

Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa

The mass media and their role in the construction and deconstruction of identities: critical notes for an unfinished thought

M.Sc. Margarita Amalia Cruz Vilain

Resumen: El presente trabajo aborda el papel de los medios masivos de comunicación en la formación de referentes culturales y su implicación, por tanto, en identidades colectivas e individuales. El mismo no pretende dar ideas acabadas, sino que constituye un acercamiento crítico desde la mirada histórica, comunicológica y contemporánea. Parte de la implicación que tuvo la modernidad europea occidental en la gestación, desarrollo y consolidación de un sistema de información y comunicación internacional desde un centro hegemónico alrededor del cual se articularon sistemas periféricos de información y de comunicación, conformando no solo un modelo dominante de comunicación, sino también un modelo cultural. Aunque se inicia desde un análisis general, se realizan algunas concreciones de la política de los medios masivos de comunicación en nuestro país relacionado con el desnivel de representatividad de grupos sociales históricamente marginados, demostrando que queda mucho camino para desterrar de nuestros medios masivos el modelo hegemónico occidental heredado de la colonia.

Palabras clave: medios masivos de comunicación; identidad; modernidad; cultura; raza.

Abstracts: *This paper addresses the role of mass media in the formation of cultural references and its implications for both collective and individual identities, it is not intended to give ideas finished, but is a critical approach from historical look comunicological and contemporary. Part of the implication that Western European modernity had in the creation, development and consolidation of an information system and international communication from a hegemonic center*

M.Sc. Margarita Amalia Cruz Vilain: Licenciada en Educación, especialidad Filosofía Marxista Leninista e Historia, Máster en Enseñanza de la Historia. Profesora de Comunicación y Sociedad, Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
 amalia45@fcom.uh.cu

around which articulated systems or information and communication, forming not only a dominant model of communication, but also a cultural model. Although it starts from a general analysis, we make some policy concretions of mass media in our country related to the unevenness of representation of historically marginalized social groups, showing that is a long way to banish our media hegemonic model inherited from the colonial West.

Keywords: *mass media; identity; modernity; culture; race.*

Introducción

El mundo de hoy se desarrolla en el marco de una revolución científico-técnica sin precedentes, con un cúmulo de conocimientos que se nos viene encima como una avalancha, cada vez más globalizado, unipolar, que amenaza no solo con globalizar la economía, sino también la sociedad, su cultura en general y por tanto a las ideologías; rompiendo barreras nacionales y a su vez identidades.

Puede hablarse de una nueva civilización y de una cultura imprescindible en estos momentos, a partir del impacto de las nuevas tecnologías en la formación de valores y comportamientos en las nuevas generaciones, o de la influencia de determinados referentes culturales en general, que llegan a través de la TV u otros medios masivos. Necesario es considerar, que lo anterior expuesto es resultante de una modernidad que por occidental y con tecnología se presentó como un discurso único y universal negando la posibilidad de otras propuestas, surgiendo así modernidades periféricas reconstruidas en un proceso de hibridación, donde los países del “centro” imponen prácticas culturales a partir de un desarrollo científico-técnico superior, y en este sentido el desarrollo de los medios masivos de comunicación jugaron (y juegan) un papel fundamental.

La práctica ha demostrado que no son tantos los preparados para enfrentar los cambios propuestos por la inundación tecnológica y sus múltiples mediaciones, donde las telecomunicaciones y transmisiones digitales transforman relaciones culturales, sociales, normas estatales, y la desventaja le corresponde a los países del tercer mundo, obligados a encontrar vías nuevas de inserción en el mercado mundial, donde las potencias occidentales buscan mantener su hegemonía consolidando el monopolio de las nuevas tecnologías utilizando como mediación a las transnacionales.

Sobre esos presupuestos, los medios masivos de comunicación se convierten en potenciales transmisores de modelo cultural hegemónico eurooccidental. Cuba y América Latina como partes de la “*aldea global*” que nos circunscribe, se exponen también a esa influencia.

Los Medios de Comunicación, su devenir

Los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales.

Todo lo anterior nos dice que los medios masivos de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de la realidad social y por tanto es donde se construye, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general.

Por su origen son estos un sistema de significados, ordenado y público que proporciona patrones de lo que es normal, donde se señalan desviaciones y se hacen comparaciones, en función de esa versión pública de la normalidad (Mc Quail, 2000).

Según Thompson “...*En un sentido amplio, podemos concebir la comunicación de masas como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación...*” Esto supone entonces asumirla como un proceso de interconexión centro-periferia en su dinámica universalizadora (Thompson, 2008).

El surgimiento de los medios masivos de comunicación se produce a partir de determinados procesos y fenómenos en un contexto histórico en el que la ciencia y la tecnología han estado como centro, y donde se desarrollan instituciones interesadas en fijar y reproducir formas simbólicas en el imaginario colectivo. Está relacionada con el surgimiento de la modernidad, donde entre sus antecedentes está, la invención a mediados del siglo xv de la imprenta por Gutenberg; éste fue el comienzo de un desarrollo tecnológico que desde el siglo xvi hasta el presente ha ido transformando la manera en que las formas simbólicas han sido producidas, transmitidas y recibidas por los sujetos en su vida cotidiana.

Con el desarrollo del capitalismo industrial y la formación del Estado-Nación en Europa se produjeron afectaciones en civilizaciones de otras partes del mundo que moldearon el desarrollo social, donde emergen como centro de un proceso de transmisión cultural, cuyas características son imprescindibles para comprender la naturaleza y el desarrollo de la comunicación masiva.

