

Gestión, mediación institucional y consumo cultural

COLECTIVO DE AUTORES



Gestión, mediación institucional y consumo cultural

COLECTIVO DE AUTORES

Irán Cabrera Díaz de Villegas
Maira González Alonso
Suyen Pino Rodríguez
Mireya Hernández Díaz
Julia Isela Martín Martín
Yaima Mederos Jiménez
Yurima Calero Pérez
Zadi Santos Rodríguez
Ramón Alberto Manso Rodríguez
Idalmis Pérez Cabeza
Mercedes Catony Delgado
Judiel Reyes Aguilar
Aleida Rivero Villarreal
Maibelín Carrasco Pérez
Doris Madruga Torres
Héctor González Fuentes
Yakelin López Santos

2023



Atribución-NoComercial-SinDerivadas CC BY-NC-ND

Compilación: Irán Cabrera Díaz de Villegas, Doris Madruga Torres, Judiel Reyes Aguilar
Edición y corrección: Miriam Artiles Castro
Diagramación y diseño: Marvelys Marrero Fleites

© Colectivo de autores, 2023

© Sobre la presente edición:
Editorial Feijóo, 2023

ISBN 978-959-312-556-7



Editorial Samuel Feijóo, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas,
Carretera a Camajuani, km 5 ½, Santa Clara, Villa Clara, Cuba
Marzo 2023

Centro Provincial de Superación para la Cultura
«Ángel Román González Borrell» de Villa Clara



42203212



supervc@cenit.cult.cu



novedadessupervc.blogspot.com



facebook.com/superacionvc/



twitter.com/SuperacionVc

Índice

Presentación.....	7
La mediación institucional en los procesos de consumo.....	10
El consumo cultural, participación y gestión sociocultural.....	19
Participación en la programación cultural: alternativa para los estudios de consumo cultural.....	25
Un primer acercamiento a los hábitos de lectura en la población joven de la ciudad de Santa Clara, Cuba.....	33
Las TICs y el consumo cultural en los jóvenes cubanos del siglo XXI.....	44
Informatización, transformación digital y consumo cultural en Cuba.....	52
Programa de Desarrollo Cultural, principal instrumento para la concreción de la articulación entre las políticas culturales y las prácticas culturales.....	67
Relación consumo cultural-servicios culturales: Reflexiones para su transformación.....	80
Figuras.....	87
Anexos.....	97
Datos de los autores.....	100

A la memoria de Fernando Martínez Heredia,
amigo entrañable y maestro siempre.

Pero no debemos suponer que el pensamiento estará forzosamente a favor de la opción socialista. O que no haya mentes y hábitos colonizados que persigan todavía, o el autoritarismo y los viejos dogmas en nombre del socialismo, o algunos de los ideales, las formas de organización y la cultura que el propio capitalismo ha ido dejando atrás en su desarrollo. Será un campo de batalla.

FERNANDO MARTÍNEZ HEREDIA, *A la mitad del camino*

Presentación

IRÁN CABRERA DÍAZ DE VILLEGAS

La idea de realizar un curso de posgrado sobre consumo cultural estuvo dando vueltas por algún tiempo entre un grupo de especialistas del Centro de Superación para la Cultura en Villa Clara. Se hicieron consultas, búsquedas en Internet, acopio de bibliografías relacionadas con el tema; y poco a poco fue creciendo la iniciativa del proyecto. Finalmente se realizó el programa y la propuesta de curso al sistema institucional de la cultura en el año 2019 y culminó su primera edición en 2020.

De la experiencia de este proyecto, se propuso la realización de un libro que reuniría los distintos estudios y acercamientos al tema del consumo cultural, donde la proyección institucional estaría en un lugar protagónico.

También se hizo una revisión de trabajos presentados en diferentes ediciones del evento “Política Cultural, Superación y Desarrollo”, que cada dos años se realiza en el propio Centro, relacionados con el tema. En las distintas plataformas de discusión se encontraron algunas ponencias referidas a esta temática; y se incluyeron dos de ellas que darían una contribución al esfuerzo colectivo de contar con un texto de utilidad para la profundización de las políticas culturales en el actual contexto, caracterizado por una diversidad de orientaciones en lo que a consumo cultural se refiere.

Desde las últimas décadas del siglo xx hay un marcado interés por el estudio del tema. Néstor García Canclini utiliza el concepto de valor simbólico al definir el consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”. En ese sentido, el consumo de los llamados productos culturales se posibilita no solo por el predominio del valor simbólico,

sino por el manejo de estructuras simbólicas por parte del consumidor, que le permiten reconocer dicho valor.

En términos de Pierre Bourdieu: “solo realizará consumo cultural quien contara con el capital simbólico para reconocer el valor simbólico de los productos culturales”. En Cuba, en los últimos años ha aumentado el interés por estudiar las prácticas de consumo cultural, así como por profundizar en los vínculos que este tiene con los procesos de desarrollo tanto nacional, territorial, como comunitario. Abanderado en estos estudios, el Instituto de Investigación Cultural “Juan Marinello” cuenta con un equipo de investigadores dedicados de manera muy profesional a la investigación de temas relacionados con el consumo cultural.

Hoy en día existe un arsenal de estudios sobre las apropiaciones de los diferentes públicos de las manifestaciones culturales y el hábito de leer. Las políticas culturales han tratado de intervenir en la modelación de los escenarios y los comportamientos de esos públicos, quizás orientándose en la utopía de seguir construyendo ese horizonte inconcluso de la modernidad, en cuanto al papel liberador de la cultura y los saberes asociados a ella.

La era del consumo y el consumismo está promoviendo en las sociedades contemporáneas una nueva orientación de la existencia, de las satisfacciones tanto espirituales como materiales, la legitimidad de los placeres, el hedonismo. Ya parece indetenible la avalancha de materiales audiovisuales que insisten en legitimar el triunfo del mercado sobre las demás aspiraciones humanistas en que debe orientarse la sociedad. Las modas, los artificios, los productos diversos, crean un malestar dirigido a destruir cualquier sentimiento de solidaridad; y lo individual, el individualismo, exagera la condición humana.

La tendencia creciente en los diversos grupos y segmentos poblacionales, es a preferir el consumo cultural en nuevos lugares virtuales: la esfera individual, la privada y el ámbito doméstico. Ello se debe a una amplia y diversificada oferta de bienes y servicios culturales provenientes de distintos medios de comunicación, redes sociales y nuevas tecnologías digitales que han impactado de manera determinante en las nuevas formas de consumo.

Surge un modo diferente de consumo: los productos audiovisuales se consumen al interior de lo privado, de conjunto con el disfrute de las propuestas que hacen las instituciones para la variedad de públicos que se interesan por las ofertas culturales.

En la provincia de Villa Clara, independientemente de los logros alcanzados en la praxis cultural, se evidencia una desactualización en cuanto a consumos culturales, de un público que rebasa el público cautivo de las ofertas culturales ofrecidas desde lo institucional. Ello ha provocado que se ignoren prácticas que se producen como resultado de la trama de relaciones objetivas

que se están moviendo en el campo cultural y subcampos, asociadas a un capital económico no estatal creciente, que no siempre se corresponde con un capital cultural o artístico, y que se expresa en la reproducción de modelos, no valorados, a partir de criterios estéticos y de pautas auténticamente culturales y desenajenantes.

Estas consideraciones preliminares parten de algunas lecturas compartidas, y de análisis realizados sobre el tema, por los especialistas que participan en el proyecto de libro que presentamos a su consideración.

Participan en él profesores, académicos, investigadores y especialistas del sector de la cultura y la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, cuyo interés esencial está en socializar ideas y análisis sobre el consumo cultural y sus repercusiones en el ámbito social.

Esperamos que esta valiosa contribución estimule el interés por un tema de palpitante y permanente actualidad: el consumo cultural.

La mediación institucional en los procesos de consumo

MAIRA GONZÁLEZ ALONSO, SUYEN PINO RODRÍGUEZ Y MIREYA HERNÁNDEZ DÍAZ

El sistema institucional de la cultura en Villa Clara elabora programas, proyectos y sistemas de actividades, con el objetivo de transformar la vida cotidiana de los individuos, su actuación en la sociedad, modelar sus estilos de vida y establecer pautas de comportamiento, representaciones de la realidad y rescatar valores e identidades, en correspondencia con la política cultural y el proyecto social cubano.

Sin embargo, casi siempre estas propuestas tienen su base en estudios empíricos y no recurren a estudios científicos que indaguen en las necesidades y demandas de sus destinatarios. Concentran sus esfuerzos en promover los valores más arraigados de la cultura, reconocidos y legitimados históricamente, sin dar suficiente espacio a la originalidad y creatividad de los sujetos que, en la dinámica de su vida cotidiana, producen, recrean, reapropian, transforman sentidos y les otorgan nuevos contenidos.

El estudio que propone la Casa de Investigaciones y Promoción Cultural “Samuel Feijóo”, con el título de “Regularidades del Consumo cultural en los adolescentes del municipio de Santa Clara”, es de suma importancia para el proceso de toma de decisiones del sistema institucional de la cultura, puesto que pretende indagar en el diseño de la oferta cultural, desde el sistema institucional al alcance de la población, especialmente de los adolescentes de Santa Clara, y profundizar en los niveles de demanda y satisfacción de esta oferta; lo que facilitará establecer las regularidades del consumo en este grupo etéreo y, con ello, estrategias de trabajo para la inclusión, la cohesión social y calidad de vida de estas personas.

A partir de la década de los noventa en Cuba, la temática del consumo cultural se convirtió en objeto de estudio de muchos investigadores. Los antecedentes más importantes de estos en el país, son los desarrollados por el ICIC “Juan Marinello”, dentro de los que se encuentran: “Algunas tendencias sobre el consumo cultural de la población urbana en Cuba” (1998); “La población como actor de participación: un estudio de caso de la provincia de Villa Clara” (1999); “Participación social y cultura: un estudio de caso de la provincia

de Holguín” (2002); “Prácticas culturales cubanas: una mirada al interior del país” (2002); “Una mirada a los intereses literarios y a las prácticas de lectura en Cuba” (2002); “En torno a la participación: el consumo cultural cubano” (2004); “Participación y consumo cultural en Cuba” (2008); “El consumo cultural y sus prácticas en Cuba” (2010) y “Participación Cultural de la adolescencia en Cuba. Expresiones y claves para su comprensión” (Unicef, 2016).

Estos estudios consideran los procesos de consumo, en este campo, como objeto de investigación en sí mismo, a diferencia de épocas anteriores en que el concepto esencial era el de tiempo libre. Interesados no únicamente en las principales prácticas culturales de la población, sino también en los procesos socioculturales que acompañan estos comportamientos. La intención ha sido profundizar en los sujetos y su mundo de significaciones, necesidades, percepciones y representaciones sociales, como elementos imprescindibles en la concepción de estrategias realmente efectivas. Nuestro estudio se afilia a esta tendencia.

El estudio tiene su base en las tesis de diferentes autores sobre consumo cultural, es el caso de Néstor García Canclini, una de las figuras centrales de las investigaciones del consumo cultural en América Latina, quien lo considera como una práctica sociocultural donde se construyen significados, sentido de vivir. Así, lo legitima como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales, de ahí la afirmación de que sirve para pensar. Plantea que al seleccionar los bienes y apropiarnos de ellos definimos lo que consideramos públicamente valioso. El consumo, además, es visto no como la mera posesión de objetos aislados, sino como la apropiación colectiva en relaciones de solidaridad y distinción con otros, de bienes que dan satisfacción biológica y simbólica, que sirven para enviar y recibir mensajes (Canclini, 1992).

Pierre Bourdieu relaciona las características del consumo con la clase social a la que se pertenece, planteando que muchas veces el pertenecer a las clases populares equivaldría a renunciar a los beneficios y reducir las prácticas y los objetos a su función utilitaria. El gusto que, según este autor, es el modo en que la vida de cada uno se adapta a las posibilidades estilísticas ofrecidas por su condición de clase (Bourdieu, 1979).

Refiere, además, que las clases se distinguen por su posición en la estructura de la producción, pero también por la manera de usar los bienes materiales y simbólicos de una sociedad. Su acceso depende de la capacidad económica, pero, además, de la posesión o carencia de un capital cultural adquirido, básicamente, en la familia y la escuela (Bourdieu, 1990).

Martín Barbero considera que el consumo se constituye un escenario de análisis de las prácticas cotidianas de los sujetos, lugar de interiorización muda de la desigualdad social, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del

tiempo, del hábitat y de la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites, de expresión de los deseos, de la subversión de códigos de movimientos de pulsión y del gozo (Barbero, 2006).

Además, sostiene que investigar el consumo cultural equivale a redimir la creatividad de los sujetos, la complejidad de la vida cotidiana, así como el carácter interactivo y lúdico de los públicos con los medios. Esto desde el desplazamiento de las fronteras disciplinarias e integrando estrategias metodológicas (Barbero, 2006).

Es necesario destacar la contribución de estos autores en la temática estudiada y, especialmente, el reconocimiento de la participación cultural como consumo. En el caso de Canclini su crítica a las posturas conductistas, donde defiende el carácter construido de las necesidades y rechaza la concepción instrumentalista de los bienes, que supone que estos solo poseen valor de uso.

Dicho autor subraya la dimensión cultural del consumo, considerando que los bienes materiales, además de su uso práctico, también son necesarios para ser visibles y estar en las categorías de una cultura. Hace hincapié en la complejidad de un fenómeno irreductible a colecciones de gustos y antojos o compras irreflexivas, en el marco de relaciones estímulo-respuesta, sino escenario de construcción de significados y sentidos de la vida, donde se objetivan deseos, cristalizan rituales, comunican e integran y, a la vez, diferencian y distinguen, por lo que se convierten en espacio clave para la comprensión de las sociedades contemporáneas.

Por su parte, Martín Barbero desde su crítica al paradigma informacional y su elaboración de la categoría de mediaciones llega al tema del consumo, realiza su dimensión cultural y carácter no reproductivista, para interpretarlo como espacio de producción de sentidos, escenario de constitución de identidades y conformación de comunidades.

El consumo cultural es la forma de manifestación por excelencia de la participación social en la cultura, ya que la vía principal de relacionarse la población con el hecho cultural es como público (Linares, 2008).

Además, expone que el consumo cultural constituye un proceso activo donde las personas asimilan, rechazan o negocian aquello que se les ofrece, de acuerdo con sus intereses, necesidades y expectativas.

Otra categoría a tratar en este estudio es la adolescencia, definida como edad de tránsito entre la niñez y la adultez. Constituye una etapa del ciclo vital que transcurre acompañada de un conjunto de cambios psicológicos, entre los cuales se encuentran una creciente independencia en la elaboración de criterios y en la declaración de preferencias (Ibarra, 2003).

En términos generales, el adolescente se identifica por una posición so-

cial intermedia entre el niño y el adulto, en cuanto a estatus social, ya que el adolescente continúa siendo un escolar, depende económicamente de sus padres, pero posee potencialidades físicas y psíquicas muy similares a los adultos (Ibarra, 2003).

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define como período adolescente la etapa que transcurre entre los 11 y 19 años, considerándose dos fases, la adolescencia temprana de 12 a 14 años y la adolescencia tardía de 15 a 19 años (OPS/OMS, 1995).

Para la Unicef la adolescencia se divide en adolescencia temprana (de los 10 a los 14 años) y adolescencia tardía (de los 15 a los 19 años) (Unicef, 2011).

En Cuba la adolescencia se fragmenta en su concepto legal entre infancia y juventud. Por lo cual se reconoce una primera etapa que va desde los 12 hasta los 14 años, que se solapa con la infancia, y una segunda fase que cubre desde los 15 hasta los 18 años y que coincide con el inicio de la juventud (Centro de Estudios de la Juventud, 1999).

Estas mismas distinciones de edad las usa la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE, 2010) en sus estudios sobre adolescentes, así como el Centro de Investigación Cultural “Juan Marinello”, en su estudio de Consumo Cultural (Moras, Linares, Mendoza, Rivero, 2011).

El presente estudio se erige desde un posicionamiento dialéctico materialista, lo que permitirá dar cuenta de las regularidades del consumo cultural, a partir de un análisis crítico y reflexivo sobre la mediación que produce lo institucional en estos procesos, y así poder analizar la relación oferta-demanda cultural; y la mediación de lo institucional en dicha relación.

A partir de los métodos aplicados se hace un estudio exploratorio que constituyó un primer acercamiento a la problemática, intencionando al análisis del papel que juegan las instituciones en el proceso de oferta-demanda y, por tanto, en los consumos de los diferentes grupos etéreos. Ello implica una mirada actual a las relaciones sociales contentivas de las necesidades, intereses y capacidades de los sujetos y de la propia institución, como condición del mantenimiento del orden establecido.

Las instituciones constituyen modelos de relaciones sociales que ejercen una acción reguladora sobre el comportamiento humano, tales relaciones se distinguen de aquellas que son ocasionales, efímeras e inestables. La existencia de las instituciones le permite al hombre contar con una pluralidad de pautas de rol independientes, que puede oponer a las acciones naturales que emprende (Alonso y otros, 2004). Por ello la institucionalización permanente constituye toda una ley sociológica desde una mirada funcional de la sociedad.

Las instituciones culturales tampoco escapan del carácter de esta ley, lo que constituye premisa y condición necesaria para la orientación de la acción

y, con ello, la reactivación de los mecanismos institucionales que contienen la posibilidad de los sujetos para la transformación de las prácticas culturales como un proceso eminentemente político. Por tanto, un proceso de indagación vinculado a los consumos culturales no puede estar al margen de un análisis crítico de la mediación institucional; a partir del encargo político y social de las instituciones culturales en nuestro país de estimular la participación de las nuevas generaciones, con el objetivo de garantizar el relevo artístico, preservar la continuidad de tradiciones, y garantizar un elevado desarrollo cultural.

De tal manera, son las instituciones, entre otros actores, las encargadas a partir del conocimiento de las características de las prácticas culturales de los diferentes grupos sociales, sus intereses y expectativas, de desarrollar acciones tendientes a estimular los consumos.

Al realizarse un primer acercamiento a la realidad objeto de análisis resultó pertinente para el examen del comportamiento del consumo cultural de los adolescentes de Santa Clara, valorar la mediación que produce lo institucional en este proceso, pues son las instituciones, y en este caso las culturales, el medio que el estado ha concebido para el ejercicio de la actividad política y su acción reguladora, en relación con la práctica sociocultural.

Esto implica un corte analítico que, por una parte, evalúe los aspectos objetivos de la realidad y, por otra, aquellos elementos que condicionan la subjetividad de los actores involucrados, los cuales fijan los límites y posibilidades para la reproducción o transformación de la realidad social, en los marcos institucionales de la actividad que realizan.

El develar los límites y posibilidades de los sujetos, como dar cuenta de aquellos aspectos de la realidad objetiva que obstaculizan o facilitan el consumo cultural significa, por tanto, una contribución a la caracterización de este proceso en los sujetos seleccionados para el estudio.

En este sentido, la etapa de acercamiento inicial de la realidad objeto de estudio, a través de la aplicación de diferentes instrumentos de recogida de información práctica, con la correspondiente contrastación de los referentes teóricos, permitió establecer algunos elementos que, en la práctica social, potencian o facilitan el consumo cultural y donde están, intrínsecamente, enlazando la oferta y la demanda. Cabe resaltar aquí la voluntad política que se expresa en los documentos oficiales y requerimientos de los programas de desarrollo cultural relacionados con la programación cultural, su diseño, ejecución y evaluación.

De igual modo, tal voluntad política toma concreción en espacios donde participan actores de diversas instituciones, que proponen estrategias para el diseño y ejecución de la programación cultural, con el objetivo de que la población reciba un producto de calidad.

Las prioridades de trabajo que se intencionan para el sector de la cultura, establecidas por el MINCULT, están orientadas a desarrollar acciones tendientes a estimular los consumos.

Una fortaleza es que la provincia cuenta con una amplia red de instituciones, las cuales brindan servicios, tanto en zonas urbanas como rurales; y desarrollan un conjunto importante de proyectos.

Otro elemento facilitador lo constituye la existencia de un sistema de Enseñanza Artística, con una red de academias y escuelas de arte, para la formación de estudiantes en diversas manifestaciones, que una vez egresados se convierten en portadores de un saber incorporado y, de esa forma, se fortalece la relación necesaria tradición-modernidad, como vínculo inherente a la cadena propia de la sucesión cultural.

La participación de todos los segmentos sociales, con énfasis en niños, niñas y adolescentes, constituye una estrategia de salvaguarda de la herencia cultural, con el reconocimiento del valor y el aporte de la formación cultural que se deben transmitir a las nuevas generaciones.

Existencia de espacios de retroalimentación con promotores, creadores y dirigentes, sobre el comportamiento de la población, intereses, necesidades, expectativas y satisfacción con la oferta cultural, que se realiza con sistematicidad por la Dirección Municipal de Cultura de Santa Clara y la Dirección Provincial, a través de su calendario de visitas.

Desarrollo de vínculos cada vez más estrechos entre las escuelas y las instituciones culturales, refrendados en convenios que permiten la participación protagónica de la población infantil, adolescente y juvenil, en las diferentes actividades culturales programadas por las instituciones, lo cual permite desarrollar su percepción, sensibilidad estética y la necesidad de participar en ellos como creadores y espectadores.

Es de destacar la importancia que tienen las instituciones culturales para los adolescentes. En las entrevistas realizadas alegan asistir habitualmente a bibliotecas, librerías, museos, salas de cine y video, lo que demuestra la significación que tienen estos espacios para la satisfacción de su demanda.

La existencia del Centro de Superación para la Cultura y la Casa de Investigaciones y Promoción Cultural “Samuel Feijóo”, a partir de sus respectivas misiones, ha desempeñado un importante papel, desde el punto de visto docente-metodológico, en la preparación y concreción de determinadas acciones que han contribuido a la sistematización de los estudios de consumo cultural:

- Cursos, talleres y otras formas de docencia, que intencionan la preparación de especialistas, investigadores y creadores, para la realización de estudios de corte sociopsicológico, diagnósticos socioculturales y otros tipos de evaluaciones relacionadas con la programación cultural.

- Propuestas metodológicas para la evaluación de la programación cultural y de eventos que realiza la cultura en la provincia.

- La participación sistemática y directa en los procesos de evaluación de las actividades culturales y en los diferentes espacios que se han creado por la Dirección Provincial de Cultura, teniendo en cuenta formas, medios y mecanismos de las diferentes instituciones, para cumplir con las demandas de la población y así desarrollar acciones tendientes a estimular los consumos en los diferentes grupos sociales (Sondeos de opinión, Reunión de programación, Junta de Programación, Reunión de semanas y Jornadas, etc.)

Sin embargo, las prácticas culturales medidas por toda una red de instituciones se han visto condicionadas por elementos que no solo facilitan los procesos culturales, sino también aspectos que devienen obstáculos; y que son expresión de elementos potenciadores del estado de las relaciones sociales existentes.

De tal forma, una perspectiva dialéctica en el análisis de la realidad, implica asumir también que en el orden social establecido hay predominio de interpretaciones metafísicas, empirismo, fragmentación, prácticas excluyentes y clasificatorias, que limitan la participación activa de los sujetos en el desarrollo cultural.

La participación de las autoras de este trabajo, como se ha expuesto antes, en espacios para orientar el trabajo cultural, permitió apreciar la existencia de prácticas institucionales verticalistas, que limitan la acción orientadora y reguladora de la institución, la concientización de los fines del trabajo cultural, a partir de las necesidades e intereses de los sujetos; y las particularidades de los diferentes territorios en general.

Tales prácticas han establecido un sistema de relaciones sociales de dominación y subordinación, que oprime a los sujetos y los ubica en condición de objeto (lo que para nada serían acciones tendientes a estimular los consumos).

Asimismo, las concepciones asistencialistas predominantes en las estrategias de trabajo institucional, profundizan la contradicción existente entre los roles asignados por la institución a determinados sujetos vinculados al trabajo institucional y las funciones sociales que deben desarrollar, en representación de las necesidades reales de la población, depositadas en estos actores. Es el caso de actividades culturales caracterizadas¹, festejos tradicionales que han ido perdiendo su carácter popular y la posibilidad de su continuidad y conservación por las nuevas generaciones, como parte del proceso de apropiación. Entre ellos podemos mencionar los carnavales, las fiestas de la verbena de la calle Gloria, fundación de la ciudad, entre otras.

¹ *Actividades caracterizadas* es un término empleado en el sistema institucional de la cultura para referirse a acciones que son permanentes o se realizan con relativa periodicidad.

Tal fenómeno deviene contradicción respecto a las indicaciones de la política cultural, referidas a la implementación de acciones que permitan aprovechar las potencialidades colectivas de las comunidades en función de fortalecer y conservar cada tradición, realizando certámenes, desarrollando una programación de actividades caracterizadas, trabajos de mesa en equipo siempre y cuando se tenga la concepción de la autoridad del conocimiento y no la burocracia (CNCC s/f).

Existen escasos estudios de corte sociopsicológico de los públicos, a pesar de su intencionalidad por parte de las instituciones correspondientes, lo que trae como consecuencia el trabajo cultural desde un enfoque empirista; por tanto, la toma de decisiones no se corresponde con las demandas de la población (actividades sin público, exposiciones artísticas de gran calidad en salas vacías, estantes de librerías llenos de ejemplares que no se venden).

También se evidencia el formalismo y las posiciones acríicas en la aplicación de propuestas metodológicas diseñadas por la Dirección Provincial y Centros Provinciales, encargados del trabajo cultural, para el desarrollo de la programación cultural, que deja de lado las particularidades de los diferentes territorios y las diferencias entre las zonas rurales y urbanas.

Resultado de ello son las propuestas de semanas y jornadas de la cultura de los territorios, con acciones homogeneizadoras, en la cabecera y los poblados de los mismos, selección de agrupaciones musicales de otras provincias, en detrimento del movimiento de artistas aficionados y del talento de la provincia, lo que limita la divulgación de lo identitario, lo autóctono. Elementos muy importantes en la formación de las nuevas generaciones.

El profundo conocimiento de las características de las prácticas culturales de los diversos grupos poblacionales, su interés y expectativas, son requerimientos esenciales para desarrollar todo un conjunto de acciones tendientes a estimular los consumos.

Por el rol que juegan las instituciones culturales en la aplicación de la política cultural, es necesaria una mirada crítica a los modos, formas y mecanismos que utilizan, para potenciar la participación de la población en el desarrollo cultural.

Este estudio tiene como intención contribuir a enfrentar los retos que impone una realidad cambiante a los decisores, promotores y creadores del sector de la cultura, en su labor de promover la participación cultural.

La información presentada ofrece la posibilidad de aproximarnos al conocimiento de cómo los diferentes grupos sociales, en especial los adolescentes, interactúan con determinados tipos de bienes y servicios culturales.

Los resultados del proyecto aquí expuesto, así como las reflexiones derivadas del mismo, permitirán realizar recomendaciones concretas a políticas y

estrategias, con el objetivo de hacer más eficaces los procesos de socialización y democratización de la cultura.

