

Cultura y política en la televisión: desafíos de lo público

Ailynn Torres Santana*

Las relaciones entre comunicación y cultura tienen un largo camino recorrido que ha situado a ambos campos de análisis en momentos de encuentros y desencuentros. Actualmente, en la producción académica sobre comunicación se reconoce que los espacios y las prácticas comunicativas son espacios de producción cultural. A su vez, el estudio de la cultura pasa cada vez más por el análisis de los procesos comunicativos, pues ellos configuran gran parte de las dinámicas sociales de nuestras naciones, condicionadas especialmente por la importación de productos de las grandes industrias culturales.

La relación entre los procesos comunicativos y culturales ocupa una parte considerable de la investigación social, que cada vez más ha sido convocada a trascender aquella visión de cultura reducida a las artes y la literatura, y aquella visión de comunicación reducida a difundir la primera. En consecuencia, la investigación social ha apuntado a mirar la comunicación como espacio de constitución e interpelación de sujetos sociales, y a comprender que en los escenarios comunicativos se construyen prácticas de producción simbólica y de constitución de subjetividades, que necesitan analizarse en el marco de los estudios de la cultura a la vez que forman parte de sus dinámicas.

Sin embargo, en muchas de nuestras naciones las políticas culturales y las políticas comunicativas no se piensan, elaboran, implementan, o evalúan integradamente. Al respecto comenta Canclini:

pocas áreas de la vida social son tan monótonas como las políticas culturales. Ocurren novedades en la cultura y en las co-

municaciones pero no son asumidas por los actores políticos de los Estados [...]. Casi la totalidad de las políticas culturales nacionales sigue restringida a los museos, la literatura y la música. (García Canclini, 2004:58)

Las políticas culturales, entendidas como el programa de intervenciones realizadas por las instituciones –estatales o civiles– destinadas a satisfacer necesidades culturales de la población y a promover el desarrollo de sus representaciones simbólicas, (Coelho, 2000) no pueden elaborarse e implementarse como algo separado de los procesos de comunicación mediática, sino que, reconociendo que tienen particularidades por lo específico de su producción, distribución y consumo, necesitan integrarlos en ellas.

El caso cubano también ha sido expresión de esta disociación. En el año 2007 se elaboró un documento conjunto entre el Ministerio de Cultura de la República de Cuba (MINCULT) y el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) que intenciona la integración, frente al desconocimiento existente en sus prácticas, de políticas culturales y comunicativas. El análisis crítico a este documento conjunto y a los procesos de comunicación mediática televisiva en el país, es el referente de los comentarios que siguen.

La televisión pública en Cuba

La privatización de los medios de comunicación ha ido en incremento a nivel global. En la llamada era neoliberal la mayoría de las cadenas televisivas del mundo son privadas y responden a las lógicas transnacionales del

* Graduada de la Facultad de Psicología en 2006. Investigadora del ICIC Juan Marinello. Dentro de sus líneas de trabajo se encuentra Cultura y Comunicación. Profesora de la Facultad de Comunicación (2006-2008) y de la Facultad de Psicología (2009) de la Universidad de la Habana. Cursa la Maestría en Ciencias de la Comunicación, por concluir en 2009. atorressantana@gmail.com.

mercado, lo cual condiciona todas sus dinámicas productivas, distributivas y de consumo.

La intención cubana de construir un proyecto político socialista ha llevado consigo la estatalización de la producción mediática en un intento de colocar en una misma línea los proyectos políticos y culturales del país. En el mencionado documento conjunto MINCULT – ICRT se refiere que:

en un contexto mundial caracterizado por la hegemonía cultural que pretende ejercer el Imperio, nuestro país debe trabajar con la mayor prioridad y coherencia para mantener la ofensiva y defender su identidad nacional y los valores y principios del socialismo. (Documento conjunto MINCULT – ICRT, 2007:2)

Las limitaciones resultantes de la situación económica deficitaria del país y del bloqueo norteamericano, en relación con las restricciones para la adquisición de producciones audiovisuales, son algunas de las causas de la depresión de la producción televisiva nacional y de las pocas opciones para la conformación de la parrilla de programación.

