



Noticias

Alerta sobre el entorno cultural de las juventudes

Redacción IPS Cuba
ipscuba@ipscuba.net

Domingo, 30 de Septiembre de 2012

Las formas de consumo cultural se diversifican, afirman debates y estudios recientes.

La Habana, 30 sep.- Intelectuales y artistas de Cuba se preocupan por la proliferación de expresiones vulgares, sexistas y el surgimiento de antiparadigmas para las juventudes, en varias manifestaciones culturales que se socializan en espacios públicos cada vez más diversos.

La discusión de un documento sobre la calidad de la música que conforma el “entorno sonoro” de la isla en el recién celebrado pleno de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (Uneac), confirmó la necesidad de atender a las propuestas culturales ofrecidas en ámbitos como el transporte público, cafeterías, centros nocturnos, instalaciones turísticas y escuelas.

Esta necesidad fue ratificada durante el III Taller de Gestión Cultural: Comunicación y Periodismo, celebrado en la capitalina Casa de las Américas, del 19 al 21 de septiembre, por la investigadora y ensayista Nora Gámez.

En el trabajo de campo para su tesis doctoral en Sociología sobre música popular y cambio social, Gámez constató que, al generalizarse nuevos modos de encauzar las prácticas colectivas, cambian las estrategias de promoción, al punto de que determinados creadores no se muestran interesados por aparecer en medios masivos como la radio y la televisión.

Orlando Cruzata, director del programa televisivo Lucas, dedicado a la promoción del video clip nacional, explicó en el mismo encuentro que muchos productos culturales llegan a los jóvenes por otras vías como discos DVD distribuidos por redes alternativas, la telefonía celular y fiestas.

De hecho, algunos artistas producen videos para la televisión, distintos de los que conciben para ser presentados en las pantallas de las discotecas, ejemplificó.

En defensa de Lucas, que no pocas veces ha sido cuestionado por promover géneros como el reguetón, Cruzata añadió que en las galas promovidas por el espacio en teatros de la capital, el público ha mostrado preferencias por artistas cuyo trabajo jamás ha sido divulgado por el programa.

Si bien los cambios en las tecnologías de la información y la comunicación favorecen accesos diversos a productos y servicios, instituciones como la televisión juegan todavía un papel decisivo para legitimar las diferentes propuestas culturales, según estudios actuales sobre consumo, desarrollados por el Instituto cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello” y expuestos en el taller por las expertas Cecilia Linares y Yisel Rivero.

Las investigadoras identificaron varios retos en la formación de valores y gustos entre las jóvenes generaciones ante esta nueva realidad:

- Atender a consumos mediáticos en ámbitos extrainstitucionales.
- Producir y promover productos audiovisuales con mayor calidad artística.
- Proyectar espacios de formación de capacidades culturales y comunicativas para que las personas puedan interactuar de manera crítica con el entorno. (2012)