



TITULARES

- [Primer Festival de Cine cubano para televisión](#)
- [“En cada filme, la historia impone su estilo propio”](#) (entrevista al cineasta francés Costa-Gavras)
- [Los profesionales, una historia de humor negro](#)
- [Agitar antes de usarse](#)
- [Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina](#)
- [Cumpleaños](#)

Primer Festival de Cine cubano para la televisión

Por Juan Antonio García Borrero, tomado del blog *Cine cubano, la pupila insomne*

Como todas las Historias, la del cine cubano ha funcionado también sobre la base de muchos malentendidos que se desplazan de una época a otra en forma de mitos. Uno de esos mitos es el que asegura que una película realizada para la televisión (los llamados telefilmes) son automáticamente inferiores a las películas realizadas para la pantalla grande.

El hecho de que vivamos en una sociedad donde el tamaño de la pantalla ya no dice nada de la importancia de lo que se ve en ella, ha permitido que esa falacia comience a desmoronarse. Hay películas pensadas y rodadas en función de lo que hasta ayer conocíamos como “el cine como arte” que son unos bodrios, y, en cambio, cintas concebidas para ser apreciadas en la intimidad de nuestros hogares que logran trascender en el tiempo.

La verdad es que a estas alturas la Historia del cine ya no se puede contar como si no existiera la Historia de la televisión afectándola directamente. Normalmente el cine ha sido apreciado como algo que goza de una autonomía estética tal, que puede darse el lujo de narrar su historia como si fuera el ombligo de lo visible. El disparate se explica porque, por lo general, esos relatos se han organizado a partir del gusto demasiado personal de quienes escriben la Historia, de allí que en las numerosas encuestas que cada cierto tiempo se realizan con el fin de seleccionar “las mejores películas de todos los tiempos” una y otra vez salgan a relucir las mismas: en todos estos casos quienes escogen están respondiendo a una tradición que ya decidió de modo arbitrario que “lo artístico” era aquello que había sido concebido originalmente para ser mostrado “en grande”.

Hollywood se enteró temprano de que esas divisiones solo existen en las mentes fantasiosas de los críticos. Es cierto que en un inicio el desarrollo de la televisión generó feroces confrontaciones, pero al final se impusieron las negociaciones, debido a que en la vida real, los universos se van mezclando a partir de lo que las prácticas cotidianas generan. El arte (si de verdad existe) de eso que se muestra en una pantalla nunca estará determinado por el tamaño de la misma, o el lugar donde se encuentra ubicada, sino por las competencias creativas que sus realizadores inviertan en el producto.

En Cuba la relación establecida entre películas para pantalla grande y películas para televisión también ha estado marcada por los celos, las exclusiones, y los olvidos. Es difícil encontrar a un crítico de cine cubano hablando con naturalidad de las producciones de los Estudios Cinematográficos de la Televisión. Y cuando habla es para compararlas con “las películas de verdad”. Con seguridad estará enterado de casi todos los pormenores de lo que va ocurriendo con la producción de cintas que en algún momento u

otro serán estrenadas en los cines (sin importar que sean buenas o malas); en cambio, se mostrará indiferente con lo que pase en este otro universo.

Por eso resulta tan difícil encontrar entre nosotros análisis que examinen esas películas como parte de un campo cultural donde “la imagen en movimiento” es también un problema, que a su vez podría generar profusos estudios en torno a la recepción y la conformación de audiencias que, en definitiva, hoy se reciclan en consumidoras de películas hechas para nuevos escenarios y nuevas comunidades.

Pienso que de la misma manera que en su momento, como reacción a la competencia establecida entre la televisión y el cine, se legitimaron los canales donde se producían películas exclusivas para la primera, no sería asombroso ver cómo en un futuro se consoliden productoras que hagan películas para ser vistas en los teléfonos; y nosotros, sin enterarnos de los cambios, insistiendo en hablar de la misma historia del cine cubano de siempre: la de “las mejores películas producidas por el ICAIC” para una pantalla cinematográfica.

Desde luego, tampoco se trata de apelar a un tipo de análisis que contraponga por contraponer, con afán de desplazar lo ya conocido con una supuesta y efímera novedad. Necesitamos un análisis de esa producción que nos ayude a entender de qué manera las prácticas de representación audiovisual, más allá de los centros productores que las acogieran, estimularon la creatividad, o en su defecto, propiciaron una parálisis estética.

En lo histórico tenemos un extenso corpus de películas que se remontan a la década del sesenta (*Yerma*/ 1964, de Amaury Pérez, *El final*/ 1966, de Sergio Núñez) y llega hasta nuestros días, con las contribuciones de Alejandro Gil, Charly Medina, Alejandro Gil, Ernesto Daranas, por mencionar apenas algunos de los exponentes más destacados. Por el medio perdura la extensísima obra de Tomás Piard, y nombres como los de Teresa Ordoqui (*Te llamarás inocencia*/ 1988), Miguel Torres (*La casa colonial*/ 1984), Jorge Ramón González (*Madrigal del inocente*/ 1986), Senobio Faget (*Caturla*/ 1985), Diego Rodríguez Arché (*Esta larga tarea de aprender a morir*/ 1988), Jorge Proenza (*La bandada*/ 1990), José Torres López (*Cuestión de principio*/ 1986; *A fuego limpio*/ 1988), Manuel Acosta Cao (*Aventuras de Guille*/ 1984), Simón Escobar (*La gruta*/ 1986).

¿Qué sabemos de esas películas?, ¿en qué circunstancias fueron realizadas?, ¿a partir de qué expectativas?, ¿cuánto de poética de grupo podría adivinarse en esa creación?, y lo fundamental, ¿*existen todavía*?; ¿y en qué medida la actual producción de películas para televisión podría significar un puente que parte de una tradición hasta el momento invisibilizada por la Historia oficial?

Tomando en cuenta todos esos vacíos teóricos, y además, tomando en cuenta la producción sostenida y multiplicada de esos materiales, entre el 7 al 11 de octubre del 2015 estaremos organizando en Camagüey el “Primer Festival de Cine Cubano para Televisión”. Quedan invitados a aportar ideas. [VOLVER A TITULARES](#)

“En cada filme, la historia impone su estilo propio”

Por María Carla Gárciga, tomado de *La Jiribilla*

Uno de los mayores sucesos de la 18va. edición del Festival de Cine Francés en Cuba es la presencia del multilaureado cineasta greco-francés Costa-Gavras. Referente intelectual en el ámbito europeo, autor de filmes de resonancia mundial como *Z* (1969), *Estado de sitio* (1973) o *Desparecido* (1981), y considerado por muchos como “un clásico viviente”, Gavras acude a la cita del cine galo en la Isla para presentar su más reciente obra: *El capital* (2012).

El público cubano, conocedor y amante de su filmografía, aplaude y agradece su visita. Varios periodistas lo acaparan y son muchos los compromisos, por ello no resulta fácil hallar la ocasión de dialogar sin presiones. No obstante, con una sencillez y humildad poco común en las figuras encumbradas, Gavras busca y encuentra el momento de continuar nuestra plática interrumpida luego de la conferencia de prensa, y minutos antes de acudir a la inauguración del Festival, terminamos el diálogo.

“Yo hago las películas como las siento. En cada filme, la historia impone su estilo propio”, afirma el cineasta, quien, a pesar de reiterar en varias de sus producciones la temática político-social y los mecanismos del poder, asociados muchas veces a regímenes totalitarios y dictatoriales, prefiere huir de las definiciones. “No me autodefino, las definiciones se las dejo a los críticos y periodistas”.