Desde la segunda mitad del siglo xv se establecen imprentas en centros comerciales muy importantes de Europa, lo que marcó el comienzo de la era de la comunicación de masas; pues al combinar las actividades de impresión, se incorporó la publicidad y la venta de libros como parte de un floreciente mercado y comercio de libros en Europa, tal fue el caso de Inglaterra, en la que durante los siglos xvi-xviii se produce un aumento considerable de periódicos muy ligado al desarrollo de la revolución industrial y su consiguiente impacto en la comunicación social.

Con el desarrollo de la prensa en los siglos xix y xx se evidencia por un lado la consolidación de los periódicos de circulación masiva y por otro la internacionalización de la práctica de recopilar noticias; por lo que aparece una prensa dirigida a un público más amplio; se reducen los precios con un estilo más ligero, presentación muy llamativa, y buscando mayor atracción, sus contenidos se diversifican y prestan más atención a la violencia sexual, al crimen, los deportes y las modas, desarrollando también una publicidad comercial, facilitando así la venta de servicios y bienes, rasgos constitutivos del “*nuevo periodismo*”.

De los Medios, historias y posicionamiento

Se desarrollan además grandes organizaciones que abarcaron grandes periódicos, sobreviniendo un período de concentración y centralización, rasgos propios de la fase imperialista del desarrollo capitalista y donde la comunicación social no estuvo exenta, estableciéndose en Europa importantes Agencias de Noticias: en 1835 surgiendo Havas y a fines de la década de 1840, la Reuters y la Wolff. En este ordenamiento informativo, a través del tratado de la Alianza de Agencias de 1869 Reuters controla las zonas de Inglaterra y Lejano Oriente; Havas domina en Francia, Italia, España y Portugal y la Wolff lo hará en Austria, Escandinavia y Rusia. Estas Agencias dominaron hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial, pues a partir de ese momento se expanden las agencias norteamericanas

Associated Press (AP) en 1848 y la *United Press Association* (UPA) en 1907 que más tarde será la *United Press International* (UPI). En la década de 1940 la Havas es sustituida por la *France-Press* (AFP).

Posterior a la Segunda Guerra Mundial las cuatro Agencias principales: Reuters, AFP, UPI y AP consolidan sus posiciones en el sistema internacional de difusión de noticias, donde además de abastecer de información a periódicos, suministran noticias sobre las finanzas a redes de televisión y radio; a pesar de la existencia de otras Agencias, éstas son las que predominan.

Es en los EE.UU donde se dan los primeros pasos en la radiodifusión en una mayor proporción; a principios de la década de 1920 se crea la primera estación radiofónica: KDKA, seguida por la *General Electric*, la A&T y la RCA, y a comienzos de 1922 serán 470 estaciones. En Inglaterra también en 1922 se funda la *British Broadcasting Company*, entre otras. Por otro lado en esta década de los años 20 surge la industria cinematográfica de Hollywood que se consolida en los años 30 y que tanto influyó en el mundo, sobre todo en Latinoamérica ofertando un referente cultural cuyo punto de partida lo constituyen el llamado “*american way of life*” con su “*star system*”.

Con el advenimiento de la TV a gran escala en la década del 50 del siglo xx se revoluciona todo el sistema de radiodifusión con un gran desarrollo en Inglaterra y EE.UU., sistemas que han tenido gran influencia en el establecimiento de estos en otros lugares del mundo tal es el caso de Inglaterra en sus antiguas colonias y EE.UU. en América Latina y Asia.

En 1964 se crea la Intelsat (*International Communication Satellite*) o Red Internacional de Comunicación por Satélite propuesta por EE.UU. a países occidentales; con el 60% de las acciones para los EE.UU., y el 20% Inglaterra, Francia y R.F.A. Ninguna nación latinoamericana figuró entre las 19 naciones accionistas.

Los escenarios de los Medios de Comunicación

Es evidente a grandes rasgos el papel que en el desarrollo tecnológico y científico de la modernidad y su correspondiente extensión a la contemporaneidad han jugado las lógicas del mercado; por lo que para asumir dialécticamente la dinámica del desarrollo tecnológico actual hay que comprender el proceso de universalización que impuso (e impone) el mercado capitalista mundial. Al decir de Thompson:

“La comunicación de masas ha transformado la naturaleza de la interacción social, el despliegue de los medios técnicos tienen un impacto fundamental en las maneras en que la gente actúa e interactúa entre sí y por tanto contribuye a reestructurar las relaciones sociales existentes por su influencia en la recepción de mensajes mediados... pues reconstruyen los límites entre la vida pública y privada.” (Thompson, 2008).

Es importante destacar que en esa construcción designificados (desde la interconexión tecnología-cultura-ideología) las formas simbólicas se trasladan a públicos dispersos en el tiempo y en el espacio, y ha provocado en gran medida el surgimiento de un proceso de deculturación, de pérdida de identidades en muchos individuos que reciben y son impactados por las transformaciones tecnológicas, pues ello lleva a un modo de vida y por ende una concepción del mundo que por demás (al imponerse) no se detiene ante las particularidades propias y referentes históricos de los países afectados “La tecnología es usada por las grandes potencias como elemento diseñador de la nueva realidad, de la ideología y de la propia sociedad...” (González, 2006), y es que son las grandes potencias quienes llevan las riendas del consumo producido y difundido desde “centros” que históricamente han marcado la avanzada en los procesos de desarrollo, donde la ciencia y la tecnología han estado como centro y con ella el hombre, ya que los procesos que generan, difunden y aplican los resultados del saber científico no se dan al margen de intereses económicos y políticos consustanciales de un contexto social determinado. “La ciencia y la tecnología son procesos sociales, y su funcionamiento y desarrollo es impensable al margen del contexto social que los envuelve y condición” (Nuñez, 2008).

