

# MOVIENDO LOS CARACOLES

BOLETÍN DIGITAL | ASOCIACIÓN DE CINE, RADIO Y TELEVISIÓN DE LA UNEAC



- [De la legitimación al empoderamiento](#)
- [Filmar \(en\) el mundo con el corazón en la boca](#)
- [De públicos, industrias culturales y estudios de recepción](#)
- [\*\*“La tele por Internet suplirá a la lineal como el móvil al fijo”\*\*](#)
- [La radio en Internet](#)
- [Cumpleaños](#)

Por Mayté Madruga Hernández, tomado de *La Jiribilla*

Puede ser un punto de arranque pensar al género en paralelo con las líneas de la teoría de la sexualidad de Michel Foucault, como una “tecnología del sexo” y proponer que, también el género, en tanto representación o auto-representación, es el producto de variadas tecnologías sociales —como el cine— y de discursos institucionalizados, de epistemologías y de prácticas críticas, tanto como de la vida cotidiana”, así define en su libro *Tecnologías del género*, Teresa de Laurentis una de las formas de entender la relación del audiovisual con los estudios de género.

En el caso del documental, donde se exige que los sistemas de representación sean lo más apegados a las realidades circundantes, crear obras audiovisuales donde se problematice la violencia de género más que el empoderamiento de las mujeres, parece ser una tendencia en la producción joven cubana.

No es que ambas aristas —de un mismo complejo sistémico: el patriarcado—, no estén interrelacionadas, pues para hablar de empoderamiento es necesario identificar las causas que no le permiten a las niñas y mujeres desarrollar plenamente sus potencialidades dentro de sociedades equitativas. Sin embargo, poseer una producción audiovisual donde no solo se desmonten los estereotipos y los roles tradicionalmente asignados, según sexo biológico, sino que ofrezca buenas prácticas y ejemplos que motiven a cambiar la realidad machista que rige la sociedad cubana, constituye también un paso importante.

Para realizar un análisis de la producción documental joven que en los últimos años ha mostrado una transversalización de género es importante decir primero que el número de mujeres jóvenes detrás de cámara ha aumentado, esto no significa necesariamente que las mujeres y las temáticas más importantes de la agenda feminista vayan a tener mayor impronta en la producción audiovisual, pero si representa un paso hacia una cinematografía nacional equitativa y que eventualmente redundará en una variedad de temas, estéticas y formas de hacer diversas.

### **La memoria y el tiempo**

La violencia contra las niñas y mujeres representa el eslabón de un ciclo aún más complejo. Para desmontar dicho ciclo Aylee Ibáñez escoge representar ella misma las historias de mujeres maltratadas en su documental *La corrosión de la memoria*. Sucesor de *Palimpsesto*, Ibáñez asume el *performance* como vía para decirnos en primer lugar que estas son historias generales y no particulares. Asume la realizadora en su persona, la representación con y de todas las mujeres. En este sentido no las victimiza y escapa de que los espectadores piensen en dichas mujeres como hechos aislados o productos de un determinado ambiente. Acompaña esta intención con la graficación de mujeres y hombres en escenas cotidianas, incluso, en peleas que su cámara captó desde la observación.

Teniendo en cuenta que como parte de los usos y gratificaciones que los públicos le otorgan al género documental se encuentra el de denuncia de una determinada realidad o la apelación a intentar modificar conductas y acciones, para *La corrosión...* Aylee dentro de las preguntas con las que guía el testimonio de sus entrevistadas, incluye la perspectiva futuro, o sea estas mujeres han pasado momentos difíciles, pero han seguido adelante, sin olvidar pero pensando en lo que pueden hacer. En este sentido el material se convierte en un dispositivo, que teniendo en cuenta lo planteado por Foucault, muestra discursos de género mediante los cuales se propone una relación de denuncia seguida de empoderamiento.

Tratando de establecer esta relación, pero apelando a la heterogeneidad del concepto dispositivo, y en un sentido historicista y comparativo se encuentra *Guárdame el tiempo* de la realizadora Ariagna Fajardo.

Con una sola historia de vida, contada por su protagonista, se ilustra una clásica relación de abuso sostenida bajo el precepto de “que el hombre es así” y la mujer no debe contradecirle. Fajardo vuelve a interesarse por los roles asignados a los individuos en la formación de una familia en la Sierra Maestra. Anteriormente con el corto *La casita*, donde representa la vida de tres niñas y su padre, la realizadora no deja muy claro una perspectiva de género, pero en *Guárdame...* se hace un uso de la edición y la fotografía, mediante los cuales se presentan símbolos propios de las masculinidades de los entornos rurales en contraposición con el testimonio de encierro que ha vivido Ofelia, viuda de más de 80 años que desde que contrajera matrimonio nunca salió de su vivienda, ni a visitar a sus hermanas.

*Guárdame el tiempo* se erige entonces como retrato de los modos de naturalizar las relaciones desiguales entre hombres y mujeres dentro del matrimonio, así como las diferentes formas de incorporar la violencia contra las mujeres en la esfera doméstica como un elemento de convivencia más.

Tanto poniéndose en la piel de los personajes, como ilustrando sus testimonios, ambos materiales tienen la valentía de desmontar un esquema patriarcal que se manifiesta en ambientes citadinos y rurales. En ambos la importancia de los sueños y las aspiraciones de las protagonistas constituye el impulso por el cual el proceso denuncia/prevenición se completa para impulsar el empoderamiento de las mujeres, a través de dos elementos tanto poéticos como imprescindibles para criticar y desmontar el patriarcado: la memoria y el tiempo.

