confiables y prominentes, personalidades, instituciones y organizaciones con voz y autoridad en la sociedad cubana, y poder dentro las relaciones que ella establece.

Esto sobre todo se cumple en el *Noticiero Cultural*, que como programa informativo, se podrá tener una noción de sus principales vínculos periodísticos:

Generalmente del CNAP (Consejo Nacional de las Artes Plásticas de Cuba) nos llega una buena parte de la información, del MINCULT (Ministerio de Cultura de la República de Cuba, de CREART (Centro de Desarrollo y Comunicación Cultural) y también a través de las propias galerías. Muchas galerías tienen ya contacto directo con el Noticiero y nos están mandando por email lo que tienen en cartelera, sus spots, sus programaciones (L. Lorrain, comunicación personal, noviembre de 2016).

Las fuentes en este caso son institucionales, y las suministran los principales organismos culturales del país en el área. La confianza y el poder de incidencia de éstas residen en el abastecimiento de información “segura”, ya que además cuentan con los canales para facilitar dichas provisiones. La fuerte dependencia de estas fuentes en cierto modo, como se evidencia, más allá de brindar información, puede influir y regular la resolución del acontecimiento noticiable.

Cuando se trata de tributar información a los principales noticieros y redacciones informativas, a la Televisión Cubana en su condición de único sistema televisivo en el

país, se le posibilita el acceso y las relaciones con todas las instituciones culturales. Tal es así, que la cantidad de información cultural repartida en distintos magazines diarios, llega a convertirla en un vocero y mediador entre los mensajes de éstas y la audiencia a la que va dirigida. Esto no ocurre así como se verá, en el proceso de producción de otros mensajes.

De forma general se cumple que las redes de información, dígame las fuentes que utilizan estos programas reflejan la estructura social y el poder existente, y se organizan a partir de las propias exigencias productivas. Temáticas previstas con tiempo que vienen en forma de “dietario” del aparato institucional, político y administrativo cubano que permiten adelantarse y la planificación intencionada.

En el régimen productivo cubano, estipulado en las propias políticas, existe una acuciante necesidad de programar el trabajo. Prácticamente la cobertura en vivo se reduce a eventos de gran envergadura política, social y cultural. Los reportajes de informaciones culturales son en la mayoría grabados.

¿Cuáles pudieran ser los “territorios de noticias”, que se traducen en esas zonas de escrutinios, lugares comunes, facilitadores de ciertas tramas de enunciados que luego se convertirán en una noticia, temática o idea creativa?

En el caso del *Noticiero Cultural* se verifica el precepto de que la red informativa es muy tupida en lugares donde se concentra el poder (McQuail, 1992). Los lugares que conforman la red noticiosa del Noticiero, como el Consejo Nacional de las Artes Plásticas (CNAP), el Ministerio de Cultura (MINCULT) y las galerías institucionales del país, representan a la estructura máxima de poder vigente en la sociedad en estas esferas, en tanto organismos legitimados como fuentes regulares de acontecimientos.

Con el resto de los programas ocurren operaciones distintas. Si bien sigue siendo la fuente institucional la de mayor cobertura y poder de influencia, las resoluciones acerca del contenido reflejan la equívoca disposición o estructura de acceso que tienen los asesores, guionistas y directores de penetrar a la red y manejar a las fuentes.

Un ejemplo concreto de ello resulta la debilitada relación que hoy existe entre algunas instituciones, entidades académicas y la televisión. Los lazos que tradicionalmente vinculó a la televisión con una parte de la intelectualidad cubana y la esfera académica se han ido atenuando. Fernández (2016) considera que “no hay una gestión por parte de los especialistas de penetrar el medio, de insertarse en la televisión. Desde el campo del arte debe haber una iniciativa de un proyecto serio en materia de educación artística que se le proponga a la TV” (comunicación personal, noviembre de 2016).”

Por su parte Fabio Fernández, Director de Contenidos y Programación, es partidario de la misma opinión. Para este directivo, a pesar de que todavía imperan las principales pautas del trabajo con las fuentes institucionales, los contenidos a priorizar no están bien diseñados, como por ejemplo, programas de alto contenido didáctico que no tienen una adecuada articulación con el sistema educativo. Al respecto apunta:

Hay un convenio MINCULT- ICRT, ese convenio le ha abierto las puertas a una articulación más efectiva entre la cultura y las instituciones que atienden las artes plásticas y la literatura y la televisión cubana. Se ha avanzado, pero desde la cultura hay algunos profesionales que ven a la TV como no apta para atender sus reclamos. Esperan que exista otra TV que puede ser más culta. Entonces no sólo se trata de la presencia o ausencia de determinada manifestación, sino el tratamiento que se le da a esa manifestación para hacer televisivos esos contenidos (F. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016)

El débil vínculo con estas entidades se comprueba también dentro del proceso de producción del programa *Signos*. Para Martínez (2016) es el interés que tiene el equipo de realización por investigar, encontrar propuestas, lo que en circunstancias define el contenido del espacio.

Tenemos un vínculo con el CNAP, ellos son los que nos proporcionaban todas las prioridades, y nos daban un listado de artistas con los cuáles nosotros podíamos. Lo cual no constituía una camisa de fuerza, algunos artistas no se encontraban en el país o no contaban con exposiciones recientes a las que podíamos acudir. Con el paso del tiempo este vínculo prácticamente no existe. *Signos* es un programa ya reconocido en la palestra cultural y muchos artistas saben que existen, se nos acercan y nos traen sus propuestas”. (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016)

Es preciso detenerse en este aspecto. Cuando los actores involucrados en los procesos de producción de estos programas hablan de fuentes institucionales se remiten a las ya mencionadas: el CNAP (Consejo Nacional de las Artes Plásticas de Cuba), el MINCULT (Ministerio de Cultura de la República de Cuba), y galerías institucionales como Villa Manuela, Galería Habana, entre otras.

No obstante, un elemento a considerar constituye que otros organismos tienen un escaso dietario en el diálogo y colaboración con la televisión. Tal es el caso del Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, una importante institución en la esfera cultural cubana y latinoamericana, que se encarga de la investigación y promoción de las artes visuales contemporáneas de las regiones de África, Asia, Medio Oriente, América Latina y el Caribe. Además, organizadora de la Bienal de La Habana, evento considerado germen

de lo que Smith llama en las artes visuales del ámbito latinoamericano y países del tercer mundo “el giro poscolonial” (2002, p. 195).

La colaboración entre la Bienal de La Habana y la Televisión Cubana se cierne a los noticieros en gran medida. De hecho se prepara un noticiero dedicado íntegramente a la Bienal, pero desde la perspectiva informativa de eventos y carteleras, centrada en el espectáculo social y cultural que supone este hecho en el devenir de la ciudad de La Habana.

En este marco, el evento considerado el más trascendente de los acontecimientos culturales cubanos en materia de artes visuales, por sus contribuciones además al estudio de la visualidad contemporánea, al menos hasta donde este estudio pudo ahondar, se retoma únicamente, con una intencionalidad enfilada a fomentar el conocimiento y apreciación del arte contemporáneo, en el programa *Signos*.

¿Por qué las primeras bienales de La Habana casi no había gente, pero por qué las tres últimas bienales de La Habana han sido masivas? Yo quiero pensar que *Signos* tiene que ver con eso. Porque cuando tú le explicas a la gente las obras que se expusieron en el Malecón por ejemplo en la última Bienal de la Habana, la gente va a verlas. A partir de estas experiencias soy del criterio de que yo tenía que explicarles a los televidentes que es el arte contemporáneo porque no lo van a entender (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Como se puede apreciar, la directora del programa *Signos* tiene claro la necesidad de la mediación, de explicar los resortes que mueven la praxis artística contemporánea. La Bienal de La Habana emerge para *Signos*, como un sustancial “territorio de noticias” debido a que goza de condiciones y oportunidades, las cuales se manifiestan de forma “territorial”, por encontrarse en cercanía geográfica y espacial al Canal Educativo; y

tópica, pues la magnitud del evento proporciona abundante material, que en función de ello el equipo de realización elabora una proyección temática a tratar.

En el criterio de su directora, la Bienal emana como el pretexto para llevar el arte contemporáneo a su programa, a partir de una concepción más didáctica, reflexiva: “cuando hacemos los programas de la Bienal de la Habana no nos interesa hacerlo como noticiero, es un programa que te da la posibilidad de apreciar algunas muestras del arte que se está haciendo, te lo explica y te da la posibilidad de decir yo voy a ir allí a ver esa obra. Si tú logras incitar ya el cometido está más que logrado.” (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016)

Con todo, como ya se había dicho en el caso de *Signos*, *La otra mirada* y *Arte video* la frágil alianza con las fuentes institucionales, hace que “la trascendencia social” de ciertos temas quede solamente a criterios profesionales o ceñidos a las rutinas productivas. De tal forma, toman el protagonismo los valores profesionales, la especialización que adquiere su equipo de producción, el “olfato”, el contacto directo con el mundo de las artes. Como lo manifiesta el director de *Arte video*, que desde su mirada de “autor” refiere su experiencia con las fuentes, y su trabajo como realizador:

Cuando comencé este proyecto no quise estar o moverme a través de instituciones porque estas te manejan, porque yo a la hora de asumir mi proyecto lo asumo como un artista más no como un director. Yo cuando el creador me pone sus obras en mis manos me deja crear. No pongo la obra tal y como el artista me la dio en pantalla, yo busco, investigo, creo historias a partir de la obra de los artistas, juego con ciertas animaciones, sin llegar al cliché de la animación porque tengo que tener un respeto sobre la obra del artista, tiene que entenderse la obra. Cuando el artista pone su obra en mis manos, son dos visiones, pues él lo está mirando desde

la perspectiva del creador y yo desde la perspectiva de un creador para la televisión (Y. Laffita, comunicación personal, noviembre de 2016).

