

**Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.**

***Teleadicts: conquering the TV by the left. An approach to the senses construction from the informal media consume of audiovisual programs in the precarious setting of San Pablo in Santiago de Cuba.***

**Autoras:** Lic. Dayne Fonseca Moya, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, [day26fm@fch.uo.edu.cu](mailto:day26fm@fch.uo.edu.cu)

Lic. Daynet Castañeda Rodríguez, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba [dcasta@fch.uo.edu.cu](mailto:dcasta@fch.uo.edu.cu)

**Resumen:** El consumo mediático informal de programas audiovisuales es un fenómeno de reciente aparición en Cuba, no obstante, se ha extendido, ocupando una posición privilegiada en la recepción mediática. Entre sus características fundamentales se cuentan la libertad de elección de los receptores de los tipos de programas, horarios, secuencias, dosificación, repeticiones y espacios de consumo; y la necesidad de poseer dispositivos tecnológicos para su reproducción. Esta investigación constituye un acercamiento al consumo mediático informal de programas audiovisuales de los habitantes mayores de 15 años del asentamiento precario San Pablo en la ciudad de Santiago de Cuba, con el propósito de identificar las interpretaciones que alrededor de este se elaboran y que remiten a la construcción de sentidos. Seleccionamos como escenario un asentamiento precario porque a pesar de las características propias

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

de estos espacios, sus habitantes priorizan condiciones tecnológicas para el consumo mediático informal por encima de otras condiciones de vida.

**Abstract:** The informal media consume of audiovisual programs is a recent phenomenon in Cuba, that, however, have extended, taking a privilege position in the media reception. Between its fundamental characteristics are the receptors' election freedom of the kind of programs, schedules, sequences, doses, repetitions and consume spaces; and the necessity of possessing technological devises for its reproduction. This research is an approach to the informal media consume of audiovisual programs of the over fifteen-year-old habitants of the precarious setting of San Pablo in Santiago de Cuba, with the purpose of identifying the interpretations elaborated around it and that remit to the senses construction. For the present work, the author used as background a precarious setting because, despite the characteristics of these spaces its habitants prioritize technological conditions for the informal media consume over some other life conditions, which demonstrate the relevance of these cultural practices in its day by day.

**Palabras Clave:** consumo cultural, consumo mediático informal, construcción de sentidos, asentamientos precarios.

**Key words:** cultural consume, informal media consume, senses construction, precarious setting.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

## **Tabla de contenido:**

1. Introducción
2. Basamentos teóricos del estudio
3. Diseño de la investigación
4. Principales resultados y conclusiones
5. Bibliografía

### **1. Introducción.**

El consumo mediático informal o alternativo de audiovisuales es un fenómeno emergente en el ámbito cultural y mediático contemporáneo, que cada vez muestra aristas más polémicas respecto a su legitimidad y razón de ser. Las aproximaciones a sus particularidades como proceso, hasta el momento han sido escasamente estudiadas en profundidad, denotando ambivalencias en los análisis al respecto, que bien se presentan apocalípticas o integradas, limitando las posibilidades de acercamientos que aporten luces sobre su complejidad sociocultural.

El incremento del acceso de los públicos a las tecnologías y la irrupción de nuevos canales, formales y no formales, para la circulación de información, han condicionado modalidades de recepción y consumo heterogéneas en grado creciente. Un estudio realizado en el año 2010, demostraba que *"las prácticas diarias y semanales de consumo de la población cubana giraban en torno al uso de los medios de comunicación masiva. El 88,5% de las personas declara ver televisión y el 62,7% escuchar radio (...), lo que apunta a Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

*que gran parte del devenir cultural de nuestra población ocurre a través del contacto con los medios". (Linares, Rivero, Mora, & Mendoza, 2010: 25)*

Una de las características notables de dicho desarrollo es la velocidad con que se esparce entre las formas más cotidianas de vida y por los espacios cada vez más privados de consumo mediático, llegando de la mano de un sistema multimedia continuamente cambiante, que tiende aceleradamente a la reducción de sus formatos, la ductilidad, adaptabilidad, así como al incremento de su capacidad y potencia; lo que habla de una diversificación de los soportes asociados al consumo mediático informal: dispositivos USB, computadoras, discos duros, *iPod*, DVD/VCD, *tablets*. Es decir, todo un campo de novedades tecnológicas que permite al receptor una serie de opciones y posibilidades, como la de ser productor de su propia parrilla de programación, con la libertad de escoger programas y hacerlos coincidir con horarios, espacios y compañías acorde a sus gustos, elementos que con anterioridad escapaban de su ámbito de decisión frente a los medios de comunicación tradicionales.