Aunque exista cierta resistencia por su parte al autorreconocimiento de un sello estético y conceptual distintivo, Gavras ha sido considerado en varias oportunidades por críticos y expertos como el iniciador del llamado cine político. Sobre este tópico, erigido *leit motiv* de sus obras más aplaudidas, nos comenta:

“Pienso que la política y el poder son temas importantes en la vida. Además, tengo un pasado griego, y la tragedia griega hablaba mucho de esas cosas. Después, cuando fui a Francia a estudiar cine y literatura, vi también que los temas más trascendentales para hablar de la sociedad eran esos. Claro, hay otro tipo de películas, pero no me interesan tanto. Los americanos hacen muchísimas de esas, afortunadamente. Hollywood era un lugar donde se producían muchos filmes interesantes; ahora cambió completamente, con esas películas de resguardar la galaxia en las que un espectador pasa dos horas pensando en nada. Fue una sorpresa para mí ver que le hayan dado un Oscar a *Birdman*. Es impresionante, no sé qué pasó con los que votan por las películas, pero evidentemente esa clase de filmes también ha encontrado su espacio.

“Las películas que hago son sobre los seres humanos y lo que está pasando alrededor de nosotros que nos ayuda a ser felices o infelices. También hablo del poder, porque todos tenemos poder sobre algunos y otros tienen poder sobre nosotros, entonces se trata de este juego, algunas veces muy dramático, y de cómo cambiar nuestra vida. Me parece que el papel del arte, del cine y el teatro es mostrar lo que está sucediendo. Cuando un

espectador va al cine no busca escuchar un discurso político, no quiere tampoco una lección universitaria, sino el espectáculo que le transmita emociones. Yo hago las películas con esa idea”.

Pero junto con las reacciones emotivas que pueda transmitir a la audiencia, no pocos de sus largometrajes le han generado al realizador, por un lado, fuertes polémicas, y por el otro, importantes reconocimientos. Con respecto a las primeras, apunta que hay algunas positivas comercialmente y otras negativas. Aunque se han creado en más de una ocasión, nunca se lo ha propuesto como objetivo a la hora de concebir una historia. “Cuando realizas una película no sabes lo que va a pasar con ella. En el caso de los premios, son importantes, pero los coloco en un lugar secundario; el problema principal no son tanto los galardones, sino la aceptación de las películas por el público, que es para el que se hacen”.

En *El capital*, su más reciente filme, Gavras acude, como en realizaciones anteriores, a la adaptación de una obra literaria. Se trata de la novela del mismo nombre escrita por Stephane Osmond. Esta vez, el inquieto cineasta, observador pertinaz de la realidad social, se inspira en una problemática que devora al mundo occidental contemporáneo: la filosofía de “el fin justifica los medios” desarrollada en el contexto bancario y financiero, con el protagonismo de un individuo inescrupuloso, cuya ambición sin límites lo lleva a escalar ininterrumpidamente los peldaños del poder hasta convertirse en una de las personalidades más influyentes del país.

“La idea llegó a mí viviendo y mirando cada día todo lo que está pasando con el tema de las finanzas, especialmente en Francia, durante los últimos diez años. Hay un libro que se llama *El capital total* donde está reflejado todo lo que acontece en los bancos. Plantea algo importante que la gente no imagina tanto, y es que los jefes de los bancos son empleados de los accionarios, y si los primeros no hacen una política en que los segundos adquieran un diez o 15 por ciento de la ganancia, entonces los cambian. Por eso los que arriban al más alto nivel son los listos. Llegan a esos lugares y se convierten en reyes, porque los salarios son extraordinarios, las posiciones son únicas y si caen no pueden trabajar en otra. De ahí que sean muy duros y hagan exactamente lo que tienen que hacer hasta el final. Eso es muy interesante y es lo que pasa con el personaje de la película.

“En el libro, el protagonista es un monstruo desde el principio con todo el mundo, incluida su familia; además, cae al final con historias de droga y sexo. Era la posición personal del autor —que conozco muy bien— porque hablaba de alguien en especial, que fue su jefe en cierto modo. Pero yo no quería abordar un personaje en particular, sino tomar de varias personas y biografías y así construir la película. Me basé en este libro que es de un banquero y describí cómo se desenvuelve hoy el sistema, los cambios extraordinarios e instantáneos que se suceden en la bolsa y cómo las máquinas cada día más van sustituyendo el trabajo que hacen los hombres.

“La primera satisfacción fue haber hecho el filme y tener a los actores que quería ver en él. Había dificultades para encontrar el dinero; no fue fácil, era una contradicción porque en cierto modo se pide a los bancos, pero al final el resultado fue positivo”.

Sobre el Festival de Cine Francés, el director de Z opina que es una alternativa muy positiva para que los cubanos puedan apreciar las más recientes producciones galas; sin embargo, es partidario de que las películas no se queden solo en las salas tradicionales de cine, sino que irrumpen en otros espacios de mayor masividad como la televisión, para incrementar el acceso del público cubano a lo mejor de la filmografía contemporánea de su país, que considera de alta calidad dramática y técnica en general:

“El cine en Francia cuenta hoy, además, con la presencia de muchos jóvenes y mujeres, no solo realizadoras, ya hay mujeres en todos los puestos y especialidades. Esto implica un cambio radical y le aporta otra sensibilidad a un cine que años atrás era muy machista”.

De Cuba admira el impulso de su filmografía, a pesar de las limitaciones: “No solo los grandes países con tradición cinematográfica, como EE.UU. y Francia, pueden hacer buen cine. Un pequeño país como Cuba es ejemplo, porque después de los años de liberación tras la Revolución ha desarrollado un cine nacional fuerte, con obras muy importantes”.

En los últimos años, Costa-Gavras ha llevado en paralelo su labor de realizador con la presidencia de la Cinemateca Francesa. Acerca de su trabajo en esta importante institución, declara:

“La Cinemateca requería un cambio profundo, había que adaptarla a las transformaciones en el ámbito digital y conservar la calidad de los filmes. Nos dedicamos a eso y, actualmente, hemos decidido hacer exposiciones sobre algunos directores y la vida que hay detrás de la obra. Hemos organizado algunas muy importantes: sobre Truffaut, sobre el cine italiano, pensamos exhibir otra de Antonioni y en septiembre inauguraremos una acerca del cine americano a través de Scorsese. Hacemos dos grandes cada año y otras más pequeñas sobre la compaginación, los decorados, las fotografías en el cine. Tenemos una programación de casi mil películas al año y recibimos anualmente de 450 a 500 mil personas que acuden a la cinemateca. Hacemos retrospectivas de directores, actores y filmes de éxito mundial”.

En estos momentos, el reconocido cineasta se encuentra enfrascado en la escritura de su próximo largometraje, del cual se resiste a dar pistas y detalles: “Estoy trabajando en un tema actual; pero no siempre es sencillo, porque las cosas cambian con una facilidad extraordinaria y tampoco quiero repetir tópicos que ya he tocado. Un guion es muy frágil, se puede reescribir, se pueden encontrar otras soluciones o no, por eso es mejor hablar de una película cuando ya existe”. [VOLVER A TITULARES](#)

Los profesionales, una historia de humor negro

Por Ailyn Martín Pastrana, tomado de www.cubacine.cult.cu

Actualmente el realizador de animados Alien Ma se encuentra inmerso en la producción del cortometraje *Los profesionales*. Con este material los Estudios de Animación del Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) pretenden llegar a un sector poco explorado con sus producciones: jóvenes y adultos.

“A mí personalmente me gusta ver películas de terror, ficción, fantasía, aventuras... géneros destinados casi exclusivamente para adultos y jóvenes, no para niños. Creo que por eso hago trabajos para estas edades. Además, me permiten abordar temas que me interesan, como conflictos postapocalípticos. Creo que a un niño no le gustaría o no lo entendería.”