El proceso de entender el audiovisual como un dispositivo mediante el cual se ilustran, perpetúan o cambian relaciones y representaciones de género se ha visto impulsado en los últimos años en Cuba por el programa de género y audiovisual impartido por la máster Danae C. Diéguez a las y los estudiantes de la Facultad de Medios y Comunicación (FAMCA) del Instituto Superior de Arte.

“El resultado es que hoy contamos con alumnos cuyos temas de investigación para sus obras están atravesadas por una búsqueda de la equidad y por la denuncia al sexismo trepidante que nos acompaña, además de abordar temas sobre violencia de género y violencia hacia las mujeres y las niñas”. [1]

En este sentido también ha influido el hecho de que algunas ONGs se acercan a las realizadoras y realizadores para la producción de materiales audiovisuales, que aunque son por encargo, llevan primero una preparación, sensibilización y toma de conciencia sobre el tema. En ese sentido destacan las obras que ha realizado el joven Ernesto Pérez Zambrano.

En *¿Grandes Ligas?*, tomando como argumento inicial la situación de abandono en que se encuentran los equipos femeninos de pelota en la Isla, Zambrano recorre las desigualdades de género, los roles y el machismo desde un entorno particular a uno general. Sin abandonar su objetivo denunciatorio para con las diferentes instituciones que se relacionan con este deporte, el realizador va un poco más allá para mostrarnos a través de un montaje comprometido, cuán subdesarrolladamente machista se piensa en la Cuba de hoy, y aun así existen mujeres y hombres en disposición de cambiar esto.

Lo que resalta de la obra de Pérez Zambrano es lo atento que se mantiene a los micromachismos actuales y como sin inmiscuirse en las opiniones y actuar de sus diferentes entrevistados, mediante la edición y el montaje transversaliza el género y lo hace visible. Tiene *¿Grandes Ligas?* un momento en mi opinión clave, donde uno de los entrevistados comenta cómo sus atletas “aunque jueguen pelota no se dejan de arreglar, de pintar las uñas”, es decir no pierden lo que él entiende por femenino y en un segundo plano aparece una de las deportistas mostrando unas uñas pintadas pero totalmente dañadas por el juego. Ese instante donde a través de la construcción audiovisual se expone la construcción de los roles de género vale por mucho en el cine joven documental cubano que intenta hablar y debatir sobre el feminismo en el país.

Las diferentes realidades mostradas o construidas no deben conformarse con perpetuar y legitimar roles; sino servir como denuncia contra el sistema patriarcal en sentido general, y además como dispositivo de empoderamiento para las niñas y mujeres.

Nota

1. Entrevista realizada por la autora a Diéguez publicada en el sitio Cubanow.

[VOLVER TITULARES](#)

Por Juan Carlos Calahorra, del Bisiesto. Periódico de la Muestra Joven ICAIC. No.4, p.p. 8, 2014

En esa joya que es *Santiago* (2007), el documentalista brasileño Joao Moreira Salles revisita — a varios años de distancia— el registro que realizara del peculiar mayordomo de su familia. Asistimos así al (re)montaje de unas imágenes y sonidos ante los cuales el realizador (se) lo cuestiona todo; desde las preguntas que le hiciera a Santiago entonces y las “órdenes” dadas para que hiciera tal o cual cosa, hasta los sitios elegidos para emplazar la cámara. De este modo van emergiendo las marcas de un pecado medular: haber proyectado en Santiago sus límites de clase y el poder doblemente ejercido —como cineasta y señorito— sobre la imagen del fiel sirviente, sesgos que acaso dejaron “fuera de campo” a su más genuina persona.

### **Adiós para siempre al cine de la seguridad**

Quizá en ningún género como en el documental sea tan íntima la relación entre ética y estética. Contrariamente a lo que aún muchos creen, documentar no es calcar el fenómeno, hecho o sujeto inscritos en una Historia presuntamente objetiva; sino registrar la huella de esa inscripción en nuestra propia subjetividad, con nuestro modo único de entender el mundo, de verlo y oírlo, de emocionarnos ante él. Justo en esa huella se funda lo estético. Si la obra no atrapa una vivencia estética en uno como realizador/persona —y no la promueve en el espectador—, sencillamente no es cine documental.

Por eso pienso que al reclamarle complejidad y vuelo estético a una película de no-ficción, de alguna manera encarnamos —mucho menos que a esa frívola institución llamada Arte— a los frágiles sujetos y realidades del mundo que salen a la luz muchas veces completamente desnudos, sin el “mínimo ropaje” de la forma artística.

Es en el terreno de la forma —del cómo— donde el sujeto (re)presentado gana su dignidad o la extravía sin remedio, algo que resumió una profesora inolvidable cuando llamaba a “superar el grado o de lo informativo; pues si el mundo ya está ahí, ¿qué va a aportar que lo filmemos?” Solo ese gesto ambivalente de acercamiento radical y toma de distancia para reelaborarlo, justifica la inmersión documental. A los sujetos y realidades que asumen el riesgo de aceptar nuestra maquinaria, debemos reciprocarnos —al menos— arriesgándonos contra todo facilismo [1] a transfigurarlos audiovisualmente, aunque pudiéramos fallar en el intento.