Sin embargo el consumo mediático informal no es solo resultado de un auge de tecnologías nuevas y flexibles, asociada a su aparición también se cuenta la acumulación de insatisfacciones respecto a la producción audiovisual formal, en cuya conformación el espectador tiene escasa o nula participación, lo que significa un estridente contraste a favor de los canales informales.

La comparación de la calidad visual, es otro de los parámetros que toman en cuenta los receptores a la hora de inclinar la balanza y

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

realizar su elección entre lo formal e informal. El peso fundamental de programas consumidos por canales informales es de producción foránea, donde los recursos de los grandes monopolios del entretenimiento dejan en franca desventaja a las realizaciones nacionales, que vencen tal brecha con dosis inestables de creatividad.

Los cambios respecto a las maneras de consumir no se limitan a la forma o dispositivos que se empleen en su reproducción, los contenidos son quizás de los elementos más explícitos respecto a los móviles socioculturales que subyacen tras aparentes simples elecciones que se debaten en torno a la alternatividad de lo consumido. "«Enchufarse al televisor para desenchufarse del mundo (...) y entrar en una especie de autismo»" (Kaplún, 1996, citado en Soler, 2010:12), parece ser una de las normas que impulsan a consumir. Destacables resultan, de igual manera, otras motivaciones construidas socialmente alrededor del producto audiovisual que en alguna medida trascienden su discurso, es decir la posibilidad que ofrecen de integración, socialización y de primicia y actualidad a través de los programas audiovisuales en su condición de tópicos de interés general.

La confluencia de estos factores ha permitido la consolidación de un espacio comunicacional muy fluido en el cual se potencian intercambios que ya no son tan controlables, y en el que intervienen muchos actores antes, durante y después de la exposición al discurso audiovisual. Se demuestra así la descentralidad que caracteriza a este proceso, construido desde las prácticas de la vida cotidiana de los propios receptores, arquitectos de las vías informales de circulación

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

de los productos audiovisuales. La participación directa del público en los nuevos canales de producción, circulación y consumo, incide substancialmente en la construcción de imaginarios, sentidos y representaciones sociales. Las prácticas cotidianas apuntan a que lo informal reproduce no solo el imaginario individual y colectivo, sino a que también se puede apreciar como una nueva expresión de la sociedad, un nuevo estilo de vida, cuya diferenciación está marcada por su carácter contextual.

Los acercamientos a este fenómeno como campo de estudio han estado marcados por dos posiciones fundamentales: pesimistas y tecnocráticas. La primera de ellas centra su atención en la amenaza que representa para la propuesta audiovisual formal y su circulación, así como la “deformación del gusto” que supone; mientras los tecnócratas se afianzan en una posición instrumental que analiza lo informal desde las ventajas o desventajas y las aplicaciones que los sujetos le dan a los distintos soportes como las USB, CD, DVD, entre otros.

Si bien esta es una respuesta al ocio y la búsqueda del hedonismo, donde determinados individuos hacen del entretenimiento prácticas enajenantes, otros sujetos tienen una postura verdaderamente movilizadora y activa en la selección y consumo de audiovisuales. Lo que diferencia a unos y otros es la introducción en sus prácticas de consumo de una mirada crítica.

Pero la meta de alcanzar un receptor crítico supone partir, inicialmente, de una comprensión de este proceso de recepción que presenta particularidades tan específicas que no es posible

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

acomodarlo en moldes pre-elaborados. La puerta de entrada a su estudio inexorablemente son los receptores, que en su condición de entes activos le otorgan legitimidad desde el momento mismo en que lo eligen para dedicarle su tiempo y espacio. Al investigador le corresponde entonces entender los por qué, asociados en un nivel primario superficial a gustos y preferencias, pero que esencialmente remiten a construcciones sociales de sentidos.