Según adelantó Ma a **Cubacine**, *Los profesionales* se mueve en la cuerda del humor negro. “Es de terror, pero tiene elementos graciosos”, apuntó.

Si bien el entrevistado se mostró reticente a dar detalles sobre la trama del material, comentó que estará protagonizado por dos muchachos que se dedican a convocar espíritus para solucionar problemas. La situación se complica cuando un cliente de los jóvenes les solicita “asustar” a un vecino molesto.

“Los profesionales son los dos muchachos: uno es médium y el otro se dedica a las relaciones públicas del negocio”, declaró Ma.

Una novedad en nueva producción del realizador es que contará con diálogos, algo de lo que han carecido sus entregas anteriores. “Va a ser un reto para mí. Los comentarios son importantes, pues las voces deben transmitir la inquietud de las escenas. Todavía no tengo los actores, aunque sí algunas ideas de quiénes podrían servir para los personajes”.

El trabajo anterior de Ma, *Mundo sumergido* (2014), tiene un excelente trabajo de banda sonora, a cargo de Camilo Ferrera. Con este especialista repetirá Ma en *Los profesionales*. La música, según comentó el director, será una mezcla de ritmos cubanos y tonalidades misteriosas. “En estos momentos no tengo un músico que haga los dos estilos, que son como polos opuestos. Debe ser alguien que abarque ambos”.

El cortometraje cuenta con el asesoramiento de José Martín (serie *Cuentos para la abuela*) y Ernesto Piña (serie *Pubertad*) en la escritura del guion y la dirección de actores, respectivamente.

Ma se hace cargo en *Los profesionales*, además de la escritura del guion y la dirección, la dirección de animación y de fotografía. “Esta es una película de terror, pero hecha en animación, así que no contamos con actores que transmitan ese miedo. Me gusta mucho trabajar la composición porque permite crear atmosferas, jugar con las luces, crear penumbras que transmitan la sensación de misterio que quiero dar”.

El realizador asume la producción de animados para adultos como algo natural. “Antes de entrar en los Estudios ya tenía algunos trabajos hechos y eran por esta misma línea. Creo que cuando comencé a proponer mis ideas aquí no se sorprendieron porque conocían mi estilo de trabajo. Existe un mercado y un público para este tipo de filmes. Creo que los Estudios puede mantener las dos líneas de trabajo: materiales para niños y adultos”.

Actualmente la principal ventana de exhibición de las obras realizadas en los Estudios de Animación del ICAIC es la televisión cubana, medio de comunicación que llega a millones de espectadores. Es lógico que los materiales programados cuenten con determinados parámetros, de acuerdo al público al que están dirigidos. Sin embargo, el realizador apuntó que “existen espacios cinematográficos para adultos como *X distante, De cierta manera, Cuadro a cuadro...* donde se exhiben filmes similares. Si no producimos películas de este corte nunca vamos a ganar espacio en los medios de difusión”.

[VOLVER A TITULARES](#)

¿Cabría preguntarse si teniendo en cuenta la naturaleza del medio, las particularidades en Cuba y el público de la TV, las huellas artísticas de los espacios televisivos que existieron y existen clasificarían como verdaderas “autoría” según el significado de “autor”? ¿De qué manera pudiera verse?

Una problemática recurrente y material de discusiones en foros sobre la comunicación y medios masivos, ha sido el comportamiento exacto del modelo-tipo por el que funciona hoy la Televisión Cubana, no visto desde sus presupuestos políticos y humanistas que evidentemente la condicionan (también a cualquier otra TV), sino desde la repercusión social y cultural que tiene en el país a partir de dicho comportamiento.

La Televisión Cubana hace tiempo empezó a ser mucho más que una televisión, y analizar cualquier tópico propio sin esa gran dimensión es estar alejado de la realidad. A aquella Televisión, que nació hace medio siglo con los mismos propósitos que otras, fueron otorgándosele rápidamente nuevas y diferentes funciones. Fue transformándose abrupta y lentamente, convirtiéndose hoy, más que en un transmisor, en un legitimador y un medio de confluencias, sin dejar de ser todo eso en sí misma.

La aspiración a que fuese y sea más que una vitrina y un *fabricante* en términos espirituales de lo que se *desea*, ampliándose a lo que se *necesita* y se *espera*, ha marcado el rumbo y condiciona todos sus procesos. Su anchura, por lo que significa para casi todos los cubanos, la sobrevalora, haciéndola en muchos casos absolutamente culpable de todo lo *habido* y a su vez responsable de lo *por haber*, alimentándose día a día el conflicto mayor de su esencia como medio.

Desde que su morfología fue capaz de recomponerse -después de condiciones adversas, estremecimientos por encargos circunstanciales, cambios radicales en breves espacios de tiempo-, se ha llenado paulatinamente de contrastes mostrando durante años, en cada minuto de transmisión, que permanece en ella la tradición (...ojalá que siempre fuese la mejor); y también intemporalmente la modernidad (hasta donde es permisible entenderla).

Nuestra TV sigue debiéndose a las mayorías, pero no puede dejar de ocuparse de las minorías. Procura ser muy nacional (...no siempre entendido de la manera más amplia) pero se dimensiona en la misma medida que intenta contrarrestar el mercadeo clandestino de imágenes al transmitir lo mejor hecho fuera de fronteras. Cuida estratégicamente los balances, mas no le es posible producir lo necesario para ello, los recursos no abundan; pero no debe evidenciarlo y ha de mostrar buen talante además. Debe ser verosímil pero no siempre sabe cómo lograrlo.

Cuenta con instruidos, empíricos e ignorantes en casi todos sus sistemas, siendo éstas y otras incongruencias las que hacen que su marcha sea pesada, de altísima complejidad y

con resultados sorprendidos, pues por la sumatoria de pretensiones es imposible imaginar cuál es el final de tan particular mezcla procesada, como es natural, por los artistas, técnicos y profesionales que se esfuerzan en entender el laberinto y crear en la justa medida.

Este aspecto es factor determinante del que se desprenden otros, a partir de las diferentes orientaciones y expectativas en esos artistas que casi nunca son colocados en el centro de las problemáticas. Muchos de ellos asumen el medio-TV envolviéndose en su dinámica y tratan de responder a sus requerimientos. Otros, fundamentalmente de generaciones más cercanas, encuentran el espacio que no hallaron en otro lugar y que les sigue siendo distante para la obra soñada, o al menos para los ensayos sobre ella, aún con el acceso que ofrecen las nuevas tecnologías a ciertas facilidades de producción.

La llegada de estos creadores al lugar donde tuvieron y tienen la oportunidad fue por una razón que podría denominarse “circunstancial”, acuñándose poéticas no por una táctica institucional, sino como resultado de una puerta abierta para el bien. Se fue aceptando el azar y sigue haciéndose todo lo supuestamente beneficioso que responda a las demandas artísticas, a la inevitable necesidad de renovación, la preferencia en la directiva dominante. Sin que en ese acceso exista inmunidad contra el mal o lo desacertado, balances periódicos, diseño de un sistema productivo específico que garantice un ciclo corto de producciones ¿atípicas? Y sin la integración orgánica al resto de la producción dentro de la programación.

Sobre esta corriente o intención descansa la tendencia a la “autoría” o al “autor” en la TV, manejada recientemente por especialistas de diferentes áreas, su estudio se basa en programas y productos concretos de los últimos años. Sin embargo es posible hablar de antecedentes en décadas pasadas, que al ser vistos sin profundidad pueden parecer resultado de un antiguo propósito institucional y no fue así.