La ética alcanza asimismo la propia construcción de un relato significativo, vital para que el sujeto devenga personaje. [2] Este relato podrá beber de la fría Historia de donde lo hemos “sacado”, pero nunca deberá ser asimilado por ella. Al construirlo —en la escaleta o guion, y en la edición como última reescritura— estaremos afinando, complejizando, completando la mirada que un paseante fugaz pudiera tender sobre nuestro sujeto, y ello supone implicarnos en la suerte que ha de correr ante los ojos del mundo.

Solo en el devenir de un relato, el sujeto/personaje podrá redimirse frente al espectador más inclemente o más hambriento de morbo, ya que luchará por obtener o conocer algo, tendrá

tiempo y espacio para transformarse y mostrar los muchos matices de su conducta y pensamiento, para dar razón última de sus defectos y miserias de hoy; de modo que además —o antes— de ser juzgado, podrá ser comprendido.

Pienso que la representación documental encierra en su mismo núcleo una paradoja ética: suele hacer foco en sujetos y realidades del mundo histórico —tragedias que muchas veces parecieran justificar su publicación como denuncia—, pero está llamada a subordinarlos, en última instancia, a un tema de mayor alcance. No basta con hablar de un sujeto o hecho; habrá que hablar desde ellos —poniendo en solfa incluso la propia voz (3) —. Esto vale también para cuando asumimos una representación más “transparente”, confiada a la observación que evita intervenir demasiado, pues no hay nada del todo casual en un filme: ni su protagonista, ni los sucesos que acontecen en presencia del equipo, ni mucho menos el orden final que damos a los fragmentos registrados.

Si no hallamos la universalidad —es decir, el tema profundo, las problemáticas filosóficas, culturales, políticas o sociales que nuestros personajes portan—, estaremos reduciéndolos a una pura fenomenología sin levadura. Sabido es que toda obra de arte debe proponer varios niveles de lectura; pero muchas veces las películas quedan como encerradas en sí mismas cuando el tema primario no logra dialogar con el tema profundo —o sugerirlo siquiera, para que el espectador construya ese diálogo—, y aunque nos puedan interesar inicialmente, al acabarlas de ver “se nos acaban”. Es nuestra misión entonces, independientemente del modo de representación que elijamos, descubrir en lo concreto y cotidiano —que es solo nuestra materia— el rostro de algo que lo ensanche y engrandezca.

Para el documentalista no hay vacaciones ni ratos de ocio: la película está rodeándolo todo el tiempo, reclamándole una actitud propicia para vislumbrarla.

Desde que hago o pienso documentales me agoto más, vivo por tres y con el corazón en la boca —pero también en las manos—. Al temor de ser abucheado por el público, se ha sumado el terror de traicionar a mis personajes “reales” y la ansiedad de verlo y oírlo todo. Solo tengo una compensación: ahora soy más sensitivo, fraterno y útil.

De la cautela, la comodidad o la indiferencia ante el mundo, no podrá salir obra de arte alguna, menos cine documental. Y siempre habrá buenas razones, pretextos y aun falsos mitos que nos disuadan de hacerlo. Que se apoya y se exhibe menos. Que no me dieron permiso. Que el sujeto siente pena —o peor, y más común de lo que se piensa, miedo—. Que el tema es muy complejo, muy aburrido o no lo elegí yo. Que está censurado. Que no quiero “marcarme”. Que lo real está agotado, sobrefilmado, mudo. Que casi todo es turístico, vulgar y sucio, fondo de vanos videoclips, tema de inocuos reportajes. Que los delirios y las luces son de la ficción.

En la urgida, seductora y confusa Cuba de hoy, el primer imperativo ético del documental es justamente ser, hacerse. (4) Bienvenido/a al grupo más pequeño.

[VOLVER TITULARES](#)

Por Reynaldo Lastre, tomado de *El Caimán Barbudo*

Siempre ha existido una coartada para enfilarse el arte por los páramos del poder. Pero en el siglo XX, época de la exacerbación del capitalismo y la apoteosis de las ideologías, el problema del arte y la cultura se convirtió en una obsesión para los poderosos; en unas ocasiones para incrementar ganancias monetarias, en otras para homogeneizar un pensamiento político. Es en este punto donde aparecen dos conceptos interesantes en la agenda de los teóricos: industria cultural y públicos.

Los estudios de la escuela formalista rusa sobre la construcción y recepción del cuento folclórico permitió entender un fenómeno que luego se emancipó en los anales del arte: existen elementos de base, estructuras primarias para construir el objeto artístico que se comunican activamente con el público y le posibilitan lecturas e interpretaciones con más facilidad.

Hoy se piensa que los productos masivos como las telenovelas, las series o los programas musicales que exhibe la televisión cubana le proporcionan a los espectadores una actividad pasiva. Nada más errado. La psicología cognitiva ha demostrado que las operaciones que se realizan en este tipo de actividades específicas no son menos activas por ser habituales y familiares. El espectador llega a la telenovela generalmente muy bien preparado. La configuración general del argumento y la historia canónica casi siempre viene dada desde la perspectiva de un(os) individuo(s) orientado(s) hacia un fin y una actividad determinada causalmente. “El espectador conoce las figuras y funciones estilísticas más probables. Ha interiorizado la norma de exposición escénica, el desarrollo de antiguas líneas causales, etc. El espectador también conoce las formas pertinentes de motivar lo que se presenta. La motivación «realista», de este modo, consiste en realizar conexiones reconocidas como plausibles por la opinión común. (Un hombre de este tipo haría, naturalmente...) La motivación composicional consiste en extraer las relaciones más importantes de causa-efecto.” (Bordwell, 1997: 165).