Referencias bibliográficas

Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo S.A.

Centro de Estudios sobre la Juventud. (1999). *Cuba: Jóvenes en los 90*. La Habana: Casa Editora Abril.

García Canclini, N. (1992). *El consumo cultural en México*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Linares, C., Rivero, Y., Moras, P. (2008). Participación y consumo cultural en Cuba. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

Linares, C., Rivero, Y. y Moras, Pedro E. (2010). Participación y consumo cultural en Cuba. Ciudad de La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

Linares, C., Rivero, Y. y Moras, Pedro E. (2010). *El consumo cultural y sus prácticas en Cuba*. Ciudad de La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

Mariela Porro Fernández. (2013). Consumo Cultural de un grupo de adolescentes desvinculados de estudio y trabajo. Una experiencia en el Proyecto a+ Espacios Adolescentes de la Oficina del Historiador de La Habana: Centro de Estudios Sobre la Juventud.

Moras, P. E., Linares, C., Mendoza Y Rivero, Y. (2011). Consumo Cultural y Adolescencia en Cuba. Reflexiones a partir de una Encuesta Nacional. La Habana: Instituto Cubano de Investigaciones “Juan Marinello”.

Unicef (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia). (2011). *Estado Mundial de la Infancia 2011. La adolescencia. Una época de oportunidades*. New York: Unicef.

El consumo cultural, participación y gestión sociocultural

JULIA ISELA MARTÍN MARTÍN Y YAIMA MEDEROS JIMÉNEZ

Los profundos cambios, tanto en el orden político, cultural, económico y tecnológico, que acontecen en el mundo moderno, van marcando las pautas del consumo cultural, por lo que es un tema no agotado por investigadores, que continúan los estudios en busca de interpretaciones que den respuestas de los destinatarios, receptores o consumidores, ante las ofertas institucionales, según el modelo de desarrollo. Las crisis de las prácticas de gestión cultural, basadas en enfoques estrechos que hacen de la cultura un servicio, de las instituciones culturales y sus especialistas, medios, y los mercados de bienes y servicios culturales, se convierten en producto cultural, en mercancía. Por tanto, la gestión en este ámbito, en simple comercialización.

Todo esto ha propiciado un redimensionamiento progresivo de la atención que se presta a los públicos y a la consideración de los mismos, no solo como usuarios pasivos de la oferta de los servicios que se hacen desde estas instituciones, sino como un referente activo y selectivo a partir de concepciones y valoraciones diversas, positivas o no, presentes en dicha selección, y exigentes hacia el logro de la satisfacción, por esta vía, de sus gustos e intereses.

Desde este enfoque utilitario, condicionado por las motivaciones comerciales y la búsqueda de incremento de ganancias a partir de la cultura como negocio, se hace evidente que:

- El consumidor se redimensiona y su satisfacción se convierte en objetivo utilitario, mediante lo cual se obtienen las ganancias esperadas, lo que resulta un objetivo estratégico del proceso comercial. Recordemos aquella regla de oro del comercio que pretende destacar que “el cliente siempre tiene la razón”.
- A partir de lo anterior se hace evidente que se puede incidir conductistamente en los públicos para favorecer la demanda por estos de uno u otro producto.
- Se hace indispensable estudiar cuidadosamente las demandas y consumos, como parte significativa de la gestión cultural.

Desde la perspectiva sociocultural, se consideran varias formas de apropiación, recepción y usos de los bienes culturales y artísticos, que están mediadas por determinadas relaciones sociales, las cuales ejercen, en gran medida, una fuerza en la estructura social en relación con el consumo.

El consumo es uno de los componentes fundamentales en la construcción de las identidades sociales y los estilos de vida, ya que una sociedad que no

tenga presente las formas de consumo estará próxima a desaprovechar lo auténtico y nocivo que hay en él, que bien puede construir o destruir los vínculos de socialidad en y entre los grupos humanos.

Por tanto, es primordial, para el desarrollo social, que los sujetos sociales, tanto a nivel comunitario como institucional, conozcan las formas de consumo, pues no se concibe esta sin consumo, pero tampoco sin centrarse en el consumo mercantil, ya que entonces correría el riesgo de convertirse en instrumento de degradación, que lo llevaría a desgastar sus formas de solidaridad hasta transformarse en agregado de egoísmos excluyentes.

En los últimos años, en Cuba ha aumentado el interés por estudiar las prácticas de consumo cultural, así como profundizar en los vínculos que este tiene con los procesos de desarrollo tanto nacional, territorial como comunitario.

En este escenario la tecnología ha dejado de ser un concepto de las ciencias duras, para ser aceptada en las investigaciones de la comunicación, semiológicas, sociológicas y antropológicas, como un texto que adquiere fuerza en la experiencia cotidiana, y donde el lector también es un protagonista que debe comprometerse en la acción social, la cual está condicionada tanto por las propiedades del texto, como por la manera en que se lee.

En la actualidad se observa que las prácticas de consumo cultural emergen con mayor fuerza en los espacios privados; este fenómeno está dado por el papel de las nuevas tecnologías y otros medios de comunicación global como Internet.

Es usual que los teléfonos inteligentes tengan dispositivos que permiten la comunicación con Internet, mediante redes inalámbricas (WIFI), o la propia red telefónica (GPRS); el acceso a sistemas de geolocalización, como el GPS; acceso a las redes sociales, como Facebook, Twitter, LinkedIn. Estos “teléfonos” se han convertido en verdaderas computadoras que permiten manejar y compartir, de manera global, imágenes fijas, videos, sonido y textos, etc.

De otra parte están las redes sociales y las plataformas online, utilizadas para difundir contenidos, comunicar e intercambiar información. Además, se consultan sitios que funcionan como carteleras de espectáculos, mapas culturales relacionados con sus gustos sobre cine, música y programas televisivos.

O sea, que los condicionamientos inherentes a la propia realidad virtual acaban por tener un efecto de exterioridad en relación con el propio individuo, imponiendo y condicionando comportamientos y acciones.

Aunque existen numerosas investigaciones sobre el consumo cultural, se evidencia que sus resultados muchas veces no son aprovechados ni tenidos en cuenta como recurso para llevar a cabo procesos de gestión sociocultural participativos, en los que los sujetos se sientan comprometidos con la acción

cultural que se desarrolla y, a la vez, contrarresten la globalización de los mercados y sus efectos, las desigualdades, la exclusión social, entre otros.

Entre los estudios realizados por investigadores se encuentran los del Instituto de Investigación de la Cultura Cubana “Juan Marinello”, entre los cuales se relacionan:

El consumo cultural en Cuba: Trayectoria en su conceptualización y análisis, de la investigadora Yisel Rivero (2008), en el que la autora pone de manifiesto cómo se ha abordado el consumo cultural en Cuba; reconstruye históricamente su trayectoria y esboza los principales momentos de su desarrollo, en su vinculación con las circunstancias económicas y culturales de las épocas en que les tocó desenvolverse, el poder y los cambios sociales que implicaba una Revolución, donde la ideología y la construcción de hegemonía eran medulares (Rivero, 2008).

Este estudio cuenta con una amplia teoría al hacer un recorrido histórico en cuanto al consumo cultural en Cuba, lo cual es fundamental para llevar a cabo procesos de gestión, desde una perspectiva sociocultural.

Otra línea interesante se presenta en la *Participación y consumo cultural en Cuba*, de Cecilia Linares y un colectivo de autores (2004). Teniendo en cuenta que el proceso de guiar el desarrollo social se lleva a cabo a través de las distintas formas de organización, que se asumen en el organismo social con la comunidad, donde tiene un peso muy importante como escenario de la participación de los ciudadanos: elemento indispensable que hace posible desarrollar las capacidades humanas y estructuras, donde los actores principales son los comunitarios, los que materializan las soluciones a las distintas situaciones que allí se presentan (Linares, 2004).

Por tanto, teniendo en cuenta que en Cuba se construye un nuevo modelo de sociedad, hace que surja la demanda de promover nuevos tipos de participación, no solo en el ámbito institucional, sino también en el comunitario, una participación que parta de procesos de gestión, acordes con el proceso social que se acomete, una gestión que esté en función de implicar a los diferentes tipos de público, que sea participativa, no solo en las instituciones culturales, sino también en la identificación y solución de los problemas en su comunidad.

No puede ignorarse el marcado verticalismo, paternalismo y asistencialismo de muchos de los procesos de gestión que se dan en las instituciones socioculturales, pues en la mayoría de los casos se aplica un tratamiento estandarizado de la política cultural que, en lugar de favorecer y contribuir a la participación activa y creadora de los sujetos sociales, los reduce a simples beneficiarios de políticas públicas, lo cual, en el plano cultural, los conduce a ser consumidores de cultura.

Se conoce que varias de las instituciones culturales no constituyen espacios de participación importantes para la población, pues, aunque está contemplado en el programa de Desarrollo Cultural, en muchas de ellas se ha venido potenciando el diseño de acciones desde lo que ofertan las instituciones, pero en muchos casos no se han tenido en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de los sujetos demandantes, sino que se programa en función de lo que los programadores creen oportuno; por lo que aún existen insatisfacciones con la programación cultural de muchas de ellas, pues presentan debilidades en cuanto a la promoción de diferentes formas y niveles de participación, así como falta de atención a la diversidad cultural de la población, lo que ha traído como consecuencia una disfunción entre las metas fijadas, las tácticas implementadas y la apropiación del capital artístico por parte de los públicos.

En este caso se evidencia que existen deficiencias en los procesos de gestión que se llevan a cabo en las instituciones culturales, hay que tener presente al público en todo el proceso y ser consciente de eso para tomar decisiones e incorporarlo, de forma tal que ellos sean también protagonistas y decisores de la actividad.

A partir de este requerimiento, asumir el desempeño de la gestión cultural exige establecer relaciones de participación y cooperación, sin limitar el intercambio entre las personas, tanto con aquellos con quienes se comparte el proceso de elaboración de los productos culturales, como con quienes constituyen sus receptores potenciales.

Es necesario tener presente todos los elementos antes referidos, para gestar procesos de gestión cultural que potencien la implicación y participación de todos los actores sociales, en el diseño, ejecución y evaluación de las acciones culturales, sean estas de nivel institucional, barrial, grupal, etc.

La gestión sociocultural debe verse como un proceso a través del cual se potencia la constitución de espacios de intercambio y socialización entre los diferentes sujetos, que buscan satisfacer las necesidades de consumo cultural y con ello contribuir al desarrollo social de su localidad, a través de la conservación y difusión de la cultura local y la preservación de los valores identificativos de la cultura nacional.

Por tanto, se requiere de una gestión sociocultural comprometida, capaz de desarrollar esta capacidad en los diferentes sujetos a quienes va dirigida la acción sociocultural, que genere sentido de pertenencia, compromiso social entre los sujetos vinculados a las acciones planificadas.

Según plantea el Dr. Máximo Ricardo Gómez Castells (2013), existen carencias en el tratamiento a los juicios de gusto producidos por los servicios de museos, desconocimiento que imposibilita aplicar políticas diferenciadas de atención a visitantes que contribuyan a elevar la calidad de sus servicios.

Por otra parte, plantea que “las ofertas institucionales crean disposiciones hacia un tipo de productos que hace a la vez indiferente las necesidades culturales. Esa indiferencia en la formación y la oferta, para los tipos de sujetos, es el producto de la existencia de un público no diagnosticado, que puede hacer de las exclusiones un hábito” (Gómez Castells, 2013).

Todo lo que evidencia la necesidad de hurgar en los estudios de consumo cultural para conocer puntos claves referidos a los públicos y a los agentes institucionales, así como conocer las tendencias en el consumo cultural de la población cubana en relación con determinadas variables sociodemográficas e indagar acerca de los intereses artístico-literarios, hábitos y expectativas en torno a la actividad cultural, lo que sería la base sobre la cual se pueden promover procesos de gestión sociocultural.

Y a partir de ello diseñar procesos de gestión bien pensados, que permitan actuar ante las relaciones de los públicos con determinados campos de la cultura, así como algunas de sus interacciones y condicionamientos, y con ello contribuir a que la oferta cultural satisfaga las expectativas y objetivos de los diferentes tipos de público que se tiene o se podría tener.

Existen estudios que contribuyen a comprender las principales prácticas de consumo cultural de la población cubana y su relación con factores económicos, sociales y culturales. Los resultados permitieron revelar temas significantes sobre la tesis de que la mayoría de las prácticas culturales de la población estudiada, si bien respondían a intereses específicos, expresaban en última instancia sus desventajas económicas.

Los estudios del consumo cultural han hecho significativas las nuevas realidades socioculturales que se construyen en los espacios sociales, como elemento activo en la experiencia cotidiana de la gente y como el escenario que aparece entre la ciudadanía y las instituciones.

Por tanto, las investigaciones sobre consumo cultural continúan siendo una prioridad para la gestión sociocultural, ya que ellos aportan un conocimiento profundo sobre el comportamiento de los públicos y la audiencia, en su articulación con estructuras y procesos sociales más generales. Se acentúa su carácter activo y los rasgos propios de la producción social de significados, además de los ejes interpretativos específicos de los grupos, donde la posición del individuo en la estructura socioclasista influye en sus estrategias y códigos receptivos.

De esta manera, la recepción de los medios y las prácticas en que se concreta el consumo cultural se legitiman como áreas de indagación importantes en las agendas de las instituciones. Por lo que es evidente que apropiarse de estos estudios permitirá la planificación, ejecución y evaluación de procesos de gestión cada vez más participativos y comprometidos. Si se tiene en cuenta

que en el consumo cultural están involucrados no solo el hecho de la apropiación, sino también las variables de los usos sociales, la percepción/recepción y el reconocimiento cultural.

Referencias bibliográficas

Gómez Castells, M. (2013). *Significados atribuidos e intereses institucionales en el consumo de servicios culturales en los museos*. Universidad de Oriente. Bayamo.

Linares, C. M., Pedro y Rivero, Yisel. (2004). Prácticas culturales y actores de participación. Un estudio en Ciudad de La Habana. CIDCC “Juan Marinello”.

Rivero, Y. (2008). El consumo cultural en Cuba: Trayectoria en su conceptualización y análisis. *Revista del Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”*, No. 1.

Participación en la programación cultural: alternativa para los estudios de consumo cultural

YURIMA CALERO PÉREZ Y ZADI SANTOS RODRÍGUEZ

Las políticas culturales en Cuba, y sus adecuaciones en programas territoriales manifiestan la voluntad de alcanzar altos niveles de participación en la vida cultural; sin embargo, las prácticas institucionales demuestran que no se han logrado establecer estrategias y mecanismos efectivos para lograr una mayor implicación de la población en la concepción, planificación y organización del trabajo cultural. En nuestra provincia, Villa Clara, continúan siendo insuficientes los estudios de consumo cultural, así como los de efectividad de la programación cultural, reconocidos en el Balance Anual de la Dirección Provincial de Cultura del año 2019 (DPCVC, 2019).

Ante esta problemática, se realiza el presente estudio con el objetivo de identificar regularidades de la participación de adolescentes y jóvenes en la programación de instituciones culturales del municipio de Santa Clara.

Un objetivo fundamental de la política cultural cubana es lograr una implicación cada vez mayor de los diversos sujetos sociales, en el desarrollo de los programas y proyectos culturales. De ahí que se coincida con Alina Casanova y Ana Iris Carcasés al considerar la participación en la gestión institucional de la cultura como "...la influencia que ejercen variados actores sociales en las decisiones relacionadas con los programas y proyectos destinados a garantizar las condiciones que favorecen los procesos culturales" (Casanova y Carcasés, 2004).

En la búsqueda de los referentes acerca del tema, se encuentran estudios realizados por autores de diferentes países de América Latina, entre los que se destacan Adolfo Colombres, Héctor Santcovsky y Víctor Guédez. Los mismos realizan reflexiones teóricas sobre los procesos de la cultura, en particular la programación cultural y exponen las experiencias de prácticas culturales concretas de sus pueblos. De manera general, refieren la programación como el conjunto de acciones que realizan desde comunidades locales, ayuntamientos, grupos e instituciones culturales para ofertar al público las actividades que realizarán en las funciones previstas.

Víctor Guédez expresa una visión más amplia de la programación, en tanto la concibe como una dimensión de la gestión cultural, un proceso más amplio, integral y estratégico, en aras de lograr los fines de las políticas culturales

(Guédez, 2001). Desde este punto de vista la programación cultural viene a ser un instrumento de gestión de las políticas de las instituciones culturales públicas cubanas, concebida esta no como un momento aislado dentro del macroproceso de gestión cultural, sino como uno de los elementos del sistema que propicia las interrelaciones de las diversas expresiones artístico-culturales con los diferentes públicos, que tiene sus formas particulares de organización y ejecución y que debe ser una de las alternativas fundamentales de enriquecimiento de la vida cultural de la población.

En Cuba, los estudios referidos al tema se concentran, fundamentalmente, en el Centro Nacional de Superación para la Cultura y el Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”. Asimismo, en los Programas de Desarrollo Cultural elaborados por el MINCULT, se abordan la concepción y evaluación de la programación cultural y se reconoce esta como el proceso de diagnóstico, planificación, organización, ejecución, control y evaluación de un sistema de actividades que posibiliten la relación arte y cultura públicos, atendiendo a las necesidades, gustos, aspiraciones y demandas de la población y de los creadores, teniendo en cuenta la capacidad de gestión de las instituciones, y los espacios y recursos de que disponen para el desarrollo de la diversidad de opciones culturales en los distintos territorios (DPCVC, 2009).

Sin embargo, interpretar el significado y alcance de la participación en la gestión institucional de la cultura, parece no ser tarea fácil. Las prácticas institucionales no demuestran que se haya comprendido cabalmente por los decisores y gestores de la cultura.

Aquí se revela el elemento que media entre la contradicción entre “programación cultural” y “satisfacción de públicos”. Lo que habitualmente se ha considerado como posible solución del conflicto, son los estudios de consumo cultural, los diagnósticos de intereses, gustos y preferencias hacia los bienes culturales, con el propósito de consumirlos. Pero el consumo, la recepción, es solo el nivel básico, mínimo, de la participación.

Según García Canclini (1992), es necesario entender los patrones de percepción y comprensión a través de los cuales se relacionan los públicos con los bienes culturales, y el efecto que generan estos en su conducta cotidiana y en su cultura política. Este autor define el término de consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde, al menos, estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Citado por Rivero Baxter, 2006).

Tal definición abarca dos ejes fundamentales: de una parte, aquellos bienes específicamente culturales de carácter artístico-literario, los medios de comunicación y la cultura popular que se “ofrecen” al público; y, de otra parte,

aquellos bienes, sean estrictamente culturales o no, pero que tienen un valor simbólico para los individuos, en tanto se encuentran en estrecho vínculo con sus vidas cotidianas. Esta segunda dimensión, que reconoce las potencialidades “creativas” del sujeto en el consumo cultural, dio un vuelco a la interpretación de los procesos de recepción. Ya no se conciben personas aisladas, hechizadas por lo comunicado, sino que se remarca su potencialidad de asignar, refuncionalizar y otorgar nuevos sentidos a los mensajes, a partir de “un proceso constructivo, dialéctico y conflictivo” (Cantú, s/f).

Ciertamente, la utilización de las instituciones y espacios culturales es diferente entre los grupos sociales, y ciertos sectores se mantienen alejados de determinados tipos de producción simbólica. Los datos obtenidos en las investigaciones comentadas por Linares y otros (2008) confirman que las estructuras de gustos, expectativas y hábitos, apuntadas como tendencia en la población cubana, están lejos de reflejar las políticas culturales elaboradas. Sucede que, de hecho, cierta dinámica, propia y peculiar, parece regir el decursar de los procesos relacionados con la educación de gustos, preferencias y hábitos culturales, por lo que parecería imposible “estar siempre al día” de las variaciones en los patrones de consumo cultural para poder satisfacerlos con los programas, proyectos y programaciones culturales (Linares, Rivero y Moras, 2008).

Así y todo, los estudios de consumo cultural en Cuba son insuficientes; más aún aquellos que revelen las necesidades reales de la población a través de la indagación en la efectividad y pertinencia de los programas de desarrollo cultural. Linares y otros (2008) caracterizan la evolución temática e histórica que han tenido dichos estudios desde los años cuarenta hasta la actualidad, afirmando que se aprecian dos campos de investigación específicos: la comunicación y el tiempo libre (Linares y otros, 2008).

Los autores asumen la periodización realizada por (Alonso, 2000), que abarca una primera etapa en las décadas de los cuarenta y cincuenta, con un uso casi exclusivo de encuestas y de la variable clase social; un debilitamiento de los estudios en la década de los sesenta y principios de los setenta, con cierta preocupación por distinguir la prensa burguesa de la revolucionaria, y por sondear la imagen de dirigentes políticos; y desde finales de los setenta y la década de los ochenta, cuando se toma conciencia acerca de la necesidad de construir modelos y metodologías de investigación propias, y predominan estudios sobre audiencias en medios audiovisuales y de contenido en publicaciones periódicas. A partir de los noventa se inicia una ruptura con las trayectorias teóricas y metodológicas anteriores, un mayor respaldo institucional, una apertura hacia nuevos temas y referentes teóricos, enfatizando en el consumo como recepción activa, dependiente de estructuras y procesos sociales más generales.

Linares y otros (2008) consideran oportuno añadir a esta última etapa, la preocupación por conocer gustos, preferencias, actitudes y niveles de satisfacción del público con respecto a las manifestaciones artístico-literarias, y a valorar el papel de las instituciones culturales en la modificación de aquellos, de lo cual se ha ocupado, junto con otros centros, el Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello” (Linares y otros, 2008).

El mencionado Instituto ha realizado investigaciones sobre procesos de consumo cultural en la Bial de La Habana, Feria Internacional del Libro y la Literatura, Festivales de Teatro de La Habana y Camagüey, de Cine Latinoamericano, entre otros. En cuanto a la labor institucional, se estudió la promoción de públicos y de intereses literarios en jóvenes; hábitos literarios en bibliotecarios y librerías; labor de la prensa escrita en la promoción de público; y caracterización de residentes vinculados a la actividad cultural.

Si, a tenor con los principios de la política cultural, las instituciones persiguen crear, construir y consolidar un sistema de valores en correspondencia con el proyecto social cubano, deberían brindar espacios y condiciones para el trabajo creador, así como desarrollar en la población un interés por apreciar y apropiarse de los bienes artísticos y culturales (CNIDCC, 1998). Toda estrategia institucional debería desarrollar cuantas acciones sean necesarias para facilitar el encuentro de la diversidad subjetiva de los destinatarios, con la homogeneidad de valores a que aspira la política cultural.

En el año 2004, Casanova y Carcasés compilaron los estudios realizados hasta esa fecha, acerca de los problemas de participación en la gestión institucional de la cultura, e identificaron sus posibles causas en los modos de concebir la participación en distintos momentos del desarrollo de la política cultural; en las tendencias para conducirla en la gestión de varios territorios; y en la evaluación de este proceso en la práctica institucional de dichos territorios (Casanova y Carcasés, 2004).

Por otra parte, la Dirección de Programas del Ministerio de Cultura, haciendo un balance de los resultados de la programación en las instituciones del sistema, reconoce un conjunto de problemáticas que aún subsisten y que urge resolver, lo que constituye un importante acercamiento a la situación actual como punto de partida para la búsqueda de alternativas de solución en medio de las condiciones actuales. Entre otras dificultades se encuentra la insuficiente participación en el proceso de la programación, quiere decir la integración de todos los que intervienen en cada una de sus etapas, donde hay que resaltar que el público escasamente se incluye en ella.

En nuestra provincia continúan siendo insuficientes los estudios de consumo cultural, así como los de efectividad de la programación cultural, reconocidos en el reciente balance anual de la Dirección Provincial de Cultura (DPCVC, 2019).

Ante esta realidad, se realiza el presente estudio con el objetivo de identificar regularidades de la participación de adolescentes y jóvenes en la programación de instituciones culturales del municipio de Santa Clara.

Para ello se utiliza el método de Encuesta, con el objetivo de indagar acerca del mundo interior de adolescentes y jóvenes, y de la percepción por estos de su participación en la programación cultural. Se aplica en su variante de Cuestionario (Anexo 1).

El cuestionario de la presente investigación incluye, como Datos Generales, preguntas sobre las variables sociodemográficas: grupo etario, género, nivel educacional y ocupación principal (Anexo 2).

Las dimensiones a explorar en el mismo son: vías más frecuentes de vínculo con la cultura, formas y niveles de participación en la programación cultural, participación en las distintas fases de la programación cultural, así como componentes psicológicos de la participación (necesidades, intereses y preferencias; motivos y fines, que constituyen configuraciones psicológicas caracterizadas por una mayor estabilidad, y valoraciones generales, relacionadas con los grados de aceptación, agrado y satisfacción hacia las actividades en las que se participa.

Principales resultados

Las vías de vínculo con la cultura que más se reconocen por los adolescentes y jóvenes encuestados son los medios de comunicación masiva (86.6 %), así como los grupos de amigos y las ferias y festivales culturales (53.3 %). Resulta significativo el reconocimiento por un 33.3 % de las instituciones culturales y otras vías como formas de acceder a la cultura; en este último caso se identifican fundamentalmente las redes sociales. Se destaca negativamente, que solo el 20 % reconoce los grupos de aficionados y las actividades en la escuela como espacio de vinculación con las actividades culturales.

Los resultados permitieron identificar en los adolescentes y jóvenes la condición de público o espectador como forma mayoritaria de participación en las actividades culturales (80 %), coincidente con un nivel de pasividad; a lo que se suma que más del 65 % de los sujetos encuestados no se implica en las fases de la programación cultural.

Acerca de las valoraciones hacia las actividades culturales, se manifiesta alto reconocimiento general de su necesidad e intereses hacia las mismas (85.7 %); sin embargo, su grado de preferencias (35.7 %) es menor en relación con otro tipo de actividades. Por otra parte, a pesar de la motivación manifestada (78.5 %), no se aprecian fines y objetivos suficientemente estructurados, como para provocar estabilidad y participación consciente. En consecuencia, los altos grados de satisfacción mostrados (85.7 %), se interpretan como

“situacionales”, y no como expresión de móviles perdurables hacia esas actividades.

Contradictoriamente a lo esperado, resultados muy similares a los que se expresan en el presente estudio fueron recogidos en la investigación “Participación juvenil en la programación de las principales instituciones culturales del municipio Santa Clara” (Calero, 2010), por lo que la categoría participación en la programación cultural continúa siendo un reto para el sistema institucional de la cultura en la provincia.

En este sentido, se confirma lo que Cecilia Linares y otros investigadores plantearon desde 2008, ya que “...muchas instituciones culturales continúan reproduciéndose con esquemas de trabajo repetidos, sin tener en cuenta las verdaderas necesidades y demandas de sus destinatarios. Concentran sus esfuerzos en promover los valores más arraigados de la cultura, reconocidos y legitimados históricamente, sin dar suficientes espacios a la originalidad y creatividad de los sujetos que, en la dinámica de su vida cotidiana, producen, recrean, reapropian, transforman sentidos y les otorgan y les construyen nuevos contenidos”.