Los asentamientos precarios constituyen un espacio que demuestran cuán hondo ha calado el consumo mediático informal, y la importancia que a nivel social se le otorga, porque atendiendo a sus características contextuales sus habitantes-receptores, escasamente visibilizados o estudiados, no solo destinan tiempo y espacio, también esfuerzos para, a pesar de la ausencia de infraestructura eléctrica, no quedarse al margen del debate social predominante alrededor de productos audiovisuales que circulan informalmente. Asimismo posibilitan realzar el contraste entre sus condiciones de vida y el discurso que ofrecen los productos audiovisuales, mayoritariamente foráneos, colocando el acento en el hecho de que dichas disparidades son empleadas para evadir una realidad insatisfactoria, y ver proyectadas aspiraciones.

## **2. Basamentos teóricos del estudio**

Si bien el consumo mediático informal o alternativo a los canales mediáticos oficiales, no es un fenómeno que destaque por su novedad en el mundo, donde por segundos se descargan contenidos de todo tipo de Internet, o se cuenta con múltiples opciones a través de la televisión por cable, Cuba descuella como un ecosistema mediático

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

donde la alternatividad, entendida como multiplicidad de alternativas posibles de consumo, se perfila como una situación de reciente aparición, con pocas miradas que la expliquen o la tomen como punto de partida para análisis más profundos desde el receptor, autor de sus propias programaciones, paralelas a lo que de antemano por canales formales se diseña para su consumo, en ocasiones sin contar con los intereses de la audiencia y cuya representatividad es cuestionable.

La posición jerárquica al interior de la audiencia, la determinan sus posibilidades y opciones culturales, que dependen en estas nuevas condiciones de la cantidad y calidad de los equipamientos caseros. En la apropiación mediático-cultural, la mediación tecnológica no solo cambia los lugares y modos de acceso, está creando también una diferenciación notable en los modos de apropiación y significación, así como nuevas formas de entender y hacer uso de los medios. Lo que en materia de trama comunicativa se introduce no es un aumento de nuevas máquinas, sino un nuevo modo de relación entre procesos simbólicos.

A estas prácticas de recepción mediática no le son ajenas las características válidas a todo medio de comunicación masiva, que constituyen reproductores de realidad, plataformas para el diálogo y la discusión social, mecanismos de socialización de contenidos y legitimación o rechazo de los mismos, espacio de origen de nuevos conocimientos y referentes en la cotidianidad con enraizadas implicaciones cognitivas, conductuales, sociales y afectivas en la producción, reproducción y significación de la realidad.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*



Si además partimos del supuesto de que el contenido del consumo mediático informal está compuesto mayormente por productos foráneos resulta válida la premisa de que los constructos significantes de los medios no son toda la construcción de la realidad sino tan sólo una parte, una vez que el discurso mediático se socializa es objeto de múltiples negociaciones, negaciones, re-significaciones, y a partir de él se generan otros discursos. En Cuba,

*"la infraestructura de los medios (...) presenta un panorama muy diferente a la sobresaturada atmósfera comunicativa del resto del mundo. La condición postmoderna no nos llega precisamente por la excesiva codificación del espacio signico. El atraso tecnológico y la carencia de recursos, deja muchos espacios vacíos que necesariamente serán ocupados por elementos exteriores al sistema."*  
(Alonso, 2004)

A la par, producen un capital simbólico que se inicia desde la asunción del espectador como productor de su propia parrilla de programación, hasta los significados últimos que re-construyen tras el consumo mediático. Elecciones aparentemente simples definidas por gustos personales, encierran conflictos que implican posibilidades económicas, influencias sociales y familiares, usos simbólicos y significaciones sociales. Estas últimas se crean en un ambiente de connivencia, muy evidente en aquellos contextos de precariedad donde las condiciones materiales de vida posibilitan que se priorice el consumo cultural mediático audiovisual, en detrimento de otras formas de consumo cultural, como museos, cine, o teatro.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

Estos significados resultan parte constitutiva de la construcción de los universos simbólicos, imaginarios sociales y representaciones que cristalizan en la conducta y se explicitan en la actividad discursiva de los sujetos sociales. El consumo mediático informal refleja, en su apropiación y uso, significados y sentidos dados a los mismos, en los que predomina el valor simbólico. Cómo se construye este valor simbólico desde los sentidos que se generan alrededor del producto mediático informal consumido, es el interés principal de esta investigación.

Así, hemos decidido suscribirnos a la definición que, sobre consumo cultural, aportara el investigador Néstor García Canclini, concibiéndolo como un *"proceso de apropiación y uso de productos, en los que el valor simbólico prevalece sobre los de uso y de cambio, o donde, al menos, estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica"* (García Canclini, 1991, p.7). El autor además establece al interior del consumo dos subprocesos: apropiación y usos, que utilizaremos como matrices de análisis, la apropiación desde la categoría construcción de sentidos, y los usos desde las motivaciones.