Es evidente que se requiere de cierta especialización, o al menos conocimientos sólidos sobre la historia del arte, la crítica, la teórica e investigación sobre el arte. Los realizadores, guionistas y asesores de estos espacios dedicados a las manifestaciones artísticas son en muchos casos artistas, críticos y profesionales directamente relacionados con cada una de las esferas del arte. La práctica profesional y habituarse en las rutinas productivas también les proporciona herramientas para la vida cotidiana de los medios.

Primero que todo estos programas requieren que vivas en el mundo del arte contemporáneo, tienes que estar atenta a las exposiciones. Muchas veces es por referencia del propio gremio, de los propios artistas. Forma parte de la experiencia ya que vamos adquiriendo al saber identificar determinados artistas y el potencial de otros.

Signos es un programa que se hace en colectivo. Hay cosas que ves en bienales, galerías. Y voy investigando e informándome. Me voy acercando. Hay propuestas que me hacen las instituciones. Lamentablemente no siempre las instituciones tienen interés en lo que hacemos o la televisión”. (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Por el mismo camino va la opinión de la guionista de *La otra mirada*, quien considera que este programa adolece de respaldo institucional, son la gestión personal y los juicios profesionales las acciones de filtro:

Yo me apoyaba en textos académicos, en sitios webs sobre historia del arte, y de mi apreciación personal que hacía sobre el material o las obras que se iban a proyectar. O sea me apoyaba en un texto académico, oficialista pero también

dejaba margen para ejercer mi criterio como historiadora del arte. (M. Alonso, comunicación personal, noviembre de 2016).

4.4.3 Criterios relativos al producto

Al hacer alusión a los criterios relativos al producto, éstos se explican en relación a factores que intervienen en las rutinas productivas de selección, procesamiento y presentación del producto comunicativo en la Televisión Cubana. Como pueden ser la disponibilidad de material, la accesibilidad, la novedad, las características específicas del material en cuanto a calidad, aptitud y cualidades tecnológicas. En el campo de la información tiene que ver con la idea de que “en qué medida el acontecimiento es accesible para los periodistas, en qué medida es técnicamente tratable en las formas periodísticas habituales; si ya está estructurado de cara a poder ser fácilmente cubierto; si exige gran dispendio de medios para cubrirlo” (Golding-Elliott, 1979, p. 144 en Wolf, 1987, p.125).

Para el *Noticiero Cultural* la planificación de la cobertura mediática no sólo implica claridad sobre los espacios con mayores probabilidades de que se produzcan noticias, sino que además éstas deben cumplir con determinados estándares técnicos y de cierta forma agilizar el trabajo de la redacción del noticiario.

Muchos son los factores que median este procesamiento de la información, que tienen consecuencias evidentes en la presentación final de las noticias. Por ejemplo, la exigencia, la necesidad hacia la inmediatez y la primicia informativa, hace que en el *Noticiero cultural* un criterio de pertinencia sea la novedad. Lo cual no constituye un componente determinante para *Signos*, *La Otra mirada*, y *Arte video*. Como tal lo expresa Fernández, quien en su sección de crítica de artes visuales se rige por la línea editorial del programa:

Cuando se trata de eventos o exposiciones que tienen mucha visibilidad, no se puede pasar por alto sea malo bueno o regular. Para el noticiero el criterio va por lo más importante que sucede en el momento. Que es lo mejor, hay que comentarlos sea bueno o mala, porque son sucesos expositivos, porque son artistas importantes o porque desde hace tiempo no exponen, etc.”. (H. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016)

Para Lorain, periodista del Noticiero (entrevista personal, 2016), no es necesario enumerar las distintas eventualidades de tipo productivo a las que se enfrenta el reportero y la redacción. Aunque en el paso por los distintos eslabones, gracias a la propia relación con las fuentes, se dan ajustes y convenios que facilitan en gran medida la realización.

Desde que no tengas el transporte, hasta que las imágenes no tienen la calidad que necesitamos, o simplemente no hay información visual relevante. Trabajamos con los medios que tenemos para poder estar en más lugares (L.Lorain, comunicación personal, noviembre de 2016).

Es preciso detenerse en la cuestión de la accesibilidad y disponibilidad del material, pues estos criterios no operan de igual manera en los programas informativos como el *Noticiero Cultural*, que en otras áreas productivas.

Como ya se comentaba, la televisión dentro de las industrias culturales se inserta dentro de la tipología o sectores de la cultura de flujo (Bustamante, 2003). Es este flujo o la transmisión en continuidad de programas materializada en la programación, quien organiza la producción y distribución de tareas en el sector, en congruencia con criterios de coste-beneficio social tratándose de una televisora de servicio público.

Específicamente en la Televisión Cubana, este reparto y estructura privilegia y jerarquiza a los noticieros y la programación informativa en general. Esta programación se considera pilar fundamental dentro de la televisión en Cuba, “que los informativos constituyan espacios principales y de alta calidad en la estructura de programación de la radio y la televisión cubanas“(Política de Programación de la Radio y la TV Cubanas”). La razón para ello se debe a que su rentabilidad se mide desde el punto de vista ideológico y político, como principales voceros y medio de información del Estado cubano y del Partido Comunista de Cuba.

Por lo que, en el sistema televisivo cubano se encuentra muy bien delimitado sus servicios informativos de otras divisiones de contenidos. El Sistema Informativo ocupa un lugar preponderante dentro de la empresa mediática debido a sus ventajas en cuanto a accesibilidad, disponibilidad de recursos, equipamiento técnico, condiciones físicas y materiales de trabajo, márgenes de actuación, etc.

El *Noticiero Cultural* aunque se ve limitado por dificultades productivas, cuenta con los medios para que al menos idealmente, ejerza su función de promover y difundir el quehacer cultural en sus más variadas expresiones. No se debe obviar que es un programa asesorado y monitoreado directamente por el Ministerio de Cultura y la Asociación Hermanos Saíz.

En la práctica el diálogo efectivo con las instituciones les facilita el trabajo, que más allá de dietario, llega incluso en los formatos y presentación adecuados para su emisión televisiva. Fuentes y medio de cierto modo están hablando en el mismo idioma, ambos entienden y acarician las políticas editoriales con poco rango de dificultad.

En la cultura suceden muchos hechos inmediatos, sin embargo en la cultura todo está planificado y generalmente esa información nos llega antes y tenemos tiempo

de planificar, y siempre va el periodista o el reportero antes a la galería, la galería nos puede suministrar material y generalmente hay tiempo para esta negociación. Contamos con el apoyo de las instituciones. (L. Lorain, comunicación personal, noviembre de 2016)

De tal modo, la accesibilidad se relaciona con la conveniencia operativa de la Televisión Cubana que como medio, discrimina información y materia prima de acuerdo a las posibilidades organizativas y técnicas de acceder a ella. El tener de donde “echar mano” y justamente, que este cumpla con requisitos estándares, garantiza la eficiencia y la articulación de las tareas. Pero, ¿cuáles son las características del producto, del material que se inserta en las redacciones de los programas antes abordados?, ¿qué limitaciones pueden presentar?

Ya se definieron algunas de las características del arte contemporáneo, que en casos específicos, pueden entrar en contradicción con las lógicas de actuación mediática de la televisión como medio masivo. Por otra parte, se aludió al carácter procesual y temporal que se apodera de la praxis artística contemporánea, afectando la relación obra espectador y por ende los mecanismos para su socialización. Unido a ello, los cambios en las nociones de objetualidad y materialidad de la obra de arte, hacen que ésta sólo pueda perdurar en el tiempo y ser percibida por el espectador a través de filtros mediáticos como la fotografía, el video u otro medio.

¿Qué limitaciones presenta la Televisión Cubana a la hora de difundir estas manifestaciones artísticas procesuales, efímeras, desmaterializadas, desterritorializadas descritas en el apartado 1.1.2 como el performance, la instalación, el video arte, el arte conceptual, etc.?.

Se llegó a la conclusión de que el propio tema o discurso de la obra implica ya una decantación, una discriminación de acuerdo a sus posibilidades de ser asumidos como contenido televisivo. No obstante, los productores están abiertos a negociar, a defender una mirada inclusiva que potencie determinadas zonas temáticas, amén de su irremediable concurso en los terrenos de la censura.

Según la experiencia de *Signos*, desde el punto de vista productivo, depende de cuán estructurado se encuentre el dossier personal de los artistas, cuán documentada tenga su obra. Pues como equipo de realización, en reiteradas ocasiones no cuentan con los medios técnicos y organizativos para registrar determinado suceso artístico procesual. Se exagera la necesidad del documento, del archivo o registro del hecho para sus posibilidades de difusión.