Programas, estilos y obras representativas de épocas anteriores también surgieron por razones diversas, parecidas o similares a las actuales, teniendo en cuenta esas “circunstancias” antes mencionadas. La huella de Erick Kupp en el género Aventuras, Manolo Rifat, E. Pedraza Ginoris y Eduardo Cáceres Manso en eventos y programas musicales, así como Loly Buján, Silvano Suárez y Eduardo Moya en la ficción o dramatizados, entre los más notables y en etapas diferentes, dieron fe de una identidad artística dentro de la misma TV.

¿Cabría preguntarse si teniendo en cuenta la naturaleza del medio, las particularidades en Cuba y el público de la TV, dichas huellas artísticas clasificarían como verdaderas “autoría” según el significado de “autor”, y de qué manera pudiera verse?

A primera instancia todo indica que sí, y podrían existir otras maneras de mostrarla, pues en los productos creados específicamente para TV existen especialidades singulares con identidad propia que siendo aceptadas por el Director (en Cuba) se desarrollan como

individualidades. Una muestra evidente es la animación y conducción si recordamos que Eva Rodríguez, Consuelo Vidal, Mireya de la Torre, Germán Pinelli, Manolo Ortega, J. A. Cepero Brito, Héctor Fraga y de alguna manera Hilda Rabilero entre otros, hicieron desde sus estilos trayectorias de identidad en espacios con formatos tradicionales dentro de los géneros intrínsecos de la TV, que no han sido olvidados por la impronta de sus personalidades.

Este enfoque está presente en todas las televisiones y un punto de partida suelen ser los denominados “líderes de opinión”. La permanencia de espacios durante largos períodos y en todas las etapas, ha facilitado seguir la trayectoria de un creador, y en esos casos sí se coloca al artista como eje del debate, pues tiene mayor fuerza la voluntad cultural personal que la verdadera resonancia en el público; sobre todo si el proyecto sintoniza con propósitos institucionales, o es apoyado por algún sector social o constituye una alternativa de cualquier tipo.

La “autoría” en la TV nunca formó parte de los planteamientos teóricos sobre el medio. Su origen y antecedentes están en el cine, donde predomina la mirada personal, íntima y de búsqueda estética, teniendo como público potencial a los interesados en los retos artísticos. Cine verdaderamente independiente, hoy en extinción y que siempre tomó distancia del que se prefabrica comercialmente, con un estándar determinando aún con altos niveles de artísticidad. Pero la nueva relación cine- televisión o televisión-cine, con fronteras ya desenfocadas por razones técnicas y comerciales, está alimentando el estudio de conductas, complejizándose el entendimiento del fenómeno y teorizando sobre viejos y nuevos comportamientos.

La “autoría” no solo es manejada en la Televisión Cubana. Las reformulaciones sobre el tipo y forma de producto a emitir en canales transnacionales buscando ser más competitivos, también han hecho mirar hacia el “autor” como mejor receta para la novedad y calidad luchando por la supremacía en la teleaudiencia. La búsqueda de autores, por ejemplo, para la invasión mundial de los nuevos seriados, donde la factura, los temas, la elaboración argumental y el sello artístico son cartas de presentación, la creación de algunos programas con formatos más o menos renovadores y la presencia de artistas consagrados de todas las manifestaciones en nuevos proyectos o incorporándolos en los existentes, son algunas de las estrategias, pero en cualquiera de las opciones, y casi como regla general, son atraídos al medio por el interesado.

Sin embargo en Cuba y durante años no se ha procurado su presencia asidua, aunque se conoce de la utilidad para una mejor proyección conceptual. También es cierto que los considerados históricamente autores, sean consagrados o de promociones recientes, generalmente no se acercan voluntariamente a la TV, pues la consideran medio inferior. Por eso los llamados “autores” en la TV son nacidos en ella misma ratificándose el motivo de su existencia.

La llamada “autoría” no es una definición asumida por los creadores de la TV cubana, incluyendo a los que clasifican para el término según teóricos y especialistas. La mayoría, inconscientemente, lo sustituye por la defensa a ultranza de “mi manera de hacer”, al tener el amparo de un eslogan envolvente: “Una TV culta e inteligente” y el derecho a trabajar sin límites estrechos ni pautas estéticas concretas y prefijadas (es una suerte que sea así).

No abundan los creadores que pueden fundamentar y proyectar su estrategia artística, notándose poca conciencia sobre esta posición ante la creación, por ende no se aprecia mayoritariamente el valor de poder aspirar al arte aunque llegar no sea posible. Resulta más frecuente encontrar defensores con reflejos involuntarios que reaccionan cuando sienten miradas alrededor de lo que hacen.

La idea de lo utilitario como premisa fundamental para el trabajo neutraliza una mayor proyección, pero no evita que en determinados proyectos se aprecie un estilo y por qué no un tipo de “autoría”, digamos, diferente. Espacios establecidos y de géneros diversos que han descansando en una idea personal, al abandonarse cambian sustancialmente su esencia o en muchos comienza a morir hasta que desaparece.

De manera que resulta importante el debate sobre las “autorías” sean de un tipo u otro, pues constituyen en el mundo una alternativa a la hegemonía de la TV chatarra; en Cuba una importante posibilidad o virtud dentro de la gama de contrastes antes mencionadas, y lo seguirá siendo por la inevitable evolución del medio, la influencia internacional y la consolidación de un estilo de trabajo aún por reformar; pero que ofrece oportunidades únicas en el terreno de la creación.

[VOLVER A TITULARES](#)

Por Dr. José Carlos Lozano, México, *Revista Comunicar*, nº 30, v. XV, 2008, *Revista Científica de Comunicación y Educación*; ISSN: 1134-3478; páginas 67-72.

Los estudios empíricos de recepción sobre los patrones de consumo y apropiación de cine y televisión extranjera por parte de las audiencias mexicanas, en particular, y latinoamericanas, en general, son casi inexistentes a pesar de la larga tradición del imperialismo cultural y los diagnósticos de oferta que han proliferado en los últimos años.

Este artículo discute la tendencia de los culturalistas latinoamericanos a no estudiar directamente las lecturas ideológicas de los mensajes audiovisuales extranjeros, y revisa la utilidad de propuestas como la de la «proximidad cultural» en tanto herramientas para entender los patrones de consumo televisivo de las audiencias mexicanas y de América Latina en general.

Si bien los estudios empíricos de recepción siguen siendo escasos en México y en el resto de América Latina, los relacionados específicamente con patrones de consumo y apropiación de cine y televisión extranjera son casi inexistentes. Esto resulta extraño si uno revisa tres líneas de investigación de larga tradición en la región:

- a) El imperialismo cultural en América Latina y sus afirmaciones sobre el impacto negativo de los productos audiovisuales norteamericanos en la región (Beltrán, 1978; Beltrán y Fox, 1980; Esteinou, 1994).
- b) Los diagnósticos que obsesivamente han documentado la cantidad de películas y programas de origen estadounidense en la oferta audiovisual mexicana, asumiendo que los desequilibrios en ésta, a favor del vecino del norte, podrían tener un efecto en las audiencias (Crovi y Vilar, 1995; Lozano, 1998; Lozano, 2000; Lozano y García Núñez de Cáceres, 1995; Martínez, 2003; Martínez y Lozano, 2005; Sánchez Ruiz, 1995 y 2000).
- c) Los análisis de contenido que han detectado cargas ideológicas hegemónicas en los mensajes comunicacionales (Cruz y Erazo, 1980, Dorfman, 1980; Dorfman y Mattelart, 1978; Flores y García, 2005; Lozano, de la Fuente, Garza y Treviño, 1999; Quintero y López, 1999).