### 1.

El público de una galería de arte funciona de forma completamente distinta. Por lo general, a las exposiciones se acude esperando originalidad y no arquetipos (contenidos del inconsciente colectivo, como les llama Carl Jung). Aquí también ha circulado el error de pensar a los públicos como un producto de la institución-arte. “El espectador es un cliente, un miembro del conjunto de los consumidores o de una comunidad ideológica en torno al arte: es quien aprecia la obra tal como le es presentada. Su relación con lo nuevo está regulada por la institución.” (Aumont, 2001: 238) O sea, la normativa institucional no define a los públicos, sino el sentido de la originalidad (lo nuevo) que va a proyectar una obra de arte. De igual manera, no podemos olvidar que “el juicio de originalidad depende estrechamente de la cultura previa del sujeto que lo emite; el juicio del crítico, el del conocedor, el del aficionado y el del gran público se apoyan en argumentos de distinta índole” (Ídem:239).

En todos estos espacios existen condicionamientos de orden externo o motivaciones transtextuales. Por ejemplo, un espectador se inclina por determinada película o serie por la aparición en ella de algún actor de su preferencia, o se acerca a una galería para ver una exposición de un artista que ya previamente conoce y está validado por sus juicios de gusto.

Otro tipo de motivación es la genérica o temática. Una exposición colectiva curada hace aproximadamente un año por Píter Ortega en Galería Habana involucró a una cantidad descomunal de espectadores, posiblemente porque estaba curada por Píter Ortega, pero también porque el tema era el

homoerotismo. En las artes narrativas se opera relativamente igual. Géneros como el melodrama o la comedia constituyen ejes centrales de gusto en los productos seriados de la televisión. Sin embargo, el cine de policías y criminales gana más atención desde el punto de vista cinematográfico. Aquí interviene otro aspecto que el teórico español Roman Gubern llama “pedagogía de la rutina”. El producto construye al espectador a la vez que el espectador perfila el producto.

Con la emancipación de la televisión en los años sesenta entró a jugar el fenómeno de la “masificación”. El público no iba a ser ese grupo amorfo que se caracterizaba por la variedad de criterios. Ahora se trataba de uniformar la percepción desde la recepción misma del producto. Se trató, evidentemente, de otra subestimación. Esa nivelación y homogeneización no tomaron en cuenta la capacidad de resistencia del telespectador.

Una consecuencia de todo este dilema de poder entre los que moldean la industria cultural y los públicos ha sido el giro, desde hace treinta años aproximadamente, hacia los estudios de recepción como punta de lanza de las teorías de la comunicación. Teóricos como el francés Michel de Certeau o el australiano John Fiske han influido de forma determinante a la hora de entender la capacidad de la audiencia para desarrollar tácticas de resistencia y para crear significados acordes “con sus necesidades sociales y emocionales y no con la de los productores capitalistas”.

## 2.

En Cuba, los estudios de recepción y el método cualitativo en los análisis investigativos son tareas pendientes a desarrollar. La necesidad de determinados espacios en los distintos órganos de prensa no permiten que se manifieste y se democratice la perspectiva de los públicos. Incluso, la presencia de un teórico latinoamericano como Jesús Martín Barbero en los estudios de periodismo y comunicación social sobre las mediaciones, no han podido mellar la conveniente perspectiva positivista de la metodología cuantitativa para las investigaciones y la fiscalización de la industria cultural.

Si se estuviera más atento a estas nuevas teorías, quizás el resultado de analizar la etnografía de las audiencias arrojarían, alguna vez, un protagónico negro en las telenovelas cubanas, elemento que ya ha sido planteado en los medios públicos por algún que otro sagaz periodista. El estudio del contexto social en el cual los mensajes icónicos de los productos culturales adquieren sentido, permitirían la incorporación de miradas de mayor verosimilitud a determinados grupos y actores sociales que apenas se reconocen en esos medios de comunicación. La formación de valores o la finalidad educativa que pudieran tener no puede estar reñida con la imagen que se devuelve hacia el espectador de sí mismo. Las series de investigación criminal, deudoras de esa novela policial que circuló en Cuba con fuerza durante los años setenta y ochenta del pasado siglo, constituyen fehacientes ejemplos del divorcio entre sociedad real y sociedad construida para inducir modos de conducta. El resultado de esta divergencia deviene en el descrédito con que es mirado el producto, incrementando en el espectador el hábito del llamado *zapping* televisivo, que a su vez se suma al repositorio de inestabilidades en el marco de la vida cotidiana del cubano.

Esta inducción de modos de conducta es congruente con el freno a la polisemia del producto. Desde los paradigmas marxistas cubanos como Juan Marinello o José Antonio Portuondo, se ataca frontalmente el arte abstracto, que es la expresión máxima de la polisemia en el arte y se privilegian manifestaciones esquemáticas como el realismo socialista. Fiske ha explicado que “la estructura del texto típicamente intenta limitar sus significados a los que propone la ideología dominante, pero la polisemia establece fuerzas que se oponen a ese control. La hegemonía del texto nunca es total, pero siempre debe luchar para imponerse en contra de esa diversidad de significados que producirán los lectores” (1987:93). La importancia de la articulación entre textos y audiencias garantiza no solamente un impacto real de los



productos comunicativos en los públicos, sino que pueden arrojar resultados que sirven para entender los modos de conducta y el pensamiento de los públicos desde la vida cotidiana, para así trabajar en función de las disfuncionalidades que repercuten en el deterioro del cuerpo social.