En cuanto a estas manifestaciones es muy importante que se haya documentado el hecho artístico. Años atrás esto no ocurría, la tecnología no estaba al alcance, sobre todo se recurría a la fotografía, a veces el documento sustituye a la creación, y este soporte es súper importante para la difusión. En las bienales, por ejemplo la obra de los Carpinteros “la conga pa atrás” es una obra performática que ocurrió en determinado tiempo y espacio y que no se tendría a no ser por el registro. Y gracias a ello pudimos ponerla en el programa, no porque estuvimos presente en el hecho artístico, sino porque ya la pieza estaba grabada” (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016)

En cuanto a la opinión de su directora, cada manifestación tiene sus particulares y sus patrones para llevar al programa. Para la realización televisiva y el discurso audiovisual, no es igual trabajar con arquitectos, diseñadores, que con artesanos, ceramistas:

La cerámica, por ejemplo tiene técnicas y procesos que tú debes respetar si quieres introducir el tema, tienes que estar al pendiente de esos procesos de realización de la obra, o que el artista te lo pueda explicar bien, el grabado también, y así cada una. Reconozco que hemos puesto poco de video arte, que se hace problemático explicarlo, porque se tiende a confundir los términos. No es el video que yo haga de la obra del artista, el video pensado como una obra de arte. El video arte incluido en la instalación como parte de ella, si se ha puesto (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

En *Signos* más allá de las limitantes productivas a la hora de desplazarse o acceder a determinado evento artístico, entran en juego la disponibilidad de material. Ello se respalda en que su objetivo no es realizar coberturas en vivo, o seguimientos noticiosos, ni siquiera en la Bienal de la Habana se cubre en tiempo real. Para la difusión, no están presionadas por el acontecimiento o la noticia, sino que se incrementa la necesidad de contar con el registro del hecho artístico, con la razón de llevar a cabo las metas propuestas.

En el caso de *Arte video*, su director y guionista lo deja muy claro. En su concepción, los proyectos artísticos audiovisuales permiten el registrarlos en video y así otorgarles un ciclo de vida. Se refiere por ejemplo a la instalación, la cual que puede durar días en un contexto determinado, pero cuando se dispone del material se prolonga en el tiempo y facilita su difusión. Así expresa su devenir en la producción de este espacio:

Yo en mi programa trabajo todas las manifestaciones fotografía, grabado, pintura, instalaciones, performances, lo que pasa es que desde el punto de vista de producción, me es más fácil trabajar fotografía, pintura, dibujo, grabado, porque a la hora de filmar no me es tan complicado porque se trabaja a partir de fotos, tú haces fotos a alta resolución y tú puedes trabajar con mayor facilidad. La parte

instalativa o performance aunque la he trabajado necesitas un mayor desplazamiento de luces, de equipo de producción es más complicado”. (Y. Laffita, comunicación personal, diciembre de 2016)

Por otra parte, así comenta Fernández (entrevista personal, 2016) su rutina en la sección de crítica de arte en el Noticiero Cultural:

Hay exposiciones que a nivel fotográfico no grafican bien en la televisión. Por ejemplo en el Centro de Desarrollo se expuso una importante exposición sobre nuevos medios, arriesgada, experimental, pero no hubo manera de llevar eso a la televisión y la gente no iba a entender nada, porque los nuevos medios implican una tecnología, y no tenía tiempo para comentar las obras. En este caso, si yo tuviera un programa dedicado a las artes visuales contemporáneas yo invito a la curadora, a los artistas y genero un dialogo entre ellos y voy poniendo imágenes. Y hago una análisis de la obra de manera tal que el público pueda entender varias miradas sobre el fenómeno, este es el programa que te digo que no existe y es el que debe existir”. (H. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016)

Es posible resumir que, el propio medio o dispositivo de enunciación artística ejerce una mediación. Las artes visuales con mayor tendencia a ser mediadas por la imagen fotográfica podrán tener mayores posibilidades de ingresar a la plataforma televisiva. Aquellas que implican la desmaterialización del artefacto arte, entendido por ese proceso consciente en el que el gesto artístico no necesariamente se enfoca en el objeto en sí, en una materialidad objetiva, y que a su vez no posee la “presión” de perdurar en el tiempo o el espacio, artes efímeras, procesuales como la instalación, las intervenciones artísticas, etc., presentan a su vez reticencias, pues implican la intervención de la imagen video u otros mecanismos de prolongación, para completar el registro artístico.

Las manifestaciones que comparten medios y leguajes técnicos similares como el video arte, tienen menos presencia. Los equipos de producción lo reconocen. Es quizás debido a que el videoarte es una práctica artística que convida a despojarse de estructuras narrativas y verbales convencionales, heredadas de la televisión y el cine, quienes pretenden ofrecer una nueva representación que explote el poder metafórico de las imágenes y el sonido. Por lo cual, también demanda mayor ejercicio de comprensión y visualización, de manera que contribuya a enriquecer los referentes simbólicos, que salga de la “red de capillitas” de las galerías y museos de arte, al encuentro del público.

De acuerdo a la experiencia del equipo de producción de estos programas, se comprueba que en cuanto a la difusión de las temáticas y prácticas de las artes visuales contemporáneas, en términos de consonancia con sus procesos productivos, de congruencia con las posibilidades técnicas y organizativas, se presentan determinadas restricciones de realización y con los límites propios del medio.

Éstas van desde restricciones productivas para desplegar equipamiento logístico fuera de La Habana, problemas de transporte, deterioro del material técnico, imposibilidad de cubrir eventos y hechos artísticos en tiempo real, dificultades para obtener adecuado material visual, etc.. Factores que si bien no determinan del todo, funcionan como camisas de fuerza que lleva a los comunicadores a apertrecharse de otras inventivas, mañas que demuestran cómo en las rutinas cotidianas de los medios, los sistemas públicos subvencionados por el Estado, presentan un modo de organización que a veces ha entrado en contradicción con la lógica funcional del mismo aparato inserto en los modos de producción capitalista (Zallo,1988).

Esto tiene lugar en Cuba, en la manera en cómo opera una separación de las áreas técnicas y productivas de las administrativas encargadas de la programación y los

contenidos. Todo pareciera indicar que se trata de dos televisiones, aquella que idealmente proyecta los ejes temáticos y planea estratégicamente los contenidos; y otra que da al traste con una realidad productiva con poco dinamismo e interrupciones, con su consecuente repercusión en la hilera de procesos que llevan el producto a la pantalla.

La alianza entre programación y producción constituye la garantía para dar continuidad en los diseños de programación, de las políticas y estrategias comunicativas, así como del seguimiento a las prioridades actuales de la programación televisiva.

4.4.4 Criterios relativos al medio

Sobre el artista del Land art, Smithson, Owens expresa:

Ininteligible cuando se le contempla desde muy cerca, la forma espiral del *Jetty* sólo puede ser intuible completamente a cierta distancia, y esa distancia la mayoría de las veces se logra imponiendo un texto entre el espectador y la obra. De ese modo Smithson consume una dislocación radical de la noción de punto de vista, que ya no es una función de la posición física, sino del modo (fotográfico, cinemático, textual) de confrontación con la obra de arte (Owens, 1979, p.128 en Foster, 1984, p.178)

Esta cita inicial comprende, de cierto modo, la relación que establece el arte contemporáneo con los dispositivos o mecanismos mediales para su supervivencia y socialización. Por este camino, el contenido televisivo se puede llegar a conformar a través de otro texto, otro medio, debido a las posibilidades de difusión de la televisión de obras producidas en otros espacios, por lo que pueden ser asumidas las más variadas manifestaciones de las artes.

El criterio relativo al medio y el relativo al producto se encuentran comprendidos uno en otro. Ambos pueden advertirse en todas las fases, en la selección, el procesamiento y la presentación, con gran presencia en estas últimas.

En el caso de la Televisión Cubana, se cumple que el criterio relativo al medio dependerá de las posibilidades de que ciertos contenidos tienen de ser difundidos en soporte audiovisual. La tarea de aplicar este criterio implica una serie de ajustes y pactos que van desde las presiones de la calidad técnica del material conseguido, las suposiciones acerca de los gustos y necesidades de los públicos, hasta la lucha por lograr vías más expeditas de presentación del contenido.

En palabras de Brea, “la naturaleza específicamente medial, y por tanto, deslocalizada”, de estas obras de arte, y su poco anclaje en una referencia material inmediata, requeridora de un dispositivo espacializado de organización de la recepción pública, “es una realidad histórica cada vez más indiscutible” (Brea, 2012, p.31).

En el caso del *Noticiero Cultural*, se nutre de las agendas comunicativas de las instituciones culturales y las gestiones de promoción que éstas realizan, “nos apoyamos con el trabajo de las propias instituciones que en muchos casos ellos son los que nos suministran las imágenes, y hasta los spots promocionales que ponemos en el noticiero”. (Lorain, entrevista personal, 2016).