Los estudios anteriores han aportado datos e interpretaciones complejas. Los diagnósticos de oferta televisiva estadounidense en México han encontrado una contra-oferta muy significativa de contenidos producidos localmente y en otros países latinoamericanos (muy superior, de hecho, a la originada en el vecino del norte), pero a la vez un marcado predominio de las importaciones norteamericanas en ciertos géneros, como la ficción (películas, series y dibujos animados). En el caso de la exhibición de películas en salas y complejos múltiples, los diagnósticos han concluido que arriba del 80% de la oferta está controlada en México por filmes realizados en Hollywood (Martínez, 2003;

Martínez y Lozano, 2005).

Los análisis de contenido de los autores clásicos en el imperialismo cultural de los setenta y los ochenta, por su parte, concluyeron que los mensajes estadounidenses reflejaban exclusiva o predominantemente significados ideológicos hegemónicos con claro potencial de impactar y manipular a las audiencias latinoamericanas. Los estudios más recientes, por otro lado, se han centrado en identificar estereotipos demográficos, ocupacionales o étnicos y han documentado representaciones desequilibradas sobre hombres y mujeres, adultos y ancianos, blancos y morenos o indígenas, «profesionistas» y obreros o empleados, y sobre los roles (protagónicos, antagónicos o secundarios) que juegan en las tramas de ficción (Flores y García, 2005; Lozano, de la Fuente, Garza y Treviño, 1999; Quintero y López, 1999), pero no se ha realizado prácticamente ningún estudio empírico apoyado en los estudios culturales que analice la coexistencia de significados alternativos con los dominantes. En una revisión de análisis de contenido realizados en México de 1990 a 2002 y publicados en las revistas más importantes del país, Lozano (2004) encontró solamente 35 trabajos para todas las áreas. De esa cantidad solamente tres tenían que ver con estereotipos y contenidos en la ficción, lo que ilustra la dramática carencia de este tipo de investigación en el país.

En cuanto a la investigación de las audiencias, no sólo en México, sino en toda América Latina, queda claro que en los últimos 20 años se ha experimentado un auge de los estudios culturales y en particular de la vertiente que tiende a celebrar la capacidad de las audiencias activas para integrar creativamente a los medios en sus rutinas y en su vida cotidiana. La teorización y la documentación empírica, por tal motivo, se han enfocado no en el análisis del impacto o la influencia ideológica de los mensajes comunicacionales en las audiencias, sino en los usos y las apropiaciones, las estrategias creativas de incorporación de los contenidos en las rutinas de la vida cotidiana, etc. (Orozco, 1997; Saintout, 1998).

Muchos ensayos y algunos estudios empíricos, así, pregonan en América Latina las sutiles y complejas formas en que las audiencias, de acuerdo a sus mediaciones sociales y culturales, o sus pertenencias a grupos o subculturas, o sencillamente sus características socio-demográficas, evaden el potencial efecto manipulatorio de los medios, retomando a éstos como insumos para su interacción social, sus conversaciones cotidianas, sus rituales familiares o sus necesidades de evasión, entretenimiento o información. Las conclusiones a las que se ha llegado en numerosos estudios latinoamericanos, por el tipo de abordaje anterior, son muy optimistas en cuanto a la relación de los medios con las audiencias. Los medios y sus mensajes podrán estar cargados de contenidos ideológicos dominantes, de intereses económicos o de manipulación política –aunque esto ni lo estudian ni lo alcanzan a afirmar explícitamente en la mayoría de los casos–, pero la actividad de la audiencia, sus mediaciones, sus identidades sociales, sus rutinas y su pertenencia a grupos y subculturas les permiten evadir esos efectos y apropiarse creativamente de los medios.

Estas posturas tan optimistas tienen su mérito en una región como América Latina, caracterizada en los setenta y parte de los ochenta, como ya vimos arriba, por el

radicalismo pesimista del imperialismo cultural y la teoría de la dependencia. De la convicción en esos años de que los medios ejercían una influencia decisiva en las audiencias manipulándolas y generándoles una falsa conciencia, transformando sus valores y sus visiones del mundo (Beltrán 1978; Beltrán y Fox, 1980), hemos pasado a visiones que rechazan en buena medida la posibilidad de que las audiencias se vean impactadas significativamente, o a miradas que se concentran en la relación de la televisión con la vida cotidiana y las rutinas diarias (Covarrubias y otros, 1994; Lozano, 2000).

Hay que aclarar, sin embargo, que durante todo este tiempo han seguido existiendo en América Latina economistas políticos de la comunicación que se deslindan de estas conclusiones y que reivindican la existencia de efectos o consecuencias negativas de los medios debido a sus patrones de concentración, liberalización y privatización (Mastrini y Bolaño, 1999; Sánchez Ruiz, 1999), pero su número y su visibilidad académica, aunque creciente, es escasa en comparación con los culturalistas.

En los últimos 15 años ha ido expandiéndose una nueva propuesta sobre el consumo de mensajes extranjeros en las audiencias basada en los conceptos de proximidad cultural e interdependencia asimétrica. Su principal exponente, Joseph Straubhaar, realizó diferentes análisis de flujos de programas de televisión en diferentes regiones del mundo y los comparó con el consumo real de los mismos. El investigador y su equipo de colaboradores (Straubhaar, 1994: 120) concluyeron que en las diferentes regiones estudiadas se daba el fenómeno de «proximidad cultural», proceso mediante el cual «en igualdad de circunstancias, los auditorios tendrán la tendencia a preferir la programación más cercana o más próxima a su propia cultura: la programación nacional sí puede ser financiada por la economía local, la programación regional en los géneros que los países pequeños puedan financiar.

Estados Unidos continúa con ventaja en los géneros que ni los países grandes del Tercer Mundo pueden producir por falta de recursos económicos, tales como películas, caricaturas, y series de acción y aventura».

En el trabajo también se mencionaba el término de «interdependencia asimétrica» para matizar adecuadamente el término de «dependencia» que anteriormente utilizaban los teóricos en la línea del imperialismo cultural. En ese mismo artículo, los autores reportaron los resultados de un análisis de contenido longitudinal sobre la procedencia de los programas televisivos transmitidos en 1962, 1972, 1982 y 1991 en varios países de Asia, América Latina, Norteamérica y el Caribe. Las conclusiones proporcionaron un apoyo limitado a la propuesta de proximidad cultural, ya que si bien en la mayoría de los países detectaron un aumento de la producción local y la ubicación de esta en los horarios estelares, en los pequeños países tercermundistas las importaciones estadounidenses continuaban predominando sobre las locales y las regionales. Asimismo, la preferencia por producciones de la región cultural a la que pertenecía el país en cuestión era también apoyada parcialmente, y con mayor claridad en América Latina, donde países pequeños como República Dominicana importaban más programas de

países latinoamericanos como México y Brasil que de los Estados Unidos (Straubhaar, 1994:143).

En un trabajo posterior, Straubhaar y otros (2003:23) actualizaron el estudio al 2001, incluyendo a México, Colombia y Venezuela, así como a Canadá. En esta ocasión, las conclusiones fueron un tanto más contundentes: «Teóricamente parece darse una clara evidencia a favor del concepto de proximidad cultural...la producción nacional se ha incrementado a lo largo del tiempo y se ha reflejado particularmente en el horario estelar... tanto la capacidad de producción nacional como la demanda por programación nacional se incrementó... La colocación de programación nacional en horario estelar es una evidencia incluso más clara de la tendencia hacia la proximidad cultural».

Asimismo, los autores destacaban la utilidad del marco general relativo a la «interdependencia asimétrica» al identificar un amplio espectro de posibilidades y desarrollos en cuanto a la producción nacional y regional en los distintos países en desarrollo: «Los países más afluentes de Asia oriental, así como el más pobre pero más grande Brasil parecen ser capaces de producir mucho más que las naciones latinoamericanas más pequeñas» (p. 24).