Por lo que para comprender el papel que los medios masivos de comunicación juegan en toda sociedad y sobre todo en la contemporánea, hay que partir del lugar que éstos ocupan dentro de los procesos culturales e ideológicos que los condicionan; parte de asumir la relación ciencia-tecnología-sociedad, (CTS), le justifica, el hecho que la técnica no puede ser vista en sí misma, aislada, “inerte” como elemento constitutivo de una cultura en función de una ideología, y en este sentido las altas tecnologías que se introducen constantemente en los medios masivos de comunicación han contribuido y contribuyen, a partir de un perfilado sistema de publicidad y propaganda a manipular las mentes

de las amplias masas. Es incuestionable que cuando se crean las tecnologías, se están concretando las motivaciones y fines de creación; y esto último es importante para comprender que por encima de todo, las grandes potencias utilizan la tecnología para ofertar a las masas soluciones empaquetadas, tanto desde lo material, como desde lo ideológico; promoviendo una “cultura chatarra” que nada tiene que ver con identidades y diversidades propias, pero que si tiene que ver con la preservación de una hegemonía cultural occidental históricamente construida. De ahí lo atinado de la referencia de Martín Barbero cuando señala que:

“...introducir el análisis del espacio cultural, significa... focalizar el lugar en que se articula el sentido que los procesos económicos y políticos tienen para una sociedad. Lo que en el caso de los medios masivos implicaría construir su historia desde los procesos culturales en cuanto articulaciones de las prácticas comunicativas hegemónicas y subalternas...” (Martín, 2008).

Por tanto, el escenario de la comunicación protagonizado por las nuevas tecnologías y miradas desde los países que las diseñan y producen, se convierte en un espacio de producción y circulación de formas simbólicas producidas en las industrias de los medios; sus productos penetran en la vida cotidiana de los individuos, se convierten en puntos de referencia comunes para millones de ellos compartiendo así una cultura mediatizada, sobre la base de una experiencia común y convirtiéndose en una memoria colectiva sin que necesariamente haya interconexión entre todos los involucrados, lo que provoca cierta enajenación, como sucede con las facturas televisivas y cinematográficas. Pero estos servicios (y esto es importante entenderlo) transmiten no solo una cultura nueva, diferente de las autóctonas; también seleccionan y difunden contenidos por lo que llevan implícito un valor agregado: el ideológico

Como muy bien asevera Enriquez González-Manet: “...la mayor parte de las audiencias en el mundo acepta sin análisis ni sospecha las imágenes propuestas. Además, la vocación por el entretenimiento parece desarmar cualquier inquietud crítica, aunque incluso los animados reflejen una concepción ideológica y política matizada de valores y principios de clase.” (González, 2007).

En el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO de 1997 se advierte: “...desde Ladakh, en los Himalayas, hasta Lisboa,

en Portugal, los jóvenes del mundo... se parecen mucho entre sí por la ropa ,los jeans, zapatos Nike o Adidas, peinados y camisetas estilo rapero norteamericano; hábitos alimentarios centrados en los McDonalds, Pepsi o Coca Cola, así como por las actitudes frente a la sexualidad, el divorcio y el aborto. Se trata de una expresión... de consumo masivo de valores culturales foráneos... dominada por un solo país, aunque también hay otras influencias... como las del pop británico o los animados japoneses.” (González, 2007).

Se desprende por lo anterior referido que detrás de las tecnologías subyacente una ideología y una clase social, que constituye además un referente de la cultura, ya que “...a la ciencia y a la tecnología; no podemos suponerlas... al margen de las actuaciones de los hombres y de sus conductas políticas y morales.” (Núñez, 2008). Siguiendo esta mirada se observa además que la mayoría de las publicaciones como revistas y libros, provienen de países hegemónicos; lo que implica que en la mayoría de los casos las decisiones de lo que se va a publicar partan de los criterios emitidos por estos países, asumiéndose como legítimos por ser dominantes. De esta manera los países periféricos (que son mayoría) están obligados a asumir agendas culturales impuestas por las transnacionales dueñas de las grandes redes de información y comunicación, pues la capacidad científica y tecnológica está concentrada en un grupo reducido de países.

Cultura y Comunicación

Todo proceso de creación está relacionado con una concepción del mundo y un sentido de la vida y en este reto, se impone un mundo en el que predominan las relaciones de mercado desde un centro hegemónico; Cuba ha demostrado voluntad política para encausar el desarrollo científico-técnico en función del desarrollo social y por solo citar un ejemplo ha generalizado la informática en todos los niveles de enseñanza, dentro de los marcos de un país subdesarrollado; se mantiene buscando estrategias coherentes para evitar un elitismo cultural; sin embargo no podemos decir que ha sido suficiente el trabajo desde determinados espacios institucionales, específicamente en la concepción de los productos que ofertan nuestros medios masivos de comunicación.