#### Bibliografía:

- Aumont, Jacques (2001): La estética hoy. Madrid: Cátedra. Signo e imagen.
- Bordwell, David (1996): La narración en el cine de ficción. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- Fiske, John (1987): Television Culture. Londres-Nueva York: Methuen.

[VOLVER TITULARES](#)

## “La tele por Internet suplirá a la lineal como el móvil al fijo”

Pablo Ximénez de Sandoval, tomado de [www.elpais.com](http://www.elpais.com)

Cuando buena parte del mundo estaba descubriendo el email, Reed Hastings estaba pensando en enviar películas por Internet. Ese era el objetivo inicial de Netflix, asegura, y pasó una década hasta que pudo hacerlo. Hoy tiene casi 70 millones de suscriptores que pueden ver *House of Cards* en el móvil. Hastings, cofundador y director ejecutivo de la empresa que ha reinventado la televisión, acostumbrado a calificativos como visionario o revolucionario, atendió a EL PAÍS en la sede de la compañía en Los Gatos (California) el pasado julio. La televisión que conocemos desaparecerá como entretenimiento principal de los hogares, pero se trata de un proceso de décadas, advierte el CEO de Netflix.

“La televisión por Internet está sustituyendo a la televisión lineal como el teléfono móvil sustituyó al fijo. Estamos en los comienzos”, argumenta Hastings (Boston, 1960). “Fíjate en la radio. Era la forma dominante de entretenimiento desde 1890 hasta 1950. Después la televisión se impuso y como entretenimiento familiar. Era la televisión lineal, donde hay programas a las 7, las 8 o las 9 pero eligen ellos, no el consumidor. La televisión por Internet es una revolución porque puedes elegir lo que quieres ver”.

Netflix comenzó distribuyendo películas en DVD por correo ordinario. Pero la base del negocio, un catálogo personalizado con recomendaciones, ya existía. Hasta 2007 las redes no fueron lo bastante rápidas como para ofrecer ese contenido en *streaming* instantáneo. Este año, Netflix ha estrenado programas en calidad 4K (el doble de la mayor alta definición disponible hasta ahora). “Es una evolución muy gradual”, dice Hastings. “¿Recuerdas la película *Wall Street*, de 1987? Michael Douglas hablaba en la playa con un móvil enorme. ¡Pero estaba hablando en la playa! ¡Cómo era posible! Hicieron falta 10 años, hasta 1997, para que saliera el StarTac de Motorola, que se doblaba y te lo podías meter en el bolsillo. Pasaron otros 10 años hasta que salió el iPhone, en 2006. Estas cosas llevan décadas. Piensa en lo que tardó la televisión en sustituir a la radio o el teléfono en reemplazar al telégrafo. Por eso digo que la televisión por Internet va a sustituir a la televisión lineal a lo largo de los próximos 20 años”.

Hay al menos dos mercados donde la televisión por Internet aún no ha desembarcado del todo: deportes y noticias. Hastings ve complicado lo de los informativos, “es algo muy local y cambiante y la gente ahora recibe sus noticias en una amplia variedad de soportes”. Pero no tiene duda de los deportes. “También serán por Internet. Si quieres ver la próxima Copa del Mundo en 4K porque te has comprado una tele de ultra definición, será con una app. Es la única forma para esos grandes eventos en los que lo importante es la definición. En la televisión de antena o satélite necesitas el espacio de cuatro canales para emitir uno en 4K. Así que no lo harán. Por Internet vale con una buena conexión de 15 megas por segundo”. Aclara que no es su mercado. “Netflix no lo está haciendo, pero puede que lo haga la propia FIFA o a través de quien sea que tenga los derechos”.

Su trabajo ahora es pensar cómo será Netflix dentro de una década. “Tendrá una calidad de vídeo increíble, se verá en pantallas enormes y será muy fácil de usar”. Y sobre todo, “te conocerá”, dice Hastings. “Te montarás en el tren por la mañana y sabrá exactamente qué es lo que te apetece ver durante el trayecto”. Además, Hastings cree que se desarrollará la televisión social (*social viewing*). “Por

ejemplo, podrás quedar con tu hija que vive en París para ver juntos un capítulo. Habrá una especie de salón virtual en el que puedas interactuar. Habrá muchas formas de disfrutar del contenido en los próximos 5 o 10 años según Netflix y sus competidores sigan mejorando”.

Preguntado por esos competidores, Hastings cita servicios como Hulu (que ofrece programas grabados con publicidad para ver a cualquier hora), Amazon Video (películas y series para comprar por Internet) o Youtube, “que es gratis”. Pero su definición de competencia es más amplia: “Si piensas en la última semana, una noche mataste el rato en Facebook, otra noche viste deportes, otra fuiste al cine, otra jugaste a un juego de mesa con tus hijos y otra viste Netflix. Cada uno de esos es un competidor por la forma en la que pasas el rato. La competencia es muy amplia”.