La política cultural cubana define la dirección e intencionalidad educativa que deben tener todas las influencias de su sistema institucional. La satisfacción de las necesidades espirituales del pueblo deberá lograrse a través de la formación de auténticos valores estéticos y culturales en los individuos, en correspondencia con la identidad nacional y la diversidad de expresiones culturales que se conforman en los diferentes ámbitos comunitarios. Para ello es imprescindible la participación activa de todos los sujetos sociales en la toma de decisiones de los procesos culturales.

La gestión institucional de la cultura debe garantizar la suficiente apertura, flexibilidad organizativa y comunicación horizontal y dialógica, para asegurar las coherentes y armónicas interrelaciones a establecer entre públicos, creadores y gestores, en los procesos de programación cultural institucional.

Las estrategias institucionales para propiciar una mayor participación deberían, primero, diagnosticar en qué formas y en qué niveles se ha concebido y propiciado la participación social en la gestión cultural, así como las posibilidades para elevarlos desde lo institucional (capacitación de directivos, gestores y promotores; potencialidades comunicativas de creadores; disponibilidad de recursos, etc.); y por otro lado, las particularidades socioculturales de los públicos (reales y potenciales) que están condicionando sus formas naturales de participación social, así como el posible “desarrollo próximo” de esas formas, en la dirección planteada por las políticas culturales en Cuba.

En consecuencia, es imprescindible, desde el punto de vista sociopsicológico, determinar y comprender las necesidades, aspiraciones, motivaciones,

vivencias, experiencias de los sujetos participantes de la cultura, adentrarse en los procesos comunicativos que acompañan sus intercambios simbólicos, el uso de sus espacios, el significado de sus prácticas culturales, sus patrones de percepción, sistemas de representaciones y niveles de comprensión. Cada grupo social se distingue por la pluralidad y diversidad, a pesar de su aparente homogeneidad, lo que se deriva del reconocimiento de la subjetividad individual y de las relaciones intersubjetivas que se dan en la elaboración de los proyectos de vida.

Sobre la base de estos supuestos será viable proyectar estrategias de desarrollo cultural que, desde la gestión institucional, se conecten verdaderamente con la vida y las necesidades de los públicos. Dicho propósito requiere del esfuerzo integral de diversas disciplinas científicas, las que alcanzarán a brindar respuesta a estas cuestiones, en la medida en que entrecrucen sus preguntas, métodos y conocimientos.

La condición de público o espectador resulta mayoritaria como forma de participación de adolescentes y jóvenes en las actividades culturales, lo que coincide con un elevado nivel de pasividad.

Más de la mitad de los sujetos encuestados no se implica en las fases de la programación cultural.

Se manifiesta alto reconocimiento de la necesidad e interés hacia las actividades culturales, con un menor grado de preferencia en relación con otro tipo de actividades. A pesar de la motivación manifestada, no se aprecian fines y objetivos suficientemente estructurados, como para provocar estabilidad y participación consciente. En consecuencia, los altos grados de satisfacción mostrados, se interpretan como situacionales y no como expresión de móviles perdurables hacia estas actividades.

La variable participación en la programación cultural, puede ser considerada un camino de investigación hacia el logro de una gestión institucional que asegure la real participación de la población.

Referencias bibliográficas

Alonso, M. M. (2000). La investigación de la comunicación en Cuba: préstamos teóricos para un itinerario singular. Revista *Temas*, enero-junio 2000.

Cantú, A. (s/f). Consumo, recepción y uso. Un juego de implicaciones. III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Disponible en: www.uncu.edu.ar

Casanova, A. y Carcasés, A. I. (2004). La participación en la gestión institucional de la cultura *La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano*. La Habana: Editorial Linotipia Bolívar.

CNIDCC. (1998). La población: actor de participación en el desarrollo cultural. Un estudio en la provincia de Villa Clara. Informe Final de Investigación. Villa Clara: MINCULT.

DPCVC. (2009). *La programación cultural como expresión concreta de la política cultural*. Dpto. Programas Culturales. Presentación en Power Point.

DPCVC. (2019). Informe de Balance Anual Dirección Provincial de Cultura de Villa Clara, Santa Clara.

Guédez, V. (2001). *Gerencia, Cultura y Educación*. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial Tropykos/CLACDEC.

Linares, C., Rivero, Y. y Moras, P. (2008). Participación y consumo cultural en Cuba. Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”. La Habana, Cuba.

Rivero Baxter, Y. (2006). Cuba: ¿diferenciación cultural o desigualdad social? En A. Basail Rodríguez (coord.). *Sociedad Cubana Hoy. Ensayos de Sociología Joven*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

Un primer acercamiento a los hábitos de lectura en la población joven de la ciudad de Santa Clara, Cuba

RAMÓN ALBERTO MANSO RODRÍGUEZ

A la hora de decidir las vías para crear o fomentar hábitos de lectura, se precisa de un estudio previo que ayude a determinar las variables que condicionan la implementación de esas acciones, para lograr que estas cumplan su cometido. En este sentido no solo basta con conocer lo que se lee, sino que es necesario determinar los hábitos de los usuarios con respecto a la lectura, los que condicionados por factores personales, culturales, sociales y económicos, determinan en gran medida el comportamiento de los individuos hacia la misma.

Señala Palacios (2013) que las estrategias de animación a la lectura, requieren para lograr los objetivos de dichas acciones, trabajar sobre tres aspectos fundamentales: el conocimiento de los lectores, de los materiales de lectura, y de las herramientas para la animación de los hábitos lectores. De este modo, para un desarrollo exitoso de cualquier acción que en este sentido se quiera implementar, se requiere de toda una preparación previa, encaminada fundamentalmente a la identificación en el universo de usuarios, de los lectores y los no lectores y las preferencias en la lectura, así como valorar las posibilidades de acceso a libros en diferentes soportes, tanto en papel como en digital.

Sin lugar a duda, un estudio detallado sobre el comportamiento de los usuarios, dará herramientas para comprender sus hábitos de lectura y actuar en consonancia con ello. Al respecto, las bibliotecas públicas cubanas en diferentes momentos han realizado diagnósticos de lectura, denominados *Dinámicas de la Lectura*, que básicamente consiste en conocer lo que los usuarios leen.

Estas investigaciones sirven de antecedentes al presente estudio, el cual es un poco más abarcador, pues pretende conocer no lo que los jóvenes leen, sino cuáles son sus hábitos referentes a la lectura, en cuanto a prácticas comunes de entretenimiento, frecuencia con que se lee, soportes de lectura preferidos, tipología de géneros literarios, vías de adquisición, entre otros elementos que permiten darle una nueva mirada al fenómeno de la lectura, y valorar cómo se puede incidir desde una perspectiva tecnológica a reforzar este hábito como una opción para el esparcimiento y la elevación de la cultura general.

El estudio concretamente ofrece el diagnóstico del comportamiento de los hábitos de lectura en los jóvenes de la ciudad de Santa Clara, los compara con estudios similares en otros países y establece los parámetros que han de condicionar el establecimiento de políticas y acciones que contribuyan a convertir la lectura en una opción de ocio y para el desarrollo personal y social.

Jóvenes y diagnóstico de sus Hábitos de Lectura: revisión de la literatura

En la actualidad existe una tendencia de abandonar poco a poco la evaluación de lo que se lee, o sea, la calidad de los contenidos, centrándose solamente los estudios en valorar cuánto se lee y con qué fines. En este sentido, países como Inglaterra, Estados Unidos de América y España son precursores en el desarrollo de instrumentos de sondeo, para conocer el comportamiento de los hábitos lectores en la población y poder definir estrategias que mitiguen cualquier dificultad en este sentido.

Uno de estos referentes, en cuanto a estudios sobre hábitos de lectura, es el presentado por Reynolds (1996). Dicho diagnóstico valoró las aptitudes de 9 000 jóvenes ingleses, en cuanto a la tipología de documentos que consultaban (libros, revistas y periódicos, documentos digitales, etc...), cómo seleccionaban dichos documentos, dónde los adquirirían, y además sobre los autores o géneros literarios favoritos y el lugar que ocupaba la lectura frente a otras opciones de entretenimiento. Se ha de destacar que la encuesta confeccionada para este estudio, elaborada por el *UK's National Centre for Research in Children's Literature* (NCRCL), ha sido ampliamente empleada por estudios similares en varios países.

Siguiendo los estudios para conocer los hábitos de lectura desarrollados en Inglaterra, el más reciente fue realizado por la entidad *DJS Research Limited* y comprendió una muestra de 1 500 residentes. En el sondeo se evidenció cómo alrededor de la mitad solo leen una vez por semana y que un 45 % de los encuestados prefieren la televisión o el video como opciones para el entretenimiento. De igual manera, demostró cómo la lectura contribuye a la satisfacción de las personas y a su éxito en la vida profesional; de ahí la importancia de implementar acciones de fomento de la lectura para contribuir a la erradicación de la pobreza y a la movilidad social. (Gleed, 2013)

Igualmente, resultan de interés los estudios que realiza anualmente el *Pew Research Center* para conocer, entre los jóvenes estadounidenses, sus hábitos de lectura y el uso de las bibliotecas. En el último de estos informes, se exploran, además, sus actitudes hacia las bibliotecas, la valoración de la influencia de la misma en la comunidad, el uso de las tecnologías y el papel de la biblioteca en la era digital. La encuesta fue aplicada a 6 224 americanos, comprendidos entre los 16 y más de 30 años de edad, vía telefónica y en los idiomas español e inglés. (Zickuhr & Rainie, 2014).

En el ámbito hispano, uno de los principales estudios sobre el tema es el barómetro *Hábitos de lectura y compra de libros*. Estudio que se realiza desde el año 2000 por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), de conjunto con la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura, y donde se recopila información de manera continua sobre aspectos relativos a los

hábitos de lectura de la población española; además, valora el comportamiento en la compra de libros, la cantidad de libros en los hogares, la lectura de otros medios, la asistencia a bibliotecas, el uso de Internet y la preferencia por otros hábitos de ocio o entretenimiento. La última encuesta, la de 2012, es aplicada a una muestra de alrededor de 6 700 personas, mayores de 14 años, y contactadas vía telefónica. (Federación de Gremios de Editores de España, 2013)

Al adentrarnos en el entorno cubano sobresale la investigación que, con carácter nacional, realizaron entre 2008 y 2009, un grupo de investigadores del Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello” y el Centro de Estudios de Población y Desarrollo (Moras et al., 2011), relativas a las prácticas culturales en la población joven, entre las que se incluye la lectura, y que sirven como medio de comparación, a partir de una media nacional, de los datos obtenidos en el presente estudio.

Se observa, de manera general, que los estudios de hábitos de lectura permiten valorar aspectos sociales, políticos, económicos, psicológicos e históricos inherentes a los individuos en un contexto determinado. Habitualmente estos sondeos son realizados mediante encuestas a una muestra relativamente homogénea de la población, resultando esta herramienta vital para conocer *in situ* la problemática de la lectura.

Los cuestionarios a utilizar en el sondeo deben ser continuamente perfeccionados y atemperados al desarrollo tecnológico y social, a fin de que sus resultados sean válidos para conocer el fenómeno en cuestión y sus problemáticas, y conduzcan al diseño de soluciones, tendientes a mejorar las prácticas de lectura, que es la finalidad de la aplicación de estos procedimientos.

Metodología

El estudio que se presenta tiene un enfoque mixto, predominando los elementos cuantitativos. De igual manera, por las características del objeto de estudio, el tipo de investigación es descriptiva. En él se analizan y evalúan, a partir de datos obtenidos de forma directa de la realidad, los hábitos de lectura de los jóvenes, se caracterizan, se identifican los puntos críticos que afectan este proceso, se establecen los comportamientos de las variables, y se corroboran sus posibles relaciones.

La población escogida para la investigación estuvo compuesta por los usuarios de la Biblioteca Provincial Martí, residentes en la ciudad de Santa Clara y con una edad entre 15 y 35 años. De este universo poblacional, mediante un procedimiento probabilístico estratificado, se seleccionó una muestra de 1 138 jóvenes, la cual resulta representativa para esbozar elementos generales sobre la temática objeto de estudio.

En el presente estudio se emplea como instrumento para la recogida de infor-

mación, el desarrollado por Pinto, García y Manso (2014), el cual se ajusta a los propósitos del mismo. El instrumento en cuestión, contiene de manera general indicadores relacionados con:

- Elementos demográficos, comprenden los relativos al sexo, edad y ocupación.
- Empleo del tiempo en diferentes opciones de ocio.
- Razones por las que se lee.
- Materias y géneros de lectura preferidos.
- Formas de adquisición y acceso a los materiales para la lectura.
- Formatos y soportes del texto, se mide la frecuencia de utilización de los mismos y sus preferencias a la hora de la lectura.
- Comportamiento ante Internet, fundamentalmente lo concerniente a las herramientas sociales y las potencialidades de estas para estimular la lectura y la escritura compartida.

La encuesta, del tipo semiestructura (open-closed-ended) fue aplicada entre los meses de diciembre de 2015 y abril de 2016, mediante el procedimiento PAPI (cara a cara + papel).

Hábitos de lectura en los jóvenes de la ciudad de Santa Clara, Cuba: Análisis y Discusión

Si se quieren tomar decisiones para fomentar y consolidar los hábitos de lectura entre los jóvenes, es necesario reconocer cuáles son las variables que los condicionan, en este sentido el sondeo aplicado a los usuarios jóvenes de la Biblioteca Provincial Martí dio como resultados los que seguidamente se analizan.

En la muestra la representatividad por rango de edad se comportó de la siguiente manera: el 42 % entre 21 y 25 años de edad, un 26 % entre los 15 y 20, el 19 % de 26 a 30 y el 15 % correspondió a jóvenes entre 31 y 35, considerándose una muestra homogénea a partir de que la intención de la investigación era recabar información sobre hábitos de lectura en la población joven, mayoritariamente estudiantes, que representan el por ciento mayor de usuarios que actualmente visitan la biblioteca, según las estadísticas propias de dicha institución.

En cuanto a género, la muestra estuvo representada, en ambos sexos, en por cientos cercanos a la mitad de la población estudiada por cada uno de los rangos de edad, elemento que puede apreciarse en la Figura 1. Con respecto a la ocupación, el 31 % son estudiantes, de ellos 236 usuarios del nivel medio y 113 universitarios; las otras tres categorías de ocupación concebidas: profesores, investigadores y profesionales se comportaron en un 23 % de representatividad respectivamente. (Figura 2)

Al analizar las prácticas diarias de entretenimiento se observa cómo un 94 % (n=1073) de jóvenes emplean los juegos de computadora, entre una hora diaria

y más tiempo, como alternativa para pasar su tiempo libre, seguido del video con un 86 % (n=981) y la televisión que acapara, en igual rango de tiempo, a un 75 % (n= 857) de los jóvenes encuestados. Por el contrario, respecto a la lectura solo un 58 % (n= 671) de jóvenes, en igual intervalo (entre 1 h y más tiempo), dedican espacio a esta actividad, en contra de 42 % que le dedican menos de 30 minutos; observándose de manera general que es al acto de leer al que menos tiempo se le dedica del conjunto de actividades presentadas. (Figura 3)

Según muestra la encuesta, un 49 % (n= 556) dice leer con frecuencia para mantenerse informados. Resulta también destacable del análisis de los datos arrojados en este aspecto, que un 31 % (n= 354) lo hace por razones de estudio con una frecuencia alta, y en igual sentido, otro 29 % (n=330) realiza la lectura por razones de trabajo, y en similar proporción por curiosidad. (Figura 4)

En cuanto a la lectura por entretenimiento se debe señalar que un considerable por ciento, el 49 (n= 558) de los jóvenes abordados, manifiestan que nunca o casi nunca emplean la lectura en este sentido.

Por otra parte, se destaca como género literario preferido la ficción (novelas, cuento, poesía, policíacos) con un 45 % (n= 508) de jóvenes interesados en este tipo de literatura, le siguen los temas académicos y/o de estudios con un 32 % (n= 371) y un 14 % (n=160) se sienten atraídos por otros géneros (fundamentalmente notas de prensa, curiosidades, artículos de revistas, etc...). La no ficción (testimonios, biografía, historia) resultan los temas menos predilectos, solo marcados por un 9 % (n= 99) de los participantes en el estudio. (Figura 5)

Al valorar la frecuencia de utilización por tipología documental se observa la prevalencia del empleo de audiovisuales con una frecuencia entre alta y muy alta, en un 69 % (n= 791) del total de participantes; con idéntica asiduidad se sitúan en segundo lugar los documentos electrónicos, con un 64 % (n= 735), seguidos de los medios de prensa o revista en general, que son requeridos por el 58 % (n=668), aunque se avista que este tipo de documentos ocupa el primer puesto en cuanto a una frecuencia alta. Del resto de los documentos que se consultan se destacan los libros en papel, con 51 % (n= 583) entre una frecuencia alta y muy alta y los libros electrónicos requeridos por el 47 % (n=536) en similar rango de tiempo. (Figura 6)

La prevalencia del gusto por los audiovisuales corrobora la alta incidencia en la utilización del video como uno de los medios fundamentales de entretenimiento, como se observó al principio del estudio. En contraposición, la baja utilización de los audiolibros responde en gran medida al desconocimiento de la existencia de este tipo de documentos; la gran mayoría de los encuestados lo descubrieron a raíz de la aplicación de este instrumento, manifestando su interés por conocer más sobre el mismo.

Un elemento interesante es que a pesar del predominio del uso de medios tecnológicos por parte de los encuestados, quienes en un alto por ciento emplean la

computadora como una opción para el entretenimiento, según se valoró con anterioridad, para la lectura utilizan y prefieren con frecuencia el papel, aunque con un reducido margen del 5 % en comparación con los que emplean la computadora para estos fines. Resulta interesante conocer que un 17 % (n=203) de los jóvenes participantes en el pesquisaje se sienten atraídos por emplear sus dispositivos móviles como soporte para la lectura. (Figura 7)

Las formas básicas más empleadas para la adquisición de la generalidad de las fuentes documentales presentadas en el estudio son: el préstamo de amigos o familiares (n= 1123), la descarga desde Internet (n= 1035), y por último el préstamo bibliotecario (n= 1025).

Particularizando en las fuentes más adquiridas, se tiene que como vía para obtener libros se destaca la compra (n= 355) y el préstamo de amigos o familiares (n= 225); en relación con los libros electrónicos predominan como formas: la descarga desde Internet (n= 363), el préstamo de amigos (n= 213) y la adquisición a través de los servicios de la biblioteca (n= 271). Otra fuente documental de importancia, los audiovisuales, por lo general son proveídos a través del préstamo por amigos o familiares (n= 236) o mediante su compra (n= 190). (Figura 8)

De igual manera, en el estudio se manifiesta que la principal referencia para conocer de la existencia de un libro es el consejo de amigos o familiares, con un 39 % (n= 236) de menciones, mientras que la influencia de la TV es aludida por un 17 % (n= 204), y en 16 % (n= 191) se sienten influenciados por las acciones de promoción que realiza la biblioteca. Del resto de los canales de comunicación se debe destacar la prevalencia de un 11 % (n= 175) que han conocido de la existencia de un libro por medio de las redes sociales.

El 52 % de la población encuestada (n= 591) refiere haber considerado la posibilidad de recibir ayuda, asesoría o sugerencias por parte de la biblioteca como una opción para motivarse a leer. Ahora bien, de modo general un 34 % (n= 385) de los encuestados manifiestan su preferencia por la participación en un Club de Lectura, como el tipo de ayuda que la biblioteca puede ofrecerles para motivarse a leer, seguido como segunda opción la sugerencia del bibliotecario, 26 % (n= 299), las guías de lectura, 25 % (n= 289), y solo un 15 % (n=165) reclaman la consulta al bibliotecario para ampliar sobre el tema.

Al hacer referencia a los canales de comunicación preferidos por los jóvenes como mecanismo para que la biblioteca promocióne sus colecciones, la televisión mantiene la prevalencia (22 %), seguida por los sitios de redes sociales (21 %). Aunque de modo general, se puede aseverar que todas las opciones presentadas mantienen un balance de preferencia bastante cercano unas de otras, entre uno y tres por ciento de diferencia solamente. (Figura 11)

Si la biblioteca, a partir del alto por ciento de usuarios que manifiestan su preferencia por la participación en un Club de Lectura, decidirá implementarlo de

manera virtual, deberá observar que como opciones básicas estos: en un 98 % (n= 1116) prefiere solo leer los comentarios de otros miembros del club, un 92 % (n= 1048) reclama poder descargar la versión en video del libro, el 89.8 % (n=1022) dice que valoraría los libros por sistema de puntos, y un 89 % (n= 1021) quisiera poder establecer contacto con otros lectores miembros del club. En la tabla 1 se puede observar el comportamiento del resto de las variables.

A pesar de predominar aún una cultura tradicional de emplear los textos impresos como vía para acercarse a la lectura como opción general, particularizando en los textos docentes, un 53 % (n=598) plantean de suma importancia el poder disponer de estos en soporte digital; otro grupo de encuestados, el 32 % (n= 369), reconoce este elemento como algo importante, y solo 15 % no lo considera relevante. (Figura 12)

La descarga del texto a la computadora es la opción preferida, para la lectura de un documento digital, por el 42 % (n= 481) de los jóvenes participantes en el sondeo, seguida por la impresión del mismo, en un 24 % (n= 279). La opción menos preferida es la lectura en línea, señalada solamente por el 12 % (n= 141) de los inquiridos. (Figura 13)

Destaca como forma de lectura clásica, la de leer de forma fragmentada, saltándose párrafos, con un 51 % (n= 583) de jóvenes que la realizan de esa forma, corroborando lo planteado por Cerrillo y Senís (2005) al respecto. Otro importante grupo, el 33 % (n= 377) lo hace siguiendo los hipervínculos, y un reducido número, el 15 % (n= 178), se lee la obra completamente. (Figura 14)

Comentar un libro leído		962
Sugerir lecturas a otros miembros		841
Valorar mediante sistema de puntos, el libro leído		1022
Solamente leer los comentarios		1116
Charlar con el autor del libro		942
Comunicarme personalmente con otros miembros del Club		1021
Descargar la versión del libro en formato:	Audiolibro	918
	Electrónico	737
	Película / Video	1048
Poder solicitar en la biblioteca el libro en soporte papel		948

Tabla 1. Opciones que realizaría el usuario de pertenecer a un Club de Lectura Virtual

Otro elemento que se consideró fue la pertenencia a alguna red social (Facebook, Twitter, otras...), resultando que el 43 % (n= 497) del universo de usuarios

no se encuentra inscrito en ninguno de los sitios existentes en este sentido. No obstante, un considerable grupo, el 32 % (n= 373), posee un perfil en la red social Facebook, la de mayor utilización a nivel mundial. También se ha de destacar que un 17 % (n= 201) manifiesta que están inscritos en *La Tendedera*, un proyecto de red social cubano liderado por los Joven Club de Computación y Electrónica, y cuya dificultad mayor reside en que aún es un sitio no accesible desde la red nacional, lo que puede dificultar la pertenencia de una institución, como la biblioteca, a dicha red, a la hora de implementar acciones en ella. (Figura 15)

Por último, al indagar por la participación activa en Internet al emplear esta herramienta para formular preguntas, comentar, charlar o sugerir a otros usuarios, el 37 % (n= 418) manifiesta que lo hace con mucha frecuencia, un 19 % (n= 218) lo realiza frecuentemente, y de vez en cuando un 17 % (n= 197). Sin embargo, un 26 % (n= 305) nunca o casi nunca realiza alguna de las acciones esbozadas anteriormente.

Como se muestra en los resultados anteriores, y de manera general, se puede inferir que los medios audiovisuales y la prensa son por antonomasia los tipos de documentos más consultados por los jóvenes.

Por su parte, en cuanto a los hábitos de lectura, aunque prevalece como género literario la ficción (novelas, cuentos., etc...), los encuestados suelen ser más propensos a leer fundamentalmente para mantenerse informados de los acontecimientos actuales y por razones de estudio o trabajo, que como opción de ocio. De ahí que también la lectura de temas académicos y de la prensa y revistas en general, acapara la atención de un grupo mayoritario de jóvenes.

En general, los lectores participantes en el estudio descubren y se procuran los documentos de interés, básicamente mediante la familia, amigos y compañeros o mediante la descarga desde Internet, más que por las recomendaciones que la biblioteca puede hacerles o proveerles. Aunque un gran número de estos reconoce que la biblioteca, si implementase un Club de Lectura, podría ayudarlos en este sentido.

Resaltan como medios de comunicación preferidos, como canales para la difusión de información relativa a los libros, la televisión y los sitios de redes sociales. Dada la posibilidad, de ambas vías, de llegar a un gran número de personas debe procurarse su empleo en el desarrollo de acciones para fomentar el hábito de lectura.

Finalmente, reconociendo el valor que tiene para las nuevas generaciones la lectura de forma fragmentada y su interés por participar de forma activa en sitios sociales, mediante la formulación de preguntas, comentarios, charlando o sugiriendo, se ha de considerar ofrecer acciones de fomento de la lectura que tenga presente el conjunto de elementos identificados anteriormente.

Se puede inferir que los comportamientos observados en los jóvenes residentes en la ciudad de Santa Clara y descritos en este estudio, son similares a los

detectados en investigaciones de países, como España, Inglaterra y Estados Unidos (Federación de Gremios de Editores de España, 2013; Gleed, 2013; Zickuhr & Rainie, 2014). En este sentido, por ejemplo, en Inglaterra el 45 % de la población encuestada prefiere como medios de entretenimiento la televisión y el video, un 76 % muestran interés por el libro impreso y el 58 % adquiere los libros mediante la recomendación de amigos y familiares.

Por su parte, entre los jóvenes norteamericanos se da el fenómeno de la lectura por razones de estudio, como elemento fundamental que induce al incremento de los lectores. También aparece un grupo representativo, el 73 %, que prefiere los libros impresos; la televisión y el video acapara la preferencia del 71 %, y la visita a redes sociales es práctica habitual para el 90 % de los encuestados.

En el caso de España, también acapara la atención de los jóvenes como opción de ocio, el escuchar música, la radio o ver videos. En cuanto a la preferencia de los soportes, el mayor por ciento prefiere la lectura impresa; de igual manera sobresalen por estudio y trabajo, y entre los materiales de lectura preferidos se encuentran la prensa y los blog y foros. Asimismo, se observa que una de las principales vías de acceso a los libros es mediante regalos, préstamos de amigos o familiares y la descarga de Internet; y, por último, existe similitud en el uso de Internet, que generalmente es aprovechado para la búsqueda de información y el acceso a redes sociales.

Es así que la investigación demuestra el vínculo “significativo” entre los hábitos de lectura en contextos diferentes, fenómeno que puede estar asociado al impacto de la globalización en el sector cultural y la influencia de las tecnologías y los medios de comunicación, dando lugar a que se adquieren nuevos hábitos de comunicación, información y hasta de entretenimiento, elemento que debe tomarse como el punto clave para el desarrollo de estrategias o acciones en el camino para el fomento de hábitos de lectura en los jóvenes, como una opción para el ocio.