Nuestro país no está fuera del alcance de las influencias de los medios masivos con sus correspondientes facturas cargadas de mediaciones ideológicas, por lo que el país se enfrenta a un mundo

complejo, donde interactúan a gran velocidad las más diversas informaciones. En estas condiciones es imprescindible políticas culturales que hagan resistencia a la violencia cultural que imponen las nuevas tecnologías de la comunicación, ya que los medios de comunicación al transmitir la información proyectada tan rápidamente, no siempre queda espacio para una reflexión y análisis, y muchas veces se pierde el vínculo con la realidad pues reflejan una imagen superficial de ella.

Toda relación entre comunicación y cultura atraviesa evidentemente por sus vínculos con la vida social y a la vez posibilita interrelacionar ambos procesos con la política, la comunicación y la cultura, espacios donde los sujetos producen y reproducen significados en contextos históricos específicos y de intereses de clases. Los medios masivos de comunicación y los productos comunicativos que ofertan son resultantes de múltiples mediaciones: históricas, religiosas, de género, raza, concepciones clasistas, políticas y otras propias de las interrelaciones, que deviene en una heterogeneidad de producción simbólica que pasan por las lógicas de la industria cultural.

Tener presentes estos presupuestos de manera clara y consciente es de vital importancia para todo proyecto social que pretenda ser democrático y por tanto inclusivo, pues por el poder mediático de los medios masivos, éstos pueden contribuir a reforzar viejos patrones hegemónicos dominantes o ayudar a asumir nuevas conductas liberadoras y verdaderamente participativas de los miembros de la sociedad. Esto, en los momentos actuales que vive la sociedad cubana y latinoamericana es un reto que parte de asumir la dimensión cultural implícita en los medios de comunicación, entendidos no solo desde la tecnología en sí, sino desde los significados simbólicos mediáticos que a través de ellos se transmiten.

Es evidente que los medios masivos de comunicación juegan un papel fundamental en la conformación de referentes culturales que bien utilizados reafirman identidades, pero mal encauzados afectan la memoria histórica de una nación, y en Cuba los medios deben tener presente por supuesto una política tecnológica y a la vez científica, donde se investigue desde una visión periférica y seleccionen qué tipo de verdades interesan y cuestionarse para quién se produce ese conocimiento que después se va a visualizar para toda una población y no una parte de ella.

Se necesita por tanto asumir que en cuanto a políticas relacionadas con la comunicación y la

cultura no sólo intervienen las instituciones con sus regulaciones sino también los modos de reconocimiento entre los ciudadanos y cómo esto se vierte en la producción de sentidos en la sociedad, de memorias e imaginarios colectivos e individuales que necesitan de conocimiento y reconocimiento, y es menester que las instituciones especializadas para diseñar las políticas culturales desde los medios articulen estrategias para dar visibilidad y presencia social desde los espacios más mediáticos a todos los miembros de la sociedad

No basta con implementar proyectos comunitarios inclusivos (como los que se han realizado en nuestro país) si estos no se hacen visibles desde los medios, llevándolos a los canales de más audiencia que es donde se legitiman o refuerzan nuevos y/o viejos modos de actuación y prácticas culturales.

Comunicación, Sociedad y la construcción y deconstrucción de identidades

Lo anterior pasa por una gestión democrática de los usos sociales que se le da a la tecnología; en este caso referido a los medios masivos, desde donde están presentes otras visiones y se legitiman otros actores sociales implicados. Se necesita ir más al barrio, a las ciudadelas, a la familia y que esa realidad se represente en los medios verazmente.

Y es que otros son los tiempos que corren, con nuevas mediaciones y nuevos actores sociales incorporados en diferentes contextos histórico-sociales que imponen asumir nuevas miradas y reinterpretaciones de nuestra realidad actual que atraviesan necesariamente un proceso de construcción y deconstrucción de significados y por tanto identitarios, mediados por múltiples contradicciones imposibles de soslayar, y de no tener en cuenta cuando de preservar la identidad cultural se trata.

Los medios masivos deben reflejar la realidad de lo que sucede en aquellos espacios donde los hombres y mujeres del pueblo construyen significados, y tener en cuenta el modo en que se realiza ese intercambio simbólico, entre el imaginario individual y colectivo y lo que los medios proponen, al igual que conocer de qué manera una realidad incide en otra y la modifica. Habría que preguntarse si las propuestas televisivas en nuestra TV recrean el imaginario colectivo e individual de toda la sociedad, o más bien reproducen estereotipos de una hegemonía euro-occidental, por demás excluyente y discriminatoria. Pensemos

en seriales como *“Hermanos rebeldes”*, *“Chicas Indiscretas”*, *“Hannah Montana”* o en las telenovelas brasileñas que reproducen esa misma hegemonía, toda vez que no reflejan la verdadera composición étnica brasilera, el país con más descendientes de africanos del continente americano, y cuando la ha reflejado ha sido desde una visión esquematizada y prejuiciada, con los llamados preceptos de la esclavitud como fue el caso de la recién transmitida y retransmitida telenovela *“Niña Moza”* con la concluyente lectura de la lucha bondadosa y sentimental de hacendados brasileños por eliminar la esclavitud, donde hubo esclavos “malagradecidos” ante la bondad de sus amos. Esta problemática mal encausada y acrítica contribuye a reforzar hacia negros y mestizos estereotipos, que por “desconocimientos”, e imprecisiones de los emisores, conllevan a lacear la visión crítica que nuestra sociedad y sobre todo la juventud.

Y no se trata de caer en esquematismos, ni negar a ultranza propuestas que del exterior nos llegan, se trata de asumirlas creadoramente, con mirada crítica sin olvidar lo propio, con propuestas incluyentes y visibles.