Algunos conceptos que vertebran esta investigación y que sirvieron de punto de partida para la aplicación de los métodos y técnicas fueron:

. *Consumo mediático formal*: Proceso de recepción, apropiación y uso de productos a través de los medios de comunicación institucionalizados y controlados por entidades del Estado, el ICAIC o el ICRT. Circula fundamentalmente por los circuitos de distribución de

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

las mismas, es decir las salas de los circuitos nacionales de cine, en menor medida las salas de video, los cinco canales de alcance nacional (Cubavisión, Telerebelde, Canal Educativo, Canal Educativo 2, y Multivisión) y los telecentros. Su contenido, forma de distribución y circulación, responden a intereses de una política cultural trazada por las direcciones de las instituciones antes mencionadas. Tienen condiciones de consumo como horarios, secuencias, dosificación y repeticiones, predeterminadas por quienes los producen.

*.Consumo mediático informal:* Entendido como el proceso de recepción, apropiación y uso de productos a través de los diferentes dispositivos tecnológicos de reproducción, que representan la objetivación de demandas sociales, personales, informativas y lúdicas, no satisfechas por los canales formales institucionalizados. No se reduce a la adquisición material del mismo, sino que continúa con la interacción que los sujetos establecen con estos en su uso, disfrute y posterior significación.

Se caracteriza por la función del espectador como productor/gestor de su propia parrilla de programación y decisor de las condiciones de consumo (horarios, secuencias, dosificación y repeticiones); los canales de obtención de los productos a consumir (casas de venta y alquiler, intercambio, descargas de Internet, antenas parabólicas); y la tenencia de dispositivos tecnológicos (televisor, equipo reproductor de video o DVD, dispositivo de almacenaje: CD, DVD, VCD, memoria flash, computadoras).

*.Prácticas de consumo mediático informal:* Conductas y formas de proceder habituales de las personas a partir de necesidades, gustos y

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

acceso a determinados programas mediáticos. Se refiere a la acción directa y conscientemente practicada por los individuos de elección, de una serie de programas (novelas, series, shows, películas, documentales, informativos, musicales, dibujos animados, concursos o juegos de participación, espectáculos deportivos, etc.) que se obtienen por canales informales. En el marco de esta investigación esta categoría analítica se operacionalizó atendiendo a cinco parámetros fundamentales:

- Relación entre el consumo mediático formal y el informal.
- Preferencias de programas.
- Frecuencia de consumo.
- Equipos de reproducción.
- Espacios de consumo.

*.Motivaciones:* Elaboraciones sintéticas que definen las causas de elección del objeto de consumo. Se manifiestan a través de los discursos.

*Construcción de sentidos:* Proceso mediante el cual se crean constructos cognitivos-afectivos resultado de una previa decodificación de un texto o discurso determinado. Su marcado carácter procesual remite a un universo simbólico donde la realidad se construye y adquiere significado, y en el cual inciden múltiples mediaciones de tipo social, histórico-personal, contextual, y cultural, aunque su legitimación es eminentemente social. Se articula en dos subprocesos: deducciones/interpretaciones y atribución de valor.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

María Margarita Alonso (2010:82) lo define como las *“respuestas interpretativas particulares (personales y sociales) elaboradas activamente por el receptor en su exposición al texto, en función del lugar que dicho espectador ocupa en el sistema de relaciones sociales, económicas y políticas”*. Como complemento a este criterio Toirac García (2009:5) añade que

*“es la interpretación (individual o colectiva) del significado (elaborado, suscitado, evocado) desde el contexto sociocultural, esferas de vida y lugar que se ocupa en la estructura social. Según Collignon (1996), la producción de sentido es una actividad intelectual orientada a encontrar relaciones significativas entre datos, hechos y fenómenos sociales que permite al sujeto comprender el mundo de una determinada manera. Presupone interpretación con marcos de referencia y esquemas de pensamiento propio, contruidos a partir de la interacción comunicativa con otros”*.