Igualmente se corrobora la existencia de cierta falta de hábito lector entre los jóvenes, elemento que puede convertirse en un factor que les impida un mejor desenvolvimiento tanto en lo profesional como en lo social. De ahí que las políticas han de centrarse en corregir esta deficiencia y procurar la adquisición de habilidades de comprensión lectora y del hábito de lectura para evitar el empobrecimiento y la inclusión.

Se evidencia la necesidad de reconocer los elementos que caracterizan al actual usuario de las bibliotecas y centros de información, con la finalidad de mejorar, potenciar y ampliar las actividades de fomento del hábito de lectura que en estas instituciones se realizan. Además, se ha de valorar las tendencias actuales en el comportamiento de los lectores, promovida por la asimilación de nuevos dispositivos electrónicos, la supremacía de una cultura más visual que textual y la variedad de opciones donde pasar el tiempo libre y ratos de

ocio, elementos todos que constituyen un reto para el trabajo de fomento de la lectura desde la biblioteca.

Al valorar las tendencias en el comportamiento de los usuarios y sus hábitos, en los jóvenes residentes en la ciudad de Santa Clara, se corrobora la similitud de estos con los descritos en estudios desarrollados en otros países, fundamentalmente vinculados al uso prolífero de las tecnologías y en sus hábitos de comunicación y de entretenimiento, elementos que resultan claves a la hora de implementar un conjunto de acciones para el fomento de hábitos de lectura.

De manera general se puede concluir que:

- Los sondeos de hábitos de lectura en la actualidad miden por qué y para qué se lee, abandonando la costumbre de evaluar los títulos más leídos.
- La aplicación de instrumentos de sondeo de hábitos de lectura es práctica habitual en países como Estados Unidos, Inglaterra y España.
- El diagnóstico de hábitos de lectura es una herramienta vital para el diseño de soluciones, tendientes a mejorar las prácticas de lectura.
- Se demuestra la influencia de la globalización de la cultura, el desarrollo tecnológico y los medios de comunicación en los hábitos de lectura de los jóvenes.
- Como utilidad para la teoría, se presenta un instrumento para el diagnóstico de hábitos de lectura aplicable en cualquier contexto.
- Evidencia la necesidad de diagnosticar los hábitos de lectura en el universo de usuarios que la biblioteca atiende antes de diseñar políticas y estrategias de fomento de la lectura.
- Desde una implicación para la práctica se presenta el diagnóstico de hábitos de lectura en el contexto de un país en vías de desarrollo, el cual sirve de base para establecer procederes y generalizarlos según las potencialidades de cualquier organización de información.

Referencias bibliográficas

Federación de Gremios de Editores de España. (2013). *Hábitos de Lectura y Compra de libros en España 2012*. Madrid: Conecta.

Gleed, Alasdair (2013). BookTrust Reading Habits Survey 2013: A national survey of reading habits and attitudes to books amongst adults in England. London: DJS Research Limited. Disponible en: <http://www.djsresearch.co.uk>

Moras, P.E. et al. (2011). Consumo Cultural y Adolescencia en Cuba: Reflexiones a partir de una Encuesta Nacional. La Habana, Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

Palacios Almendro, M. E. (2013). El Plan Lector y la animación lectora.

Memorias Congreso Internacional Lectura 2013: Para leer el XXI. La Habana, octubre 22-26, 2013.

Pinto Molina, M.; García Marco, F. J.; Manso Rodríguez, R. A. (2014). *La lectura digital en las bibliotecas públicas: promoción y gestión del cambio.* Buenos Aires: Editorial Alfagrama.

Reynolds, K. (1996). *Young People's Reading at the End of the Century.* London: BookTrust and the British Library.

Zickuhr, K. & L. Rainie (2014). Younger Americans and Public Libraries. Pew Research Center's. Disponible en: <http://www.pewinternet.org/2014/09/10/younger-americans-and-public-libraries/>

Las TICs y el consumo cultural en los jóvenes cubanos del siglo XXI

IDALMIS PÉREZ CABEZA Y MERCEDES CATONY DELGADO

El siglo XXI ha sido marcado por la era posmoderna que ha penetrado los diferentes núcleos de la sociedad y sus límites colindantes, y que se expresa en una revolución de lo cotidiano, en un desencanto, en el tiempo no del otro, sino del yo propio, en lo heterogéneo, en lo prohibido, en el narcisismo, muy distante de lo que fue el prometeísmo o sisifismo; en el desgajamiento que origina la pluralidad de formas que desvalorizan lo que instauró la modernidad hace más de quinientos años. En este sentido, el discurso posmoderno ha impactado en la sociedad internacional y esta sociedad ha estado acelerada por el proceso globalizador en el cual las nuevas tecnologías son herramientas fundamentales que le sirven de sustento. Así, la política posmoderna es producto de fenómenos complejos y contradictorios, donde su lado positivo es el insistente recordatorio de la complejidad del mundo que habitamos, donde se barajan a la par el impacto de las nuevas tecnologías y la Era de la Información, la Globalización y la transformación cultural (Rodríguez Cruz y Bezerra Neto, 2019)

Las Tecnologías de la información y las comunicaciones, conocidas con las siglas TICs, son el conjunto de medios (radio, televisión y telefonía convencional) de comunicación y las aplicaciones de información que permiten la captura, producción, almacenamiento, tratamiento, y presentación de informaciones en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. Las TICs incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual. Además, también son conocidas como el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información. Como ejemplo de TICs tenemos: la televisión por cable, los discos de video, los satélites, el telefax, las redes de computadoras, el procesamiento de información por computadora, los interruptores digitales, las fibras ópticas, los láseres, la reproducción electrostática, la televisión de pantalla grande y alta definición, los teléfonos portátiles y los nuevos procedimientos de impresión, cuyos fundamentos son las telecomunicaciones, la informática y la tecnología audiovisual.

Las TICs es un fenómeno que ha invadido todos los sectores de la vida, desde el trabajo hasta el ocio, los procesos de enseñanza y aprendizaje que se realizan en los diferentes niveles de educación, la economía, porque permiten

generar riqueza a distancia y en red superando las fronteras geográficas y políticas. Han impuesto también un cambio en las relaciones laborales, económicas, culturales y sociales, y un cambio en la forma de pensar de los propios individuos.

La industria moderna de las TICs ha desatado hoy nuevas polémicas. Una de ellas se relaciona con el papel que están jugando las llamadas nuevas tecnologías en el campo de los medios de comunicación, que han desplazado paulatinamente las tradicionales formas de comunicación e interacción social, el consumo y uso de los viejos medios. Otras se refieren al impacto que puede o no tener en los comportamientos de las personas, en los patrones de las relaciones interpersonales y todos los aspectos de la esfera pública y privada, en los valores sociales y en las ideologías, entre otras.

La posmodernidad imbrica a la era de la información, y sus principales aportes científico-tecnológicos, les sirven como cimiento fundamental para su transformación. (Rodríguez Cruz y Bezerra Neto, 2019).

En este contexto son muchos los esfuerzos que realiza el estado cubano para desarrollar la informatización de la sociedad a partir de la utilización ordenada y masiva de las tecnologías de la información y las comunicaciones en todas las esferas de la sociedad, en su esfuerzo por lograr cada vez más eficacia y eficiencia en todos los procesos y, por consiguiente, mayor generación de riqueza y aumento en la calidad de vida de los ciudadanos. Son los más jóvenes los que la utilizan de forma decidida y radical, y, en muchos casos, su vida puede interpretarse como una continua intercomunicación mediante el móvil, el correo electrónico, el Whatsapp, Facebook, Instagrander, Youtube, Twitter, entre otras redes sociales posicionadas en Internet.

Para los jóvenes estos recursos son más que entretenimiento, los consideran instrumentos básicos de comunicación. No tener móvil representa un inconveniente, limita las posibilidades de relación con sus iguales. Entonces no están en situación de igualdad con sus compañeros, no pueden dar ni recibir información, por lo que este elemento puede ser significativo para no estar integrado al grupo.

Al hablar de posmodernidad, nos estamos también refiriendo a una sociedad en la que los individuos están en búsqueda de la diferenciación tanto de sus estilos de vida como de su forma de pensar y de actuar, y es en esta época que al consumo se le otorga el poder de constructor de las identidades de las clases sociales tradicionales (Melchor Cardona, 2014).

Los consumidores posmodernos se apropian de los productos o servicios dependiendo de lo que estos simbolizan para ellos; y es a partir de estos valores simbólicos otorgados que los sujetos interactúan y le dan vida a sus relaciones, construyendo su identidad y sus diferencias. Se define entonces el consumo

simbólico como otra característica del consumo posmoderno que implica la importancia que el consumidor les otorga a los demás respecto a la valoración simbólica que le atribuye a los productos como instrumentos de interacción social (Melchor Cardona, 2014). En este sentido, López Bello (2007) plantea que los individuos posmodernos eligen los objetos de consumo no por sus características utilitarias, sino por lo que ellos significan.

El término de consumo cultural proviene del movimiento sociológico latinoamericano, fundamentalmente de Néstor García Canclini, y es importante destacar sus características porque puede confundirse con la acepción dirigida al consumismo, ese uso irracional e irreflexivo que pueden tener determinados productos a partir de la estrategia de mercado.

Para García Canclini, todos los actos de consumo son hechos culturales, pero la distinción de consumos culturales “se justifica debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad” (Canclini, 1999). Define consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Canclini, 1999). Sus características fundamentales —la heterogeneidad y la hibridación de consumos debidas en parte a la expansión y diversificación de los mercados— no eliminan las desigualdades sociales, que “se manifiestan y reproducen en las distinciones simbólicas que separan a los consumidores” (Canclini, 1999).

Según el autor, “la historia de los consumos muestra una interacción dinámica, abierta y creativa entre (varios) proyectos de modelación social y (varios) estilos de apropiación y uso de los productos”. El consumo de bienes culturales está mediado por algunos “escenarios reinterpretores”, como la familia, la escuela o el barrio, que condicionarán los “movimientos de asimilación, rechazo, negociación y refuncionalización”, generando sentidos inesperados. “Cada objeto destinado a ser consumido es un texto abierto, que exige la cooperación del lector, del espectador, del usuario, para ser completado y significado” (Canclini, 1999). Para García Canclini, el consumo llega a brindar una idea de nación, ya que esta “es, en parte, una comunidad hermenéutica de consumidores. Aun cuando los bienes que no son compartidos por todos son significativos para la mayoría. Las diferencias y desigualdades se asientan en un régimen de transacciones que hace posible la coexistencia entre etnias, clases y grupos” (Canclini, 1999). Sin embargo, la agudización de la segmentación desigual de los consumos afecta indudablemente la democratización política y la participación de la mayoría. Para este autor, el estudio de los consumos culturales resulta de importancia estratégica para reflexionar acerca del tipo de sociedad que queremos y cómo participamos en la construcción social

de sentidos.

En el contexto cubano actual el consumo cultural se ha desplazado hacia ámbitos no institucionales. Este tránsito está asociado, entre otras causas, al auge de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) y la facilidad que introducen en la producción, distribución y consumo de productos y servicios culturales. Por lo que es oportuno mostrar las tácticas y estrategias que ponen en juego los sujetos para configurar de manera autónoma sus consumos culturales, lo que puede estar reflejando la capacidad e ingenio de los mismos para acceder a niveles de participación más activos, fundamentalmente entre los adolescentes y jóvenes.

Este trabajo tiene como objetivo analizar las prácticas de consumo cultural de los adolescentes y jóvenes mediadas por las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Las TICs y el consumo cultural en los jóvenes cubanos del siglo XXI

El uso de las TICs ha provocado cambios profundos en la sociedad, por lo que es casi imposible imaginar la vida cotidiana sin ellas, más allá de la información o la inmediatez de comunicación que facilitan. Las TICs suponen una ruptura en cuanto a las formas de relación y comunicación, se han convertido en el contexto donde se desarrolla parte de la vida social.

En este sentido es necesario destacar que, a pesar del esfuerzo del estado cubano por lograr avanzar el proceso de informatización en la sociedad, Cuba continúa en un contexto desfavorecido tecnológicamente, pues el acceso de todos a estas tecnologías depende en gran medida de la tenencia personal de las mismas, del nivel económico, del lugar de residencia, entre otros. A pesar de ello la población juvenil cubana ha adquirido las habilidades tecnológicas necesarias para interactuar con tecnologías digitales a las que no todos tienen acceso. Así, una inmensa mayoría de la juventud y adolescencia cubanas han logrado apropiarse de las competencias necesarias para hacer un consumo crítico y creativo de bienes y servicios culturales propios de los mercados informales; pero también para configurar sus propios consumos culturales, que denotan prácticas de participación de mayor implicación. Son los jóvenes los que más cultura consumen, los que están más digitalizados, y también los que irán marcando la tendencia de los consumos culturales del futuro.

En el trabajo periodístico presentado en (*Juventud Rebelde*, 2018) y basado en una investigación exploratoria a nivel nacional sobre el uso actual de las TICs, desarrollada por el Centro de Estudios sobre la Juventud, se señala que en la adolescencia y la juventud se aprecia un incremento del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), por lo que es ne-

cesario conocer el uso que dan ellos a estas tecnologías, destacando las más empleadas, vías, preferencias y motivos que inciden en su uso, frecuencia con que lo hacen, formas y lugares en que han aprendido a usarlas, además de la importancia que tienen en su vida cotidiana.

El estudio se realizó con 1 897 adolescentes y jóvenes de 12 a 34 años de edad de todo el país, incluyendo el municipio especial Isla de la Juventud. El 45,0 % son adolescentes, y el 55,0 % jóvenes.

Entre los datos más significativos señalados se encuentran:

- El 36 % de los adolescentes y jóvenes cubanos obtuvieron su primer teléfono móvil entre los 15 y los 19 años.
- El 50,2 % de los adolescentes y jóvenes utiliza las tecnologías diariamente y el 26,3 % solo cuando tiene la posibilidad.
- La computadora es el medio tecnológico que utilizan los adolescentes y jóvenes cubanos prácticamente en todos los lugares.
- En la semana el 83,9 % de los adolescentes y jóvenes cubanos usa diariamente el teléfono móvil.
- El 53,7 % de los adolescentes y jóvenes cubanos usa la laptop para estudiar, el 26,7% utiliza la computadora para trabajar, el 49,3 % emplea el tablet, el teléfono móvil y la laptop para el entretenimiento.
- El 70,6 % destina el móvil para comunicarse, el 62,6 % prefiere el reproductor portátil y el 46,7 % usa el celular para escuchar música.
- El 59,9 % de los adolescentes y jóvenes cubanos define su nivel de manejo de tecnologías informáticos con la categoría alto.
- El 69,7 % de los adolescentes y jóvenes cubanos aprende a usar las tecnologías informáticas por sí mismos y el 47,1 % lo hace con ayuda de sus amigos.
- El teléfono móvil es la tecnología más utilizada por los adolescentes y jóvenes cubanos para acceder a la red de redes (78,2 %).

Todo esto corrobora que las prácticas de consumo cultural en la juventud y adolescencia cubanas de hoy están necesariamente mediadas por las nuevas tecnologías, lo que trae consigo que estos grupos generacionales decidan elegir qué, cómo, cuándo y dónde consumir a partir de su selección individual y donde en ocasiones no prima el sentido crítico ni selectivo, sino la más profunda banalidad.

El uso de la televisión, Internet, redes sociales, los medios impresos, el cine, el consumo del paquete semanal, el empleo de dispositivos móviles, entre otros, son herramientas de comunicación con gran influencia en la conducta y en los hábitos de los jóvenes. Es por ello que las influencias recibidas marcarán gran parte de sus gustos y preferencias, incluido el consumo cultural que de las TICs se realice.

El impacto de las tecnologías sobre el consumo juvenil sigue despertando argumentos a favor y en contra. Si bien hay formas de consumo que pueden ser perjudiciales, que existe la adicción a las computadoras y otros efectos negativos, no se debe olvidar que los jóvenes participan activamente de la selección, recontextualización y redefinición de las tecnologías.

En este sentido, los contextos culturales suponen una mediación social en la interacción de los sujetos con las TICs, que permiten comprender el impacto de estas. Las mediaciones en el consumo audiovisual son el conjunto de procesos socioculturales en los que se realiza la apropiación; y los usos de los medios audiovisuales como la radio, TV, cine, el DVD, PC/Internet donde los hábitos de consumo están relacionados con la educación social y familiar. Por otra parte, la tecnología por sí sola no produce determinados cambios o efectos, o es una amenaza, pues se trata de una práctica social. Los diferentes resultados que produce se vinculan con las conductas y valores aprendidos y los significados que los usuarios les otorgan a las TICs durante el proceso de interacción y de relación con ellas. Los aparatos pueden reducir la brecha digital de primer orden (el acceso a las TICs), pero no garantizan, por consiguiente, avances en el desarrollo de ciertas habilidades, cambios en el aprendizaje, en los valores, entre otros.

Ante esta situación le corresponde a la institucionalidad cultural cubana no imponer ni asumir una actitud hipercrítica ante las propuestas que en estos medios se consume, sino rediseñar, repensar sus propuestas culturales, elevar la calidad de la programación cultural, con el objetivo de lograr educar el gusto estético y artístico de los más jóvenes, así como lograr un mayor acercamiento a instituciones culturales como el cine, los museos, casas de cultura, galerías, entre otras.

Pero también la influencia de las TICs en la vida juvenil pasa a través de los padres, aun cuando ellos no sean conscientes del papel mediador que desempeñan. El contexto sociocultural en el que se produce la recepción del mensaje, el uso de determinados medios tecnológicos, desempeña un papel importante en los efectos que estos producen sobre los jóvenes; los resultados, ya sean positivos o negativos, dependen de cómo actúe la familia como filtro mediador (Rodríguez Cruz y Bezerra Neto, 2019).

La familia, como mediadora, debe convertirse en un dispositivo que filtra las influencias externas, tanto de los medios como de otros agentes, mediante procesos de recodificación y transformación; condicionar en parte el escenario de consumo que a su vez está mediatizado por el uso de la tecnología; ser el contexto principal en el que se produce la interacción de los públicos juveniles con los medios, y en el cual se origina la asimilación de sentidos y significaciones por los jóvenes; debe ser referente

para la socialización de los hijos en el uso de las TICs, y no dejarlos solos de la mano del grupo de iguales o de las instituciones culturales o de otra índole.

Las prácticas de consumo cultural informal se han mantenido en el tiempo y su principal atractivo es que los individuos tienen el control sobre la elección, el momento y el modo de consumo del bien o servicio cultural elegido. Se trata de la autonomía y libertad que le otorgan a los sujetos para escoger programas, crear un espacio y delimitar el tiempo de consumo.

Finalmente, a modo de sistematización determinamos lo siguiente:

- En la era posmoderna las nuevas tecnologías de la información y la comunicación tienen un gran impacto social.
- Los consumidores posmodernos se apropian de los productos o servicios dependiendo de lo que estos simbolicen para ellos; y es a partir de estos valores simbólicos otorgados que los sujetos interactúan y le dan vida a sus relaciones, construyendo su identidad y sus diferencias.
- En el contexto cubano actual el consumo cultural se ha desplazado hacia ámbitos no institucionales.
- El consumo cultural de los jóvenes cubanos de hoy está mediado en gran medida por la utilización de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Les corresponde a las instituciones culturales cubanas rediseñar y repensar su programación cultural para educar el gusto estético de los jóvenes.
- La familia también juega un papel importante en la forma en que los más jóvenes utilizan y se apropian de los contenidos que adquieren a través de las TICs.

Referencias bibliográficas

Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95.

Juventud Rebelde. (2018). Juventud y tecnologías: breve panorámica de los adolescentes y jóvenes y el uso de las tecnologías de información y la comunicación, *Juventud Rebelde*, 7 de febrero de 2018. Disponible en www.juventudrebelde.cu/ciencia-tecnica/2018-02-07/juventud-y-tecnologia.

Melchor Cardona, M. (2014). El consumo en la postmodernidad. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 7 (1), 89-110.

Rodríguez Cruz, J. C. y Bezerra Neto, L. (2019). Posmodernidad y

las nuevas tecnologías en los contextos educativos cubano y brasileño. *Revista Exitus, Santarém/PA*, 9, N° 3, 506-520. Disponible en www.researchgate.net/publication/334182214_La_posmodernidad

Informatización, transformación digital y consumo cultural en Cuba

JUDIEL REYES AGUILAR Y ALEIDA RIVERO VILLARREAL

La “Informatización” se define como un proceso planeado en el que se implementan las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones (TICs) para aumentar la eficiencia y eficacia de determinado sector económico o social. Cuando se habla de “Informatización de la Sociedad” nos estamos refiriendo entonces al uso ordenado y masivo de las TICs en todos los sectores productivos y sociales de un territorio, con el fin de lograr una mayor generación de riqueza y elevar los índices de calidad de vida de los ciudadanos. A medida que los procesos de informatización van escalando en un determinado renglón, van generando cambios en la forma de gestión y desarrollo del mismo. Estamos en presencia entonces de una “Transformación Digital”.

El uso de las TICs en la sociedad ha dado lugar a mayores oportunidades para transformar y cambiar los modelos de negocio, las estructuras socioeconómicas, las medidas legales y políticas, los patrones organizacionales y las barreras culturales existentes hasta el momento.

En el último quinquenio, Cuba ha impulsado un programa de acciones estatales para la Informatización de la Sociedad, rectorado por la “Política integral para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad en Cuba” aprobada por el Consejo de Ministros el 28 de febrero de 2017. Esto ha permitido un incremento en el acceso de los ciudadanos a las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones, tanto en procesos productivos como en la vida cotidiana.

De la política integral para la informatización surgen inicialmente 22 proyectos básicos enfocados a:

- El desarrollo de la infraestructura tecnológica.
- Creación de contenidos y servicios digitales.
- Gobierno Electrónico.
- Comercio Electrónico.
- Sistemas Operativos y buscadores web nacionales.
- Producción Nacional de Dispositivos Informáticos.
- Sistema Integral de Gestión Hospitalaria.
- Ciberseguridad.

En el despliegue de la infraestructura tecnológica se destaca el crecimiento de la telefonía móvil. Según el informe “Digital in 2020” publicado por la agencia internacional We are Social, en enero de 2020 en Cuba ya existían 5,77

millones de líneas de telefonía celular, lo que representa que alrededor del 51 % de la población de la Isla tiene acceso a esta tecnología (We Are Social, 2019).

En el proceso de informatización los sistemas de telecomunicaciones en el país han ido escalando gradualmente sus servicios de datos, brindando conectividad en 2G, 3G y 4G. Desde el 6 de diciembre de 2018 esta empresa comercializa servicio de acceso a Internet a través de la red móvil, unida a los más de 1 270 sitios de acceso a redes Wifi, las 670 salas de navegación y las 67 000 residencias que cuenta con el servicio de Nauta Hogar en todo el país.

Dentro de los proyectos encaminados a fortalecer la infraestructura tecnológica también está planteado el despliegue de la Televisión Digital Terrestre (TVDT), para lo que hoy el país cuenta con 126 transmisores, 109 de transmisión estándar para 70 % cobertura en la población y 17 transmisores en HD ubicados en las cabeceras provinciales y que dan cobertura a un 23 % de la población. Se estima que desde 2013 se han comercializado 2 200 000 receptores de TVDT entre cajas receptoras y televisores.

Como una vía para elevar la soberanía tecnológica se han desarrollado varias plataformas de contenidos digitales entre los que destacamos:

- La Enciclopedia Colaborativa EcuRed, con más de 185 000 artículos y 250 000 visitas diarias.
- Reflejos, plataforma para la creación de blogs personales, se estima que existen en esta plataforma 48 000 blogs activos.
- La plataforma C.U.B.A, buscador para la navegación nacional con 70 000 visitas diarias.
- La cartelera cultural La Papeleta con más de 305 000 visitas en 2018.
- El sitio de distribución de aplicaciones móviles Apklis con más de 1 250 aplicaciones.
- El portal de videojuegos Ludox con más de 110 juegos, de ellos 17 nacionales.
- Las plataformas de mensajería toDus y Siju.
- La plataforma de contenidos audiovisuales Picta.

Con la implementación de la Televisión Digital se pudiera estimar un fortalecimiento de los medios de comunicación, los cuales, por su alcance, han sido durante años la principal práctica de consumo cultural en la población. Su despliegue no solo trasciende en la mejora de la calidad de la señal recibida, sino además en el aumento de canales de TV y del horario de transmisión.

Por otra parte, el acceso y tipo de uso de Internet y las TICs en general, están modificando las pautas de interacción social, hacen más amplios y horizontales sus escenarios y se están convirtiendo en importantes espacios socializadores no institucionalizados ni estructurados, en los que cualquier diseño de

política resulta limitado dado el carácter de consumo individual y alternativo, cuyos contenidos en gran medida no están originados en nuestro contexto y, por tanto, quedan fuera de la posibilidad de influir en sus mensajes.

Según afirma Mukhisa Kituyi, secretario general de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad): “Sabemos que la economía digital puede traer grandes beneficios a los países en desarrollo, pero debemos abordar algunas cuestiones críticas para garantizar que la digitalización nos lleve al futuro que queremos” (Prensa Latina, 2018).

Estos elementos abren el debate de cómo y cuánto los procesos de informatización y de transformación digital de la sociedad están modificando las dinámicas de consumo cultural de los cubanos. Entendiendo el consumo cultural como el “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (Canclini, 1999).

Al decir de Miguel Díaz-Canel Bermúdez, presidente de la República de Cuba: “Debemos evaluar con rigor el impacto de las nuevas tecnologías en el consumo cultural, en la creación y la distribución. No puede verse ese impacto como algo negativo, sino como un reto inédito para la relación de las instituciones con los creadores, que debe reforzarse sobre reglas de juego diferentes. Tenemos que usar las nuevas tecnologías para promover lo mejor del talento con que contamos.

Las nuevas tecnologías permiten hoy que las personas decidan individualmente qué consumir en términos de cultura. Es una falsa “libertad”, como sabemos, porque el mercado y la publicidad les imponen un repertorio muy limitado, donde pocas veces los auténticos valores tienen cabida” (Díaz-Canel Bermúdez, 2014).

El presente trabajo reflexiona en torno al papel de las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones en las prácticas de consumo cultural de los cubanos en la actualidad. Para ello se analizan estadísticas sobre el uso de la población en varios servicios de distribución de contenidos digitales en Internet, y la revisión bibliográfica de diferentes investigaciones socioculturales.

Ante la pregunta de ¿cómo evolucionan las prácticas de consumo cultural entre la población cubana? Pedro Emilio Moras, jefe del Departamento de Participación y Consumo Cultural del Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”, responde que: “Hay elementos que nos homogenizan como población, sin embargo, el consumo también es un espacio de distinción. En este sentido, a las prácticas más tradicionales se le van añadiendo nuevos atributos que complementan o entran en contradicción. Las personas tienden a usar más la computadora y el DVD para asistir a un determinado espectáculo audio-

visual, hecho que disminuye discretamente el consumo de televisión, aunque no lo desplaza. De igual modo se comprueba la tendencia de completar mediante el uso de este tipo de dispositivos la programación de la Televisión Cubana. De manera general, teniendo en cuenta los estudios más recientes y las encuestas realizadas hasta el momento” (Guerra, 2015).