Se necesita fortalecer la autoconciencia nacional a partir del profundo, real, y objetivo estudio de nuestra cultura nacional sobre la base de hacer visible el papel jugado por negros(a) y mestizos(a) cubanas(o) todos; y (salvando las diferencias de contexto y de historia) por las poblaciones originarias de América Latina, de reflejar hombres y mujeres con ejemplos concretos sin esquematismos.

No ha sido suficiente el tratamiento desde los medios, no siempre prima una intención contractiva hacia los prejuicios raciales en nuestro país, y en otros casos ha sido tratado incorrectamente. Una vía de influencia social decisiva es la educativa y en este sentido se refleja un vacío en la historia social de los negros cubanos. Existe un canal educativo en el que pudiera reseñarse historias de vida de figuras negras y mestizas totalmente desconocidas en la población en general, incluyendo los jóvenes fundamentalmente. Investigaciones recientes demuestran que solo se conoce un poco de Antonio Maceo, Mariana Grajales; en menor medida de Quintín Banderas y Juan Gualberto Gómez. (Selier, 1997)

Rescatar para la memoria histórica y de la nueva generación la obra de hombres como Agustín Cebrejo, Rafael Serra, Jesús Rabí, de mujeres como Paulina Pedroso, Adela Azcuy, Magdalena Peña Redondo, al igual que el desconocimiento casi absoluto relacionado con el fusilamiento de los estu-

diantes de medicina el 27 de noviembre de 1871 en el que cinco jóvenes negros trataron de rescatar a los estudiantes antes de ser fusilados. Éste hecho fue referenciado por el Che, y prácticamente olvidado por los Medios: *“Y no sólo se cobró en esos días la sangre de los estudiantes fusilados. Como noticia intrascendente, que aún durante nuestros días queda bastante relegada, porque no tenía importancia para nadie, figura en las actas el hallazgo de cinco cadáveres de negros muertos a bayonetazos y a tiros.”* (Quiñones, 2005). Aún este hecho sigue desconocido para la mayor parte de la sociedad cubana.

Estos son sólo algunos ejemplos de los muchos que todavía desconoce gran parte de la población, razón por la cual muchos no vean la problemática racial como algo serio. En otros casos (que es mucho peor) ni se dan cuenta de que existe y es que se impregna desde la enseñanza primaria hasta la universidad una historia con una mirada muy generalizada de nuestra historia e identidad nacional, evidenciando el tratamiento de una historia fuertemente permeada por un modelo cultural hegemónico, léase occidental.

Demostrado está científicamente que las razas no existen. Fernando Ortiz señaló *“...no hay razas humanas. Pero persiste el empleo del vocablo raza, no obstante su erróneo concepto y su nociva trascendencia social...”* y más adelante puntualiza *“...pero mientras se use el vocablo raza (...) toda aplicación de aquel a los grupos sociales será nociva y desventurada, cuando no pérfida. Creemos que el dilema es radical...”* (Ortiz, 2011).

Y el problema sigue siendo no solo radical sino nocivo para el proyecto social que desde 1959 defendemos. Cuba es el país que más ha hecho por los negros y mestizos, con oportunidades manifiestas: sociales, educativas y culturales en general, pero desde puntos de partida muy desiguales, (Morales, 2007) pues por muchas generaciones negros y mestizos se desarrollaron en la posición más baja de la sociedad cubana; brecha imposible de saldar en cinco décadas de revolución a pesar de los esfuerzos realizados por la dirección del país, y que se amplió sobremanera en la década de los 90 del siglo xx.

Repensar sobre el hacer de los medios masivos es urgente, pues consumimos productos que nos llegan del exterior que nada tiene que ver con la cultura y si con el consumo, que al de decir de Adolfo Colombres *“...el consumo avanza sobre la cultura, se inserta en ella y la devora.”* (Colombres, 2001), pues estamos sometidos a constantes imágenes falsas con una gran carga de publicidad

y propaganda que van construyendo imaginarios sociales separados de la propia cultura.

Estamos en presencia de industrias culturales que rodean a hombres y mujeres de objetos que muchas veces han perdido su carga cultural, de significados espirituales y en realidad se está generalizando el modo de vida americano y euro-occidental en el espacio audiovisual, donde la “belleza” física desplaza a la belleza moral, y el cuerpo humano se trata como mercancía, ajustado a modelos estereotipados de masculinidad y feminidad, por lo que se corre el peligro de que la cultura propia sea suplantada por la *cultura de masas* que es lo mismo que decir la *cultura del simulacro* consecuente con un “vacío” cultural, pues desde los centros de poder nos llegan productos audiovisuales que responden a los intereses de las grandes empresas transnacionales.

Estar atentos a los referentes culturales que se construyen y reconstruyen desde los productos comunicativos que ofrecen los medios masivos de comunicación debe ser una estrategia cuando de diseños de políticas culturales se trate, para así evitar exclusiones que contribuyan a la invisibilidad de grupos sociales que son partes constitutivas de la historia de una nación.