Se manifiesta, por tanto, como una construcción subjetiva determinada por cada grupo social o sujeto con sus demandas, necesidades, motivos y actitudes particulares. Se patentiza mediante discursos verbales o escritos, imágenes, o cualesquiera otras formulaciones sintéticas de sentido descriptible y diferenciable, producidas por actores sociales como formas de percepción o simbolización de aspectos claves del proceso de consumo, que pueden analizarse como elementos objetivos, medurables, en tanto permite identificar cierta regularidad en el nivel de frecuencia y de ocurrencia de estas conductas.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

### 3. Diseño de la Investigación

Por tanto en la concepción de la estrategia metodológica del presente estudio como *problema de investigación* partimos de la interrogante: ¿Qué sentidos articulan los sujetos de San Pablo a partir de los productos audiovisuales que consumen por canales mediáticos informales? El *objetivo general* fue: determinar los sentidos que construyen los habitantes de la comunidad de San Pablo a partir de los productos mediáticos audiovisuales que consumen por canales mediáticos informales. Y su concreción se articuló en los *objetivos específicos*: caracterizar las prácticas de consumo mediático informal de audiovisuales en la comunidad San Pablo, así como identificar las motivaciones para el consumo mediático informal y los sentidos que le son atribuidas a dichas prácticas de consumo mediático.

Por ello partimos en esta investigación de las siguientes *premisas*:

A los productos audiovisuales consumidos por los canales informales se le atribuyen entre las principales motivaciones que lo hacen posible: ser un mecanismo de evasión de la realidad, y la garantía de un estatus social asociado a la posesión de tecnología, primicia, y actualidad respecto a los tópicos de interés general en la comunidad.

Las propuestas audiovisuales mediáticas informales suponen una alternativa personalizada a las propuestas formales hegemónicas institucionalizadas, se erigen como un espacio otro de socialización que tiene como centro el consumo, y como fin, relacionarse garantizando al consumir, participación en el mismo.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

Consideramos pertinente por lo complejo del fenómeno estudiado, asumir una *perspectiva metodológica* que incluyera elementos, tanto de la investigación cualitativa como cuantitativa. Al respecto es importante destacar que se utilizaron métodos y técnicas de carácter etnográfico y antropológico. Con tal fin se aplicaron a una población de habitantes de San Pablo, mayores de 15 años: 116 encuestas que permitieron establecer tendencias en las prácticas de consumo mediático de manera general, e informal más específicamente. El empleo de la misma permitió identificar, cuantificar, organizar y relacionar elementos como la edad, sexo, grado de escolaridad y ocupación con formas de consumo, y establecer estandarizaciones a partir de ellos.

Se aplicó un cuestionario de nueve preguntas con una estructura de acuerdo a los objetivos de la indagación y acorde a las características de la comunidad estudiada, donde se emplearon preguntas abiertas y cerradas así como interrogantes de filtro y de control. Su aplicación se efectuó de modo presencial. El propósito del cuestionario fue indagar en las conductas cotidianas de los habitantes de San Pablo asociadas al consumo audiovisual informal.

La encuesta constituyó el preámbulo para 2 grupos de discusión que posibilitaron la interacción de los sujetos, la confrontación de puntos de vista y la obtención de respuestas más abarcadoras. De igual forma permitieron un acercamiento directo a las actitudes y percepciones de los individuos seleccionados, como reflejo en menor escala de la comunidad, que pudieron ser observadas directamente. Se realizaron además 5 entrevistas semi-estandarizadas: al

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

proveedor de lo que popularmente se ha dado en llamar “el paquete” y a 4 receptores. Esta constituyó una técnica fundamental para determinar las motivaciones que subyacen tras la elección del consumo mediático informal y establecer una relación entre este y los sentidos que en la comunidad le son atribuidos.

Los resultados de estos métodos y técnicas fueron contrastados con los obtenidos anteriormente durante la investigación bibliográfica que, por las particularidades, novedad y complejidad del tema de investigación, precisó hacer una revisión de varias investigaciones y estudios precedentes para determinar las categorías analíticas a utilizar, que respondieran a las particularidades del contexto cubano. Fueron consultados un grupo de artículos e investigaciones que permitieron determinar algunas de las principales características de los estudios de recepción contemporáneos, principalmente latinoamericanos, que utilizan como marco de estudio la cultura, base conceptual de esta investigación.