Como plantea Gans, “la información televisiva está dominada por las filmaciones, pero éstas son elegidas tras aplicar los criterios sustantivos” (Gans, 1979 en Wolf, 1987). De modo que, los criterios relativos al producto y al medio, se hacen cada vez más importantes para determinar un equilibrio o balance:

No tengo preferencia por temas o manifestaciones, hay veces que hay exposiciones arriesgadas desde el punto de vista curatorial, experimentales, pero

que no se pueden comentar en televisión porque no hay manera de graficar. Hay tipo de comentarios que hago en el Noticiero en los que no puedo detenerme mucho en las imágenes y decirle al público de una obra en específico, yo no puedo hacer el desmontaje a profundidad de una obra en muchos casos porque no tengo el material filmado y por el tiempo. (H. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016)

Definitivamente las propias características del medio, y del soporte como vehículo del mensaje, dígame el audiovisual, ejerce una mediación en la definición y presentación de los contenidos. Esto se cumple de igual forma para los informativos que para la producción de otros mensajes, “generalmente, la cantidad de tiempo de transmisión que puede ocupar una noticia depende menos de su argumento que de su modo de presentación” (Golding & Elliott, 1979, en Wolf, 1987)

Por ejemplo, en *Signos* dependerá de la cantidad de obra que disponga el artista invitado como para la producción de un programa de 12 minutos. Lo mismo ocurre en *Arte video*. En *La Otra mirada*, la duración y formato documental también determina las restantes secciones, donde se prioriza éste en última instancia.

Signos es un programa de 12 min, con una estructura ya dada, y a lo mejor determinado artista no tiene la suficiente de obra como para realizar un programa. Lo que sucede es que considero que debe haber otros programas que se dediquen a trabajar con artistas más jóvenes, que se inician. Estamos hablando de audiovisual, cada obra en pantalla son de 3 a 4 segundos, y cuando estamos promoviendo a un artista, es fundamentalmente a su obra, lo que nos interesa es que este artista sea reconocido pero lo que más nos interesa es que se conozca su obra. Entonces se les da entrevista en pantalla por supuesto, pero el peso del

programa se dedica a la obra, y tienes que tener una obra que respalde eso, porque si estamos explicando su proceso creativo de un artista, cambios de discursos en las obras, o determinado giro temático debemos mostrarlo, la televisión es imagen (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Yo siempre les digo a los creadores que lo que hace que estas manifestaciones queden es el registro que tú haces, porque al final hasta aquellos pintores que hacen una exposición determinada y la venden toda a distintos tipos de coleccionistas, ya esa exposición, ese proyecto desapareció. Sin embargo el video deja un registro del momento histórico, por eso es importante que poder cubrir su trayectoria tenga el registro visual o audiovisual (Y. Laffita, comunicación personal, diciembre de 2016).

Este punto conduce directamente al criterio respectivo al formato. Tal y como plantean los productores de comunicación, cada uno de sus programas tiene un formato y un diseño, el cual actúa como un agente regulador en las decisiones sobre los contenidos, en sus tiempos y coberturas, de acuerdo a los límites espacio-temporales que lo caracterizan. Este valor facilita y aligera la selección, “dado que impone una especie de preselección antes de que sean aplicados los otros valores/ noticia” (Wolf, 1987, p.128).

En una caracterización de la tipología de programas y su materialización en formatos televisivos, en relación a los métodos de interpretación del arte que arrojan estos espacios, puede decirse que, a través del formato documental con escasa mediación, se insertan los contenidos que tienen que ver con la historia del arte y la llamada alta cultura (*La Otra mirada*).

Ello conduce a una reflexión. Se hace pertinente no caer en la mera transmisión de significados legitimados, de no dejar a los públicos, sin tener que inducirles lo que tienen que pensar, sin herramientas para construir sus propias interpretaciones críticas. En este sentido, resultaría oportuno desempolvar las viejas creencias de que al arte sólo se llega por el camino más serio o erudito. Que es posible un acercamiento lúdico donde podrían tener cabida las ideas de interacción, de colaboración y participación que generen y activen el conocimiento colectivo y el aprendizaje. El arte como motivo y pretexto, como potenciador de la comunicación, que comprenda una apropiación activa y lúdica.

En cuanto a *Arte video*, su formato experimental si bien abre las posibilidades para aprovechar los lenguajes expresivos de la relación *arte-medio*, esta intención se desvía hacia el sentido de reproducción. Que no quiere decir que constituya un mero aparato de transmisión de información, sino que a esta infinidad de imágenes de arte articuladas en un discurso audiovisual, se le reclama el pulso deconstructivo y problematizador del arte mismo, que explote las formas de comunicación visual, de la imagen artística contemporánea devenida en imagen televisiva. Potenciar las artes videográficas y la video-creación, se convierte en un reto para *Arte video*.

De modo que, las tipologías de programas que abordan los contenidos relacionados con las artes visuales contemporáneas están muy intrínsecamente ligadas a los métodos de interpretación del arte. Los temas y los formatos se encuentran vinculados y pueden determinar una relación tal como: formatos tradicionales -contenido sobre la historia del arte-modelo transmisivo (reproduce la estructura de élite que se le confiera al arte) y un formato más experimental, problematizador, con contenidos sobre las prácticas contemporáneas y experimentales.

El guionista, el asesor y el director son los primeros receptores frente al hecho artístico, por tanto es de suma importancia la apropiación que hacen del arte, a partir de

su método hermenéutico o de interpretación de las obras. Ellos realizan una decantación, una selección, de manera que el proceso creativo-productivo puede manifestarse como un proceso curatorial, que posibilite el abordaje de problemáticas, más que la segmentación en lenguajes, artistas y manifestaciones. Los juicios de valor y la crítica de arte realizada en estos programas deben prestar atención al ejercicio de evaluar, no como un simple juicio subjetivo e individual, sino hacia la búsqueda de elementos formales que señalen objetiva y materialmente la presencia de valor artístico en una obra.

Esta aproximación a la relación que se establece entre una concepción sobre el arte y su explicación o corolario en la sintaxis televisiva, no es un proceso rígido. La semiótica, las teorías estructuralistas y la Estética de la Recepción han puesto sobre la mesa que la obra de arte no está encasillada a una única interpretación correcta y verdadera. Una pluralidad de significados convive en un solo significante, donde la interpretación es un proceso abierto y negociado. Pero a los efectos de la difusión, justamente se puede advertir qué lectura, o en quién recae la autoridad para potenciar y legitimar determinada definición.

Según Rodríguez “el arte no ha encontrado un buen aliado en la televisión” (2003). Para el autor esto puede tratarse de que en el ámbito de la estética de la televisión, ésta sólo puede proporcionar al espectador una cierta sensibilización ante la obra de arte, pero nunca sustituir la percepción directa, que es la condición esencial de toda obra de arte.

Este argumento responde a una teoría normativa en el arte que entiende la experiencia artística propiciada por el valor de “culto” o ritual, y a la percepción y degustación estética como un proceso autosuficiente, sin la necesidad de pautas orquestadas como mediación. Esa pretendida solemnidad ha sido socavada, como dijera Adorno “las consideraciones sobre el arte en la era a la que los periódicos llaman *técnica*

(...) no es la adecuación del arte al desarrollo técnico, sino la transformación de formas constitutivas de experiencia que se plasman en las obras de arte (Adorno, 1970, p. 359).

La Televisión Cubana hacia sus adentros, pudiera estar perpetuando ese espacio autónomo, esa aura que se le confiere al arte. Una especie de status quo que alcanzaría a sugerir desde el ámbito de las políticas, discursos cegados a nuevas formas de ver y mostrar los frutos de la cultura contemporánea. El potencial de la semántica televisiva para apropiarse de las obras de arte en su condición de mediador, es vista y descrita por los productores de comunicación de forma favorable, provechosa:

La mediación de la televisión y de cualquier otro medio, ya sea digital o no, para la experiencia artística es importantísimo, porque la mayoría de las personas no han ido al Louvre, no ha ido al Museo del Prado. La mayoría de los cubanos no ha ido al Museo Nacional de Bellas Artes nuestro. Entonces cómo yo puedo mostrar ese museo o sensibilizarlos. Estoy seguro que hay muchas maneras, porque no importa que haya una pantalla de por medio, la cuestión es abrir mundos, crear puentes (F. Fernández, comunicación personal, diciembre de 2016).

Tú te puedes parar delante de un cuadro o de una obra de arte y la vas deconstruyendo por todas sus partes, y cuando estas mirando una obra en pantalla no lo harás así, pero todas maneras siempre te va a llamar a la curiosidad, te va a cautivar. Es cierto que no es igual que estar en la galería o le museo, pero siempre te proporciona información, algo nuevo que descubres que a lo mejor que no conocías. Se hace educación artística, apreciación artística por así llamarlo. Por ello es fundamental que existan estos contenidos la televisión sobre todo una televisión como la cubana (M. Martínez, comunicación personal, diciembre de 2016).

Nunca va a ser lo mismo ver la Mona Lisa en una imagen, que ir al Louvre a verla. Pero yo sí creo que la televisión y cualquier forma de difundir el arte es tan importante, y yo quiero creer que Signos ha puesto muchos granitos de arena para el que hoy fluyan más personas a las galerías de arte. Porque la gente le teme a lo desconocido pero una vez que te informas que entiendes algo, tú te arriesgas y vas. Ni el mejor programa de poesía te sustituye el que tú lees un buen libro de poesía, ni la danza en TV tampoco sustituye una función de ballet, pero te incita, te despierta el interés, la curiosidad y eso lo vas incorporando a tu background de vida (T. Gómez, comunicación personal, diciembre de 2016).