A ello se añaden otros elementos que intentaremos abordar en las próximas páginas. La prioridad declarada en el propio documento conjunto a los procesos de comunicación televisiva para la vida social y política del país, no es suficiente para que nuestra realidad mediática cambie. Resulta imprescindible, junto a la destinación de recursos financieros con tales fines, un análisis profundo e integrador de la situación de nuestros medios de comunicación,

en relación con nuestras proyecciones políticas, sociales y culturales.

Para ello es necesario partir de la consideración de que nuestra televisión responde muchas veces a las lógicas transnacionales del mercado, que se expresan en el predominio de una programación extranjera, con frecuencia de baja factura y producida en Estados Unidos.¹

¿De qué nos habla esto? ¿Cuáles son los resultantes?

Para pensar estas preguntas desde una perspectiva marxista, es imprescindible recurrir a la noción de hegemonía, que entiende a la cultura como espacio de (re)producción política y a la política como espacio de (re)producción cultural. La hegemonía, como los procesos a través de los cuales las clases dominantes legitiman su poder a través de la producción de consenso, habla del anclaje del poder en la vida cotidiana de los sujetos sociales.

Entonces, también como parte de los procesos de construcción y reformulación de la hegemonía, la producción televisiva es espacio de (re)producción cultural (creencias, sentidos, identidades, valores, concepciones del mundo, ideales, expectativas sobre nuestra propia vida, sobre las relaciones sociales, sobre el Estado, sobre los líderes políticos, etc.), de lucha de clases, ideológica y política, y de luchas por el poder de la representación, que es uno de los poderes más pretendidos hoy día.²

Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar social-

¹ Por ejemplo, en un estudio sobre la programación para niños/as y adolescentes de la televisión cubana durante el año 2007-2008, se evidenció que el 94% de los programas destinados a estos públicos eran programas extranjeros y de ellos el 60% de producción norteamericana. Ver: Pablo Ramos y Ailynn Torres 2008 “Género en la televisión para niños, niñas y adolescentes”. Informe de investigación. International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI) - Red UNIAL - ICIC Juan Marinello.

² Algunos autores no comparten estas ideas y consideran necesario “no ver a la cultura como algo que tiene una dimensión política, ni tampoco ver a la política como algo que es cultural; sino más bien entender que la cultura es un animador de todos los sectores de la vida social y que se necesitan políticas en el sentido de reglamentos, decretos, decisiones, etc., para impulsar, para —digamos— realizar el potencial que tiene la cultura en todos los campos de lo social [...]. No es que la cultura sea un factor necesariamente de lucha social, como era en la visión gramsciana. Es eso, desde luego, siempre la cultura es parte o es el lugar donde se hacen las luchas de interpretación. Pero lo que distingue a la política cultural en la última década es que va mucho más allá, la cultura es el gran recurso para todos los aspectos de lo social”. Ver: Lázaro I. Rodríguez y Oscar Ochoa, “Sobre políticas culturales responde George Yúdice” en *Casa de las Américas* (La Habana). No. 239.

mente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. (Martín Barbero, 2001:5)

Las relaciones de antagonismo resultantes de la propuesta televisiva, a la vez que erosionar las identidades nacionales, permiten pensar dimensiones que van desde la construcción de los proyectos de vida de los sujetos individuales y colectivos concretos, hasta las relaciones internacionales de dependencia económica, política y hoy día, también desde ello, de dependencia cultural.

La mirada a los procesos de comunicación mediática televisiva en nuestro país deja ver, por un lado, la necesidad de construcción de alternativas anticapitalistas, y, por otro, la representación de un sujeto social construido por las grandes industrias culturales que responden a la ideología neoliberal. Esto hace evidente una fractura entre los lineamientos que rigen las llamadas políticas de comunicación y las prácticas comunicativas, y una convergencia desordenada y hasta contradictoria de diversas intenciones, racionalidades y percepciones individuales y colectivas.