Diseñar una política nacional de resistencia identitaria desde los espacios en los que actúan los medios es una necesidad para representar la diversidad de las sociedades latinoamericanas en general con todo el complejo entramado de contradicciones que es sinónimo de legitimidad. Se impone desterrar de nuestros medios audiovisuales imágenes estereotipadas de blancos y blancas, de negras y negros, mestizos y mestizas, indias e indios relación donde la población no blanca lleva la peor parte, estigmatizada con calificativos de: delincuentes, feos, vagos, poco inteligentes, por citar algunos, para darles la visibilidad objetiva merecida, lograda y justificada por la historia. Es innegable que las mentes no se transforman de la noche a la mañana porque los prejuicios se instalan en las mentes por generaciones durante siglos, y se manifiestan con encuentros y desencuentros en la vida cotidiana de hombres y mujeres de toda sociedad, es lo que califica Néstor Kohan de *sentido común*.

“...nuestro sentido común... nuestras opiniones cotidianas-no es ajeno a las ideologías... el sentido común chorrea ideologías por todos sus poros. Cada palabra, cada opinión está teñida de ideología. Cada observación de la vida cotidiana...”

está tocada por una concepción del mundo. Miramos siempre a partir de un filtro y un lente:... la ideología... Si no tomamos conciencia lo terminamos aceptando de forma pasiva.” (Kohan, 2009)

Y más adelante continúa: “...¿cómo es nuestro sentido común?... no tiene orden, no es sistemático... conviven y se mezcla diversas concepciones del mundo... al mismo tiempo contradictorias... es así,... Puede incluir... una visión progresista de la sociedad y una visión reaccionaria... mezclada al mismo tiempo... es un campo de batalla entre diversas... ideologías, entre diversas escalas de valores...” (Kohan, 2009)

Entre esas mediaciones se debate el proceso de creación de los medios, porque detrás de ellos están hombres y mujeres que lo concretan y llegan al espacio productivo con una historia de vida, y una concepción del mundo sólidamente estructurada.

Diversos autores se refieren a este aspecto de la siguiente forma:

“Sabemos que la lucha a través de las mediaciones culturales no da resultados inmediatos ni espectaculares. Pero es la única garantía de que no pasemos del simulacro de la hegemonía al simulacro de la democracia: evitar que una dominación derrotada resurja en los hábitos cómplices que la hegemonía instaló en nuestro modo de pensar y relacionarnos” (Martin, 2008), *que pasa por el análisis redimensionador de las identidades, pues la identidad “necesita... ser pensada, reconocida, aceptada en un proceso práctico y comunicativo, o sea social...”* (Torre, 2002) *...es un fenómeno dinámico... en permanente construcción y deconstrucción... se ensancha y adapta... en un devenir de continuidad y discontinuidad, de unidad y de diferencia...”* (Rodríguez, 2011)

Por lo que se necesita en las investigaciones de las instituciones culturales sobre productos comunicativos partir del análisis de la recepción y apropiación de los mensajes, teniendo en cuenta el análisis socio-histórico y la investigación etnográfica (como propone Thompson; 2008) para entender las condiciones diferenciadas en que los individuos particulares reciben los mensajes de los medios, en qué circunstancias específicas lo hacen, de qué manera cambia la recepción atendiendo no sólo al género, sino además a antecedentes étnicos, es decir, investigar las mediaciones para entender cómo incorporan esos mensajes a su vida

cotidiana en condiciones específicas los sujetos sociales.

Todo lo anterior ayudaría a entender la naturaleza ideológica de los mensajes que transmiten los medios, y cómo en estos se refuerzan o no determinadas relaciones de dominación, y desde este conocimiento subvertirlos y/o reforzarlos. Para eso se necesita asumir que: “...La ciencia tiene que lidiar no sólo con un sistema adecuadamente descrito por leyes generales... y con un comportamiento más o menos homogéneo, sino también con lo singular, lo local, lo específico y quizás irrepetible...” (Núñez Jover, 2008)

Y las políticas culturales para que sean científicas deben atender además a esas especificidades, por el compromiso social que tienen quienes la promueven, y por formar parte activa de la sociedad en que se desarrollan, y por demás deben tener presente a qué valores sociales, a qué prioridades e intereses desarrollarán su actividad (Núñez Jover, 2008).

La labor en cuestión pasa además por la mirada educativa porque necesitamos profesionales de la educación preparados para visibilizar en los planes de estudio (a todos los niveles) el papel jugado por negras, mestizas e indias con nombres y apellidos y ejemplos concretos, como las prácticas desarrolladas por las mujeres no blancas en la economía cubana y la latinoamericana en los siglos XVI-XVII, la conformación de familias, incluso siendo esclavas, para desterrar la idea de la poligamia excesiva dentro de esta población; su papel en la guerra de independencia, así como el proceso de conformación de una clase media negra y mestiza durante el siglo XIX y XX en Cuba.

Al decir de Barbero “...diseñar alternativas de comunicación es trabajar... por ampliar las voces y los géneros que caben en los medios masivos... se trata de hacer efectiva la pluralidad y la diferencia que enriquece la sociedad y desde la que se construye la democracia.” (García Canclini, 2008)

Es decisivo incluso tener en cuenta la participación como algo visible en los medios masivos, como un espacio constitutivo de aprendizajes que requiere de información y formación, debe verse como una práctica política que contribuye al cambio en las relaciones de poder, sobre la base del diálogo (Alejandro, 2008), y ayude a dirimir las diferentes concepciones del mundo que se recrean en el *sentido común popular*, por demás, esa participación no debe ser neutra, y en abstracto desde los medios masivos. Debe dar opciones propias, tener decisiones y prioridades según nuestras rea-

lidades actuales e históricas, que pasa por concebir políticas culturales bien articuladas desde los medios.