En 1998 el Instituto “Juan Marinello” realizó la primera encuesta nacional de consumo cultural en un esfuerzo por conocer los intereses y hábitos culturales de la población en las zonas urbanas del país. Este estudio se diferencia de los realizados en épocas anteriores, cuando el concepto esencial era el de tiempo libre, por centrarse en el consumo cultural. En correspondencia, no solo se identificaron las principales actividades culturales que eran realizadas con mayor frecuencia por la población, sino también sus intereses y expectativas, mediados por variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel de escolaridad y ocupación). Todos estos elementos permitieron obtener una visión más abarcadora del fenómeno estudiado.

Esta perspectiva fue retomada en una investigación posterior en el estudio de casos de tres provincias (La Habana, Villa Clara y Holguín), donde igualmente se analizó el consumo, pero esta vez como expresión de la participación de la población en el desarrollo cultural. En congruencia, además de los hábitos, intereses y expectativas artístico-culturales, fueron considerados las formas, espacios, niveles y estructuras de esa participación, atendiendo a las variables sociodemográficas anteriormente mencionadas.

Entre 2008 y 2009 se realizó una Segunda Encuesta Nacional sobre Prácticas de Consumo Cultural, realizada conjuntamente entre el Instituto “Juan Marinello” y el Centro de Estudios de Población y Desarrollo (CEPDE) de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE).

Los resultados de estas encuestas nacionales permitieron distinguir patrones similares de consumo cultural. Estos develan rasgos integradores que sirven para comunicar e interconectar a las personas, en relación con prácticas e intereses comunes a todas por igual. Así vemos que la mayoría se vincula a la cultura masiva, en especial a la televisión y la radio, y el hogar constituye el espacio cultural por excelencia.

Los Medios de Comunicación

Entre las principales fortalezas que tienen los Medios de Comunicación en Cuba está el alcance, casi universal, que tiene en la población, así como su carácter público, estando al servicio de la información, la educación, la cultura y la recreación de la población y no de intereses de grupos o empresas privadas ni de la publicidad mercantilista. Eso les brinda unas enormes potencialidades

para hacer un trabajo de promoción de cultura y entretenimiento sano. Entre las principales debilidades que presentan hoy estos medios está: el exceso de normativas, una visión verticalista de la socialización que toma poco en cuenta el carácter activo de los sujetos a quienes van dirigidos, más centradas en pautar el resultado que en el proceso de cómo lograrlo, con imprecisiones en su conceptualización, indiferenciación de su jerarquía e indefiniciones en cómo actualizar sus contenidos en cada momento concreto en relación con el contexto.

Las recientes encuestas han demostrado que, aunque los medios de comunicación han sido la práctica de consumo cultural por excelencia durante todos los estudios, se evidencia una tendencia a disminuir su consumo, principalmente entre los jóvenes, quienes buscan medios alternativos para suplir sus necesidades. Aunque las TICs son su principal competencia al proponer ofertas culturales atrayentes para este sector etario, no podemos afirmar que son las causantes de este fenómeno.

En un estudio realizado por (García, García, y Espinosa, 2017) se evalúan diferentes prácticas del consumo cultural en la población juvenil de La Habana. En relación con las causas del rechazo por parte de algunos jóvenes a la programación de la radio y la televisión, esta investigación identifica los siguientes elementos:

- La presentación en los medios de un estereotipo de joven que no representa la diversidad juvenil presente en la sociedad cubana actual, tanto desde el punto de vista ocupacional, territorial, como de clase, raza y desde su subjetividad, lo que limita el abanico que se ve representado.
- Entre los programas de radio y TV menos gustados por los jóvenes están los directamente concebidos para ellos (como son las revistas juveniles), pues sienten que sus gustos e intereses no influyen en la conformación de la agenda de lo que se oferta.
- En ese panorama el segmento de la adolescencia temprana (entre 11 a 14 años), es el más desfavorecido pues se pierden entre la programación infantil, juvenil y adulta y son los que menos consumen estos medios, los que menos pueden identificar programas televisivos juveniles y los que en mayor proporción ven la televisión solos, por lo que es un grupo que requiere una atención particular, que no está siendo tomado en cuenta suficientemente, lo que obliga a repensar los métodos y vías que permitan realizar producciones de mayor aceptación e impacto sobre ese segmento de la teleaudiencia.
- En el escenario actual de nuestro país, los jóvenes son los que más consumen cultura, los que están más digitalizados; también, quienes irán marcando la tendencia de los consumos culturales del futuro. Es por ello que toda estrategia en este tema debe tener en cuenta a este sector etario. En el caso de los medios de comunicación es fundamental el diagnóstico de las

necesidades culturales de este público y los códigos que utilizan en su comunicación, para producir una programación más atrayente y enriquecedora. Deben proyectarse estrategias que aprovechen las potencialidades transformadoras de las TICs y no verlas como el competidor de estos medios.

El consumo informal

Aunque los medios de comunicación no suplen todas las necesidades e intereses culturales de la población, sobre todo entre los más jóvenes, el consumo de audiovisuales es una de las prácticas preferidas en toda la población, ya sea a través de las propuestas televisivas o por medios informales. Esta demanda, y las limitaciones en el acceso a la tecnología, han promovido la formulación de tácticas creativas que reflejan la participación del sujeto común en la elaboración, distribución y disfrute de productos audiovisuales y digitales.

“Las prácticas de consumo cultural informal en la población cubana están centradas en productos audiovisuales, musicales, y en el uso de espacios de la ciudad. Con respecto al primero se destaca el llamado Paquete semanal, que se disfruta en el espacio privado del hogar. Dentro de la música, sobresale el videoclip, preferiblemente del género reggaetón. Asimismo, predominan en los más jóvenes actividades ciudadinas generadas por los proyectos audiovisuales de la capital (fiestas house, Fiesta Havana y Sarao’s) y la articulación en redes informáticas a nivel de barrios” (Puig y Baxter, 2016).

“Las prácticas de consumo cultural informal se han mantenido en el tiempo y su principal atractivo es que los individuos tienen el control sobre la elección, el momento y el modo de consumo del bien o servicio cultural escogido. Se trata de la autonomía y libertad que les otorgan a los sujetos para seleccionar programas, crear un espacio y delimitar el tiempo de consumo” (Echemendía, 2015).

Se destaca que, aún en un contexto desfavorecido tecnológicamente, la población ha adquirido las habilidades necesarias para interactuar con entornos digitales. Ha logrado apropiarse de las competencias para hacer un consumo crítico y creativo de bienes y servicios culturales propios de los mercados informales; pero también para configurar sus propios consumos, que denotan prácticas participativas de mayor implicación.

Las formas de distribución informal de contenidos digitales más comunes son:

- La comercialización ilegal de una colección de audiovisuales semanalmente al que nombran “El Paquete” y que puede adquirirse tanto de forma completa con un disco duro externo o una selección reducida de contenidos en memorias flash.
- Venta o alquiler de discos con contenidos digitales. Esta práctica cada

vez es menos frecuente pues la comercialización del “Paquete” le hace una fuerte competencia.

- Intercambio de materiales en memorias flash sin que medie una relación comercial.
- Interconexión en redes privadas, habitualmente con tecnología Wifi, aunque también existen casos de redes por cable. En estas redes no solo se intercambian contenidos, sino además se emplean para jugar varios individuos un mismo videojuego.

Para Alexandrine Boudreault-Fournier, investigador de la Universidad de Victoria de Canadá, una particularidad de las redes de distribución de contenidos digitales en Cuba, en comparación con fenómenos parecidos en otros países, es que se ha creado “una constelación de intercambios, en contraste con una concentración, anclados en el movimiento de la gente en la esfera social” (Rodríguez y otros, 2016).

Básicamente, esto significa que los individuos salen de su espacio privado, a una esfera social, para intercambiar contenidos con otros individuos, ya sea con un fin comercial o no. Este fenómeno está cambiando progresivamente con el acceso a las redes WI-FI, pero todavía el movimiento y el contacto entre la gente sigue siendo una característica de este modo de circulación. “Es un hecho que puede parecer insignificante, pero que tiene un impacto grande en cómo se consume y se distribuye el contenido digital en la esfera social, y desde el punto de vista de la antropología, allí surgen todas las riquezas de este fenómeno” (Rodríguez y otros, 2016).

La circulación social de contenidos culturales en soporte digital es una de las expresiones de la apropiación social de las tecnologías digitales en la sociedad cubana. Se caracterizan por ser soluciones espontáneas, no estatales, autosostenidas, iterativas, reticulares, distribuidas, de relativo bajo costo y flexibles, al problema de la escasa conectividad entre los cubanos y de estos con Internet. Gran parte de los contenidos que circulan provienen de grandes conglomerados internacionales de la industria cultural, y, por tanto, los ritmos de la industria cultural internacional marcan los consumos y las expectativas de los participantes cubanos en estas experiencias.

Los medios de distribución informal de contenidos ofrecen un suplemento muy deseado en contraste al que ofrecen las formas más tradicionales de los medios en Cuba, pero no representa un rechazo total de la televisión o de la radio. “Como en muchas partes del mundo, en Cuba los medios masivos de televisión y radio mantienen su función de manera notable, pero ya forman una sola fuente entre varias para participar en el consumo popular de los medios. Una diversidad de géneros, plataformas y tecnologías es la norma para la juventud contemporánea, a pesar de dificultades económicas” (Rodríguez y otros, 2016).

En el estudio realizado por (García y otros, 2017) se destaca que los principales contenidos que se comparten de forma informal en este grupo etario son: series y películas, música y juegos.

El videojuego tiene un peso principal entre el segmento más joven, precisamente para quienes menos ven la televisión. Es una práctica predominantemente masculina y los que consumen promueven valores ajenos a una socialización colectivista, solidaria y equitativa pues, por el contrario, exacerban el sexismo, el individualismo, la competitividad, la agresividad y la violencia.

Un elemento importante es que las búsquedas de alternativas para lograr el intercambio de información en adolescentes potencian la socialización entre pares, fuera del ámbito de los adultos y las instituciones, y se convierte en un espacio por excelencia para la apropiación de valores.

Los jóvenes destacaron las posibilidades que las TICs brindan para acceder a información e intercambiarla, su contribución al estudio, las facilidades para comunicarse, establecer redes y generar solidaridades basadas en intereses comunes. En sentido negativo se refirieron a la relación entre la tenencia de equipos tecnológicos y acceso a su uso como expresión de desigualdades sociales y fuente de (sobre o sub) valoraciones entre ellos; el peligro de absorber demasiado tiempo en cuestiones poco útiles (referido a los videojuegos); el consumismo, la desvinculación de la realidad, la dependencia y adicción; y el riesgo de emplearlos en sentido negativo: falsear información, ideología guerrillista, juegos sucios, pornografía. Por ello resulta de gran interés profundizar en el conocimiento de cómo transcurren esos espacios juveniles, no para controlarlos desde la perspectiva adulta, sino para poder influir en ellos.

Internet

El informe “Digital in 2020” expone que existen 7.10 millones de usuarios cubanos en Internet e igual cifra de usuarios en las redes sociales, lo que representa el 63 % de la población (ver Figura 17). Este informe colocaba a Cuba en el puesto 18 entre los países que mayor crecimiento tuvieron de usuarios en Internet en 2018 (We Are Social, 2019).

Las prácticas más realizadas por los cubanos en Internet son, en este orden:

- el uso de plataformas de mensajería y videoconferencia, como Whatsapp, Imo o Messenger,
- el uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, etc.),
- la búsqueda de información (por medio de Google),
- la descarga de audiovisuales.

La Figura 18 lista los temas más buscados en Cuba en 2019 en las plataformas Google y Youtube respectivamente. Si analizamos los resultados de Google vemos que existe un alto interés por las noticias, los temas nacionales están focalizados en catástrofes naturales que afectaron el país (el tornado en La Habana) y la tasa de cambio de las monedas libremente convertibles; mientras que en el ámbito internacional están relacionados con temas políticos, siendo recurrente la búsqueda de noticias sobre EE.UU., Venezuela y Nicaragua; se destacan también temas relacionados con el deporte sobre todo, del béisbol y fútbol internacional.

Se evidencian rasgos consumistas, siendo recurrente en las búsquedas palabras como Tienda, Ropa, Moda, Nike. Aunque las apuestas son ilegales en el país, el juego es un tema alarmantemente recurrente en las búsquedas, con etiquetas como: Bolita o Lotería.

El consumo de audiovisuales en Internet es una de las prácticas que tiende a ser mayor en la medida en que los cubanos tienen más acceso y mayor calidad en el ancho de banda de su conexión. En tal sentido, si analizamos los resultados de las búsquedas de los cubanos en Youtube en 2019 (Figura 18), se destaca que tanto las series (Juego de Tronos, El otro lado del paraíso, la Reina del Sur) y los shows televisivos (La Voz) de factura internacional como los videos musicales son de los contenidos de mayor interés. En esta plataforma vuelve a ser relevante la demanda de noticias, sobre todo deportivas. Se destaca también la búsqueda de audiovisuales relacionados con videojuegos.

En cuanto a los audiovisuales, tanto en Google como en Youtube es notorio el consumo de materiales seudoculturales, sobre todo relacionados con la prensa amarillista y de reggaetón, principalmente de factura internacional.

Estos resultados muestran la necesidad de que, a la par que se incremente al acceso a los servicios en Internet, se debe generar también contenidos en esta red que resalten los valores culturales de la nación, trazar proyectos encaminados a educar a la población en buenas prácticas en el uso de la Internet; y en elevar el gusto estético de los ciudadanos para que puedan hacer un juicio crítico a la hora de seleccionar los contenidos digitales a consumir por esta vía.

Redes sociales

Una red social es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por uno o varios tipos de relaciones: de amistad, parentesco, económicas, sexuales, intereses comunes, creencias, entre otras. El desarrollo de la tecnología de la información y la evolución de la web han hecho posible desarrollar plataformas que permiten generar este tipo de relación socio-comunicativa en un espacio virtual, utilizando la Internet.

Las redes sociales en Internet son entornos formados en el contexto digital por múltiples redes de personas y de dispositivos que producen, reciben, procesan, almacenan y transmiten información sin condiciones de distancia, tiempo o cantidad. En ellas los individuos establecen lazos de amistad o afectivos a partir de la afinidad o intereses comunes, permitiendo relacionar personas que por barreras físicas, sociales, geográficas o por discapacidades no se pueden contactar en un mundo real.

Una desventaja es la pérdida de contacto personal, que supone una seria amenaza para la capacidad de los jóvenes al relacionarse con los demás, pues no fomenta que los mismos aprendan de la interacción y lleva a que las relaciones sean superficiales.

Según el informe “Digital in 2020”, en enero de 2020 Cuba tenía 7.70 millones de usuarios en redes sociales, lo que representa el 68 % de la población (We Are Social, 2020). Este informe colocaba a Cuba en el puesto 4 entre los países que mayor incremento de usuarios tuvo en las redes sociales durante 2018 (We Are Social, 2019).

Según las estadísticas del sitio “gs.statcounter.com”, Facebook tiene el predominio absoluto en la cantidad de usuarios cubanos en redes sociales, sin embargo, como vemos en la gráfica de la Figura 19, la tendencia de usuarios en esta red social en 2019 pasó de ir creciendo aceleradamente a ir abruptamente decreciendo desde el mes de septiembre, mientras que otras redes sociales como Pinterest, Instagrand, Youtube y Twitter, respectivamente, van en ascenso. Por lo que un tema para futuras investigaciones socioculturales pudiera ser determinar cuáles son las causas de estos cambios en las dinámicas de participación de los cubanos en las redes sociales.

En 2017 un grupo de investigadores de la Universidad de La Habana en Cuba, y de la Universidad Iberoamericana en México, realizaron un estudio sobre los usos sociales de Facebook en un grupo de jóvenes cubanos (Santana, Hernández y Brito, 2017). Para ello realizaron una observación etnográfica en 12 jóvenes (8 mujeres y 4 hombres), con edades entre 18 y 30 años, residentes en La Habana y pertenecientes a profesiones afines a la comunicación. La mayoría de los estudiados (9) se vincularon a Internet cuando ingresaron a la educación superior, aunque los usos más profundos y conscientes de la plataforma comenzaron con su vida laboral.

Las principales motivaciones que expresaron estos jóvenes para “entrar” en Facebook fueron: curiosidad, moda o embullo, petición de algún familiar, necesidad de comunicación con familiares en el exterior, y por petición del centro laboral.

Una parte de los usuarios (4) considera que Facebook es un espacio de socialización en el que se desarrollan procesos participativos y de interacción, que

requieren del dominio de la plataforma y que permiten visibilidad en la Red.

Este segmento cree que Facebook hace de la comunicación un suceso más fácil, eficaz y dinámico, a pesar de las limitaciones de este tipo de vínculo social mediado tecnológicamente.

El estudio evidenció que el ‘me gusta’ es la herramienta de Facebook más utilizada, la suelen emplear para dar una aprobación de algo, o simplemente para hacerse visible en la plataforma, a partir del registro de actividades y notificaciones.

Otro de los recursos empleados por todos los jóvenes es el ‘etiquetado’. La mayoría de los usuarios acude a este recurso para hacer referencia a varios de sus amigos, lo que confirma el énfasis en el empleo de las etiquetas con fines comunicativos.

El icono de ‘compartir’ es una manera fácil de distribuir contenido e implica un nivel más profundo en el uso de Facebook. Su empleo por parte de los usuarios de la muestra está relacionado estrechamente con la necesidad de que ‘el otro’ vea y apruebe determinado tema.

Respecto a los ‘comentarios’, algunos jóvenes consultados tienden a comentar temas personales, como parte de las interacciones en que participan. En el cuadro de comentar no solo escriben textos, también acuden a emoticonos (2), fotos (4), vídeos (2) o enlaces (1) referentes al tema de conversación. Se utilizan para apoyar determinada causa, para bromear entre amigos o para hacerse visible.

Se pudo constatar la diversidad temática de las actualizaciones y los intercambios centrados, fundamentalmente, en diez grandes tópicos: Arte y literatura, Sociedad y política, Experiencias personales, Audiovisual, Tecnología y comunicación, Ciencia y medio ambiente, Historia, Deportes y Ocio.

La actitud general ante estos tópicos resulta favorable y la forma en que se comparten es puramente participativa y de distribución de contenidos. Los usuarios, en su mayoría (9), se sienten cómodos compartiendo experiencias personales con sus amigos a través de fotografías, esencialmente. Al mismo tiempo, se observan numerosas intervenciones donde asoman subtópicos de la realidad cubana y cuestionamientos críticos a la misma, aunque con un matiz humorístico.

La producción de contenidos y la construcción colectiva de significado constituye un eje analítico principal, toda vez que encarna la sustancia dialógica y social de los procesos que se desarrollan en la plataforma. Con respecto a la participación en la red social, y teniendo en cuenta que participar es promocionar, difundir, dar a conocer, comentar, integrar ideas, pertenecer y construir identidad, los índices de actividad de los usuarios estudiados se presentan como variables.

Estas potencialidades en la generación y apropiación de mensajes hacen de las redes sociales nuevos espacios, atractivos y motivadores, para el consumo cultural de los cubanos. Lo que lo convierte además en un desafío para la Política Cultural del país, enfocada en cubrir las necesidades culturales y en educar el gusto estético de los ciudadanos.

Estas características han hecho de las redes sociales el principal campo de batalla en la Guerra Cultural impuesta desde el Norte. Por lo que es de vital importancia que las instituciones culturales asuman este espacio para generar y distribuir contenidos que promocionen los valores de la cultura cubana. Al decir del presidente cubano, Miguel Díaz-Canel, “tenemos que estar en Internet. Con ética y responsabilidad, debemos cubrir los espacios que nos pertenecen para defender nuestra soberanía e identidad, que es defender a la Revolución” (Guevara, 2017).

“En la era de las comunicaciones nuestros adversarios han sido hábiles para mentir, tergiversar y silenciar la obra revolucionaria. Y ni aun así han podido destruirla. Nos corresponde ser más creativos en la difusión de nuestras verdades. En tiempos en que las tribunas no son solo las abiertas y multitudinarias que en otra época fueron el altavoz de la Revolución, debemos aprender a emplear más y mejor las posibilidades de la tecnología para inundar de verdades los infinitos espacios del planeta Internet donde hoy reina la mentira”. (Díaz-Canel Bermúdez, 2018)

Por su parte, el Ministerio de Cultura expresaba entre sus prioridades de trabajo en el año 2017 que “se debe hacer un empleo más efectivo de las redes sociales, por el impacto que tienen entre los jóvenes. Las instituciones culturales tienen capacidad para inundar de contenidos los principales espacios de las redes (Facebook, twitter, etc.) en las que hoy no está suficientemente representada la fuerza de la cultura cubana” (MINCULT, 2017).

Siguiendo esta línea, en 2019 este Ministerio se planteaba también como una de sus prioridades: “Incrementar, progresivamente la informatización de los diferentes procesos en el sector de la cultura, con énfasis en los servicios a la población, la producción de aplicaciones informáticas y la interacción con las diferentes audiencias, incluyendo el comercio y el gobierno electrónicos. Fortalecer la presencia del organismo en la batalla ideológica en las redes sociales” (MINCULT, 2019).

No obstante, aun cuando existe una voluntad política, todavía es pobre la presencia de las instituciones culturales en las redes sociales y las que hoy están presentes muestran que aún no están preparadas para asumir la tarea. Por lo que se deben trazar estrategias en el sistema institucional de la cultura y en diferentes organismos de la sociedad cubana. Esto implica no solo acciones para fortalecer la infraestructura tecnológica e incrementar el acceso de los

especialistas del sector a las redes sociales, sino, además, capacitar a dichos especialistas en el uso de estas redes, brindándole herramientas para la gestión de contenidos y su posicionamiento.

La gestión de las instituciones culturales en las redes sociales debe reflejarse además en las estrategias de comunicación institucionales, de manera que se planifiquen acciones concretas y se establezcan políticas para la publicación de contenidos en estas redes. Determinar los objetivos que se quiere lograr y saber las características de los públicos a los que están dirigidos los contenidos que se generan, es importante para alcanzar una mayor audiencia.

En el presente trabajo se ha analizado cómo la población cubana se ha apropiado de las nuevas tecnologías en sus prácticas de consumo cultural. Se muestra que existe un fuerte interés político en los procesos de informatización y se impulsan proyectos para incrementar el acceso de los ciudadanos a las tecnologías.

Los medios de comunicación mantienen un peso predominante en las dinámicas de consumo cultural de los cubanos, pero existe una tendencia al incremento en el uso de las tecnologías para suplir necesidades que desde estos medios no se satisfacen.

A pesar de las carencias tecnológicas aún presentes, la población ha creado mecanismos alternativos e informales para la distribución de contenidos digitales. En estos modelos de distribución no se percibe con claridad una política o un programa que lo normalice y controle. Existen prejuicios asentados en nuestra sociedad que conducen a la satanización, la persecución o la búsqueda de generar competencia ante este fenómeno.

Muchas de las investigaciones analizadas refieren que en el escenario de la informatización es importante no solo pensar en masificar el acceso a la tecnología; sino además en generalizar la cultura digital para el desarrollo social, cultural, artístico y económico del país. Esto implica, en primer lugar, promover una educación de la población acerca del uso de los contenidos digitales. La formación de las nuevas generaciones debe tener en cuenta el gusto estético como elemento imprescindible en la vida para enriquecer la espiritualidad en el marco de las relaciones sociales. Es necesario también capacitar a los especialistas que participan en la concepción, diseño y programación de las ofertas culturales de manera que exploten correctamente las potencialidades que tienen las TICs, en función de crear valores culturales en la población.

En segundo lugar, se debe promover un debate acerca de cómo el país quiere desarrollarse desde el uso de las tecnologías, según su propia ideología y teniendo en cuenta sus contextos cultural y social propios. Deben analizarse estas cuestiones para estimular los intercambios que pueden provenir de diferentes escenarios, ya sean culturales, artísticos, políticos o económicos.

Se requiere, además, impulsar investigaciones que evalúen el impacto de la transformación digital en el consumo cultural, abordado de forma multidisciplinaria. Es necesario retomar las encuestas nacionales que desarrolló el Instituto “Juan Marinello”, teniendo en cuenta que la última se realizó hace más de 10 años y el escenario cultural y tecnológico ha cambiado.

La mayoría de las investigaciones recientes en este campo han estado focalizadas en los jóvenes y adolescentes, lo que limita el espectro de la población cubana.

Se deben hacer estudios tanto de las ofertas culturales como de los sujetos que participan en ellas, identificando no solo prácticas, sino también explorando significaciones y causas de sus comportamientos, lo que implica identificar tendencias y explorar además cualitativamente estos fenómenos, para lo cual la integración de esfuerzos puede influir en una agenda de desarrollo nacional.

Referencias bibliográficas

Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95.

Díaz-Canel Bermúdez, M. (2014). No olvidemos que la disyuntiva es socialismo o barbarie. Discurso en la clausura del VIII Congreso de la UNEAC.

Díaz-Canel Bermúdez, M. (2018). Asumo la responsabilidad con la convicción de que todos los revolucionarios seremos fieles al ejemplar legado de Fidel y Raúl. Discurso del Presidente de los Consejos de Estado y Ministros de la República de Cuba en la Sesión Constitutiva de la IX Legislatura Nacional del Poder Popular, 19 de abril de 2018, Periódico *Granma*.

Echemendía, I. (2015). *Copi@ y comp@ rte una vez a la semana. Acercaamiento a los principales rasgos que caracterizan el consumo audiovisual informal del ‘Paquete Semanal’ en dos grupos de jóvenes de la capital de Mayabeque*. [Tesis de Diploma], Facultad de Comunicación Social, Universidad de La Habana.

García, M. I. D., García, C. C., & Espinosa, I. R. (2017). *Socialización de adolescentes y jóvenes: Retos y oportunidades para la sociedad cubana actual*. Nuevo Milenio.

Guerra, E. (2015). Consumo cultural en Cuba: la diversidad que se renueva. Sitio Web de Cubaperiodistas. Disponible en: <http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2015/07/consumo-cultural-en-cuba-la-diversidad-que-se-renueva>

Guevara, Y. (2017). Presentan Observatorio de medios digitales cuba-

nos. Disponible en: <http://www.cubainformacion.tv/index.php/sociedad/74519-Jornada-Red-Cuba-2017-presenta-Observatorio-de-medios-digitales-cubanos>

MINCULT. (2017). Prioridades del Ministerio de Cultura de la República de Cuba. Año 2017. MINCULT. (2019). Prioridades del Ministerio de Cultura de la República de Cuba. Año 2019.