En la base de estos hechos puede encontrarse, entre otros elementos, dos ideas que ya se han mencionado de algún modo: una visión reducida de la cultura y una visión reducida de la política.

La visión de la cultura

En los lineamientos de trabajo que propone el documento conjunto, en lo que define como conceptos y principios generales se plantea:

continuar ampliando y profundizando el acceso a la cultura y convertir cada vez más su disfrute en parte de la vida cotidiana de nuestro pueblo, como alternativa al consumismo y a las imitaciones de los modelos de vía capitalista. (Documento conjunto MINCULT – ICRT, 2007:2)

Ideas como esta se reiteran de varios modos a lo largo de todo el documento y encuentran

comunidad en un planteamiento base: la cultura “es algo a lo que hay que acceder y llevar a la vida cotidiana de las personas”. ¿Qué visión de la cultura y lo cultural se deja ver aquí? Pensarlo de esta manera niega todo un análisis marxista de la cultura que la entiende como producción, producción social de la vida, y no solo como producción de objetos, como “producción de un sistema de relaciones sociales, y por ende, la producción misma de sujetos. Es decir, [...] también apropiación”. (Acanda, 2002:214) Esta visión de la cultura fragmenta la posibilidad de asumir nuestras prácticas comunicativas como modos de reproducción social.

Así, se habla, por ejemplo, de promover una visión cultural de la recreación y la vida cotidiana, (Documento conjunto MINCULT – ICRT, 2007) ¿qué quiere decir eso? ¿acaso hay algún modo en que la vida cotidiana y la recreación no sea cultural? Desconocer las prácticas culturales diversas de los/as cubanos/as, pensar que la cultura está fuera y hay que acceder a ella, es uno de los condicionantes de que las políticas culturales y comunicativas tiendan a una lamentable homogenización (Rodríguez, 2005) y disociación.

La visión de la política

Si estamos de acuerdo con que como espacio de producción cultural la televisión es también un espacio de (re)producción política, entonces es necesario que las políticas culturales y comunicativas trasciendan el campo exclusivo de las acciones de las instituciones del Estado y civiles. De lo contrario se deja fuera, parecería que casualmente, el campo de lo político, entendido como la capacidad y potencial necesidad de los hombres y mujeres de actuar en la constitución de cualquier tipo de poder que los/as involucre, de manera tal que puedan incluir en él sus intereses necesidades y deseos, teniendo en consideración los intereses, necesidades y deseos del/de la otro/a. Es precisamente en lo político donde se establece el carácter diferente e irreductible que la política puede asumir frente lo estatal. (Vega, 1984 en Cabrera, 2002)

Por tanto, no se trata solamente de considerar que en la televisión, por sus contenidos, se legitima una ideología, también se trata de tener en cuenta que en los modos en que ella misma se (re)produce, se hace política. Entonces, pensar en una política comunicativa revolucionaria supone trascender los aspectos de delegación y enajenación de la facultad de lo político de todos los hombres y mujeres en unos/as pocos/as, y por el contrario, recuperar la originalidad de lo político, e incluir los procesos a través de los cuales ese poder se instala en la producción espiritual de la sociedad. (Acanda, 2002) Obviar esto no es ni ha sido casual; cuando se ha hecho, ha respondido a claros intereses de dominación.³

Una visión de lo político en las políticas de comunicación implica, además, no negar, sino por el contrario, establecer conexiones con el resto de las redes comunicacionales mediáticas de los públicos, donde se incluyen las redes subalternas de comunicación. Los mercados negros de distribución de producciones audiovisuales (la mayoría de las veces foráneas y de muy baja factura, pero también de producciones nacionales, especialmente cinematográficas) es necesario analizarlos en toda su complejidad y en sus condicionantes múltiples.