Netflix no solo desembarca como proveedor, sino como productor. Se lanzaron a la gran producción con *House of Cards* y ahora compiten en las entregas de premios con los grandes estudios. Producen una serie en Francia, una en México, otra en Reino Unido. “Sí, queremos producir en todo el mundo”. Poco a poco, se va convirtiendo en una televisión global, no solo sin horarios y sin anuncios, sino sin territorio. “Nosotros queremos la mejor serie de policías danesa, el mejor *anime* japonés, el mejor cine argentino y lo mejor de Hollywood y tenerlo disponible en todo el mundo”.

[VOLVER TITULARES](#)

Por Agustín Espada \*, tomado de La Ventana, sección del diario *Página 12*, Argentina

El debate acerca del futuro de los modelos de negocios radiofónicos, entendidos como la suma de estrategias comerciales y artísticas, se encuentra sobre la mesa de las discusiones sobre convergencia y digitalización. Las mediciones de audiencia tradicionales caen año a año, pero sólo captan la escucha por el aparato tradicional, mientras que la pauta publicitaria perdió su lugar en el podio ante el intempestivo auge de las plataformas online. Internet aparece hoy como un monstruo de consumo que presenta desafíos –y oportunidades– por los cambios que se producen en las prácticas de sus usuarios. ¿Cuál es la amenaza real que pesa sobre la radio tal cual se la conoce?

El uso de celulares y PC para la escucha de radio es una práctica que se encuentra en crecimiento (en la última encuesta de consumos culturales de Sinca sobre 2013, aportaba el 25 por ciento de los escuchas) y que exige a las emisoras el diseño de aplicaciones para los diferentes sistemas operativos disponibles así como también la elaboración de plataformas que ofrezcan, más allá del streaming, contenidos a demanda. En esta línea se encuentra, como punta de lanza, el proyecto de Mario Pergolini y Grupo Veintitrés: Vorterix Rock. Contenidos audiovisuales, notas escritas –hasta editoriales– sobre el mundo del rock y una revista digital constituyen la amplia gama de contenidos que giran como satélites de la emisora que ocupa el 92.1 de la FM. Esta multiplataforma montada sobre un teatro en el que se realizan conciertos todos los fines de semana cuenta con diferentes estudios y una amplia gama de servicios en su kit comercial, que van desde el desdoblamiento de la publicidad entre radio y streaming hasta el diseño de contenidos diseñados en sociedad con auspiciantes.

El modelo Vorterix Rock plantea dos problemas universales para el futuro de la radio en las plataformas online: financiamiento y formatos. La multiplataforma de Mario Pergolini contó desde un comienzo con lógicas analógicas como extraer de la pauta de radio su principal financiamiento, el apoyo de un grupo multimedios y la lógica de star system para elegir sus conductores. Esto demuestra que pese a que en Noruega las frecuencias radiofónicas serán “apagadas”, en Argentina aún tienen un papel preponderante no sólo en la captación de la pauta publicitaria sino también en el consumo del medio que es del 75 por ciento (Sinca 2013). Sólo con estas dos características se entiende que surjan año a año nuevas emisoras (la última FM 89.9 Radio Con Vos producida por Martín Kweller de Endemol) y que las frecuencias formen parte de transacciones donde intervienen millones de pesos (una de las últimas involucró, justamente, al Grupo Veintitrés y a Zirna SA en la adquisición de la nueva frecuencia de Vorterix). Al factor económico hay que sumarle otro de tipo tecnológico: el mal funcionamiento de las redes móviles (3G y 4G) que impide la utilización eficaz de aplicaciones para celulares y otras plataformas móviles.

Según la Cámara Argentina de Agencias de Medios, Internet concentra el 16 por ciento de la inversión publicitaria en medios, mientras que la radio la sigue de lejos en el cuarto lugar con el 4 por ciento. Las versiones online de las emisoras compiten en este ecosistema, como todos los

medios analógicos, con las redes sociales y los buscadores más grandes. Internet también establece nuevas condiciones de consumo: usuarios activos que programan sus propios contenidos, esquivan la publicidad y se aburren fácilmente. Las webs de las radios deben explotar su condición de medio de compañía por excelencia y trasladar su capital simbólico a contenidos online. Aprovechar estas plataformas no sólo como “otra vía de difusión” de los contenidos programados, sino complementarlos con productos a demanda y multimediales que respondan a los nuevos usos.

La radio se encuentra en un proceso de transformación. La efectividad en los modelos comunicacionales de los contenidos multimediales es clave, la “televisación” de la radio parece poco efectiva en mantener la atención del navegante. Su musicalización es cosa del pasado. La competencia de otros medios como Spotify para el consumo de música realza la importancia de los periodistas en el futuro de un medio con bajas barreras de entrada, problemas de financiamiento en todos sus tipos –pública, privada, sin fin de lucro– pero muy popular.

Como dice el profesor español José Álvarez Monzoncillo en su estudio sobre el futuro de la televisión: “Se trata de hacer nuevos vinos para nuevas botellas y no intentar vender el mismo vino en distintas botellas”. Aquí, la radio está en la encrucijada de diseñar nuevos contenidos (vinos) para vender en otras plataformas (mercados) sin descuidar la materia prima radiofónica (la uva).

\* Licenciado en Comunicación Social UNQ, maestrando en Industrias Culturales (UNQ).