A partir de las opiniones y experiencias de los comunicadores, se retoma la pregunta de Maria Lind (2013) de si realmente se necesita la mediación, la mediación del arte, debido a las posibilidades que ofrece la televisión como medio. La respuesta a ello debe partir de que se habla de un tiempo histórico, el presente, en el que el arte es mediado a su audiencia no sólo a través de los museos de bellas artes y de historia del arte, o de la concepción más tradicional de visitas guiadas, seminarios, charlas de artistas, y publicaciones; pues como advirtieran los Estudios Visuales, la experiencia artística se ve involucrada en la órbita de lo visual, de la imagen, donde la Historia del arte y la Estética no tendrían mucho que decir por sí solas. En la línea de Benjamín y Adorno, del cambio en el sentido de la experiencia de lo artístico en un contexto de cultura de masas, en el marco del proceso generalizado de estetización difusa del mundo contemporáneo.

La vertiente de la crítica al museo como institución ha dado pie a un debate sobre si el museo debe, o no, mediar entre las obras de arte y los visitantes, si se debe mediar entre ellas y los espectadores, porque se considera que la propia exposición es un medio de comunicación. En ese sentido, en esta relación siempre existirá una referencia

interpretativa y perspectivizante, o sea que reflexiona en torno a su propio estado como dispositivo o medio que utiliza el arte para su socialización.

De modo que, se hace cada vez más pertinente adquirir una mayor conciencia de las formas específicas de mediación que ya se ensayan en los distintos espacios de exhibición del arte, que se le alejan de la mediación persuasiva tradicional, de transmisión de información. Este trabajo de investigación reitera la necesidad de contribuir a los procesos de comprensión y asimilación de los nuevos códigos de las artes visuales y de la cultura visual contemporánea en general.

En el caso de la televisión y de su papel como difusor y mediador de la obra de arte contemporánea en un contexto como el que se estudió, pone de manifiesto el hecho de que, como parte constitutiva de la cultura, la producción simbólica que deriva de la televisión es fruto de procesos de valorización peculiares, que no necesariamente tienen que ver con la naturaleza industrial del medio, sino que están ligados a su valor de uso simbólico.

Cuba no escapa a los procesos de la globalización, a las tendencias homogeneizantes del capitalismo de la información y su propagación más allá de fronteras nacionales. Aunque en la actualidad tiene lugar la existencia de un mercado alternativo a los medios de comunicación oficiales, utilizado por una gran parte de la población a través de diferentes formas de comercialización y distribución, que intenta sortear el problema de accesibilidad a internet en Cuba y aminorar la problemática de la brecha digital; los informes de investigación acerca de hábitos de vida y consumo cultural del pueblo cubano, arrojan que ver televisión continúa siendo la principal opción del empleo del tiempo libre y la recreación de la mayoría de los cubanos.

En Cuba, la misión cultural, educativa, formadora de públicos que ostenta la televisión se ve comprometida cada vez más al trabajo reflexivo y teórico en torno a repensar las prácticas que le otorgan sentido. La prominencia de programas dedicados a la difusión de la cultura y el arte en la Televisión Cubana, con su función de servicio público, comprometida con la cultura y la identidad nacional en su aspiración de ser un medio que además de difundir, potencie la expresión artística, reconozca y establezca puentes de comunicación con los diversos públicos y contribuya a socializar la información y el conocimiento, vuelve oportuna la mirada nuevamente a los medios, a sus lógicas de producción.

La vida de la obra de arte se extiende más allá de las paredes del museo o de la galería de arte. Como plantea Brea, “es siempre y necesariamente de naturaleza colectiva, intersubjetiva, comunitaria, el que esa cantidad de información circule prácticamente sin gasto de mediación alguno por una infinidad de canales (...), haciendo entonces verosímil, también para las artes visuales, en efecto, la fantasía visionaria de Paul Valery, de una “sociedad para la distribución de la Realidad Sensible a domicilio” en la que las obras de arte alcancen también su “conquista de la ubicuidad”. (Brea, s/f. p.161).

Conclusiones

El cubo mágico es la esencia del humanismo, la búsqueda renacentista de la armonía y el equilibrio de las proporciones, la relación entre las matemáticas, las ciencias y el arte, la fusión entre las artes liberales y las bellas artes. En un tiempo en el que el ideal estético, ilustrado, negaba cualquier nexo entre la vida y el arte.

Han sido itinerarios errantes el largo camino de la difusión y socialización del arte. Cada vez más nuevos eslabones o capas en el circuito llevan la obra de arte hasta su recepción. Hoy, las artes definitivamente han ingresado en la cotidianidad de la existencia del individuo contemporáneo. La reproductibilidad facilita salir al encuentro de su destinatario, ya sea través de cualquier medio técnico, se impone su presencia masiva. La obra de arte se desprende del ritual, y su verdadera función se trastoca, a partir de las posibilidades de exhibición como cualquier otro producto en la esfera de la cultura.

Como Malraux, este estudio es partidario de que no existe ninguna esencia suprahistórica, atemporal del arte, “sólo se atiene a la posibilidad del renacimiento y al significado distinto de los estilos con cada renacimiento” (Hauser, 1977, p.634). Que puede ser una tarea titánica adjudicar una teoría normativa que englobe a todas las prácticas en un mismo sistema de producción y por consecuencias de recepción.

La ruptura con la praxis modernista, hace que el arte contemporáneo no puede ser entendido en términos historicistas, y como alegan las teorías del final del arte, ya el contexto de la historia del arte no será suficiente, porque no es conformado dentro de los medios, sino en relación a términos culturales y problemáticas. La obra de arte contemporánea roba imágenes historicistas, desnaturalizándolas, cuestionando mitos culturales.

Cada uno de estos “renacimientos” implica la mediación de dispositivos de enunciación y exposición de la obra de arte, que admiten a su vez, la carga de todas las disquisiciones que se expanden en su recorrido histórico o comunicación social.

Esta investigación concluye que las lógicas de producción televisiva moldean la construcción del mensaje sobre los contenidos relacionados con las artes visuales en la Televisión Cubana. Ello deriva en modelos de presentación y socialización de las prácticas artísticas contemporáneas, que dan cuenta de su mediación en las nociones de arte. Estas concepciones privilegian una interpretación, una estructura del lenguaje, un tipo de código y de articulación característico e institucionalizado, que a su vez ha determinado qué tipo de prácticas artísticas se jerarquizan y legitiman.

Desde el punto de vista teórico y metodológico se corrobora que, los factores inherentes a la estructura y organización de programas de televisión con formatos no totalmente informativos, carecen de respaldo teórico, debido a que los comunicólogos prefieren estudiarlos con orientación hacia los modos de producción de la noticia.

Una limitación que se le ha señalado a los estudios del Newsmaking, ha sido que esta perspectiva debería estar dirigida a toda la producción de comunicación de masas en general. Pues los esfuerzos de análisis se han concentrado en el campo de la información. Por tanto, salvo en excepciones, la sociología de los emisores corresponde a los productores de noticias.

Se constató que esta es un área de investigación compleja y lo suficientemente amplia como para englobar una multiplicidad de proximidades. En la que una gran cantidad de estudios se plantean los problemas de las influencias sobre los contenidos mediáticos. Según las fuentes teóricas en las que se basa este trabajo, en general los acercamientos al estudio de las organizaciones mediáticas si bien ha sido fragmentaria,

ha demostrado tener mucho en común al considerar que los contenidos se ven definitivamente influidos por las prácticas e imperativos de la organización, en tanto éstos no son un mero reflejo de la realidad.

De modo que, a los efectos de este estudio se puede concluir que los principios básicos de la rutinización del trabajo periodístico pueden aplicarse también a otro tipo de contenidos. De igual modo, los valores noticias o criterios de importancia operacionalizados en indicadores concretos, arrojaron luces acerca de las interpretaciones, categorías y esquemas con que opera la Televisión Cubana. Las categorías traídas a colación permitieron el examen a los procedimientos internos de la organización, visualizar las lógicas de la cultura mediática, enmarcada en un contexto e institución específica como la que se estudió.

Por otro lado, este trabajo reconoce que, como plantean los estudiosos del tema, la mirada más completa y profunda abarca, en la medida de lo posible, los tres modelos de análisis retomados por Shoemaker & Reese, y que propuso Hirsh (Hirsh, 1980, en Cervantes, 1990), o sea: el nivel institucional, organizacional y profesional.

No obstante, existe un consenso en delimitar las investigaciones a partir de algunos de los modelos, o sea, centrarse en uno de estos planos o niveles de aproximación al objeto de estudio. Como se ha dejado por sentado, ya que responde a las metas planteadas, este estudio se enfocó en el nivel organizacional, lo cual implicó centrarse en los procesos, rutinas y ciclos de trabajo, focalizado en los procesos de selección, procesamiento y presentación de los mensajes.

En el caso de esta investigación desde el nivel organizacional se analizaron algunos aspectos que tienen que ver con el nivel institucional. Mediante el esbozo por aquellas políticas que rigen a los medios cubanos, fue posible dilucidar algunos de los

entresijos que animan una concepción más global. Aunque ahondar en ello no fue objetivo, se evidencia como esta suerte de fuerzas centrípetas actúan sobre los contenidos como trasfondo, sustentan la reflexión, el propio ejercicio de una visión holística y sistémica de las especificidades del sistema mediático cubano.

Un desenlace al que se arribó fue que esta teoría tiene sus limitaciones a la hora de abordar los procesos de producción de mensajes no referidos a la información. Como se ha referido, las categorías de análisis han sido modeladas sobre el trabajo periodístico y la construcción de la noticia. Se comprobó que este modelo que se basa en el procesamiento de las noticias, es posible aplicarlo a otros procesos de producción mediáticos en las que se procesa la realidad, “aunque con mayor escala temporal y más margen en el que la producción pueda influir en el contenido” (McQuail, 1898, p.349).