Los programadores de televisión en los diferentes países parecen tener claro el concepto de proximidad cultural cuando deciden qué programas comprar o cuáles transmitir en los horarios de mayor audiencia. Wilkinson (2003), quien encuestó a ejecutivos televisivos en toda América Latina, detectó que para los que trabajaban en sistemas de televisión de pago el factor «empatía cultural con la audiencia local» del programa era el más importante y para los de televisión abierta el segundo más importante entre los once factores que influenciaban sus decisiones de programación.

En los últimos años, la teoría de la proximidad cultural se ha refinado y complejizado, aclarando que las proximidades son múltiples y que abarcan no sólo la cercanía cultural y lingüística con el producto sino también cercanías de las audiencias con ciertos géneros y subgéneros televisivos o cinematográficos (el melodrama funciona en la mayoría de las culturas, sin importar diferencias étnicas o culturales) incluso con sentimientos de experiencias históricas compartidas entre grupos de nacionalidades contrastantes (La Pastina y Straubhaar, 2005). También se puntualiza que la proximidad cultural no es uniforme entre las audiencias de un mismo país, sino variables, como la clase social generan diferencias importantes en la cercanía que distintos grupos sienten por un tipo de programa en particular: «la proximidad cultural es limitada por la estratificación de la clase social. Los grupos unidos por el lenguaje y/o la cultura parecen estarse fragmentando cada vez más tanto por el capital económico como por el capital cultural en el sentido que les da Bourdieu» (Straubhaar y otros, 2003: 79).

El capital económico le permite a las elites acceder a canales de pago no disponibles para las clases populares. El capital cultural proporcionado por la educación privada, las experiencias laborales y de viajes de las elites les permite asimismo familiarizarse y gustar de producciones diferentes a los de las clases sin esos bagajes. En este sentido, Straubhaar aclara que mientras el capital cultural se enfoca en las fuentes de

conocimiento que permiten a la gente tomar decisiones entre los medios y otras fuentes de información y cultura, la proximidad cultural es una disposición o tendencia hacia el uso del capital cultural en cierta dirección, ya sea hacia productos de la misma cultura o hacia otros de diferentes lugares (p. 85). Eso explica en parte por qué las audiencias de extracción humilde tienden a preferir lo local, las de clase media lo nacional y las de clase alta lo global. Para el investigador norteamericano, la clase y la edad son dos variables que influyen en si los gustos son locales, nacionales o globales, mientras que el sexo de la persona se enlaza con patrones culturales más relacionados con el género de los programas o películas (las mujeres prefieren más el melodrama, los hombres las cintas de acción y las series).

Aunque La Pastina y Straubhaar no explican cómo se manifiesta la edad en la diferenciación de los gustos, múltiples investigaciones previas, así como los propios «ratings» comerciales de las «televisoras», han detectado la gran capacidad de predicción de esta variable. En Europa, por ejemplo, se ha encontrado consistentemente que la cantidad de tiempo dedicado a ver televisión aumenta con la edad de las personas (Barwise y Ehrenberg, en Jensen, 1995: 98; Casey, Casey, Calvert, French y Lewis, 2002: 49). Los «ratings», por su parte, muestran con claridad que diferentes grupos de edades prefieren distintos tipos de programas, mientras que otros estudios señalan cómo difieren los estilos de ver televisión entre audiencias jóvenes y mayores (Jensen, 1995: 98).

Una diferencia importante entre las audiencias de mayor edad y los más jóvenes es la capacidad de los primeros en reconocer y disfrutar una gama más amplia de estilos de producción televisiva o cinematográfica por haberlos experimentado a lo largo de su vida. Fischhoff, Antonio y Lewis (1998) concluyeron en un estudio con audiencias cinematográficas, por ejemplo, que debido a que las audiencias mayores en edad han almacenado imágenes, sentimientos y actitudes o estilos prevalecientes en los momentos en que vieron las películas, pueden volverlas a ver usando dichos referentes en lugar de juzgarlas desde los estándares y estilos actuales. Los jóvenes, debido a no contar con esos marcos de referencia previa, si llegan a ver una película antigua tienden a evaluarla –y por tanto a rechazarla– por su distancia con los parámetros actuales.

El resultado final de todo lo anterior es que los miembros de las audiencias se caracterizan por tener múltiples capas de identidad y múltiples cercanías: «la gente tiene identidades culturales complejas y de múltiples capas. Algunos aspectos de ellas son geográficos o espaciales: locales, regionales (al interior de un país), nacionales, supra-regionales (un conjunto de países afines en lengua y cultura) y globales. Otros aspectos son puramente culturales o lingüísticos, como cuando los migrantes continúan teniendo una firme capa de identidad relacionada con su país de origen o su cultura. Otros aspectos pueden ser religiosos... otros pueden ser étnicos o diaspóricos... otros relacionarse con el género de las personas» (La Pastina y Straubhaar, 2005: 274).

¿Y cómo explica esta teoría el éxito de ciertos géneros estadounidenses en cualquier parte del mundo, como las películas de Hollywood y series como «Los Simpson» y «Baywatch»? En estos casos no parece darse la proximidad cultural o lingüística ya

mencionada, pero entran en acción dos aspectos que permiten entender su popularidad:

a) la recurrencia de las tramas a temas universales como el sexo y la violencia y

b) la ausencia de productos culturales locales o regionales que compitan contra esos géneros realizados solamente en Estados Unidos debido a su costo o sus exigencias tecnológicas (p. 276).

El concepto de la proximidad cultural puede verse como un complemento importante a las propuestas de los estudios culturales. Éstos insisten en que las audiencias son activas y que seleccionan y negocian los contenidos y significados de los medios de acuerdo a sus mediaciones socioculturales. Entre éstas mencionan la clase social, la edad, el sexo, la ocupación y el grupo étnico, pero no se aclaran los mecanismos por los cuales ciertos grupos tienden a preferir contenidos mediáticos locales sobre los extranjeros, aportación de la propuesta de Straubhaar. En América Latina la hipótesis de la proximidad cultural casi no se ha explorado, excepto por algunos trabajos del propio Straubhaar.

En México se ha puesto a prueba en algunos estudios sobre la oferta audiovisual (Martínez 2003; Martínez y Lozano, 2005), quedando pendiente el aplicarla en investigaciones sobre las audiencias. Estos estudios sobre consumo son urgentes, primero para determinar si las características observadas en los flujos se deben efectivamente a razones de proximidad cultural y segundo para poder avanzar hacia los niveles más complejos relativos a la apropiación y la negociación de los significados ideológicos (Lozano, 1995; 1996). En este último punto, algunos estudios empiezan a encontrar evidencias de que las audiencias no son tan críticas ni tan activas en la evaluación de sus programas favoritos de televisión (Lozano, 2003).

Hoy por hoy no existe la suficiente evidencia empírica para evaluar el presunto impacto de las producciones audiovisuales estadounidenses en la identidad o en los valores de los públicos latinoamericanos, como argumentaría el imperialismo cultural, ni la posible negociación de los significados ideológicos hegemónicos, como propondrían los estudios culturales¹. Para llegar a este punto, resulta necesario primero documentar la existencia de patrones significativos de consumo de contenidos norteamericanos y su contraste con las preferencias de programas y películas producidas en México y después pasar a los complejos estudios de la apropiación y negociación de significados ideológicos por parte de los diferentes tipos de audiencias, sin olvidar que los contenidos de las producciones nacionales pueden ser igual o más problemáticos que los de muchos mensajes extranjeros.