Prensa Latina. (2018). Preocupa a la ONU privacidad de Facebook y las consecuencias para la economía digital. *Sitio Web Cubadebate*. Disponible en: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2018/03/31/preocupa-a-la-onu-privacidad-de-facebook-y-las-consecuencias-para-la-economia-digital>

Puig, P. E. M., & Baxter, Y. R. (2016). Participación y consumo cultural en Cuba. Una mirada desde sus ciudades. *Revista Temas*, No. 85-86, p. 13-20.

Rodríguez, F. A., López, M. M., Fournier, A. B., Puig, P. E. M., García, H. L., Petierra, A. C. y Fernández, Y. A. (2016). Copia y comparte. Visiones sobre las prácticas de circulación y consumo de bienes culturales en entornos no institucionales en Cuba//Copy and share. Visions around practices circulation and consumption of cultural goods in non-institutional environments. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 5(10), 143-170.

Santana, L. M., Hernández, A. C. J., & Brito, A. R. (2017). Usos sociales de Facebook que realizan jóvenes cubanos residentes en el país. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 7(3), 211-229.

We Are Social. (2019). Digital in 2019: Global internet use accelerates. Disponible en: <http://www.wearesocial.com/digital-2019>

We Are Social. (2020). Digital in 2020: Global internet use accelerates. Disponible en: <http://www.wearesocial.com/digital-2020>

Programa de Desarrollo Cultural, principal instrumento para la concreción de la articulación entre las políticas culturales y las prácticas culturales

MAIBELÍN CARRASCO PÉREZ, DORIS MADRUGA TORRES Y HÉCTOR GONZÁLEZ FUENTES

El debate cultura-cambio social se presenta como parte de realidades emergentes de procesos culturales. La cultura permite encontrar soluciones para la diversidad de contradicciones producidas por la heterogeneidad actual, siempre pretendiendo integrar identidades de las comunidades y lograr la emancipación de estas, para contrarrestar los grados de enajenación social. (Basail, A, 2002)

Desde la perspectiva sociológica, existen metas a las que se debe alcanzar a través de la estructura cultural como parte del proceso socializador. En este sentido se implementan las políticas culturales como eje de las políticas públicas, en tanto acciones que realizan diversos agentes “para orientar el desarrollo simbólico, satisfacer necesidades culturales y establecer consenso respecto a un tipo de orden social”. (García Canclini, 1991)

La gestión cultural posibilita la realización de las políticas para la materialización de las distintas dimensiones del quehacer cultural: la creación, producción, promoción, comercialización, preservación; así como la administración y la planeación.

En Cuba se han obtenido innegables logros como resultado de la gestión cultural, a partir de la implementación de los Programas de Desarrollo Cultural, documento rector y vía para materializar la política cultural en los entornos regionales y locales desde 1981, y de uno de sus objetivos esenciales, el trabajo cultural comunitario, el que se desarrollaría a partir de los proyectos socioculturales comunitarios, concebidos para cada “comunidad”.

No obstante, en el accionar cultural comunitario se ha estado al margen de la heterogeneidad de los contextos, ante la influencia globalizadora. Se aprecia la tendencia a aplicar proyectos estereotipados, a partir de diagnósticos externalistas, clasificatorios y homogeneizantes, que no logran rebasar la concepción de comunidad como espacio físico geográfico, asimetría social legitimada desde el lenguaje político, e indebidamente afirmada en el accionar cultural

comunitario. Dichos proyectos no siempre han conducido a la gestión participativa, apreciándose la contradicción entre la visión verticalista que desde las instituciones se maneja, y la visión horizontal que exigen los distintos escenarios, al primar una concepción lineal del desarrollo.

Ello ha impedido que se manifieste lo comunitario de naturaleza vincular, que debería estar contenido en la lógica funcional de las instituciones, y en la sociedad civil, destinatario de los servicios culturales, porque este no ha sido sujeto, sino objeto.

Un posicionamiento epistemológico sobre la cultura, coherente con el grado de evolución de la sociedad actual, significa asumirla como cualidad esencial del desarrollo social, y como un sistema complejo y abierto que contiene lo plural y diverso de los elementos sustantivos que integran su esencia universal.

El enfoque dialéctico de la cultura exige, por una parte, comprenderla como proceso devenido de la interacción de las múltiples mediaciones que la configuran como un todo integrado; y por otra, el análisis de las contradicciones resultantes de las relaciones sociales de producción, que determinan sus cualidades generales esenciales a partir de la consideración de sus rasgos particulares estructurados en el contexto histórico concreto donde emergen estos procesos.

La gestión cultural, no implica la acción unidireccional desde lo institucional hacia los entornos comunitarios. Ella supone interacción, cooperación y protagonismo de gestores y destinatarios activos (Martínez Casanova, 2010).

A partir de la política cultural cubana, la gestión cultural ha estado marcada por la búsqueda de la identidad; sin embargo, se evidencia una débil comprensión de la diversidad actual. Esto ha llevado a una insuficiente gestión institucional en el desarrollo de procesos culturales, y a una limitación en las funciones y roles de las instituciones, así como a una disminución de la participación.

Aunque se enfatice en que no se van a privatizar las instituciones culturales, la complejidad en el campo cultural, y la comercialización extendida, hace que se estén generando “productos culturales” desde y en distintos ámbitos, que se mantienen fuera del alcance de la política cultural, lo que provoca asimetrías sociales.

Desde las prioridades nacionales para las instituciones de Cultura, se esclarece la necesidad de atender el espacio que pueden tener las formas de gestión no estatal en el sector de la Cultura, pues existen espacios públicos bajo dichas formas, e incluso bajo formas auspiciadas por empresas estatales, en los que se difunden productos que contradicen abiertamente la política cultural del país. (MINCULT, 2017).

Hoy la diversidad de prácticas culturales, en buena medida, no está contenida en la proyección de la política cultural, y en las posibilidades de su materialización en los entornos locales, temática sobre la que se centra el presente estudio.

En Villa Clara, independientemente de los logros en la praxis cultural, se evidencia una desactualización en cuanto a consumos culturales de un público que rebasa el público cautivo de las ofertas culturales, ofrecidas desde lo institucional. Ello ha provocado que se ignoren prácticas que se producen como resultado de la trama de relaciones objetivas que se están moviendo en el campo cultural y en sus subcampos, asociadas a un capital económico no estatal creciente, que no siempre se corresponde con un capital cultural o artístico, y que se expresa en la reproducción de modelos, no valorados, a partir de criterios estéticos y de pautas auténticamente culturales y desenajenantes.

Este trabajo tiene el objetivo de contribuir al perfeccionamiento de la gestión cultural en Villa Clara, como recurso para la correspondencia entre políticas y prácticas culturales, a partir de la determinación de los retos que hoy enfrenta dicha gestión.

Propicia un acercamiento a núcleos funcionales críticos de la gestión cultural, como resultado de las asimetrías generadas por la desarticulación entre las prácticas y las políticas, de ahí que resulte una contribución, a partir de la potenciación de vínculos comunitarios simétricos, en aras de que la gestión permita atender, las expectativas y caminos asumidos en relación con la cultura y sus manifestaciones.

Se reconoce el aporte que, en la década de los sesenta del siglo pasado, brindan los estudios culturales, como parte del desplazamiento que se produjo en las Ciencias Sociales hacia un pensamiento crítico que reconocía al sujeto con posibilidades transformativas, y la existencia de diferencias y particularidades desde el punto de vista cultural (Espino, M. P 2004). De ahí que, en esta etapa, despuntaran investigaciones sobre diversas prácticas culturales significativas para la cultura popular tradicional de las localidades.

Al respecto, Gutiérrez Menéndez (2010) coincide con Edgardo Romero Fernández quien plantea en su trabajo “El desarrollo y las ideas del progreso, cultura, civilización y cambio social”: “En la estimación de la diversidad y el pluralismo se puede también advertir el carácter contradictorio de estas relaciones, que no implica necesariamente la oposición a una alternativa positiva en favor del progreso; por el contrario, asumir la posibilidad de confrontación de las diversas expresiones culturales, contiene un componente dialéctico indispensable para el desarrollo de la sociedad y los individuos; lo que Marx concibe como una particularidad que determina que el desarrollo no sea lineal. (Romero Fernández, 2009, p. 12)

En diversas manifestaciones de la cultura, el predominio del Positivismo ha contribuido a frenar el desarrollo de las manifestaciones artísticas, pues este no supo distinguir la relativa autonomía del campo artístico en la sociedad, ni de las propias manifestaciones dentro del arte (Vega Quintana, 2006). El Positivismo permeó diferentes áreas de la vida social, y el ámbito de la cultura no estuvo exento de ello, particularmente en Cuba. Su posición de externalismo y de no penetración en esencias, dejó una fuerte huella en formas de pensar y actuar como parte de la praxis cultural en distintos contextos.

Resulta indiscutible el hecho de que la Revolución cubana marcó una nueva etapa en el desarrollo del pensamiento social cubano, y en ello tuvo un lugar significativo la proyección de la política cultural, declarada en “Palabras a los Intelectuales” y en el Primer Congreso de Educación y Cultura, en el año 1971. Ella posibilitó potenciar el rescate y revitalización de manifestaciones de la cultura popular tradicional; ampliar las posibilidades de acceso a la cultura; así como la búsqueda de la cubanidad, y de los sentidos más urgentes de la sociedad cubana de ese momento; unido al desarrollo de las manifestaciones del arte, hondamente enraizadas en la problemática social.

Todo esto no significó que no se manifestaran incongruencias en el desarrollo cultural, que desde la intelectualidad fueran expresadas: “Lo cierto es que el empobrecimiento y la dogmatización del pensamiento social se agravaron y se consolidaron en el curso de aquella década de los 70, y los cambios positivos en el campo cultural y la fundación del Ministerio de Cultura no cambiaron su situación” (Martínez Heredia, 2007).

A pesar de ello, la práctica sociocultural comunitaria ha devenido uno de los objetivos esenciales para el mantenimiento de la vida cultural de las localidades, siguiendo uno de los principios rectores de la política cultural cubana: el respeto y apoyo al protagonismo y la creatividad de las comunidades en la conducción de sus procesos socioculturales, el fortalecimiento de la capacidad de autogestión, y enriquecimiento de sus potencialidades, con el fin de favorecer la creación y apreciación de las manifestaciones artísticas, la conservación y difusión del patrimonio, y la defensa de la identidad.

Si bien es cierto que ante la crisis experimentada por el país en la década de los noventa, las proyecciones del desarrollo local se propusieron acciones que contribuyeran a restituir la esencia humana, dañada ante la influencia globalizadora y neoliberalista, y ante las transformaciones económicas ocurridas en esos años; muchas veces se ha estado al margen de la diversidad existente en los contextos comunitarios cubanos, cuya comprensión resulta esencial cuando se analizan indicadores de un real desarrollo que tiene como mediaciones el impacto y alcance de las circunstancias mundiales y el desafío de la complejidad (Riera Vázquez, 2005).

No cabe duda de que el ámbito de la cultura ha sido muy susceptible a los cambios del entramado social y a las contradicciones que han generado malestares de la vida cotidiana. La quiebra de la cotidianeidad producida por los avatares económicos desde la primera mitad de la década de los noventa (Pérez Yera, 2009), suscitó profundos cambios en la motivación e implicación de los sujetos, tanto en la vida cultural, como en su participación social en general, además de expresarse una segmentación en el quehacer cultural debido a la no integración de actores e instituciones implicados en este.

La implementación del Programa Cultural, debe implicar la capacidad de adaptación a los cambios de la dinámica social. No obstante, las lógicas verticalistas y los enfoques positivista y metafísico han impedido abordar dialécticamente la realidad, sin advertir su multicondicionalidad. La condición como universal deviene categoría que valoriza las mediaciones actuantes. De ahí que el análisis desde la lógica del devenir del sistema de contradicciones que opera en la realidad, resulte indispensable para todo reajuste o cambio que se pretendan en el ámbito de la Cultura, como recurso para el desarrollo y dimensión de la práctica social (Alonso, Rivero y Romero, 2015).

Desde el entramado institucional de la Cultura, debe desarrollarse una gestión con conciencia crítica de las contradicciones que operan en el campo cultural, el que, según Bourdieu, posee relativa autonomía (García Canclini, 1991), y en el que existe la posibilidad de formación de gremios, de formaciones independientes (Williams, R., s.f.), y de prácticas que pueden asumir toda la formalidad necesaria (Certeau, 2006) como para generar hábitos, que pueden reproducirse, aun cuando no sean lo genuinamente cultural o artístico, o lo estrictamente educativo y humanizador.

La gestión cultural actúa en grupos sociales que se desarrollan en contextos de pluralidad, y ello equivale a reconocer la unidad y objetividad de lo diverso como expresión de la naturaleza contradictoria y multicondicionada del desarrollo, y de su manifestación en los distintos campos (Riera Vázquez, 2005). El compromiso social de la Cultura ha sido significativo y hoy lo es más, por ser un eslabón importante para el sostenimiento del proyecto social, ya que la historia de la cultura cubana ha demostrado que movimientos artísticos, han devenido movimientos políticos.

El accionar desde las organizaciones culturales, como vía esencial para sostener la política del control institucional estatal, no significa matar la creatividad y las necesidades que emanan de las comunidades, sino la comprensión de la envergadura del trabajo de extensión institucional, que implica una gestión comunitaria dirigida a orientar, acompañar y preparar, tanto a profesionales como a aficionados que en el campo artístico y cultural desarrollen cualquier práctica.

En Villa Clara, las prácticas culturales producidas al margen de la gestión institucional son diversas: el montaje de galerías; de talleres de alfarería, no siempre con la consiguiente calidad de las piezas, ni la representatividad en ellas de la identidad cubana; la promoción de audiovisuales de música y cine que no son representativos de la finalidad educativa y humanista del arte, entre otras manifestaciones que expresan la no correspondencia entre lo discursivo y la práctica.

El hecho de que se estén produciendo estas prácticas, constituye un emergente respecto a la ineficacia de la gestión cultural, y del enfoque tradicional del trabajo comunitario que se ha seguido, el que no ha respondido a las necesidades de los sujetos, ya que “lo comunitario” como cualidad no ha sido el eje articulador, aunque desde el discurso se anuncie la posibilidad de esta transformación.

Es evidente la inercia que muestran muchas de las instituciones culturales y sus recursos humanos, que les ha impedido convertir en voluntad institucional las necesidades e intereses de la sociedad civil, a pesar de contar aún con potencialidades. La institucionalización ha estado condicionada por un modo conformista y reproductivo. En este sentido, ha faltado la vigilancia epistemológica, ya que el movimiento de la realidad ha generado un nuevo modo de pensarla, y se ha carecido de la comprensión de la emergencia que, en cuanto a las prácticas culturales, hoy avanza de forma dinámica. Ello no ha permitido el despliegue de acciones que reviertan la actual desarticulación entre políticas y prácticas, por lo que esto hoy se ha transformado en demanda.

No puede obviarse que los hombres en el desarrollo social contraen relaciones necesarias, e independientemente de su voluntad, y esto genera necesidades que condicionan diversas representaciones e intereses, como expresión del papel activo del sujeto (Marx, 2001).

Desde las instituciones culturales se han seguido metodologías empiristas, refuncionalizadoras de lo ya constituido, que no profundizan en las significaciones, y se detienen en las estadísticas culturales como expresión cuantificable del alcance de los servicios culturales, por lo que se construyen universales abstractos.

Esto impide llegar al universal concreto que debe constituir la política cultural, a partir de los Programas de Desarrollo Cultural, porque no hay posicionamiento en un universal representativo de lo colectivo, como base objetiva de estos procesos; sino en el particular representativo de lo colectivo subjetivo, representado por los intereses institucionales, donde las condiciones generales no son atendidas, dejándose espacios para lógicas particulares, presentadas como generales y nada beneficiosas, en función de la dimensión axiológica que implican los procesos culturales en pos de la identidad.

No es posible sostener posiciones homogeneizantes que obvian que lo singular, como lo individual subjetivo, depende de condiciones concretas. Debe contrarrestarse el dogmatismo objetivista que evade el papel de la subjetividad, y el cuestionamiento de la cotidianeidad; así como de las necesidades de reproducción hoy evidenciadas.

Cualquier proceso de desarrollo, y particularmente los de la cultura, debe analizarse en el *continuum* de lo universal, lo particular y singular. Se hace necesario enfrentar el determinismo y el ahistoricismo, en tanto visiones inmovilistas del desarrollo. El método metafísico, siempre tropezará e impedirá el desarrollo de los procesos, pues “obsesionado por los árboles no alcanza a ver el bosque debido a la estrechez de este método”, por su unilateralidad, por ser limitado y abstracto (Engels, 1977, p. 30-38).

Deben buscarse los nexos histórico-concretos, en aras de concretar la política cultural, a partir de la gestión cultural, y contrarrestar la multiplicidad de causas que provocan el alejamiento evidenciado entre políticas y prácticas culturales. Continuar asumiendo el modo metafísico, colocará a la gestión y a las políticas culturales en un estado de “cosa paralizada” (Lenin, 1974, 2da e), que no permitirá superar el agnosticismo, el escepticismo y el relativismo que resultan desmovilizadores en términos de participación.

En el sistema de la Cultura, se necesita de la participación diferenciada de los sujetos, desde la lógica de los procesos culturales, y desde la misión de las instituciones; en función del cumplimiento de la política cultural, a través de los servicios culturales.

Si el rol es la expectativa socialmente conformada para la posición que sujetos o instituciones ocupan en la sociedad, se hace necesario, en el ámbito de la Cultura, concientizar ese rol como portador de un servicio social.

Muchos de los recursos humanos del sistema institucional han ajustado su función hacia la actividad contraria al encargo social establecido para las instituciones en las que ellos se insertan, y esto ha traído como resultado que las instituciones manifiesten limitaciones en sus funciones y en sus roles. Se evidencian pérdidas notables en el accionar interinstitucional y en la extensión institucional hacia las comunidades.

La inmutabilidad institucional corre el riesgo de sufrir incapacidad para enfrentar las emergencias, contradicciones, y multicondicionalidad que impone la realidad social, No obstante a ello, aun en las lógicas más formalizadas se encuentran potencialidades para el cambio, lo cual exige repensar las prácticas y lógicas institucionales para reducir brechas que produzcan enajenación, de forma tal que el hombre pueda encontrar la solución para que las estructuras por él creadas no se conviertan en su contrario.

En los entornos regionales y locales en Cuba es posible revertir el proceso, ya que la política cultural la constituyen principios generales que pueden adecuarse, a partir del Programa de Desarrollo Cultural, sin perder la esencia identitaria y de sostén del proyecto social cubano que dicha política contiene.

Lo no comunitario está en la realidad como expresión del sistema en el que se ha desarrollado el entramado institucional; pero, al mismo tiempo, en la realidad también está lo comunitario que aflora como cualidad a partir de la identificación de contradicciones, y esta es la clave para comprender y gestionar el desarrollo, su aspecto contradictorio está en el proceso de enajenación social, y en la potencialidad de este estado para transformarse en su contrario (Espino, 2004). La realidad contiene la potencialidad para el cambio; pero es preciso conducirlo desde lo institucional.

La institución en su papel mediador entre el estado y la sociedad civil, no puede alejarse de esta, pues es en ella donde se manifiestan y expresan las contradicciones. Ese alejamiento puede implicar la pérdida de sus roles, funciones, y oscurecer su objeto social, el que se proyectó para la concreción de las políticas culturales.

La gestión a partir de las políticas culturales, tiene el reto de estar al servicio de diversos públicos (Martínez Casanova, 2010), con respuestas a la diversidad cultural, sin ignorar que la libertad cultural no significa libertad de mercado (Martinell, 1999), y respetar las jerarquías artísticas y culturales contribuye a que las políticas logren contener a las prácticas. Las políticas deben concretarse a través de las prácticas propias de cada ámbito, y quedar legitimadas a partir del discurso que preconizan.

Todo trabajo comunitario que se geste desde lo institucional o no, implica facilitar procesos de emancipación humana, y si los fines declarados desde la política son comunitarios, los medios también deberán serlo, elemento vital para un verdadero desarrollo, teniendo en cuenta la misión del desarrollo, a partir de los presupuestos propugnados, como parte del proceso de reconstrucción epistemológica en las condiciones actuales que demanda la realidad (Espino, 2004), para que sirva de base a una práctica eficaz en el entorno cultural.

Convendría citar a Fernando Martínez Heredia: “Una concepción cultural del desarrollo en las nuevas condiciones, exige el replanteamiento del alcance y el carácter de la política cultural, construir voluntades, montar estructuras y asegurar los recursos para crear las condiciones que conduzcan a la más plena realización del ser humano. No hay un solo campo de la actividad social y económica que no tenga algún nivel de impacto cultural. La política cultural debe tener un alcance interinstitucional y articulador de la estrategia de desarrollo”. (Martínez Heredia, 2007) como parte del Ciclo “La política cultural del período revolucionario: memoria y reflexión”.

Las instituciones culturales tienen la responsabilidad social de facilitar y acompañar procesos en el escenario comunitario, a partir de un enfoque emancipador del trabajo comunitario que propicie la participación e implicación de creadores, artistas y otros agentes del campo cultural, en la toma de decisiones en relación con los procesos culturales.

Desde una visión dialéctica, las contradicciones proporcionan la dinámica de su solución, para que la realidad se supere a sí misma. Se hace necesario que los decisores que proyectan la implementación de la política cultural a nivel regional y local, atiendan las implicaciones que, en las condiciones actuales, genera la desarticulación entre políticas y prácticas culturales. De ahí la necesidad de contar con una herramienta para la toma de decisiones, y que, desde la ciencia, se permita encauzar la gestión cultural en momentos en que se intenta un reordenamiento de las estructuras institucionales de la Cultura, donde urge la coherencia entre dichas estructuras y las prácticas culturales.

La política cultural constituyó una necesidad histórica en los años sesenta; al igual que los Programas de Desarrollo Cultural, en la década de los ochenta. Hoy constituye una necesidad superar las viejas prácticas, e incorporar los elementos para superar contradicciones, y no basta con ser críticos, como sí se ha sido en las evaluaciones realizadas al Programa de Desarrollo Cultural y a los Proyectos Socioculturales Comunitarios, como extensiones de este en las comunidades; más allá de esa crítica, se impone ser propositivos y prospectivos, pues la teoría no va a resolver por sí sola el problema de la práctica.

Las soluciones estarán encaminadas a la preparación, no solo de funcionarios del sector cultural, sino también de los diversos actores institucionales, y que a nivel de las comunidades deben implicarse en la implementación del Programa de Desarrollo Cultural, el cual sin los niveles de integración necesarios, no puede tener un impacto social positivo, en las condiciones de desarticulación entre las políticas y las prácticas.

Para dar solución a una de las demandas más urgentes, no solo en el ámbito de la Cultura, sino de toda la sociedad: la correspondencia entre las prácticas y las políticas culturales; la gestión institucional a partir de la implementación del Programa de Desarrollo Cultural que enfrenta hoy significativos retos, debe:

- Superar debilidades epistémicas a nivel institucional, ante la prevalencia del modo metafísico y de enfoques positivistas en el desarrollo de procesos culturales que han generado el deterioro del rol y la función de las instituciones culturales.
- La comprensión dialéctica de la cultura como proceso que no puede estar al margen de la diversidad y complejidad actuales, pues ello genera asimetrías a nivel de toda la sociedad, y tiene en la práctica

consecuencias muy negativas como consumos “culturales”, que además de provocar deformación del gusto estético, tienen implicaciones en cuanto a formación de estratos y clases sociales.

- Contrarrestar la fragmentación en el accionar institucional, y de actores involucrados en la implementación del Programa de Desarrollo Cultural; y el carácter asistencialista de las ofertas y servicios culturales, lo que provoca un papel pasivo en los públicos como meros destinatarios.
- Empezar el cambio en el quehacer sociocultural comunitario, el que a pesar de constituir uno de los objetivos esenciales del Programa de Desarrollo Cultural; evidencia hoy una verdadera ruptura de “lo comunitario” manifestada en las pérdidas en cuanto al trabajo interinstitucional, y a los vínculos de simetría entre los actores que a nivel comunitario están implicados en el desarrollo y calidad de los servicios culturales.
- La necesaria comprensión de que la libertad cultural no puede implicar libertad de mercado, ante el riesgo que esto tiene de propiciar una desorientación axiológica a nivel de sociedad, con efectos muy contrarios a los que ha pretendido, desde sus principios, la política cultural y el proyecto social cubano.
- La atención al sistema de contradicciones que operan en el campo cultural y su entorno, así como la transformación del estatus de las instituciones, las que no siempre pueden cumplir su misión, ni suplir las expectativas que la sociedad espera de ellas, al no contener los fines e intereses; tanto de su público interno, como del público externo hacia el que ellas deben proyectarse, lo que provoca que se estén manejando, como universales, intereses que no rebasan el ámbito de lo particular.
- Perfeccionar los procesos de evaluación de las políticas, a partir del Programa de Desarrollo Cultural, los que, aunque se conciben de manera participativa, no logran la participación diferenciada de los agentes implicados en el quehacer cultural, ni favorecen los procesos de sistematización, como vía para la superación crítica de las contradicciones, y para la transformación.

Conclusiones

La desarticulación existente entre prácticas y políticas culturales, como parte de la conflictualidad y diversidad actuales, es, en buena medida, el producto de la contradicción existente entre la política cultural expresada como discurso verbal, y aquella política que se manifiesta en el discurso de la práctica institucional.

El éxito de la gestión cultural en función del desarrollo en este ámbito, dependerá, en primer lugar, de la capacidad y disposición de las instituciones

culturales, y de otros agentes del campo cultural, para trascender la perspectiva físico-espacial que se tiene de la comunidad, oponiéndose a las tendencias reproductivas del estado de cosas que alienan al hombre de las relaciones sociales que lo constituyen; y, en segundo lugar, del grado de presencia que tenga la cualidad de lo comunitario, o sea la comprensión del desarrollo desde el autodesarrollo, articulado con lo comunitario como eje metodológico conceptual y práctico; de lo contrario no podrá hablarse de pertinencia, alcance y calidad del trabajo cultural comunitario.

No basta con favorecer una concepción estratégica para la gestión cultural, si no se privilegia el reconocimiento de la diversidad cultural, y si no se opera dialécticamente en la realidad, lo que implica la comprensión de la existencia del sistema de contradicciones sociales, pues es la contradicción la que define la potencialidad social del desarrollo. Solo así será posible el logro de las estrategias culturales, en función del desarrollo del factor humano como fin último del quehacer institucional en la sociedad.

Tener claridad de cuáles son las elaboraciones conceptuales desde las que se acciona en el trabajo cultural comunitario hoy, es substancial. Este tiene que orientarse a partir de la lógica de la relación práctica-fines. Si el hombre es el centro y fin de cualquier esfuerzo por el desarrollo, la labor de las instituciones deberá tener como base lo comunitario, como cualidad sistémica de procesos emancipadores y dinamizadores de la recuperación de la esencia humana. Esta será la alternativa para contribuir desde la gestión cultural, a que las políticas culturales continúen conteniendo a las prácticas, y que estas legitimen el discurso que desde ellas se enarbola.