[VOLVER TITULARES](#)

## Cumpleaños

Abreu Acuña, Raúl	02/11/1950	Camarógrafo
Abreu Rodríguez, Marcelo Valentín	19/11/1955	Dir. Asistente
Acosta Cordero, Orestes Diosdado (David Camps)	08/11/1939	Escritor
Acosta Mederos, Anabel	27/11/1970	Locutor
Aguila Alvera, Rigoberto	18/11/1934	Asesor
Alfonso Díaz, Héctor Iluminado	29/11/1949	Productor
Alonso Cerveto, María Elena	16/11/1952	Realizador
Alvarez Palacios, Guillermo Sebastián	17/11/1952	Director
Alvarez Valdés, Armando Gregorio	17/11/1949	Director
Angulo Martin, Antonio	14/11/1973	Productor
Arrondo Aguiar, Aida Verónica	15/11/1964	Productor
Astorga Díaz, Jorge Enrique	09/11/1949	Dis. Escenog.
Bañal Ramos, Agustín	01/11/1944	Grabador
Barreda Avello, Miriam Lisbet	30/11/1968	Conductor
Barrero Fonseca, Hubert	07/11/1948	Director
Betancourt Roa, Gilda	18/11/1939	Asesor
Bueno Delgado, Mireya Esther	28/11/1953	Productor
Caballero Aranzola, Lázaro Cristobal	16/11/1970	Locutor
Cañal Calleja, Emilio Enrique del	14/11/1958	Editor
Cañizares Valdés, Juan Jorge	05/11/1958	Director
Céspedes Melgares, Myrna Cecilia	22/11/1958	Director
Ciérvides Hernández, José de la C.	01/11/1951	Director
Cordero Miló, Sebastián	10/11/1979	Director
Cremata Malbertí, Carlos Alberto	26/11/1959	Director
Cremata Malbertí, Juan Carlos	18/11/1961	Director
De la Rosa Pérez, Rosa María	13/11/1964	Locutor
De Piña Feredis, Daniel	30/11/1971	Musicalizador
Delgado Suárez, Evelio	01/11/1939	Productor
Delgado Zaporta, Carlos Alberto	06/11/1965	Director
Deschappelles Morejón, Maritza Veneranda	14/11/1954	Realizador
Díaz Cabarrouy, Mariuska	12/11/1974	Locutor
Díaz Canter, Milton	21/11/1950	Realizador
Díaz García, Estrella	04/11/1959	Crítico
Díaz Vilela, Carlos Diosdado	08/11/1940	Director
Domínguez Pita, Lourdes Ernestina	07/11/1965	Director
Espinosa Santana, Mercedes	26/11/1952	Locutor
Estévez Cortés, Camilo Osmany	14/11/1961	Productor
Estévez Pérez, Lázara Dolores (Loly)	11/11/1950	Periodista
Estrada Betancourt, José Luis	11/11/1967	Periodista
Fernández González, Olga María	14/11/1963	Productor

Fonseca Vallés, Carlos César	03/11/1946	Fotógrafo Submarino
Forcades Cuesta, Ricardo Vladimir	19/11/1965	Luminotécnico
Franco Ramírez, Joaquín Gregorio	28/11/1956	Sonidista
Fuentes Bernia, Boris	03/11/1963	Locutor
Galiana Calderón, Helga	04/11/1969	Asesor
Galiano Hadad, Carlos Fulgencio	04/11/1952	Crítico
Garcés Sigas, Carlos Manuel	02/11/1948	Crítico
García Alonso, Maira	18/11/1954	Director
García de Blanck, Nancy Esperanza	27/11/1963	Conductor
García Insausti, Esteban	24/11/1971	Director
García Macias, Ileana	11/11/1962	Asist. Direcc.
García-Espinosa Romero, Humberto	05/11/1932	Director
Gómez Chacón, César	06/11/1960	Crítico
Gonce Pascual, Carmen	06/11/1944	Crítico
González García, Martina (Marta Velazco)	01/11/1925	Locutor
González Rodríguez, Alejandro	23/11/1963	Director
Grass Marrero, Erick	02/11/1966	Diseñador
Haase John, Edward	06/11/1952	Locutor
Hernández Hernández, Sandra	22/11/1962	Productor
Hernández Mora, Juan Rainel	26/11/1963	Editor
Hernández Ponce, Manuel Luis	02/11/1959	Director
Herrera Benítez, Alberto	21/11/1937	Animación
Horruitinier Palacios, Yolanda Sofía	07/11/1945	Locutor
Hoz González, Pedro de la	19/11/1953	Crítico
Jorge Carpio, Teresita	04/11/1944	Crítico
Ladrón de Guevara Reyes, Juan Carlos	02/11/1953	Editor
Laria Torrano, Luis Ernesto	07/11/1953	Director
Lengomin Fernández, José Miguel	17/11/1952	Editor
Leyva Cisnar, Omar	07/11/1988	Realizador Efectos Digitales
Leyva Pérez, Hilda	18/11/1943	Dis. Vestuario
Liñares Fleites, Cecilia Mercedes	22/11/1954	Investigador
Manduley López, Humberto Olau	13/11/1959	Esp. Música
Martínez Arcos, Pedro Rafael	20/11/1971	Locutor
Martínez Real, Ania	16/11/1963	Director
Martínez Rodríguez, Angel Luis	30/11/1976	Escritor
Medina Albo, Alina	08/11/1966	Asist. Direcc.
Montesino Vázquez, Vilma	24/11/1950	Asesor
Monzón Ambou, Vicente	07/11/1957	Escritor
Mora Fernández, Jorge (Rudy Mora)	23/11/1965	Director
Morales Corzo, Celina	14/11/1948	Productor
Morante Lima, Alina	18/11/1968	Escritor
Moreno Plasencia, Ana Margarita	06/11/1975	Realizador