Notas

¹ Desde 1981, Fejes aclaraba que aunque el imperialismo cultural había generado mucha información sobre flujos, estructuras, valores profesionales y entrenamiento de comunicadores de países en desarrollo en Estados Unidos, las implicaciones de todo ello en las audiencias permanecían ignoradas. Unos años después, Schlesinger (1987) revisaba la literatura sobre identidad cultural e identidad nacional, así como el impacto de los flujos audiovisuales en ellas y además de no encontrar estudios empíricos, advertía un

uso muy descuidado de esos términos sin proporcionar definiciones claras de los mismos. Hasta la fecha, por lo menos en América Latina, parecemos seguir en la misma situación.

Referencias

- BELTRÁN, L.R. (1978): «TV etchings in the minds of Latin Americans: conservatism, materialism, and conformism», en *Gazette, The international Journal for Communication Studies*, 24 (1); 61-85.
- BELTRÁN, L.R. y FOX, E. (1980): *Comunicación dominada*. México, ILET Nueva Imagen.
- CASEY, B. y OTROS (2002): *Television studies: The key concepts*. Nueva York, Routledge.
- COVARRIBIAS, K. y OTROS (1994): *Cuéntame en qué se quedó: la telenovela como fenómeno social*. México, Trillas.
- CROVI, D. y VILAR, J. (1995): «Canales abiertos de la Ciudad de México: programación y preferencias del público», en CROVI, D.(Ed.): *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México, Universidad Nacional Autónoma de México; 177-192.
- CRUZ, S. y ERAZO, V. (1980): *Compropolitan*. México, ILET Nueva Imagen.
- DORFMAN, A. (1980): *Reader's nuestro que estás en la tierra: ensayos sobre el imperialismo cultural*. México, Nueva Imagen.
- DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1978): *Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo*. México, Siglo XXI.
- ESTEINOU, J. (1994): «Televisión nacional y globalización cultural: el caso de México», en CONEICC (Ed.): *Anuario de Investigación de la Comunicación*. México, CONEICC, 1; 47-70.
- FISCHOFF, S. y OTROS (1998): «Favorite films and film genres as a function of race, age and gender», en *Journal of Media Psychology*, 3 (1); 111-145.
- FLORES, L. y GARCÍA, A. (2005): «Estereotipos demográficos, ocupacionales y étnicos en la televisión mexicana», en CALLES, J.(Coord.): *Anuario de Investigación de la Comunicación*. México, CONEICC, 12; 41-60.
- JENSEN, K.B. (1995): *The social semiotics of mass communication*. Thousand Oaks, Sage.
- LA PASTINA, A. & STRAUBHAAR, J. (2005): «Multiples proximities between TV genres & audiences: The schism between telenovelas' global distribution and local consumption», en *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 67 (3);271-288.
- LOZANO, J.C. (1995/96): «Oferta y recepción de televisión extranjera en México», en *Comunicación y Sociedad*, 25-26; 259-284.

- LOZANO, J.C. (1998): «Oferta de programas televisivos extranjeros en el área metropolitana», en CEBALLOS, M. (Coord.): Monterrey 400: Estudios históricos y sociales. Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León; 301-320.
- LOZANO, J.C. (2000): «El género y el nivel socioeconómico como mediaciones en el consumo de noticieros televisivos en México», en Zer, 9; 259-276.
- LOZANO, J.C. (2000): «Oferta y consumo de contenidos televisivos transnacionales en México», en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, 6 (12); 111-126.
- LOZANO, J.C. (2003): «Distanciamiento crítico frente a la televisión nacional mexicana», en Zer, 14, 131-150.
- LOZANO, J.C. (2004): «La investigación sobre los mensajes comunicacionales en México: 1990-2002», en Comunicação & Sociedade, 26 (42); 11-28.
- LOZANO, J.C. y GARCÍA, J. (1995): «Oferta de programación audiovisual extranjera en la televisión aérea de Monterrey, Nuevo León», en CROVI, D. (Coord.): Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 215-230.
- LOZANO, J.C. y OTROS (1999): «Imágenes y estereotipos en las películas de estreno de los videoclubes mexicanos», en Revista Brasileira de Ciências da Comunicação Intercom, 22 (2); 55-74.
- MARTÍNEZ, F. (2003): «Análisis de los flujos audiovisuales: el cine en México», en RUSSI, B. (Coord.): Anuario de Investigación de la Comunicación. México, CONEICC, 10; 193-208.
- MARTÍNEZ, F.J. y LOZANO, J.C. (2005): «Flujos televisivos y cinematográficos en México», en Comunicación y Sociedad, 3; 47-66.
- MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (Eds.) (1999): Globalización y Monopolios en la comunicación en América Latina. Buenos Aires, Biblos.
- OROZCO, G. (1997): La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Buenos Aires, Universidad Nacional de La Plata.
- QUINTERO, C. y LÓPEZ, J.R. (1999): «Estereotipos de la mujer en las telenovelas mexicanas», en Revista de Humanidades, 6; 245-268.
- SAINTOUT, F. (1998): Los estudios de recepción en América Latina. Buenos Aires, Universidad Nacional de La Plata.
- SÁNCHEZ, E. (1995): «La agenda televisiva en Guadalajara», en CROVI, D. (Coord.): Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. México, UNAM; 193-214.
- SÁNCHEZ, E. (1999): «El cine en México: Globalización, concentración y contracción de una industria cultural», en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (Eds.): Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Argentina, Biblos; 222-226.

SÁNCHEZ, E. (2000): «La televisión y el sector audiovisual mexicano: Breve examen de flujos asimétricos», en Revista Universidad de Guadalajara, 20; 55-62.

SCHLESINGER, P. (1987): «On national identity: Some conceptions and misconceptions criticized», en Social Science Information, 26 (2); 219-264.

STRAUBHAAR, J. (2003): «Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil», en ELASMAR, M.G.

(Ed.): The impact of international television: A paradigm shift. Mahwah, Lawrence Earlbaum Associates; 77-111.

STRAUBHAAR, J. y OTROS (1994): «Mercados para la televisión regional y flujos de programas», en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, 6(18); 115-150.

STRAUBHAAR, J. & OTROS (2003): «Regional TV markets and TV program flows», en International Communication Association

Meeting. San Diego.

WILKINSON, K. (2003): «La diferencia de lenguas en la exportación de telenovelas», en Global Media Journal en Español 2 (2); S/p.

[VOLVER A TITULARES](#)