Mantener la perspectiva dialéctica en la implementación del Programa de Desarrollo Cultural, a partir de nuevos presupuestos teóricos y metodológicos significará, en medio de la movilidad social ascendente que se experimenta, no desconocer la trama de concatenaciones en los contextos en los que este se aplica; así como la influencia que representa el bombardeo del cual es blanco hoy nuestra cultura, ante la realidad distinta, mediada por los elementos de la posmodernidad.

El análisis de la multicondicionalidad, al ser una vía multilateral de aproximación a la realidad, y una visión crítica y superadora de las relaciones unicasales y deterministas, deviene vía factible, que permite develar, desde el enfoque dialéctico, los núcleos funcionales críticos de la gestión institucional como resultado de las asimetrías generadas por la desarticulación entre las prácticas y las políticas culturales; y, al mismo tiempo, el entramado real de condicionamientos que se están moviendo en el campo cultural ante la diversidad actual, como punto de partida para la objetiva transformación en el ámbito de la Cultura.

Referencias bibliográficas

Alonso Freyre, Joaquín; Ramón Rivero Pino y Edgardo Romero Fernández (2015). *Multicondicionalidad de los proyectos sociales*. En Curso de participación en proyectos culturales: material docente. Santa Clara: Centro Provincial de Superación para la Cultura.

Basail, Alain (2002). La cultura en el desarrollo. En Guillermo Hernández (comp.) *Selección Antropología y Desarrollo*. La Habana: Ministerio de Cultura, Centro Nacional de Superación para la Cultura.

Certeau, M. (de) (2006). *La formalidad de las prácticas en prácticas cotidianas* [Biblioteca Digital del CECOM, UCLV]. En A. Basail Rodríguez (Comp.), y D. Álvarez Durán (Cord.). *Sociología de la Cultura. Lecciones y Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Espina Prieto, M. P. (2004). *Humanismo, totalidad y complejidad. El giro epistemológico en el pensamiento social y la conceptualización del desarrollo*. DOCUMENTO VII. La Habana: Instituto de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

García Canclini, N. (1991). Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24.

Lenin, V. I. (1974). *Materialismo y Empiriocriticismo*. Ediciones en Lenguas Extranjeras Pekin. Primera edición 1974. (2a impresión 1975). (Fotocopiado).

Martinell, A. (1999). Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural. OEI: 50 años de cooperación. Número 20. Mayo-agosto, 1999.

Martínez Casanova, M. (2010). *La intervención sociocultural como recurso de cambio*. Santa Clara: Editorial Feijóo.

Martínez Heredia, F. (2007). *Pensamiento social y política de la Revolución*. Conferencia La Habana, 3 de julio de 2007 en revista *Criterios*. Palabras leídas por su autor, el 3 de julio de 2007, en el Instituto Superior de Arte (La Habana), como parte del Ciclo “La política cultural del período revolucionario: memoria y reflexión”.

MINCULT (2017). *Prioridades para las instituciones de la Cultura*. La Habana: MINCULT.

Espina Prieto, M. P. (2004). *Humanismo, totalidad y complejidad. El giro epistemológico en el pensamiento social y la conceptualización del desarrollo*. DOCUMENTO VII. La Habana: Instituto de Investigación Cultural “Juan Marinello”.

Engels, Federico (1977). *Anti-Dühring*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Gutiérrez Menéndez, G. E. (2010). *Teoría y práctica de la gestión cultural. Contextos y realidades. Selección de lecturas, Compilación*. La Habana: Centro Nacional de Superación para la Cultura. Colección Punto de Partida.

Marx, K. y F. Engels (2001). *La Ideología Alemana*. Uruguay, Montevideo: Ediciones Pueblos Unidos.

Martínez Heredia, F. (2007). Pensamiento social y política de la Revolución. Conferencia La Habana, 3 de julio de 2007 en revista *Criterios*. Palabras leídas por su autor, el 3 de julio de 2007, en el Instituto Superior de Arte (La Habana), como parte del Ciclo “La política cultural del período revolucionario: memoria y reflexión”.

Pérez Yera, A. (2009). Crisis, reajuste y cotidianidad en los 90 en Cuba. [Biblioteca Digital del CECOM, UCLV]. Santa Clara: UCLV, Centro de Estudios Comunitarios.

Riera Vázquez, C.M. (2005). Lo Local y Lo Comunitario ¿Disyuntiva en la comprensión del desarrollo en Cuba hoy? Santa Clara: Centro de Estudios Comunitarios UCLV.

Romero Fernández, E. (2009). Las Políticas públicas. Facultad de Ciencias Sociales. Biblioteca del Centro de Estudios Comunitarios. Santa Clara: UCLV, Centro de Estudios Comunitarios.

Vega Quintana, L. (2006). Sociología, Cultura y Literatura en Sociología de la cultura (s.f.). [Biblioteca Digital del CECOM, UCLV]. En A. Basail Rodríguez (Comp.), y D. Álvarez Durán (Cord.). *Sociología de la Cultura. Lecciones y Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Williams, R. (S.f.). Hacia una Sociología de la cultura. [Biblioteca Digital del CECOM, UCLV]. En A. Basail Rodríguez (Comp.), y D. Álvarez Durán (Cord.) (2006). *Sociología de la Cultura. Lecciones y Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Relación consumo cultural-servicios culturales: Reflexiones para su transformación

YAKELIN LÓPEZ SANTOS

La participación en los eventos “Política Cultural: Superación y Desarrollo” y en los cursos de Consumo Cultural, organizados por el Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara, nos ha conducido a la problematización de algunos aspectos de nuestra realidad cultural, que deben estar generando esfuerzos en los próximos años: reflexiones acerca de las posibles consecuencias formativas del contenido de las ofertas culturales que prefiere la población, la búsqueda de explicaciones para el comportamiento del consumo cultural en segmentos poblacionales como la juventud, las amas de casa, los adultos mayores, etc., el interés por identificar necesidades, cualidades y valores de los sujetos sociales, individuales y colectivos, que pueden interpretarse a partir del análisis de sus comportamientos de consumo cultural y los cuestionamientos acerca del papel de instituciones como la familia, la escuela y las organizaciones laborales del sistema de la cultura, en la formación de actitudes y valores asociados a la elección de los contenidos culturales que consume la población.

Sin embargo, existe predominio de actitudes de crítica hacia el contenido del consumo cultural que se considera “peligroso”, “errático”, “vacío de valores estéticos y morales”; cuando en realidad lo que se requiere son estudios científicos que puedan evaluar la perspectiva de los sujetos del consumo cultural desde una postura comprensiva; y proponer alternativas de acción para las instituciones encargadas de producir y reproducir los contenidos culturales y de influir en la formación de los comportamientos de consumo cultural.

También consideramos que existe una mayor focalización de la situación desde la perspectiva de las cualidades técnicas, estéticas y morales del producto cultural y menos atención a la diversidad de acciones que median entre el producto cultural y su consumo como su distribución, presentación, comunicación, comercialización, conservación, combinación (cuando se juntan distintos productos culturales en un espectáculo, festival, fiesta, etc.) e interpretación, que integran el servicio cultural.

Por ello planteamos el propósito de elaborar herramientas metodológicas para la evaluación de las potencialidades con las que contamos en las instituciones culturales para la gestión del consumo cultural. Además, estamos pro-

poniendo hacerlo desde la perspectiva de los que ejercen el servicio cultural, pues teniendo en cuenta el derecho a la libertad de creación de los artistas y la amplia gama de interpretación que contiene todo producto cultural, es el servicio cultural una arista del fenómeno que comprende múltiples posibilidades para las transformaciones que se requieran en la gestión del consumo cultural.

El consumo cultural como campo de investigación psicosocial

El consumo cultural se define como el proceso de apropiación, por parte de los sujetos sociales, de los productos y servicios culturales. Entendiendo la apropiación como la interacción directa con el objeto o fenómeno en la que los sujetos sociales se involucran desde una postura activa. Nos parece necesaria esta aclaración teniendo en cuenta que los sujetos sociales están expuestos a múltiples ofertas culturales todo el tiempo, por el mero hecho de levantarse cada mañana y vivir su cotidianidad, pero no necesariamente estas ofertas culturales entran en su campo de acción cotidiano por elección propia, sino que le son impuestas por quienes configuran los contextos en los que se realiza, por ejemplo: la música que acompaña las rutas de los ómnibus y otros medios de transporte público.

El carácter procesual de dicha apropiación está dado porque comprende un conjunto de momentos, partes o subprocesos en que el acto concreto de interacción directa con el producto cultural no es el principio ni el fin, ya que a él le anteceden y le preceden otros subprocesos como la categorización² de las diversas ofertas culturales disponibles, la configuración de actitudes ante esa categorización y la toma de decisiones que conduce a la selección de una oferta concreta. Luego le preceden la interpretación, la integración a la subjetividad de contenidos cognitivos y afectivos que emanan de esa interpretación y un retorno a la categorización, a la dinámica actitudinal y a la regulación del comportamiento.

De esta forma podemos proponernos el estudio del consumo cultural desde una perspectiva psicosocial, es decir, desde los fundamentos teóricos y metodológicos de la Psicología Social, porque el consumo cultural, como fenómeno, tiene la cualidad doble de ser expresión de la subjetividad y también de configurarla.

En esencia, los estudios acerca del consumo cultural son estudios de participación social, pues el consumo cultural es una forma de participación social, en este caso una participación en la producción y reproducción de los muy diversos contenidos culturales que conforman los productos artísticos que se consumen.

² Por ejemplo, la articulación con otros sectores como MINED y MES.

El sistema institucional de la cultura y el consumo cultural. Misión de las instituciones culturales

Con la constitución del Ministerio de Cultura (MINCULT) en 1976, se organiza un sistema institucional con la responsabilidad de orientar, promover y supervisar la política cultural del Estado cubano, dedicando los recursos asignados no solo a la producción de obras de calidad excepcional, sino a elevar la producción de valores artísticos y literarios, con la intervención de la mayoría de la población, propiciando en esta una apreciación estética superior.

A fines de los ochenta del pasado siglo, con la reestructuración del MINCULT, se establece una nueva concepción de dirección en los procesos culturales a través del sistema de programas y proyectos, con el objetivo de promover un modelo de desarrollo alternativo que sustituyera al modelo administrativo anterior, centralizado y vertical, que conservaban algunas instituciones y que limitaba la aplicación práctica de los principios participativos de la política cultural.

Sin embargo, en lo que concierne al consumo cultural, el sistema institucional de la cultura encuentra limitaciones que, en esencia, remiten a la necesidad de repensar, perfeccionar y reconfigurar muchos de sus mecanismos de funcionamiento, si consideramos que, aunque contamos con varias potencialidades² para abordar este fenómeno de manera preventiva, lo estamos enfrentando de manera reactiva, correctiva, cuando ya tenemos el problema.

Al respecto una de nuestras más comprometidas intelectuales alerta: “en la contemporaneidad el concepto de cultura penetra todas las esferas de la vida... atraviesa el pensamiento, las costumbres... genera modelos de conducta y horizontes de expectativas presentes y futuras... transmite ideologías... por lo que contribuye a construir un consumidor manipulable o, en sentido inverso, a potenciar energías impulsoras de creatividad y a reafirmar la voluntad emancipadora del sujeto. Por ese motivo, el diseño de políticas culturales y su aplicación consecuente en la práctica trasciende un problema sectorial. Implica y concierne al conjunto de la sociedad, se remite, en última instancia, a una filosofía del desarrollo humano” (Pogolotti, G., s/f).

Servicio cultural. Relación con el consumo cultural

Un servicio es cualquier actuación o comportamiento que una parte puede ofrecer a otra, esencialmente intangible y sin transmisión de propiedad. Su prestación puede ir o no ligada a un objeto físico tangible.

Los servicios tienen varias características que delimitan su gestión, la primera es precisamente su intangibilidad, lo cual implica que no puede experimentarse (a través de los sentidos) antes de su adquisición y no pueden prede-

cirse sus resultados; esta cualidad hace que ante los servicios siempre haya una cuota de incertidumbre.

Además, el servicio se identifica por el carácter inseparable del que presta el servicio con el cliente, lo cual no suele ocurrir con los bienes materiales en los que el productor y el cliente no tienen que, necesariamente, interactuar de forma directa. En el caso de los servicios, tanto el suministrador como el cliente afectan su ejecución y resultado.

La variabilidad tipifica también a los servicios ya que dependen de quiénes estén involucrados, el momento, el lugar, la experiencia previa, etc. Por último, tenemos su existencia perecedera, los servicios no se pueden almacenar, solo se pueden vivenciar en su ejecución presente y concreta. Sin embargo, los servicios tienen varias ventajas, las que consideramos más importantes son la posibilidad de su impacto significativo en la regulación del comportamiento de quienes los consumen, y de corregir, en el mismo momento, los errores cometidos.

Cualquier servicio implica una dimensión “cultural” contenida en los valores, hábitos, principios, creencias, actitudes, cosmovisión, etc., que pueden inferirse de las cualidades de dicho servicio y, transitivamente, del grupo de pertenencia del sujeto que lo ejerce, dígase familia, comunidad, organización laboral o país.

En este caso nos interesan los servicios formales, que se generan en una organización laboral y se han legitimado como una actividad de trabajo. En consecuencia, el servicio como actividad laboral es cultural cuando se relaciona con la gestión de procesos culturales en las organizaciones que conforman el sistema organizacional de la cultura.

Desde estos supuestos proponemos considerar la relación entre los servicios culturales y el consumo cultural, teniendo en cuenta que son, frecuentemente, los servicios culturales los que median entre la creación y el consumo, son ellos quienes tienen un gran potencial de influir en el consumo y los que, en última instancia, pueden dar cuenta, de primera mano, de los efectos inmediatos del consumo cultural en la población.

Sin pretensiones de agotar todas las posibilidades existentes, hacemos mención de los servicios culturales que consideramos relevantes para influir en el consumo cultural:

- Crítica de arte: interpretación, construcción de significados.
- Docencia.
- Investigación.
- Comunicación: Publicidad, anuncio, divulgación, presentación.
- Distribución.
- Combinación e integración: espectáculos, ferias, festivales, eventos.

- Gestión y tratamiento de la información.
- Conservación.
- Orientación.
- Intervención cultural.
- Comercialización.

Si bien estamos ante una considerable diversidad de servicios culturales, cada uno de ellos con potencial de perfeccionamiento específico, también estamos convencidos de que su estudio puede develar limitaciones genéricas que parten de aspectos comunes a la gestión cultural institucionalizada en el país.

Contradicciones para el desarrollo asociadas al consumo cultural y su gestión desde el servicio cultural

Cuando nos planteamos el imperativo de pensar en las potencialidades que la realidad de las prácticas del servicio cultural están configurando para contribuir a la gestión del consumo cultural, de manera que sea coherente con las políticas de desarrollo humano que nos hemos planteado en el proyecto emancipador de la Revolución, es de gran utilidad el método dialéctico de análisis y transformación de la realidad, que debe iniciarse con la identificación de las contradicciones que, acerca del fenómeno estudiado, se están expresando, pues en las propias contradicciones están contenidas las potencialidades de cambio.

La contradicción contenido-forma, en el asunto específico que nos hemos propuesto investigar se expresa en que, aunque se reconoce que el servicio cultural debe contener especificidades propias de la identidad de las organizaciones culturales, se desempeña en la mayoría de los casos desde procedimientos que son genéricos a los servicios en cualquier sector de la producción socioeconómica. Es decir, aunque existe el reconocimiento de que los servicios culturales deben tener cualidades que los distinguan de otros servicios, se ejercen, mayormente, desde las mismas pautas de calidad que son aplicables a esos mismos servicios, en cualquier otro sector. Por ejemplo: el servicio cultural de comercialización, que se realiza en las tiendas de ARTEX, no se diferencia significativamente del que tiene lugar en cualquier otro punto de venta de productos afines, que no pertenezca al sistema institucional de la cultura o, visto de otra manera, en las tiendas de ARTEX se están satisfaciendo, probablemente con elevado desempeño laboral, las mismas necesidades de consumo de productos para la vida cotidiana, sin embargo, no se están enfocando en las necesidades espirituales, en intencionar el tratamiento de lo cultural en el acto de consumo, que tendría que ser el elemento que marcaría la distinción, la identidad del servicio cultural.

La contradicción medios-fines, se expresa en el conjunto de prácticas de

gestión del capital humano que tienen lugar en las organizaciones que componen nuestro sector. Estas prácticas suelen caracterizarse por acciones de reclutamiento, selección de personal, diseño de puestos de trabajo, prácticas de superación y evaluación de desempeño que no tienen en cuenta, precisamente, las competencias laborales que deberían distinguir a un trabajador del sector de la cultura.

Esta contradicción se genera en la propia complejidad del rol de gestor cultural, que debería ser transversal al desempeño de cualquier puesto de trabajo en el sector cultural. Sin embargo, el carácter complejo de los fenómenos (subjetivos, simbólicos) con los que trabajemos no justifican su evasión o su tratamiento mecanicista, la posibilidad de que las prácticas de gestión de capital humano en las organizaciones del sector cultural (medios), garanticen la incorporación de trabajadores capaces de contribuir a la gestión cultural, de acuerdo con las políticas culturales consensuadas (fines), parte de que seamos capaces de hacer un ejercicio analítico de los condicionamientos de ese desempeño laboral al que se aspira y, consecuentemente, se diseñen las prácticas de gestión de capital humano coherentes con esos condicionamientos.

En esta misma línea de reflexión, la contradicción rol-función, que se refiere a la presencia más clara, definida y explicada, en el discurso, de lo que debe hacer un sujeto desde su posición en el entramado social, que cuando se verifica esta supuesta función en las posibilidades concretas que tiene ese sujeto de desempeñar esa función, ya sea por conflictos asociados a expectativas sociales, o a condiciones del contexto para su realización, es decir a las posibilidades reales que tiene el sujeto de cumplir con las exigencias que se le plantean, que sería lo que se conoce como rol y que parte de su definición teórica que es a lo que llamamos función. Por ejemplo: la función del servicio cultural de distribución de las ofertas culturales debería delimitarse de acuerdo con las necesidades de participación cultural de los segmentos de población, sin embargo, por condicionamientos económicos se distribuyen de acuerdo con la disponibilidad de transportación.

Las potencialidades de cambio para el desarrollo que actualmente tienen los servicios culturales, están contenidas en la identificación y tratamiento de estas contradicciones.

Algunas consideraciones metodológicas para el abordaje comprensivo y transformador de la relación entre el servicio y el consumo culturales, desde perspectiva psicosocial

Tomando en consideración las bases teóricas antes expuestas proponemos que el abordaje científico del fenómeno planteado, desde perspectiva psicosocial,

se adscriba al paradigma sociocrítico, que defiende un tipo de investigación científica comprometida con la emancipación humana y que alerta sobre los peligros de las investigaciones metafísicas, hechas para la corroboración de teorías, a espaldas de las necesidades de los grupos sociales.

Investigaciones que tengan un alcance comprensivo, lo cual implica que, aunque haya momentos de medición, con el uso de herramientas que provean datos cuantitativos, se haga énfasis en el uso de técnicas de investigación que permitan la comprensión, interpretación, explicación e integración de los datos de naturaleza cualitativa.

Recomendamos, también, el uso de metodologías que faciliten el compromiso de los participantes en la investigación, con los resultados. Las ciencias sociales cuentan con una metodología, originada en los trabajos de Kurt Lewin y Orlando Fals Borda, ampliamente difundida en nuestro país por la Asociación de Pedagogos de Cuba, que es la investigación-acción, que toma como principio para la transformación social, la existencia de participación de los sujetos de los contextos en la investigación que les concierne.

El procedimiento que propondríamos tendría un primer momento de realización de entrevistas a los trabajadores que desempeñan servicios culturales, en el sistema institucional de la cultura, con el objetivo de ir conformando indicadores de evaluación y transformación de la relación servicio cultural-consumo cultural, un segundo momento de trabajo con algún dispositivo grupal que permita la emergencia de propuestas de perfeccionamiento de esta relación y su implementación, para luego desarrollar un momento de evaluación de la intervención realizada.

Aunque existe el reconocimiento de la necesidad de actuar, de manera coherente, fundamentada e integrando diversos sectores socioeconómicos ante las consecuencias que pueden tener las prácticas de consumo cultural para el desarrollo humano, en las condiciones sociohistóricas concretas de nuestro país, se percibe un predominio de acciones descriptivas y de crítica hacia los productos y ofertas culturales, que se consideran deformadores de los valores que defendemos como proyecto social. Críticas y descripciones necesarias, pero no suficientes.

Ante esta situación proponemos el abordaje de una arista del fenómeno menos abordada: la relación entre los servicios culturales y el consumo cultural, por el carácter mediador de los servicios culturales, entre la creación y el consumo cultural y las posibilidades de influencia en el comportamiento de consumo cultural que contiene el ejercicio de los servicios culturales, desde su diversidad, pero también desde algunos condicionamientos genéricos.

Para ello planteamos la necesidad de implementar alternativas de investigación científica que puedan canalizar las contradicciones que generan malestares en estos fenómenos y su tratamiento transformador desde los supuestos de la investigación-acción, tomando como premisa la participación de los implicados en la generación de alternativas de perfeccionamiento del mismo.