La visión compleja de la cultura y de la política cuando hablamos, pensamos y hacemos televisión, es imprescindible. En América Latina esto ha derivado en el análisis de la televisión pública. En el caso cubano este debate es vital, pues, como veremos seguidamente, puede ser una alternativa coherente con la aspiración socialista de cada vez lograr mayor socialización del poder y participación ciudadana.

Desafíos de la televisión pública en el socialismo

Para construir reales caminos socialistas, es necesaria una hegemonía revolucionaria que implique, a diferencia de la hegemonía burguesa, la reformulación constante del poder y la transformación de las relaciones sociales y de la subjetividad social.

En el caso de la televisión, construir una hegemonía revolucionaria quiere decir socializarla a ella misma, socializar el poder de la representación y todos los poderes que en y desde ella se construyen, y es también garantizar y diseñar los mecanismos de participación que lo hagan posible.⁴

¿Qué quiere decir socializar la televisión? ¿Quiere decir estatizarla? ¿Se agota la socialización de la televisión con su estatización?

La respuesta socialista a esta pregunta es no. El neoliberalismo coloca al mercado como centro de la vida social, lo cual implica la expropiación del espacio público y la privatización de la vida; por otro lado, la experiencia socialista colocó al Estado como centro y no pudo estructurar una combinación adecuada entre participación, eficiencia, autonomía y equidad, los cuatro componentes esenciales de cualquier proyecto revolucionario, (Acanda, 2002:265) e indicó la necesidad de avanzar hacia un socialismo pluricéntrico, que “conduce a interpretarlo como tensión, y de estructurar un proyecto alternativo a las recetas neoliberales que no sea solo económico y político, sino también —y sobre todo— moral y cultural”. (Acanda, 2002:266)

¿Cómo esto se hace posible en la televisión? Haciéndola realmente pública. ¿Qué significa hacer de la televisión una televisión pública?

La televisión pública es pensada desde la centralidad de su papel en la formación ciudadana, en la participación y la interpelación de los públicos.

La interpelación que convoca/forma ciudadanos y el derecho a ejercer la ciudadanía

³ Hablemos aquí, solo por poner un ejemplo, de toda la tradición liberal y sus añadidos neoliberales con todo el discurso sobre la multiculturalidad y su pretensión de despolitizar la política y politizar la cultura. Ver: Héctor Díaz-Polanco 2007 *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia* (La Habana: ICIC Juan Marinello).

⁴ Recordemos que para participar es necesario una institucionalidad que garantice que la participación sea de hecho y no solo de derecho. Al respecto ver: Juan Valdés 2004 “Notas sobre la participación política en Cuba” en *Participación social en Cuba* (La Habana: Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas).

hallan su lugar propio en la televisión pública, convertida así en ámbito de participación y expresión [...] hablar de participación es juntar inextricablemente el derecho al reconocimiento social y cultural con el derecho a la expresión de todas las sensibilidades y narrativas en que se plasma a la vez la creatividad política y cultural de un país. (Rincón y Martín Barbero, 2001:11)

El carácter público de una televisión se halla ligado a la renovación permanente de las bases comunes de la cultura nacional y a la recreación audiovisual de los relatos en que se dice la cultura común, en aquellos que son cohesionadores de lo nacional y que se relacionan expresiva, constitutiva y constructivamente con la identidad cultural.

Así, la participación y el control ciudadanos de su programación, la interpelación, el diálogo intercultural, su incorporación desde las narrativas audiovisuales a las prácticas educativas formales, su conexión con lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo para la relación con los públicos, su reconocimiento y ampliación de las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de la ciudadanía, y la democracia, (Martín Barbero y Rincón, 2001:12) su postura propositiva con y desde los/as ciudadanos/as para la construcción colectiva de alternativas para todos/as, es lo que hace a la televisión realmente pública.