A pesar de ello, fue posible hacer ajustes y afinar los conceptos en función de los objetivos planteados, y de ello se dio cuenta en el Capítulo 4. Resultados.

Por este camino, se evidenció que en el caso de las rutinas productivas, éstas se ajustan a ambos patrones de construcción de mensajes. El proceso de producción de un programa en el contexto de la Televisión Cubana, atraviesa los caminos más o menos estandarizados del arsenal televisivo que, abarca desde el planeamiento temático que expresa la previsión intencionada de los temas fundamentales a tratar en las emisiones a mediano plazo, pasa por las fases de selección, procesamiento y presentación.

De los valores noticias o criterios de importancia y selección propuestos por el Newsmaking, algunos admiten una derivación en el terreno de análisis de otros contenidos, pero otros se refieren al marco más estrecho de la producción de noticias.

Como se materializa en las distintas fases que regulan la producción de contenidos mediáticos, se pone de manifiesto cómo en una televisora de servicio público y en especial cuando su estructura de propiedad se subordina al Estado, los procesos de la programación y producción de los contenidos se complejizan. Un punto y aparte a considerar es que, amén que estas fases o etapas de la maquinaria de producción mediática se separan para su estudio o para la comprensión de los procedimientos que ocurren en su interior, en la vida práctica se entremezclan y dialogan continuamente.

El reto constituyó rehacer estas categorías y adaptarlas al caso concreto de la producción de programas culturales, en el contexto de la televisión en Cuba. A pesar de estas limitaciones, se considera que las categorías y la estrategia metodológica empleadas proveyeron el arsenal suficiente para responder a los objetivos planteados.

La indagación por el papel de la Televisión Cubana en la mediación de la experiencia artística en la contemporaneidad, llevó a la reflexión del papel de este medio en el contexto de la sociedad cubana actual. Como muchas de las investigaciones sobre el tema, este estudio evidenció la naturaleza negociada de los procesos de producción de mensajes. El producto televisivo y su “manufacturación” dejan abiertas las puertas para las posibilidades de interpretación, flexibilidad y reajustes. Qué son en definitiva las materias primas con las que trabajan las industrias mediáticas, sino la realidad misma. Ver dentro de ellas, es, con los márgenes de negociación, verse la sociedad a sí misma.

Referencias Bibliográficas

- Acosta Peña, R. A. (2013). Producción y circulación de la noticia: el newsmaking. *Chasqui*, (123).
- Acaso, María (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós
- Adorno, T. W. (1971). *Teoría Estética*. Madrid: Taurus Ediciones.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1947). La Industria Cultural: iluminismo como mistificación de las masas. En *Dialéctica del Iluminismo*
- Albornoz A. L. (2011). *Poder, medios, cultura*. Buenos Aires: Paidós
- Arrueta, C. (2000). Estudios sobre emisores y procesos productivos en medios de comunicación. Estado de la cuestión en Argentina. Red Nacional de Investigadores en Comunicación
- Balbin, C. (2008). La producción de noticias. In María Teresa Baquerin de Riccitelli (Ed.), *Los Medios, ¿Aliados o Enemigos del público?* (pp. 240–281). Buenos Aires: Editorial EDUCA- Pontificia Universidad de Buenos Aires.
- Bartolomé Crespo, D. (2004). Televisión con cultura / cultura con televisión. *Palabra-Clave*, (11).
- Barrera Rodríguez, D. (2015). Informe Televisión y Cultura desde la perspectiva del emisor. Análisis de la programación cultural de la televisión cubana.

- Benjamín, W. (1975). “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”.
Ensayos escogidos. Taurus, Humanidades.
- Bourdieu, P. (1967). “Campo intelectual y proyecto creador”. *Problemas del Estructuralismo*. México: Siglo Veintiuno Editores SA.
- Brea, J. L. (2003). “Estética, Historia del Arte. Estudios Visuales”. *Estudios visuales* # 1, noviembre 2003.
- Brea, J. L. (2003). *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*.
- Brea, J. L. (2012). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Salamanca 2002 Ciudad Europea Cultu.
- Brea, J. L. (s/f). “La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte”. Disponible en <http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html>
- Brea, J. L. (s/f). Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image. *Estudios Visuales*.
- Bustamante, Enrique. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa
- Calabrese, O. (1987). *El lenguaje del arte*. Barcelona: Paidós
- Carlón, M. (2010). La mediatización del mundo del arte. In *Mediatización, Sociedad Y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina* (pp. 187–216). Rosario: Escuela de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RRII, Universidad Nacional de Rosario.

- Castro Ruz, F. (1961). "Palabras a los intelectuales". Intervención final en el encuentro sostenido con artistas y escritores en la Biblioteca Nacional el 30 de Junio de 1961. (*Versión digital*)
- Chaparro Amaya, A. (2007). Meditaciones sobre lo superfluo. El largo camino del cuadro a la pantalla televisiva. *Estud.filos*, (36), 95–115.
- Cervantes Barba, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y Sociedad*, 97–125. Retrieved from http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a4_24.pdf
- Cervantes Barba, C. (1996). Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada e indicadores empíricos. *Comunicación Y Sociedad*, 25–26, 89–137.
- Cervantes Barba, C. (1996). Construcción primaria del acontecer y planeación de la cobertura informativa. *Comunicación Y Sociedad*, (28), 49–81.
- Cervantes Barba, C. (1999). La sociología de las noticias como vías para renovar la investigación en la línea de agenda-setting: Revisión de interpretaciones. *Comunicación Y Sociedad*, (36), 133–152.
- Cervantes Barba, C. (2001). La Sociología de las Noticias y el Enfoque Agenda-Setting. *Convergencia*, (1921), 49–65.
- Danto, A. (2001). El arte ahora es más intelectual que sensual. *El País*. Recuperado en <http://jlgonzalezquiros.es/Danto.pdf>

- Danto, A. (2010). *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- De Gildenfeldt, O. (2008). “¿Cuándo hay arte?”. *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un espectador del siglo XXI*. Buenos Aires: Emesé Editores S.A
- De León Vázquez, S. (2004). Prácticas periodísticas en Aguascalientes: estructuras de interpretación para acercarse al acontecer. *Comunicación Y Sociedad*, 2, 185–228.
- De Moragas, M. (1985). *Sociología de la Comunicación de Masas*. (S. A. Gustavo Gili, Ed.) (Vol. 1. Escuela). Barcelona
- Dickie, G. (1997): *Teoría institucional del arte*. Buenos Aires: Traducción Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Espinoza Fernández, L. R. (2005). Las Industrias Culturales en Cuba. Su articulación con la Política Cultural. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*.
- Francastel, P. (s/f): “Elementos y estructuras del lenguaje figurativo”. Desiderio Navarro (selección y traducción) (2002). *Image I. Teoría francesa y francófona del lenguaje visual y pictórico*. La Habana: Criterios, Casa de las Américas, UNEAC.
- Frankenberg, L., & Lozano, J. C. (2010). Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: El testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México. *Comunicación y Sociedad*, 23(1), 175–204.
- Foster, H. (2007). Re: Post. *Criterios, El Posmoderno, el posmodernismo y su crítica*, 167–184.
- Foster, H. (2001). *El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo*. Madrid: Akal.

- Fuenzalida, V. (1987). La influencia cultural de la televisión. *Diálogos de la Comunicación*, núm.17, junio 1987
- Fuenzalida, V. (1998). Situación de la Televisión Pública en América Latina. *Diálogos de La Comunicación*, 1–21
- Fuenzalida, Valerio. (2001). La TV como industria cultural en América Latina. *Pharos*, vol. 8, núm. 1, mayo-junio. Universidad de Las Américas
- García Canclini, N. (2014). *La producción simbólica. Teoría y método en la sociología del arte*. México D.F: Siglo Veintiuno Editores.
- García Canclini, N. (s/f). “El poder de las imágenes. Diez preguntas sobre su redistribución internacional” (versión electrónica). *EV Estudios Visuales*.
- García González, F. (2010). El ejercicio del periodismo en la construcción y transformación de la hegemonía. *Rebelión*, 1–6.
- Giunta, A. (2014). *¿Cuándo empieza el arte contemporáneo?* Buenos Aires: Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Fundación arteB.
- González Montero, S. A. (2010). “Los límites de la experimentación estética: arte y mass-media”. *Logos* N° 18
- Greenberg, C. (2006). *La pintura moderna y otros ensayos*. (F. Fanés, Ed.). Madrid: Ediciones Siruela.
- Groys, B. (2009). “*La topología del arte contemporáneo*”. Disponible en www.lapizynube.blogspot.com.