Figuras

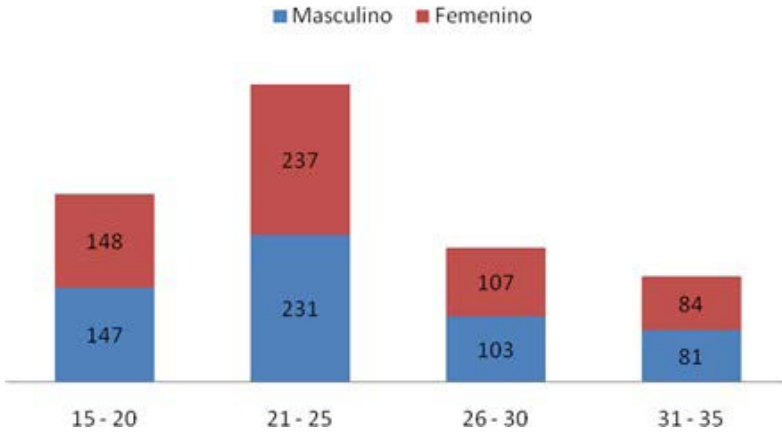


Figura 1. Composición de la muestra según rango de edad y género



Figura 2. Composición de la muestra según ocupación

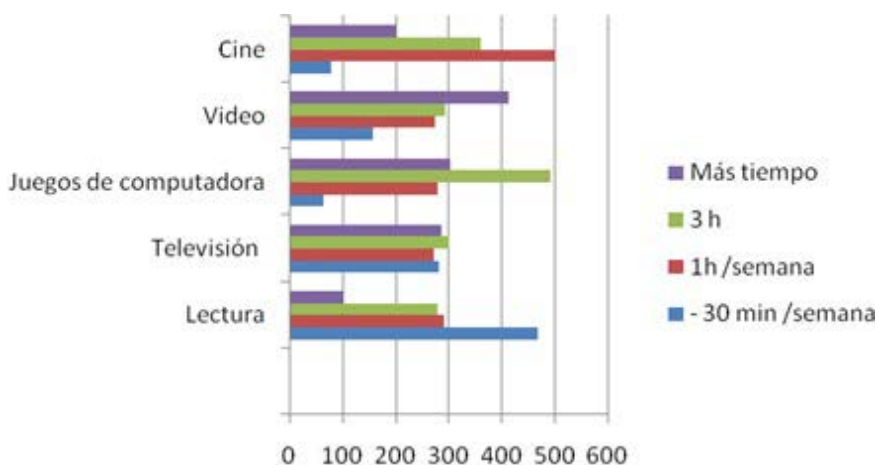


Figura 3. Frecuencia de prácticas diarias de entretenimiento

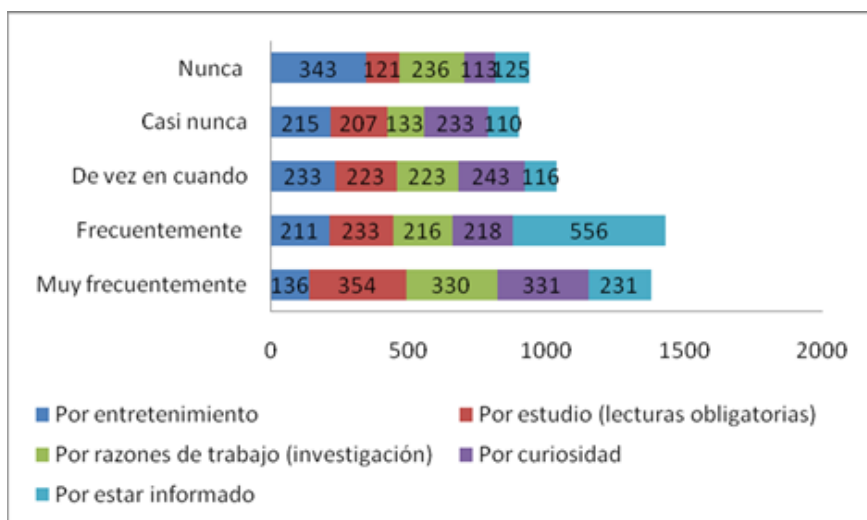


Figura 4. Frecuencia de lectura según la motivación para realizarla

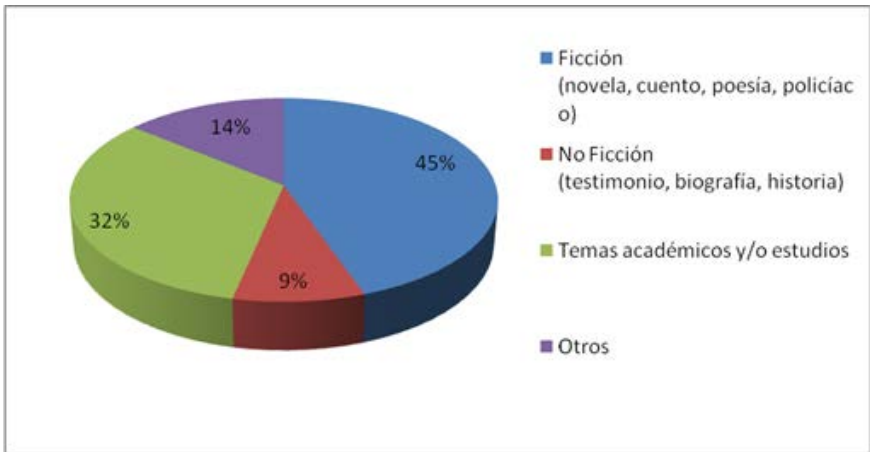


Figura 5. Preferencia de libros por géneros literarios

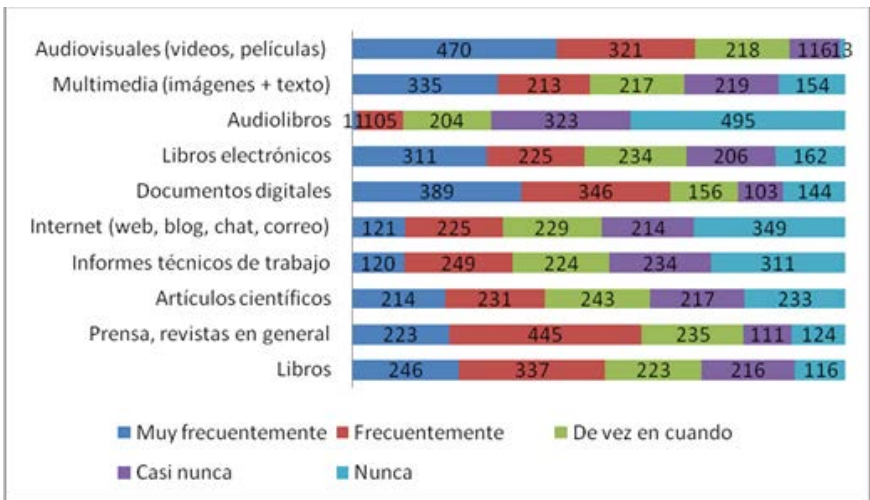


Figura 6. Frecuencia de utilización por tipología documental

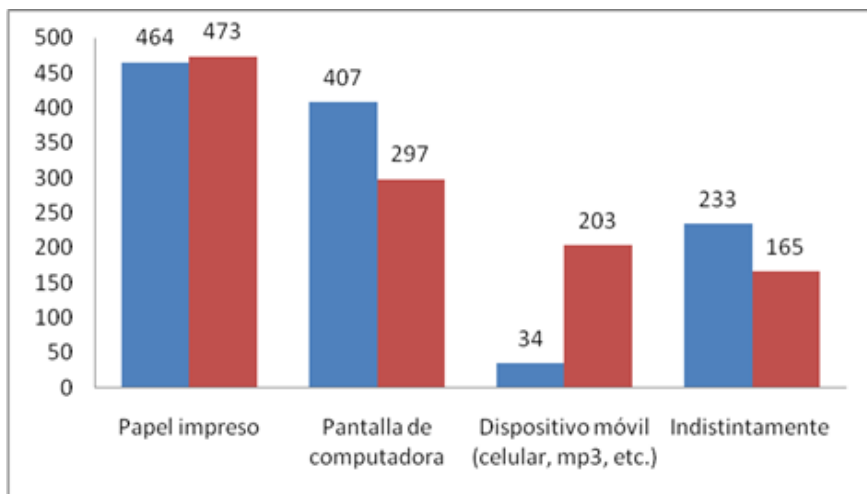


Figura 7. Tipo de soporte para la lectura por frecuencia de uso y preferencia

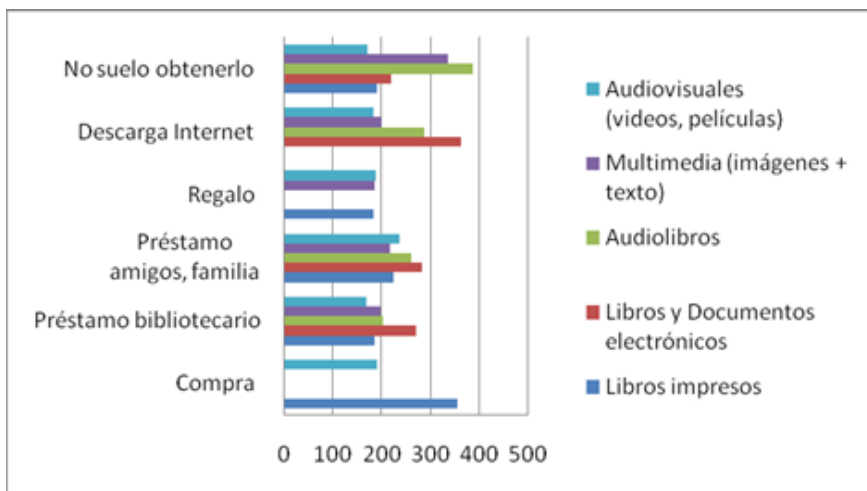


Figura 8. Formas de adquisición de los diferentes soportes de lectura

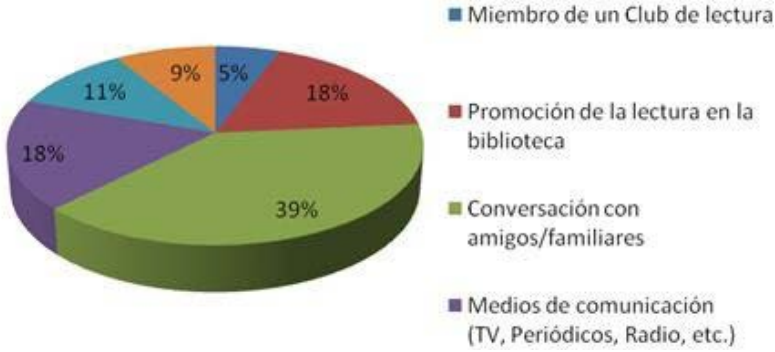


Figura 9. Vías por las que se ha conocido un libro de interés

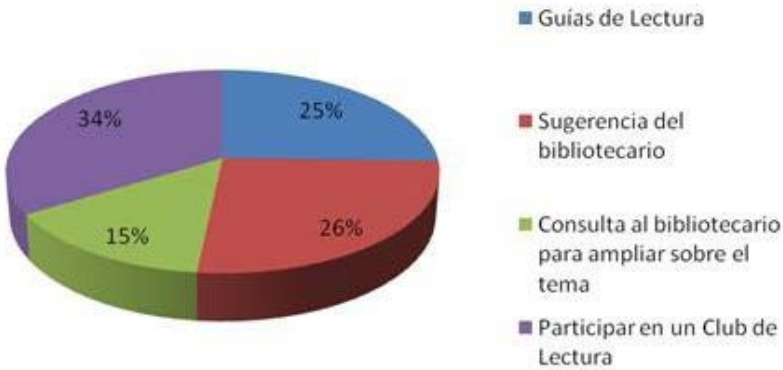


Figura 10. Opciones preferidas como vías para motivarse a leer

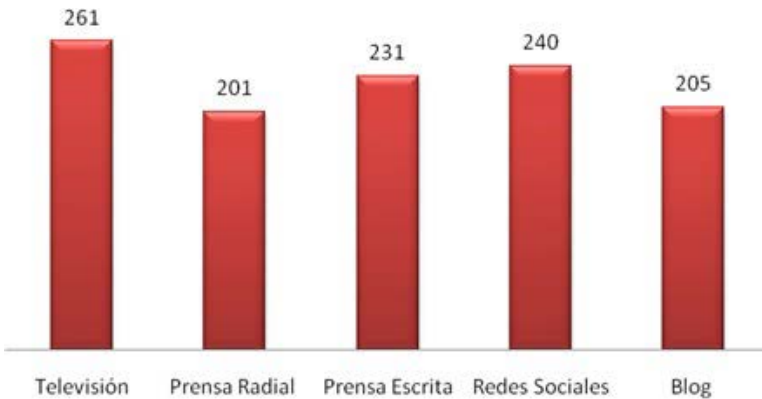


Figura 11. Canales de Comunicación preferidos para el fomento del hábito de lectura

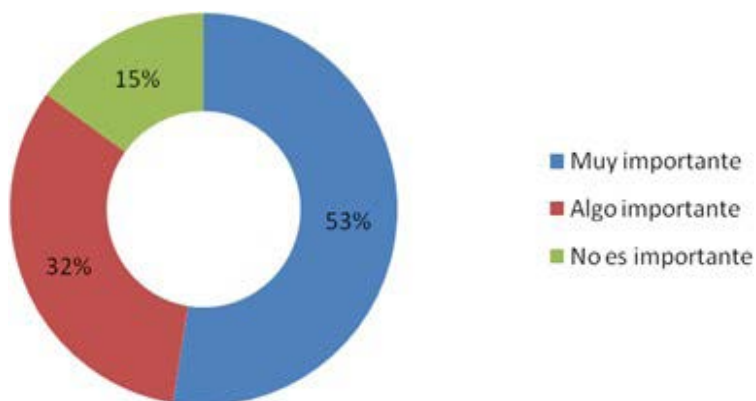


Figura 12. Importancia de poder disponer los libros de texto en soporte digital

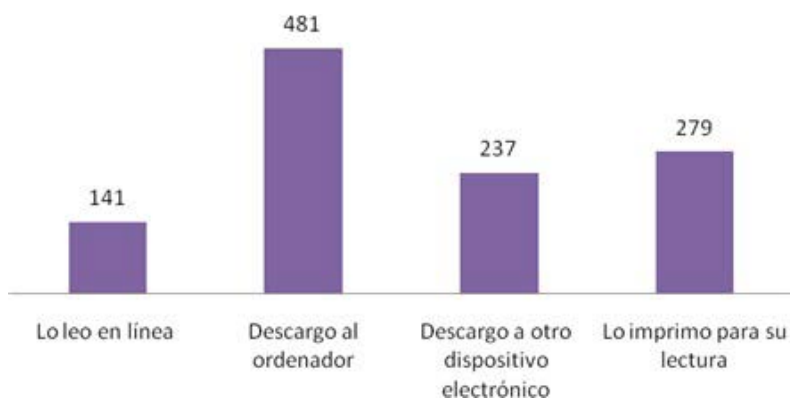


Figura 13. Opciones empleadas con frecuencia para leer un documento digital

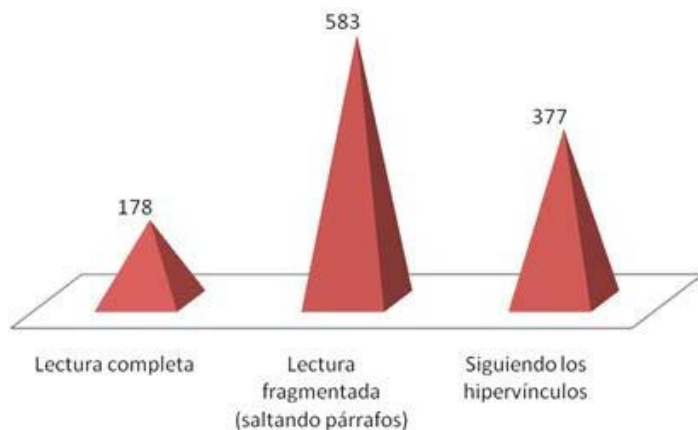


Figura 14. Formas en que se lee un documento digital

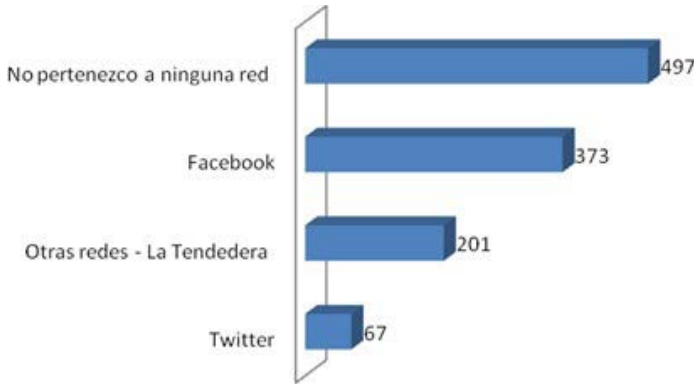


Figura 15. Pertenencia a algún sitio de redes sociales

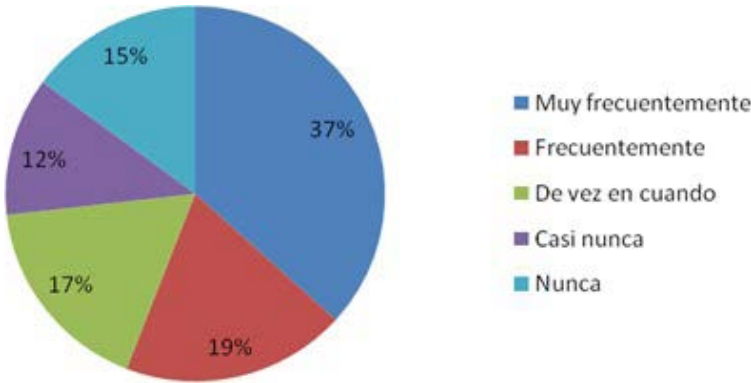


Figura 16. Frecuencia de actividad colaborativa y participativa en Internet



Figura 17. Datos Estadísticos del uso de la tecnología en Cuba en enero 2020 publicados en el informe “Digital in 2020” (We Are Social, 2020).

Temas más buscados en Google

Buscar temas 🕒 En aumento ▼ 📄 ↔ ↶

1	Copa América - Campeonato de fútbol	Aumento puntual
2	Tornado - Tema	+2.300%
3	Bolita - Tema	+700%
4	Houston Astros - Equipo de béisbol	+500%
5	Nicaragua - País en América Central	+250%
6	Lotería de la Florida - Tema	+190%
7	Venezuela - País en América del Sur	+170%
8	Venezolanos - Tema	+160%
9	Anuel AA - Cantante	+140%
10	WhatsApp - Aplicación	+130%
11	Lotería - Tema	+120%
12	Merme - Tema	+110%
13	Xiaomi - Empresa china dedicada de teléfonos móviles	+100%
14	Noche - Tema	+100%
15	Juego de tronos - Serie de televisión de EE.UU.	+100%
16	Florida - Estado de los EE.UU.	+100%
17	Premier League - Liga de fútbol	+100%
18	Hoy - Tema	+100%
19	Badoo - Red social	+90%
20	WhatsApp - Tema	+90%

Figura 18. Temas más buscados en Google (a la izquierda) y en Youtube (a la derecha) en Cuba durante el año 2019. Según estadísticas del sitio trends.google.com.

Temas más buscados en Youtube

Buscar temas (?)

En aumento ▼ ⚙ ⌂ ↩

- | | | |
|----|---|---|
| 1 | El otro lado del paraíso - Telenovela | Aumento puntual |
| 2 | Tornado - Tema | Explorar Tornado - Tema |
| 3 | Malecón habanero - Avenida en La Habana, Cu... | +900% |
| 4 | Venezuela - País en América del Sur | +750% |
| 5 | Venezolanos - Tema | +700% |
| 6 | Ajax de Ámsterdam - Club de fútbol | +700% |
| 7 | La reina del sur - Telenovela | +600% |
| 8 | Wildey - Tema | +600% |
| 9 | Alvaro Torres - Cantautor | +450% |
| 10 | Lenier - | +300% |
| 11 | La voz - Programa de televisión de EE.UU | +250% |
| 12 | Juego de tronos - Serie de televisión | +200% |
| 13 | Karol G - Cantante | +200% |
| 14 | Lotería de la Florida - Tema | +190% |
| 15 | El Chulo - Tema | +190% |
| 16 | Alejandro Otaola - Compositor | +140% |
| 17 | Miguel Díaz-Canel - Presidente de la República... | +130% |
| 18 | Five Nights at Freddy's - Serie de videojuegos | +130% |
| 19 | Florida - Estado de los EE.UU. | +120% |
| 20 | Anuel AA - Cantante | +120% |

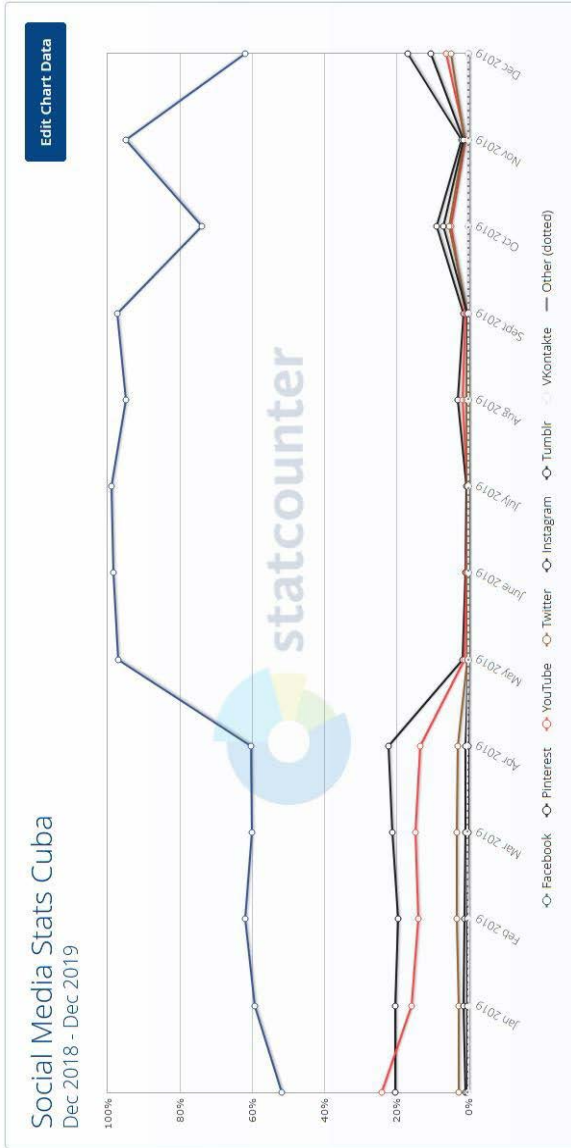


Figura 19. Redes sociales más utilizadas en Cuba durante 2019. Estadísticas del sitio: gs.statcounter.com

Anexos

Anexo 1. Cuestionario aplicado a adolescentes y jóvenes

DATOS GENERALES

Edad	Sexo	Nivel Educativo Vencido				Ocupación Principal		
		Primaria	Secund.	Medio Sup.	Univ.	Estud.	Trabaj.	Desocup.

PREGUNTAS

¿En cuáles de los siguientes espacios te vinculas más con la cultura? Puedes marcar más de uno:

<input type="checkbox"/> Medios de comunicación (TV, radio, etc.).	<input type="checkbox"/> Instituciones o grupos del barrio
<input type="checkbox"/> Instituciones culturales (museo, cine, biblioteca, Casa de cultura, etc.)	<input type="checkbox"/> Centros de trabajo
<input type="checkbox"/> Clases en la escuela	<input type="checkbox"/> Grupos de aficionados
<input type="checkbox"/> Vida familiar	<input type="checkbox"/> Actividades escolares
<input type="checkbox"/> Ferias y festivales culturales	<input type="checkbox"/> Asociaciones de artistas
<input type="checkbox"/> Organizaciones estudiantiles	<input type="checkbox"/> Otros. ¿Cuáles? _____
<input type="checkbox"/> Grupos de amigos	

II. No siempre se participa de igual modo en las actividades que ofrecen las instituciones culturales. En tu caso, ¿de qué forma has participado en esas actividades? Intenta completar las respuestas en la tabla siguiente:

Formas de Participación	Siempre	A veces	Nunca
Público o Espectador			
Aprendiz o Practicante			
Artista o Aficionado			
Instructor o Investigador			
Organizador o Promotor			
Otra. ¿Cuál? _____			

III. Toda actividad cultural se prepara previamente, luego se hace, y después se evalúa. ¿Qué participación has tenido durante esas fases, en actividades desarrolladas por las INSTITUCIONES CULTURALES?

Fases de la actividad	Siempre	A veces	Nunca
En el diseño y planificación			
En la organización y preparación			
Con tareas durante la ejecución			
En el control y evaluación			
Otra. ¿Cuál? _____			

IV. Nos interesa conocer qué tipo de participación has tenido en actividades desarrolladas en INSTITUCIONES CULTURALES. Lee bien las variantes antes de responder.

Tipos de Participación	Siempre	A veces	Nunca
Como receptor pasivo de la actividad			
Aporto información para que se use en la actividad			
Se me consulta previamente sobre algunos aspectos de la actividad			
Ejecuto algunas tareas, o apporto recursos, a cambio de algún beneficio			
Integro grupos de personas para debatir y hacer propuestas sobre la actividad			
Puedo tomar decisiones fundamentales sobre la actividad			
Realizo la actividad en la institución, por iniciativa personal o de un grupo			

V. Esta es la pregunta más importante de esta encuesta. Se refiere a tus intereses, estados de ánimo y grados de satisfacción con respecto a las actividades que se desarrollan en las INSTITUCIONES CULTURALES. Ante cada alternativa, debes escoger en cuál extremo te encuentras (1 o 5), o si tu posición es intermedia (2, 3 o 4).

Siento que las actividades de las instituciones culturales:

	5	4	3	2	1	
a) Son necesarias						Son innecesarias
b) Me interesan						No me interesan
c) Las prefiero a otras						Me son indiferentes

Participo en actividades de instituciones culturales:

	5	4	3	2	1	
a) De manera estable						De manera inestable
b) Con motivación						Desmotivado
c) Con propósitos definidos						Sin propósitos definidos
d) Por convicción personal						Por compulsión de otros.

Las actividades de las instituciones culturales me provocan:

	5	4	3	2	1	
a) Aceptación						Rechazo
b) Agrado						Desagrado
c) Actitud Crítica						Actitud Pasiva
d) Satisfacción						Insatisfacción

Anexo 2

Variable	Indicadores	Cantidad
Grupo Etario	Adolescencia	7
	Juventud	8
Género	Femenino	6
	Masculino	9
Nivel Educativo	Primaria	3
	Secundaria	2
	Media Superior	5
	Universitario	5
Ocupación	Estudiante	8
	Trabajador	7
	Desocupado	-

Datos de los autores

IRÁN CABRERA DÍAZ DE VILLEGA. Profesor Ayudante del Centro Provincial de Superación para la Cultura en Villa Clara. Graduado de Licenciado en Educación. Máster en Pensamiento Filosófico Latinoamericano. Posee las Categorías de Investigador Agregado. Es autor del libro *Posmodernidad y América Latina: el estimulante disenso* (Editorial Capiro, 2007). Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

MAIRA GONZÁLEZ ALONSO. Lic. en Marxismo Leninismo. Máster en Desarrollo Comunitario. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

SUYEN PINO RODRÍGUEZ. Investigadora de la UDI Centro de Investigación y Promoción Cultural Samuel Feijóo. Lic. en Estudios Socioculturales, actualmente cursa estudios de Maestría en Gestión de la Ciencia y la Innovación. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

MIREYA HERNÁNDEZ DÍAZ. Investigadora de la UDI Centro de Investigación y Promoción Cultural Samuel Feijóo. Lic. en Defectología, actualmente cursa estudios de Maestría en Gestión de la Ciencia y la Innovación. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

JULIA ISELA MARTÍN MARTÍN. Profesora Auxiliar del Departamento de Estudios Socio-Culturales de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Máster en Desarrollo Cultural. He impartido diversas asignaturas como Gestión Cultural, Historia y Cultura Regional. He participado en varios eventos tanto nacionales como internacionales. Cuento con varias publicaciones de artículos y libros nacionales e internacionales.

YAIMA MEDEROS JIMÉNEZ. Profesora Asistente de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Departamento de Estudios Socioculturales, en la Facultad de Ciencias Sociales. Graduada de Licenciatura en Estudios Socioculturales. Máster en Ciencias en Conservación de la Biodiversidad. Obtuvo el Premio CITMA Provincial a la investigación del año 2019. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

YURIMA CALERO PÉREZ. Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduada de Licenciada en Psicología. Máster en Ciencias en Psicopedagogía. Posee la Categoría de Profesor Asistente de la UCLV. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

ZADI SANTOS RODRÍGUEZ. Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduada de Licenciada en Historia del Arte. Máster en Ciencias en Trabajo Social. Posee la Categoría de Profesora Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

RAMÓN ALBERTO MANSO REGALADO. Director de la UDI Centro de investigación y Promoción Cultural Samuel Feijóo. Doctor en Documentación e Información Científica, Universidad de Granada, España. Lic. en Información Científico Técnica y Bibliotecología. Graduado de Máster en Bibliotecología y Ciencias de la Información. Posee la Categoría de Investigador Auxiliar y Profesor Titular de la UCLV. Es el presidente de la Ascubi en Villa Clara. Obtuvo Premio CITMA Provincial a la investigación del año 2016, 2019, 2022. Tiene participación en eventos nacionales e internacionales y publicaciones científicas.

IDALMIS OSIRIS PÉREZ CABEZA. Subdirectora docente y Profesora Principal del Centro de Superación para la Cultura en Villa Clara. Lic. en Letras. Máster en Ciencias de la Educación Superior. Posee la Categoría de Profesora Asistente de la UCLV. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas. Ha compilado dos libros para la Editorial Feijóo.

MERCEDES CATONY DELGADO. Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduada de Licenciatura en Educación: Especialidad Historia Ciencias Sociales. Máster en Ciencias Educación Avanzada. Cursó el Diplomado en Desarrollo Comunitario. Posee la Categoría de Investigador Agregado y Profesor Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

JUDIÉL REYES AGUILAR. Profesor Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduado de Ingeniero de Telecomunicaciones y Electrónica. Máster en Ciencias Telemáticas. Posee la Categoría de Aspirante a Investigador y Profesor Instructor de la UCLV. Es miembro de la Unión de Historiadores de Cuba y la Unión de Ciencias Informáticas. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas. Ha compilado dos libros para la Editorial Feijóo.

ALEIDA EVARISTA RIVERO VILLARREAL. Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduada de Licenciada en Educación, especialidad Química. Máster en Ciencias Pedagógicas, Mención en Dirección. Posee la Categoría Docente de Profesora Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos y publicaciones científicas.

MAIBELÍN CARRASCO PÉREZ. Especialista de la Dirección Municipal de Cultura, Placetas, Villa Clara. Doctora en Ciencias Sociológicas del CEC de la UCLV, especialidad: Desarrollo Social Comunitario. Graduada de Licenciada en Letras. Posee las Categorías de Investigador Auxiliar y Profesora Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos nacionales e internacionales y publicaciones científicas. Obtuvo Premio CITMA Provincial a la investigación del año 2019 y 2022.

DORIS TERESA MADRUGA TORRES. Directora y Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura en Villa Clara. Graduada de Licenciada en Marxismo-Leninismo. Máster en Ciencias en Educación Avanzada. Diplomada Europea en Administración. Posee las Categorías de Investigador Auxiliar y Profesora Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos nacionales e internacionales y publicaciones científicas. Obtuvo Premio CITMA Provincial a la investigación del año 2019 y 2022. Ha compilado dos libros para la Editorial Feijóo.

HÉCTOR GONZÁLEZ FUENTES. Especialista de la Dirección Municipal de Cultura, Placetas, Villa Clara. Graduado de Licenciado en Letras. Máster en Ciencias en Desarrollo Comunitario. Posee las Categorías de Investigador Auxiliar y Profesor Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos nacionales e internacionales y publicaciones científicas. Obtuvo el Premio CITMA Provincial a la investigación del año 2022.

YAKELIN LÓPEZ SANTOS. Profesora Principal del Centro Provincial de Superación para la Cultura de Villa Clara. Graduada de Licenciada en Psicología. Máster en Ciencias en Desarrollo Comunitario. Con especialización en campos de la Psicología Social, Comunitaria, Laboral y Organizacional. Posee la Categoría de Profesor Auxiliar de la UCLV. Tiene participación en eventos nacionales e internacionales y publicaciones científicas.