A esto se le añade la necesidad del reconocimiento de la diversidad de todos los sujetos sociales, lo cual solo es posible si se hace desde ellos mismos y a través de la innovación múltiples caminos para hacer televisión, que incluyan, con especial importancia, las televisoras locales.

En Cuba necesitamos analizar toda la producción sobre la televisión pública de América Latina, que es abundante y puede ofrecer mucho diálogo y puntos de contacto con nuestro país, pues nuestra televisión también incluye gran parte de esa producción de las grandes industrias culturales y además necesita pensarse teniendo en cuenta un análisis supra-

nacional, es decir, en conexión imprescindible con los contextos regional y mundial.

Síntesis y recomendaciones

Continuar en el camino de hacer de nuestra televisión una televisión realmente pública implica el concurso de todas las personas e instituciones de la sociedad, porque es a ella, en última instancia, a quien la televisión pública responde. Por tanto, es imprescindible que nuestras políticas de comunicación devengan cada vez más en ejes orientadores de la producción televisiva, y que ellas mismas se redefinan constantemente en la búsqueda de coherencia con un proyecto social alternativo y socialista.

De acuerdo con lo esbozado hasta aquí, y a modo de recomendaciones, pudieran sintetizarse algunos elementos imprescindibles que contribuyan a este objetivo:

- Continuar trabajando en la integración de las políticas culturales con las políticas de comunicación.
- Concebir a la televisión como espacio de (re)producción cultural y de (re)producción política.
- Crear mecanismos reales de participación para las personas, hacerlas partes de la producción.
- Enfatizar en la representación de los diversos sujetos sociales en sus múltiples condicionantes, contradicciones, luchas. A la vez que proponer estrategias, es decir, destacar el carácter propositivo y transformador de las propuestas.
- Resituar los debates sobre las televisoras alternativas y comunitarias para revitalizar la diversidad de sujetos sociales y sus múltiples representaciones.
- Realizar análisis supranacionales de las producciones mediáticas y especialmente de las que son seleccionadas para la conformación de la programación cubana.
- Incluir en el análisis las redes subalternas de distribución y consumo de productos audiovisuales.

Bibliografía

- Acanda, Jorge Luis 2002 *Sociedad Civil y Hegemonía* (La Habana: CIDCC Juan Marinello).
- Coelho, Teixeira 2000 *Diccionario crítico de las políticas culturales* (México: Pandora. S. A. de C. V.).
- Díaz-Polanco, Héctor 2007 *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia* (La Habana: ICIC Juan Marinello).
- Documento Conjunto MINCULT – ICRT 2007 *Acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestros valores*.
- García Canclini, Néstor 2004 “Ante la sociedad de conocimiento. Últimos desafíos de las políticas culturales” en *TELOS. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*.
- Martín-Barbero, Jesús 2001 “Claves de debate/ Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención”. En <<http://www.c3fes.net/docs/tvpublica.pdf>>. acceso 14 de mayo de 2008.
- Ramos, Pablo y Torres, Ailynn 2008 “Género en la televisión para niños, niñas y adolescentes”. Informe de investigación, International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI) - Red UNIAL - ICIC Juan Marinello.
- Rincón, Omar y Martín-Barbero, Jesús 2001 *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano* (Bogotá: Fundación Friedrich Elbert).
- Rodríguez, Lázaro I. 2005 “Las políticas públicas de cultura y la cuestión del acceso: algunas consideraciones desde la pobreza como matriz cultural”. Informe de Investigación. ICIC Juan Marinello, Ciudad de La Habana.
- Rodríguez, Lázaro I. y Ochoa, Oscar 2005 “Sobre políticas culturales responde George Yúdice” en *Casa de las Américas* (La Habana) No. 239.
- Valdés, Juan 2004 “Notas sobre la participación política en Cuba” en *Participación social en Cuba* (La Habana: Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas).
- Vega, Juan Enrique 1984 “Notas sobre lo político, la política y el estado” en *Sociología política* (La Habana. TI. Ed Félix Varela).