Al respecto, de los estudiosos del tema en el marco internacional atendimos a los siguientes a propuestas de los siguientes autores: Néstor García Canclini, Guillermo Orozco, Valerio Fuenzalida, Jesús Martín Barbero, Armand y Michelle Mattelart, James Lull, y Stuart Hall. Más cercanas a nuestro contexto se revisaron los trabajos de María Margarita Alonso, José Ramón Vidal Valdés; los desarrollados como parte de la temática de Participación y consumo del Instituto de Investigaciones Culturales Juan Marinello, y publicados en su revista Perfiles de la Cultura Cubana por Cecilia Linares, Yisel Rivero Baxter, Pedro E. Moras, Irina Pacheco, entre otros.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*



Además, entre de los métodos y técnicas la observación participante, una de las técnicas más utilizadas y confiables, posibilitó la libre expresión de los sujetos, la incorporación activa de las investigadoras al campo, la obtención de una caracterización general del escenario de estudio, y el interés en las conductas y roles habituales de los sujetos observados. De igual forma constituyó el primer acto de conocimiento y reconocimiento de San Pablo como comunidad, y permitió una aproximación más certera a las prácticas de consumo mediático informal, que precisamente por su carácter extraoficial no es posible captar si no es de esta manera.

La observación se realizó de manera abierta, con el previo conocimiento, aceptación y colaboración de líderes formales de la comunidad (Delegada, Presidentes de CDR). La técnica, que se aplicó en varios momentos posibilitó la inserción en las prácticas sociales y dinámicas relacionales de la comunidad, develando aspectos de su mundo de vida cotidiana y prácticas de consumo audiovisual. Respecto a la frecuencia es necesario aclarar que las mismas características del fenómeno observado, específicamente su informalidad y variación en el tiempo dependiendo de factores múltiples, imposibilitaron establecer una periodicidad estructurada de la observación. La utilización de esta técnica permitió establecer uniformidades y regularidades dentro de la diversidad de prácticas de consumo mediático informal observados en la comunidad y los sentidos que le son atribuidos.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

#### 4. Principales resultados y conclusiones

Los resultados de la presente investigación demuestran la pertinencia del estudio del consumo mediático informal desde la categoría construcción de sentidos, y su efectividad para estudiar las transformaciones que implican para el sistema mediático en su totalidad, la irrupción de la recepción informal de audiovisuales. Por otra parte, el situar la investigación en el marco del asentamiento San Pablo, y a sus habitantes como protagonistas de un proceso de consumo cultural y mediático emergente, posibilitó visibilizar las relaciones entre las prácticas de consumo informal, las motivaciones que genera y los sistemas de sentidos contruidos en torno suyo, con su contexto caracterizado por la precariedad.

Aunque mucho tiempo, conocimiento acumulado, teorías e investigaciones, nos separan de explicaciones simplificadoras, que arguyen que somos lo que leemos, oímos, o vemos a través de los medios de comunicación, es innegable el papel protagónico que tienen estos en la estructuración de la vida cotidiana. Los cambios que se operan en la forma de producción, distribución o consumo mediático repercuten de forma directa, en primer término en cada receptor, en segundo lugar en las prácticas específicas de relación que establece este con el medio, y luego en la articulación social de sentidos al respecto. No obstante no puede decirse que este proceso se desenvuelve de manera tan simple, escalonada, ni distinguible. En la mayoría de los casos solo vemos sus efectos.

El fenómeno del consumo mediático informal de programas audiovisuales, es a la vez un efecto y una causa. Es el resultado de

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

múltiples transformaciones, y el origen de otras tantas, es el punto medio entre lo social y lo individual, entre el espacio íntimo y los espacios de confluencia y elaboración de criterios sociales. Al abordar la construcción de sentidos sobre los programas audiovisuales que circulan informalmente en San Pablo, partimos de la comprobación de que el aspecto interpretativo es la base del proceso, toda construcción de sentidos constituye una evaluación interpretativa sujeta a aprobación, negociación y/o reelaboración.

A pesar de la pluralidad de las subjetividades personales, paso inicial de todo proceso de recepción, se comprobó el establecimiento de un consenso social alrededor de la preferencia del consumo informal sobre el formal, con poca diferencia entre uno y otro, pero evidenciando la pérdida del protagonismo histórico del último. Asimismo se detectó que son las mujeres, los trabajadores estatales y las personas entre 20 y 45 años, quienes más se inclinan por esta opción mediática.

En materia de preferencias, las novelas constituyen el principal audiovisual consumido, siguiéndole en orden jerárquico las series y musicales, concursos, shows, dibujos animados, documentales, e informativos (varía según edad, sexo y ocupación). El grueso de estos programas son de producción extranjera, aunque se evidenció un consumo mínimo de nacionales formales por canales informales.