- Guach, A. M. (2003). “Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión”. *Estudios visuales* # 1, noviembre 2003
- Guasch, A. M. (2005). *El arte último del siglo XX*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hauser, A. (1978). *Historia social de la literatura y el arte*. Madrid: Guadarrama/ Punto Omega.
- Hauser, A. (1977). *Sociología del arte*. Madrid: Guadarrama
- Hernández Ramírez, M. E. (1992). ¿Qué son las noticias? *Comunicación Y Sociedad*, 14–15, 235–250.
- Hernández Ramírez, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. *Comunicación Y Sociedad*, (30), 209–242.
- Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT. (1998). *Política de programación de la Radio y la Televisión Cubana*
- Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT. (2002). Resolución 43. Reglamento sobre las normas y procedimientos para la aplicación de la política, su control y la supervisión de la programación de la radio y la televisión.
- Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT. (2007). *Documento Conjunto MINCULT-ICRT “Acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestros valores”*.
- Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT. *Estructura. Organización Superior de Dirección*. Documento oficial de circulación limitada, ICRT

- Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT, Dirección de Contenidos y Programación.
- (2015). El proceso de trabajo con los contenidos y la intencionalidad de los mensajes en los programas de la Televisión Cubana. Documento oficial de circulación limitada, ICRT
- Jensen B. K. (2014). *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*, FCE, México
- Jubrías, M.E. (1993). *Arte postmoderno*. La Habana: Universidad de la Habana.
- Juárez Meléndez, E. P. (2012). El periodismo: una mirada desde la sociología de las noticias. *Nósis: Revista de Ciencias Sociales Y Humanidades*, 21(42), 238–265.
- Krauss, R. (1996). Los espacios discursivos de la fotografía. In *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos* (pp. 145–163). Madrid: Alianza.
- Küspit, D. (2006). *Arte Digital y Videoarte Transgrediendo los límites de la representación*. Madrid: Ediciones Pensamiento.
- Lalinde Posada, A. M. (1992). La selección de la noticia: evidencia de ideologías profesionales. *Signo y Pensamiento*, (20).
- León, H. P. Z. de. (2009). *La construcción de la noticia en el periódico Reforma. Prácticas periodísticas y representaciones de las noticias entre los reporteros y editores de la sección local de un periódico de la Ciudad de México. Valores periodísticos y límites organizacionales*, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lind, M. (2013). Why Mediate art. In *Ten Fundamental Questions of Curating*. Milán: Contrappunto S.R.L.

- Lozano, J. C. (2004). La investigación sobre los mensajes comunicacionales en México: 1990-2002. *Análisi*, (31), 149–162.
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación.
- Lotman, I. & Escuela de Tartú. (1979). *Semiótica de la cultura*. Madrid: Cátedra.
- Marchán Fiz, S. (1986). *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid: Ediciones Akal.
- Marchán Fiz, S. (2005). Las artes ante la cultura visual: notas para una genealogía en penumbra. *Estudios Visuales*, 75–90
- Martín-Barbero, J. (1989). Comunicación y Cultura: Unas relaciones complejas, *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. No. 19, Madrid.
- Martín-Barbero, J. (2004). Estética en comunicación. *Signo Y Pensamiento*, XXV julio-
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*. México: Gustavo Gilí.
- Martín-Barbero, J. (2004). Medios y cultura en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamericano*, Número 5, enero- abril. .
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma Ed.
- Mas Manchón, L. (2011). Estructura del Discurso Televisivo : Hacia una Teoría de los Géneros. *Cuadernos de Información*, 29, 77–91.
- McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós

- Miége, B. (1995). El pensamiento comunicacional. *Signo y Pensamiento*, 26, 109–138.
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *CIC Cuadernos de Información Y Comunicación*, 11, 57–79.
- Otero, L & Hinojosa Martínez, F. (1971). *La política cultural de Cuba*. UNESCO.
- Planter, K. (2004). La producción de noticias, un acercamiento a la percepción, conocimiento y visión de la política mexicana y el proceso electoral federal del 2003. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas Y Sociales*, XLVI, 203–214.
- Rincón, O., & Martin-Barbero, J. (2001). *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Colombia: Fundación Fiedrich Elbert: Convenio Andrés Bello.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Ruano, S. (2007). Cultura y televisión, una controvertida relación. *Comunicar*, 28
- Saladrigas, H. (2011). La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web. *Mediaciones Sociales*, 9, II seme (1), 35–72.
- Sánchez Vázquez, A. (1978). *Antología, textos de estética y teoría del arte*. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sánchez Vázquez, A. (2005). *De la Estética de la Recepción a una estética de la participación*. México: Facultad de Filosofía y Letras, UNAM
- Saruzky, J & Mosquera, G. (1979). Política cultural de Cuba. *Políticas culturales: estudios y documentos*. UNESCO.

- Schlesinger, P. (1992). Sociología del periodismo : estrategias de las fuentes y límites. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*.
- Schudson, M. (1989). The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, 11(3), 263–282.
- Shiner, L. (2004). *La invención del arte. Una historia cultural*. Barcelona: Paidós Estética.
- Smith, T. (2012). *¿Qué es el arte contemporáneo?* México: Siglo Veintiuno Editores.
- Shoemaker, Pamela J. D. Reese, Stephen. (1994). *La mediatización del mensaje: teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.
- Televisión Cubana. (2015). Los programas de televisión y sus características. Documento institucional de circulación limitada.
- Teramo, M. T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra-Clave*, 9(1), 63–92.
- Toirac García, Y. (2009). *Política Cultural: una propuesta de enfoque comunicológico para su estudio*. Universidad de La Habana.
- Tuchman, Gaye. (1983). *La producción de la noticia: Estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili.
- Toussaint Alcaráz, F. (2016). *Aproximaciones a la televisión pública en América Latina*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Valencia, D. G. (2002). Institucionalidad e industrias de la comunicación en la modernidad. *Signo Y Pensamiento*, 41, 1–8.
- van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós
- W.J.T Mitchell. (2005). No existen medios visuales. Estudios audiovisuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. *Estudios Visuales*
- Wolf, M. (1987). *Teoría e investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós.
- Zallo, Ramón (1988): *Economía política de la Comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.

Anexo 1. Ejemplos de algunas de las manifestaciones de las artes visuales contemporáneas

MARCEL DUCHAMP. *La fuente*, 1917



ANDY WARHOL. *Brillo Box*, 1964



LAND ART

CHRISTO. *Surrounded Islands* (Project for Biscayne Bay, Greater Miami), 1982



SMITHSON. *Spiral Jetty* (Great Salt Lake, Utah, EE. UU), 1970



ARTE POVERA

MICHELANGELO PISTOLETTO. *Venus of the rag*, 1968



MARIO MERZ. *Iglou*



BODY ART & PERFORMANCE

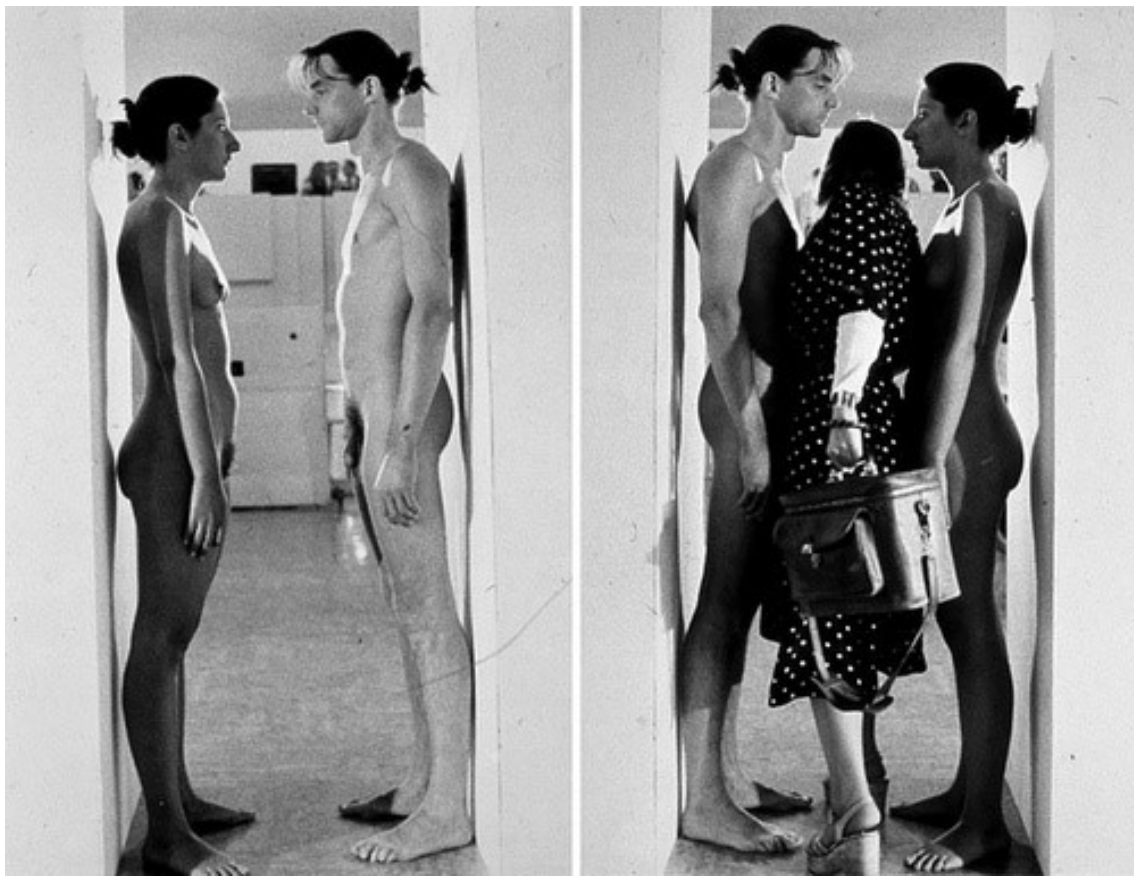
ANA MENDIETA. *Sin título, de la serie el árbol de la vida, 1977.*