Esto es decisivo si se valora el conjunto de intermediaciones transnacionales que deciden cada vez más lo que circula y lo que se excluye, lo que vale y lo que no en el arte, la literatura, la producción audiovisual y en la ciencia.

“La propaganda burguesa de la TV, los diarios, (...) intenta neutralizar en el pueblo todo lo que sea progresista. Para ello incentiva el prejuicio racista, el machismo, la competencia, la fantasía de un ascenso social individual (a costillas de los demás), la defensa a rajatabla de la propiedad privada y la subordinación a los valores de las clases dominantes.” (Kohan, 2009)

No quiere esto decir que no existan pasos importantes en la lucha contra los prejuicios raciales en Cuba y en el resto de América Latina, pues son evidentes los avances concretos en políticas de justicia social desarrollados por Venezuela, Ecuador, Bolivia, Nicaragua y en el caso de Cuba en particular la lucha se asumió desde enero del 59 del siglo pasado. Pero en el contexto actual, bajo nuevas condiciones y con nuevos sujetos sociales actuando, se dan pasos importantes desde espacios no tan visibles como la *Cofradía de la Negritud*, también desde la academia, como el *Centro de Antropología*, la *Fundación Fernando Ortiz* con sus publicaciones entre las que se encuentran los trabajos del profesor e investigador Dr. Esteban Morales entre otros, así como las propuestas de la Comisión Nacional *Contra el Racismo y los Prejuicios Raciales*, en la *Unión de Escritores y Artistas de Cuba* (UNEAC). También existen investigaciones sociales del instituto de antropología sobre barrios marginales donde conviven actores con referentes mediacionales (regionales, raciales, profesionales) (Rodríguez, 2011).

Sin embargo, eso necesita ser socializado y visibilizado desde los medios masivos, donde aún son insuficientes las propuestas que produzcan significados simbólicos coherentes con el proyecto social de la revolución y por tanto refuercen identidades en correspondencia con ello, y en este sentido es incuestionable el papel que desempeña el arte en general con todas sus propuestas para despertar sensibilidades que permitan al ser humano vivir y luchar por lo mejor de la humanidad y despreciar y rechazar aquello que lo empobrece espiritualmente.

Todo lo anteriormente expuesto implica que se asuma una política cultural que transversalice el actuar de las instituciones que trabajan con los medios para articular los resultados de investigaciones históricas demográficas, etnográficas y psicológicas que se reviertan en facturas televisivas y cinematográficas de consenso social por ser participativas, incluyentes y por tanto objetivas y científicamente humanas.

Se necesita entonces retomar la idea de José Martí cuando señala y escribe “...*Cuando no se disfruta de la libertad, la única excusa del arte y su único derecho para existir es ponerse al servicio de ella ¡Todo al fuego, hasta el arte para alimentar la hoguera!*” (Martí, 1971). Y en este caso se trata de la libertad que te permite el conocimiento, la información verdadera que contribuye a formar individuos capaces de discernir entre los productos comunicativos homogéneos que les llegan con los medios de comunicación y así el “*ser cultos para ser libres*” no sea un slogan más en el decir de quienes aún no lo comprenden. Lo anterior implica, estructurar “*una agenda... que cuestione la idea misma de desarrollo que se nos desea imponer, centrado en el consumo y las cifras macroeconómicas*” (Bernal H., 2009) para ello debemos privilegiar una reescritura de nuestra historia como país periférico de la modernidad desde nuestra propia experiencia histórica (Bernal H., 2009).

Para esa mirada desde la periferia que Bernal Herrera propone y con la que se está de acuerdo hace falta desmontar el relato oficial que con lenguajes subliminarios ofrece la clase burguesa, y con una visión crítica hacer reflexiones acerca del *sentido común*, en el que muchas veces aparece invisibilizado la ideología de la burguesía, y que de alguna manera incluso, inconscientemente, está en muchos de los individuos que intervienen en el proceso de creación de los productos comunicativos que se ofertan en los medios de comunicación masiva. ¿Cómo explicar que aún y con los debates derivados de los últimos congresos de la UNEAC se esté televisando por el canal estelar la novela “*Tierra de fuego*” cuya trama se desenvuelve en el campo y el 95% del elenco está compuesto por actores y actrices blancos?

Por otra parte las facturas de telenovelas que nos llegan del exterior siguen reproduciendo un modelo en el que se excluyen los grupos sociales mayoritarios y marginados de sus respectivas sociedades, léase Brasil y México. Fundamentalmente los que promueven la ciencia y la tecnología tienen un compromiso social, por lo que no pueden

olvidar los valores, prioridades e intereses en los que desarrollan su actividad. Esta debe asumirse además, teniendo presente aquellos espacios donde interactúan grupos sociales históricamente marginados o mal tratados en los medios masivos de comunicación.

El silencio, la ocultación de lo mejor, y visibilizar lo peor, contribuye al reforzamiento y reconstrucción de mitos, de estereotipos, por tanto se lesionan identidades individuales y grupales históricamente afectadas. La sociedad cubana necesita que se desconstruyan mitos y discursos basados en prejuicios raciales y la discriminación racial, pues esta discriminación (como todas) una vez que penetra en la esfera de lo subjetivo, se reproduce de manera inconsciente y los medios masivos de comunicación son determinantes en este sentido, y el racismo como construcción social históricamente condicionado y con todos los prejuicios que desencadena se hace evidente aún en nuestros medios de comunicación.