Contrario a las suposiciones de las que partió la investigación, que esperaba encontrar superior consumo los fines de semana, las frecuencias de recepción que establecen los habitantes de San Pablo están polarizadas a los extremos de las opciones: o consumen a

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

diario, o no consumen nunca; a pesar de que en menor medida también lo hacen dos veces a la semana, semanalmente, los fines de semana, cada quince días y cada dos días, en este orden. El tiempo de consumir compete con responsabilidades laborales, tareas del hogar y espacios de la TV formal que son habituales, principalmente el noticiero y la telenovela, por lo que se desarrolla mayoritariamente en el horario nocturno y durante la madrugada. Apreciamos además que establecen normas de distribución y actualización estables y constantes de al menos dos ocasiones en la semana, siendo la principal los sábados y miércoles.

Independientemente de las condiciones de precariedad del contexto estudiado, se hizo notable la posesión de tecnologías de reproducción, siendo el dispositivo de uso más extendido el DVD, seguido por la computadora, aunque la utilización de este último fue minoritaria. Las limitaciones tecnológicas fueron superadas principalmente recurriendo a la casa de amistades, familiares y vecinos para consumir, sin embargo el espacio por excelencia de la recepción es la casa.

La noción de comunidad, barrio, asentamiento, remite casi instantáneamente a pensar en términos de unidad, porque el sentido de colectividad que lleva implícito así lo condiciona. No obstante sería un error pretender homogeneizar conclusiones al respecto, mucho más si se hace en el marco de un proceso tan heterogeneizante como es el consumo mediático informal. Tampoco la pretensión es singularizar en grado sumo los datos aportados, permitiendo que la función generalizadora de la investigación sucumba ante lo particular.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

Lo ideal, es, en fin, lograr la unidad en la diferencia. Además de existir diferencias en cuanto a perfiles profesionales y elementos socio-demográficos como la edad y sexo, se distinguen en numerosos aspectos relacionados con las motivaciones que impulsan a los residentes en el asentamiento San Pablo a destinar su tiempo y espacio a seleccionar y consumir audiovisuales de una manera específica, la tendencia a establecer rutinas y rituales alrededor las prácticas de consumo mediático antes planteadas.

No obstante, en las entrevistas y en los grupos de discusión fundamentalmente, se percibió que aunque tuvieron diversas motivaciones, algunas fueron semejantes. En la aplicación de estas técnicas se pudo percibir el elemento motivacional del uso del consumo mediático informal asociado a la evasión de la realidad, la búsqueda del placer y la distensión de los conflictos cotidianos.

Desde el punto de vista de los resultados obtenidos en el presente trabajo, se confirma la riqueza y diversidad del proceso de recepción de audiovisuales que circulan informalmente, lo que propicia la construcción por el espectador de numerosos sentidos sociales. La apropiación se presenta así como un proceso sumamente activo de elaboración y resemantización y también un proceso de reconstrucción simbólica de la subjetividad y de la vida cotidiana, en la que los sujetos sociales se reconocen y proyectan otras posiciones subjetivas e imaginarios sociales.

La construcción de sentidos, vista desde los subprocesos que la componen, deducción/interpretación y atribución de valor, se estudió a partir de las tres etapas fundamentales de la recepción, es decir, la

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

selección del producto, exposición, y socialización. En la etapa de recepción deducen/interpretan que si un producto es consumido informalmente es actual, divertido, atractivo, real, educativo, diverso, ofrece libertad de elegir, tiene calidad, es de interés general. De estas deducciones/interpretaciones derivan sentidos de aceptación o rechazo.

Durante la exposición a los audiovisuales establecen interpretaciones técnicas y de contenido, a partir de las cuales se reconocen e identifican, elaboran evaluaciones, construyen imagen del mundo, y establecen aspiraciones. Pero es en la socialización donde finaliza y reinicia todo el proceso, donde exponen los sentidos construidos en las dos etapas precedentes, negocian su validez, y (re)elaboran pautas y normas interpretativas y de funcionamiento del ciclo de recepción y consumo.

Como se deriva del presente estudio, el consumo mediático informal debe ser verdadero objeto de análisis científico a partir de una perspectiva comunicológica, que permita comprender y valorar su significación social, en tanto producto de la cultura popular, y evitar así posiciones extremas tanto elitistas como populistas, que, lejos de educarlos, afectan las competencias culturales de los televidentes.