TANIA BRUGUERA. *The Burden of Guilt, 1998*



MARINA ABRAMOVIC. *Imponderabilia* (1977)

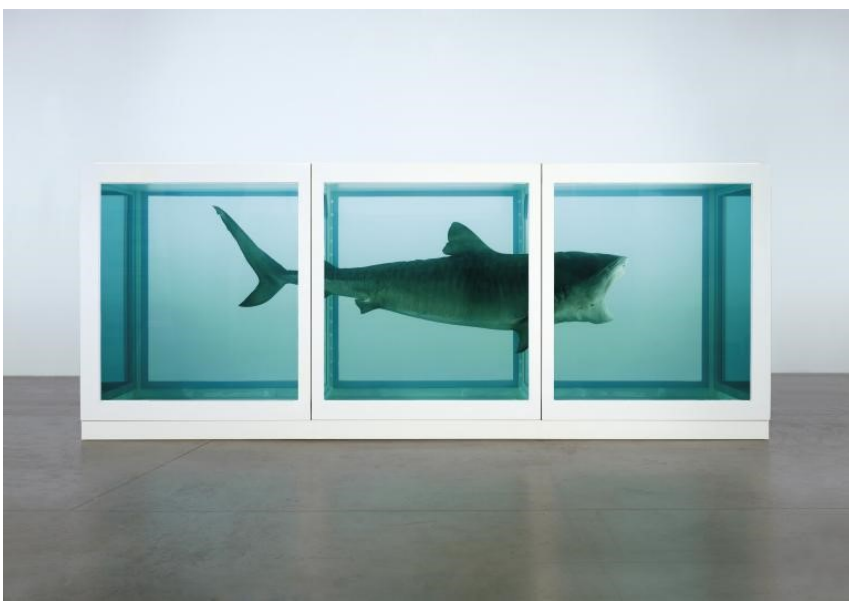


INSTALACIONES

CAI GUO-QIANG. *Head On*, 2006 (Museo Nacional de Singapor, 99 réplicas de lobos vivos y muro de cristal)



DAMIAN HIRST. *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, 1991. (Solución de vidrio, acero pintado, silicona, monofilamento, tiburón y formaldehído)



Anexo 2. Guía temática para entrevistas

Guía temática para la entrevista a los grupos de trabajo (asesores, guionistas, productores, directores) de los programas de la TVC: *Signos, Arte Video, La otra mirada*:¹²

Objetivo o finalidad de las entrevistas: conocer la opinión de asesores, guionistas y directores acerca de las lógicas de producción de los programas de artes visuales en la televisión cubana, con énfasis en la estructura organizativa, la dinámica productiva y su incidencia en la construcción del mensaje.

- Estructura organizativa. Regulaciones directivas e institucionales

- ¿Qué conciben por artes visuales contemporáneas?
- ¿Qué entienden por difusión de las manifestaciones artísticas en la televisión?
- ¿A partir de qué objetivos se diseña la programación dedicada a la difusión de las artes visuales en la televisión cubana?

- Criterios y fases para la determinación de la temática

- ¿De qué fuentes se nutren para diseñar e implementar la propuesta temática ? ¿Quién(es) las formula e implementa?
- ¿Qué otras instituciones u organismos influyen en los temas a tratar?
- ¿Qué criterios se siguen para incluir determinada temática?
- ¿En el proceso de toma de decisiones para la aprobación final del tema, cómo se ajustan a los objetivos de comunicación de la TVC y los objetivos en particular del programa?

¹² Las preguntas se agruparon en puntos o áreas temáticas, las cuales se abordarán indistintamente a guionistas, asesores y directores, de acuerdo el caso, no quiere decir que serán todas aplicadas al mismo entrevistado.

- Procesamiento del material informativo

- ¿Cómo se desarrolla el proceso de selección del material informativo para la realización del programa?
- ¿Qué normas, criterios, o valores se siguen para la selección, exclusión y jerarquización de temáticas, artistas, manifestaciones artísticas?
- ¿Qué tipo de enfoque (historicista, apreciación visual, informativo) utilizan para el análisis de las obras en la elaboración de los guiones?
- ¿Cuándo y por qué utilizan en la conformación del guion, la reseña, la crítica especializada, o comentarios?
- ¿Qué tipo de obras u artistas les exige una mayor profundización e investigación para abordar una temática?
- ¿Qué aspectos o temas les han resultado polémicos o controvertidos a la hora de ser incluidos en la producción del programa?

- Presentación del material

- ¿A partir de su experiencia de trabajo, qué factores concibes que median en el proceso de producción y que influyen en el resultado final de la obra, respecto a las intenciones e ideas de partida?
- ¿Qué nociones acerca del arte contemporáneo consideras que se potencia a través de la visión de tu programa en particular?
- ¿Crees que la televisión puede proporcionar al espectador una cierta sensibilización ante la obra de arte?

- ¿Cuál sería el papel de la TV en tanto posible mediador de la experiencia artística en la contemporaneidad?

Guía temática para la entrevista a Dirección de Producción de la TVC

Objetivo o finalidad de la entrevista: Teniendo en cuenta la ausencia de documentos rectores en esta área que permitan enriquecer el marco contextual en el que se sitúa el objeto de estudio, resulta oportuno conocer de primera mano, aquellos lineamientos que rigen el modelo de la producción televisivo en Cuba.

- ¿Por qué se caracteriza el modelo productivo de la TVC?
- ¿Qué conjunto de valores e ideas apoyan y sustentan el estilo de producción en la TVC?
- ¿Puede describir a grandes rasgos el proceso de producción de programas en la TVC?
- ¿En el caso de los programas que se dedican a la difusión de la cultura, entre ellos la difusión de las artes visuales, considera que requieren estilos de producción diferentes a programas de otro corte en la TVC?, o sea, ¿pueden presentar especificidades?

Guía temática. Entrevista a Dirección de Comunicación del Consejo Nacional de las Artes Plásticas de Cuba.

Objetivo o finalidad de la entrevista: indagar acerca de la concepción que se tiene sobre el papel de televisión cubana en la difusión de las artes visuales contemporáneas. Teniendo en cuenta que el CNAP es la institución en Cuba, que se encarga de desarrollar, promover y comercializar las artes visuales, preservar el patrimonio y llevar a vías de hecho la política cultural en esta esfera, de acuerdo con el desarrollo del arte contemporáneo.

- ¿Qué se entiende por artes visuales contemporáneas? ¿Existe esta conceptualización dentro del CNAP?

- ¿Considera que están presentes las artes visuales contemporáneas en la TVC?
- ¿Dentro de la política de promoción del CNAP se contempla el diálogo y el trabajo de conjunto para la difusión de las artes visuales en los medios masivos, en este caso, en la televisión?
- ¿Cuáles serían en ese caso, sus prioridades de cobertura en cuanto a temáticas, artísticas, manifestaciones de las artes visuales contemporáneas? ¿A qué criterios de selección responden? ¿Éstas se ven reflejadas en la televisión

Anexo. 3 Ejemplo de Ficha de Contenido. Televisión Cubana

Ficha de Contenido

Programa: La Otra Mirada

Función: - Educativa, Cultural y Recreativa.

Destinatario: Jóvenes y adultos, principalmente los interesados en conocer más sobre las artes plásticas.

Frecuencia: Semanal. (Martes 10.00 PM.)

Duración: 57 minutos.

Objetivos:

- Ampliar el conocimiento y evolución de las artes plásticas en el mundo y su relación con los procesos históricos-sociales en que surgen y se desarrollan.
- Dar a conocer el trabajo del Centro Nacional de las Artes Plásticas en Cuba y de las Escuelas de Arte.
- Potenciar los eventos internacionales en los que participe Cuba en las diferentes manifestaciones de las artes plásticas.
- Recorrido por el acontecer pasado y actual de las artes plásticas a nivel internacional y en Cuba.

Contenido:

Programa grabado donde se abarcaran todas las especialidades de las artes plásticas y su relación e importancia en el decursar de los procesos históricos-sociales. En cada espacio se tratará un tema específico que será desarrollado a través de fragmentos

de un material extranjero (previamente seleccionado y valorado) y también en ocasiones de materiales cubanos realizados por el propio equipo de dirección y realización del Canal. Además de diferentes secciones que enriquecerán el producto artístico.

Para lograr el mejor balance del tema el programa contará con un guión estructurado y la asesoría tanto televisiva como de los especialistas del Centro Nacional de las Artes Plásticas.

Las secciones harán referencia a determinada bibliografía sobre el tema, novedades, exposiciones colectivas y personales, entrevistas a profesionales o estudiantes de las escuelas de artes plásticas, un recorrido breve por lo que acontece en las provincias del país, así como el intercambio de información a través de correspondencia.

El programa contará con una conductora central que con sus comentarios entrelazará el tema del espacio con las secciones que reportara el (la) periodista a través de diferentes géneros.

Se grabará en exteriores previa coordinación con artistas y centros culturales donde se desarrollan las artes plásticas, contando también con la colaboración de los telecentros.

Tanto el tema central como las secciones del programa tendrán su identificación visual y musical propia así como algunas transiciones diseñadas todas para lograr mayor ritmo y riqueza estética