Cumpleaños

Abella Reyes, Richard	15/06/1976	Director
Acevedo Fals, Luis Manuel	21/06/1951	Director
Acuña Labrada, Ernesto Alejandro	10/06/1941	Productor
Alcides Pérez, Rafael	09/06/1933	Escritor
Alfonso Cardo, Marisol de la Caridad	14/06/1963	Realizador
Alvarez Díaz, Mayra Irene	28/06/1951	Investigador
Alvarez Fuerte, José	02/06/1939	Productor
Angelino Dominguez, Antonio Luis	03/06/1963	Maquillista
Armas Ortega, Alexis de	29/06/1966	Camarógrafo
Armas Ortega, Ruffo de Jesús de	10/06/1965	Director
Bernal Balmaseda, Lucía Myrna	12/06/1961	Director
Blanco González, Xiomara	14/06/1938	Director
Blanco Labañino, María Obelia	18/06/1942	Locutor
Blanco Ramírez, José Ramón	02/06/1946	Escritor
Bracero Torres, Josefa	28/06/1942	Locutor
Bravo , Estela	08/06/1933	Realizador
Caballero Acosta, Michel Evelio	13/06/1973	Grabador de Sonido
Caballero Nuviola, Juan Antonio	12/06/1959	Director
Cabrera Acosta, Jesús B.	11/06/1926	Director
Cabrera de la Paz, Néstor Jesús	03/06/1947	Dir. Fotografía
Calá García, Serafina Concepción	07/06/1940	Dir. Producc.
Carzola Artilles, Armando Efran	18/06/1941	Productor
Casals Martínez, Melchor Olimpio	12/06/1939	Director
Castro Ferrer, Sonia Bárbara	29/06/1959	Director
Céspedes Montesino, Jorge Carlos	21/06/1969	Editor
Contreras Ruíz, Bonifacio Gerardo	05/06/1940	Locutor
Cordoví Benítez, Lázaro Alberto	19/06/1960	Director
Cruz Díaz, Armando Pablo	03/06/1964	Camarógrafo
Dávila Ramos, Edgar René	21/06/1967	Musicalizador
Díaz Bellver, Iosmay	23/06/1978	Editor
Díaz Montes de Oca, Raidel	26/06/1976	Productor
Díaz Quevedo, Ismael	17/06/1959	Camarógrafo
Díaz Rodríguez, Miriam Ivón	18/06/1948	Asesor
Dieguez Ruíz, Bárbara Silvia	19/06/1957	Realizador
Fernández Agesta, Isabel	05/06/1965	Locutor
Fernández Corrales, Mirta Aleyda	11/06/1944	Locutor
Fernández Lima, Yanesty	18/06/1975	Productor
Fernández Menéndez, Roberto	07/06/1936	Camarógrafo
Fernández Rebolledo, Samuel A.	22/06/1950	Director
Fleites Adán, José Ignacio	29/06/1953	Director

Florenten Frómata, Yoesnalvis	15/06/1978	Productor
Gómez Delgado, Antonio	13/06/1945	Dir. Fotografía
González Alonso, Jorge Alberto	16/06/1941	Dis. Informático
González Amaya, Silvia	20/06/1944	Escritor
González García, Marcia Aristalia	30/06/1960	Locutor
González Medina, Víctor Eugenio	15/06/1947	Locutor
Granado Rigueiro, Ernesto Luis	30/06/1952	Camarógrafo
Guzmán Croza, Nadia	08/06/1986	Editor
Hechavarría Garbey, Rafael Ireneo	28/06/1955	Productor
Heredia Martínez, Juan Raimundo	24/06/1957	Dis. Vestuario
Hernández Villapol, Jesús	28/06/1958	Locutor
Huerta Losada, María Teresa (Teresita Huerta)	14/06/1948	Director
Jaime Veitía, David Noel	26/06/1948	Dir. Animac.
Jane Martín, Pablo Vladimír	17/06/1962	Editor
Jiménez Molina, Arsenio	18/06/1948	Escritor
Larralde González, Onelio Jesús	21/06/1963	Dis. Escenog.
Larramendi León , Angel Román	08/06/1938	Realizador de Sonido
Leal Ruíz, Julio César	16/06/1966	Director
Lechuga Ravelo, Antonio Eliseo (Tony)	14/06/1944	Director
León Cartaya, José	18/06/1947	Sonidista
Lliveras Rodríguez, Emilio	22/06/1962	Camarógrafo
Lobato Matamoros, José Luis	04/06/1956	Productor
Lozada Hernández, Liubar	26/06/1979	Productor
Luberta Martínez, Aldo	27/06/1969	Escritor
Luis Reyes, Dean	15/06/1972	crítico
Martínez Cubela, Leandro	23/06/1971	Director
Menéndez Ortega, José Luis	27/06/1966	Editor
Miló Sotres, Juan Francisco	16/06/1956	Camarógrafo
Mora Hernández, Ana Vivian	03/06/1957	Director
Morales Vera, Elizardo	15/06/1962	Escenógrafo
Moreno García, Martha Rosa	07/06/1960	Realizador
Morlans Martínez, Fernando	22/06/1968	Animación
Morlote Rivas, Luis	09/06/1974	Director
Navarro Aranda, Antonio	04/06/1948	Dir. Fotografía
Negret Diéguez, Erilda	16/06/1945	Escenógrafo
Parra Guevara, Soraya	30/06/1966	Locutor
Pérez Ramos, Ricardo Ignacio	09/06/1960	Grabador
Piña Rodríguez, Ernesto	14/06/1980	Dir. Animac.
Prieto Pérez-Castañeda, Lourdes Laura	15/06/1951	Director
Quintero Pérez, Pedro Nelson	14/06/1955	Locutor
Quiñones Cedeño, Juan	26/06/1958	Editor

Ramón Jiménez, Neysa	13/06/1941	Crítico
Ramos Díaz, Ana María	09/06/1963	Locutor
Regal Díaz, Ireneo Arnaldo	28/06/1945	Locutor
Rivas Hernández, Elisa	04/06/1945	Animación
Rivero Casteleiro, Juana (Cuca)	25/06/1917	Asesor
Rodda Romero, Frank	17/06/1944	Escritor
Rodríguez Calderón, Mirta	05/06/1938	Periodista
Rodríguez Lemus, Caridad	15/06/1950	Locutor
Rodríguez Marrero, Olga María	18/06/1974	Investigador
Rodríguez Martínez, Reinaldo	02/06/1964	Locutor
Rodríguez Najarro, Heriberto	10/06/1948	Camarógrafo
Rodríguez Pastrana, Mayra Lilia	02/06/1964	Asesor
Rodríguez Román, Regis	06/06/1973	Dis. Spot
Rodríguez Ruíz, Roberto Ignacio	27/06/1955	Editor
Roque de Escobar Rojas, Orieta	10/06/1951	Crítico
Rosales Salas, Rafael	25/06/1948	Asist. Direcc.
Ruíz Suárez, Juan A.	18/06/1946	Animación
Salvador Alonso, Angélica María	13/06/1975	Editor
Sánchez Cintas, Víctor Juan	24/06/1968	Tecnico Audio
Sánchez Pérez, Luis Joaquín	21/06/1949	Escritor
SantaCruz Montalvo, Margaro B.	11/06/1947	Editor
Saraiba Lavielle, María de los Angeles	04/06/1945	Redactor
Segarra Padrón, Teresa Genivera	07/06/1946	Locutor
Shelton Tasé, Irma	26/06/1961	Locutor
Soto Jiménez, Zorayda Amparo	02/06/1947	Musicalizador
Suárez Amores, Francisco Luis	07/06/1960	Maquillista
Suárez Reyes, Mario	04/06/1951	Fotógrafo
Suárez Romero, Bruno	30/06/1971	Director
Tabares Nápoles, Virgen María	19/06/1949	Director
Tantau Sarrión, Manuel Ismael	17/06/1944	Realizador
Téllez Ramos, Juan Carlos	12/06/1960	Asist. Direcc.
Torres Delgado, Maylen	05/06/1985	Maquillista
Vázquez Castillo, Jose Omar	16/06/1937	Crítico
Vázquez Dominguez, Pedro	06/06/1983	Editor
Viamontes Ugalde, Kenia Isabel	20/06/1973	Productor



DIRECCIÓN:
Rosalía Arndez



EDICIÓN:
Normys Cándano García



DISEÑO GRÁFICO:
Edel Rodríguez (mola)

El grupo creativo de este boletín, espera recibir sus sugerencias, comentarios o informaciones necesarias para esta publicación.

Escribanos a: Calle 17 esquina a H, vedado, Ciudad de La Habana, Cuba. CP: 10400 Teléfono: (537) 832 8114

Este boletín ha llegado a usted, gracias a la lista de suscripción administrada por: boletinhuron@uneac.co.cu

[VOLVER A TITULARES](#)