## **6. Bibliografía**

Alonso, M. M. (2010). *Mediación y Construcción de Sentidos: notas en torno a su articulación teórico-metodológica en el estudio de la apropiación de Internet*. (Universidad Complutense de Madrid) Recuperado el 28 de marzo de 2013, de Mediaciones Sociales.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

Revista UCM de Ciencias Sociales y de la Comunicación, pp. 3-7: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediar/MediacionesS6/Indice/AlonsoAlonso2010/alonsoalonso2010.html>

Alonso, M. M. (2004). *La investigación de la comunicación en Cuba: Préstamos teóricos para un itinerario singular*. Recuperado el 27 de diciembre de 2011, de Red de la Iniciativa de Comunicación.: <http://www.comminit.com/en/node/150473>

Alonso, M. M. (1999). *Recepción de telenovela: un enfoque teórico-metodológico para su estudio*. Tesis de Doctorado, Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, La Habana.

Barbero, J. M. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Segunda edición ed.). La Habana: Editorial Pablo de la Torriente y Editorial Félix Varela.

Canclini, N. G. (1991). *El Consumo sirve para pensar*. Recuperado el 3 de enero de 2012, Revista Diálogos de la Comunicación, 30. Lima FELAFACS: [www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/16/NestorGarcia.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/16/NestorGarcia.pdf)

Canclini, N. G. (1992). *Comunicación y consumo\_el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores*. Recuperado el 3 de enero de 2012, de Diálogos de la Comunicación. FELAFACS: [www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/32/NestorGarcia.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/32/NestorGarcia.pdf)

Canclini, N. G. (1984). Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular. *Revista Nueva Sociedad* No. 71, 69-78.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*

Fleites, C. L., & Baxter, Y. R. (2008). *El consumo cultural en Cuba. Trayectoria en su conceptualización y análisis*. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de Revista Perfiles de la Cultura Cubana: [www.perfiles.cult.cu/article.php?materia=7&articulosPage=33&article\\_id=15](http://www.perfiles.cult.cu/article.php?materia=7&articulosPage=33&article_id=15)

Hall, S. (1980). *Codificar/Decodificar*. Recuperado 25 de abril 2013, Comunicación y Teorías: [www.comunicaionyteorias1files.wordpress.com/2009/10/hall\\_s\\_codificar\\_decodificar.pdf](http://www.comunicaionyteorias1files.wordpress.com/2009/10/hall_s_codificar_decodificar.pdf)

Iglesias, B., Linares, C., Masvidal, M., Pacheco, I., & Hernández, R. (2010). *USB: el consumo audiovisual informal*. Revista Temas No. 70, (págs. 81-91). La Habana.

Linares, C., Rivero, Y., Mora, P. E., & Mendoza, Y. (2010). *El consumo cultural y sus prácticas en Cuba*. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello.

Lull, J. (1980). *Los usos sociales de la televisión*. Recuperado el 25 de abril de 2012, de James Lull online: [www.jameslull.com/losusos.html](http://www.jameslull.com/losusos.html)

Soler, P. D. (2010). *Sinfonía Marginal para Tam-Tam y Orquesta. Un estudio antropológico de recepción mediática*. Tesis en opción del Título de Licenciatura en Periodismo, Universidad de Oriente, Departamento de Comunicación Social y Periodismo, Santiago de Cuba.

Tapia, B. D. (2008). *La otra cara de la cotidianidad. Una mirada etnográfica a los usos sociales de la telenovela brasileña para familias de diferentes posiciones socioeconómicas*. Recuperado el 24 de abril de 2013, de Revista Perfiles de la Cultura cubana: *Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*



[www.perfiles.cult.cu/article.php?materia=4&articulosPage=3article\\_id=310](http://www.perfiles.cult.cu/article.php?materia=4&articulosPage=3article_id=310)

Valdés, J. R. (2006). *Medios y Públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones. Estudios sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Valdés, J. R. (1999). *Representación social y recepción. Un estudio de tres comunidades habaneras*. Tesis Doctoral, Universidad de la Laguna, Departamento de Ciencias de la Información.

*Teleadictos: conquistando la TV por la izquierda. Aproximación a la construcción de sentidos a partir del consumo mediático informal de programas audiovisuales en el asentamiento precario San Pablo en Santiago de Cuba.*