Moya Richard, Isabel Catalina	25/11/1961	Investigador
Naito López, Mario Arcadio	13/11/1948	Crítico
Nápoles Céspedes, Iván	09/11/1932	Dir. Fotografía
Ojeda Benítez, Virgen	01/11/1965	Locutor
Ordoqui Docabo, Teresa	01/11/1939	Director
Ortega Lang, Pedro Enrique	14/11/1952	Especialista
Ortega Rivera, Manuel Ramón	04/11/1984	Director
Padrón Nodarse, Frank	27/11/1958	Crítico
Pelegrino Casanovas, Ramón Andrés (Bobby)	24/11/1949	Director
Peña Hidalgo, Carlos Manuel	23/11/1957	Diseñador
Perdomo Suárez, Selegna Margarita	29/11/1963	Asesor
Pereira Brito, Daniel Cristóbal	17/11/1961	Locutor
Pérez Agulló, Jesús Severo	06/11/1939	Animación
Pérez Alfaro, Manuel Angel	29/11/1935	Animación
Pérez Alvarez, Francisco de Asís	23/11/1939	Editor
Pérez Angueira, Eliezer	17/11/1976	Asist. Direcc.
Pérez Belele, Jesús María	17/11/1952	Productor
Pérez James, Jorge Luis	09/11/1961	Director
Pérez Llera, Silvia	03/11/1950	Escritor
Pérez Romagoza, Ana Esperanza	29/11/1962	Realizador
Pérez Valdés, Fernando	19/11/1944	Director
Pérez Villarreal, Lourdes	14/11/1951	Crítico
Pierre Valero, Luis Virgilio	24/11/1968	Musicalizador
Plasencia Sigler, Mareilys	05/11/1959	Locutor
Porto Chiong, Mixael	14/11/1971	Realizador
Puente González, Félix	13/11/1934	Dis. Escenog.
Rabufetti, Alain Jean Luigi	15/11/1961	Productor
Ramírez Miranda, Marta	06/11/1945	Maquillista
Rigual Iglesias, Ileana	04/11/1960	Editor
Rivera Vicente, Nelson Cecilio	22/11/1947	Productor
Rodríguez Alvarez, Grisell	01/11/1948	Escritor
Rodríguez Aránega, Francisco	06/11/1956	Locutor
Rodríguez Estévez, Ana Isabel	01/11/1959	Asesor
Rodríguez Fernández, Raúl de Jesús	21/11/1963	Locutor
Rodríguez García, Alexis	28/11/1966	Director
Rodríguez Mendoza, Susana María	05/11/1974	Director
Rodríguez Quintero, Gonzalo Alberto	30/11/1948	Camarógrafo
Rodríguez Rodríguez, David	29/11/1965	Camarógrafo
Rodríguez Zurbarán, Nelson Lorenzo	14/11/1938	Editor
Roque González, Mara	04/11/1963	Realizador
Roque Polanco, Arletty Janet	09/11/1970	Locutor
Rosales Gómez, Raquel Albertina	21/11/1949	Asesor
Ruíz Faxas, Ernesto	12/11/1968	Conductor



Sánchez Medina, Mayra	24/11/1959	Investigador
Serrano Corrales, Rafael	25/11/1955	Locutor
Soto González, Viviana	30/11/1950	Ambientador
Suárez Gallardo, Angel Diosdado	19/11/1948	Dis. Animac.
Suárez Rodés, Lidia (Lily)	21/11/1970	Camarógrafo
Suárez Yanes, Juan Martín	11/11/1950	Periodista
Tolón Martínez, Natacha Teresa	10/11/1947	Asist. Direcc.
Torrens Vega, Carlos	04/11/1954	Escritor
Torres Martell, Raúl	11/11/1945	Escritor
Torriente Hernández, Lilian de la	13/11/1968	Realizador
Tuñón Rivero, José Agustín	13/11/1963	Camarógrafo
Ureta García, Alfredo Roberto	12/11/1971	Director
Valdés Pérez, Andrés Felipe	30/11/1961	Camarógrafo
Valdespino Sosa, Antonio	25/11/1952	Camarógrafo
Vega González, Sarah Hortensia	29/11/1968	Realizador
Vega Guerrero, Carlos Raúl de la	23/11/1979	Musicalizador
Vega Quintero, Julio Armando	20/11/1927	Escenógrafo
Velázquez Ocampo, Roberto Gregorio	28/11/1941	Director
Vera Morúa, María Teresa (Maité)	26/11/1930	Escritor
Wong Ruíz, María Virginia	11/11/1937	Escritor
Yabor Ballbé, Marta	30/11/1959	Locutor
Yanes Cabal, Indira	26/11/1971	Director
Zaldívar Rodríguez, Guillermo	18/11/1957	Diseñador
Zayas Maneiro, Rafael	08/11/1948	Grabador



**DIRECCIÓN:**  
Rosalío Arnáez



**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, La Habana, Cuba.  
CP: 10400 Teléfono: (53) 7 832 8114

Este boletín ha llegado a usted, gracias a la lista de suscripción administrada por: [crtv@uneac.co.cu](mailto:crtv@uneac.co.cu)

[VOLVER TITULARES](#)