Relacionado con las últimas líneas antes referidas, recientemente, finalizó la telenovela cubana del canal estelar "Santa María del Porvenir", en esta puesta, además de reflejar una época que queda muy lejana en el tiempo a muchos, sobre todo a los jóvenes, tuvo varios momentos en que reiteradamente se satirizó al negro no solo con chistes de la época (que aún se mantienen en el imaginario popular de los cubanos), sino además con actuaciones estereotipadas, como recurso evidente para buscar aceptación en el público televidente. De esta manera se repite lo mismo que con las novelas de la esclavitud. Análisis críticos de ese tipo no se realizan tampoco desde la prensa plana.

Bibliografía

Barrios Fernández, N. (2003). *Catálogo de fuentes documentales. Selección de lecturas*. La Habana: Félix Varela.

Bernal, H. (2009). Investigación y producción de conocimiento: una visión periférica. En R. Valera, & comp., *Introducción a los debates filosófico actuales*. La Habana: Félix Varela.

Bernal, J. (2008). *La ciencia en la historia*. Tomo 2. La Habana: Editorial Científico-Técnica.

Chávez, E. (2002). "Notas sobre la identidad cubana en su relación con la diáspora". *Revista Temas*. No. 28, enero-marzo.

Colombres, A. (2001). *La emergencia civilizatoria de Nuestra América*. La Habana: CDCC Juan Marinello.

Fernández Delpech, H. (2004). *Internet: Su problemática jurídica*. Buenos Aires: Abeledo-Perro.

García Canclini, N. (2008). *De los medios a las mediaciones. Lecturas inesperadas*. Disponible el 2013, de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/7660487/Lecturas-inesperadas-Nestor-Garcia-Canclini>

González, E. (2007). *Conflictos de la informática. Globalización y marginalidad de la comunicación social*. La Habana: Pablo de la Torriente.

González, M. (2006). ¿Es neutral la tecnología? En L. R. López Bombino, & Comp., *Por una nueva ética*. La Habana: Félix Varela.

Kohan, N. (2009). La ideología del poder y el sentido común popular. En R. Valera, & Comp., *Introducción a los debates filosóficos actuales*. La Habana: Félix Varela.

Linares, C. (2004). *La participación popular y debate en el contexto cubano La Habana América*. La Habana: CDCC Juan Marinello.

Martí, J. (1971). La exhibición de pinturas del ruso Berichogin. Tomo II p. 289. *Obras Escogidas de José Martí*. La Habana: Ciencias Sociales.

Conclusiones

El papel que los medios masivos de comunicación juegan en toda sociedad y sobre todo en la contemporánea, es papel determinante, hay que partir del lugar que éstos ocupan dentro de los procesos culturales e ideológicos que los condicionan; le justifica asumir la relación ciencia-tecnología-sociedad, (CTS), eslabón esencial para el trazado de políticas culturales, educativas y de percepción en general.

Si sólo como esclavos y recreando chistes racistas aparecen negros y mestizos en nuestra televisión, estamos reforzando desde los medios masivos los discursos de contenido racial y reconstruyendo mitos propios de una cultura colonial. Estar atentos a esas manifestaciones no es ocioso, todo lo contrario, atacar a los discursos racializados, estrecha el espacio para el desarrollo de la discriminación racial.

Pero no sólo se necesitan diseñar políticas culturales científicamente articuladas en los medios de comunicación; se necesita también cambios fundamentales de las políticas educativas, e insertar la mirada desde la racialidad con equilibrio, madurez política y cultural en los programas de estudio; fundamentaciones científicas sobran para demostrar que la raza única es la humana y en cuanto a la historia social de nuestra América, los hechos están para demostrarlo, el por qué negros, mestizos e indios existen. Solo falta develarlo consciente y críticamente. ■

Recibido: abril de 2013

Aceptado: julio de 2013

- Martin, J. (2008). *De los medios a las mediaciones*. Comunicación cultura y hegemonía. La Habana: Félix Varela.
- Mc Quail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Morales, E. (2007). *Desafíos de la problemática racial en Cuba*. La Habana: Fernando Ortiz.
- Moreiro González, J. A. (2001). *Introducción al estudio de información y documentación*. Ciudad de la Habana: Empresa Gráfica.
- Núñez J., E. (2004). *Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología*. La Habana: Félix Varela.
- Núñez J., E. (2008). *Democratización de la ciencia y geopolítica del saber ¿Quién decide? ¿Quién manda?* La Habana: Félix Varela.
- Ortiz, F. (2011). *El engaño de las razas*. La Habana: Fundación Fernando Ortiz.
- Pérez E. Lueiro, M. (comp.) (2009). *Raza y racismo*. La Habana: Ediciones Camino.
- Quiñones, T. (2005). "Historia y tradición oral: tres ejemplos relacionados con las sociedades abakua cubana en el siglo XIX". *9no. taller de antropología social y cultural afroamericana*.
- Rodríguez, P. (2011). *Los marginales de las alturas del mirador: Un estudio de caso*. La Habana: Fundación Fernando Ortiz.
- Sánchez Vignau, B. S. (2004). *Desarrollo de colecciones*. La Habana: Félix Varela.
- Selier, Y. y. (1997). *Representación social de la raza negra en jóvenes de Ciudad de La Habana*. La Habana: Facultad de Psicología, U.H. Tesis de diploma.
- Thompson, J. (2008). *Ideología y cultura moderna. Parte II*. La Habana: Félix Varela.
- Torre, C. d. (2002). "Identidad e identidades". *Revista Temas*. No. 20 enero-marzo.