

INFORME MERCADO SECTOR AUDIOVISUAL CUBA 2021

Elaborado por la Embajada de
Argentina en Cuba

CUBA: INFORME DE MERCADO SECTOR AUDIOVISUAL 2021

I. Descripción general del mercado en el sector audiovisual

En Cuba se han desarrollado políticas públicas enfocadas a fomentar la cultura audiovisual en la población, muestra de ello es el Programa de Fomento de la Cultura Audiovisual (PFCA), creado en atención a la necesidad de enfrentar el retroceso en la calidad de los consumos culturales del cine y el audiovisual. El Programa propicia acciones integrales y sistemáticas coordinadas, desde instituciones vinculadas al consumo y la educación audiovisual. Esta política se extiende al sector de la educación dado su fuerte contenido formativo; pues si bien está dirigida a toda la población cubana, es en la infancia, adolescencia y juventud donde tiene un peso primordial el enfoque de sus acciones y proyecciones.

Objetivos específicos: i) Enriquecer el universo audiovisual de la sociedad cubana con la exhibición, circulación y promoción de obras de calidad, que sean expresión de la heterogeneidad cultural del cine y el audiovisual en el mundo; ii) Desarrollar proyectos y acciones de formación para estimular la capacidad culta y crítica de apreciar el cine y el audiovisual; iii) Priorizar la educación audiovisual en la infancia y en la juventud; iv) Evaluar alternativas y proponer modalidades de regulación legal para la circulación del audiovisual en el país.

Participantes del PFCA: Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos; Ministerio de Cultura; Instituto Cubano de Radio y Televisión; Unión de Artistas y Escritores de Cuba; Ministerio de Educación; Ministerio de Educación Superior; Biblioteca Nacional José Martí; Consejo Nacional de Casas de Cultura; Asociación Hermanos Saíz; Brigada José Martí; Federación Estudiantil Universitaria; Federación de Estudiantes de la Enseñanza Media; Organización de Pioneros “José Martí”; Facultad del Arte de los Medios y la Comunicación Audiovisual; Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano; Centro Juan Marinello; Fundación Ludwig; Red Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano; Asociación Cubana de la Prensa Cinematográfica; Federación Nacional de Cine Clubes y medios de prensa.

El PFCA está respaldado por la Constitución de la República de Cuba (2019), título III, artículo 32, epígrafe i: “Se fomenta y desarrolla la educación artística y literaria, la vocación para la creación, el cultivo del arte y la capacidad para apreciarlo”; los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución reflejan en sus contenidos la importancia de la cultura; y la Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba tiene entre sus objetivos de trabajo: consolidar la política cultural de la Revolución, definida por Fidel desde 1961 en sus “Palabras a los intelectuales”, caracterizada por la democratización del acceso a la cultura, la defensa de la identidad y del patrimonio.

II. Estructura del mercado.

Predomina el monopolio de las instituciones estatales sobre los servicios y productos audiovisuales. Generaciones completas crecieron bajo la impronta de un consumo audiovisual gestionado exclusivamente por las entidades gubernamentales, siendo las principales instituciones responsables del sector, el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) y el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

La televisión continúa siendo un medio de gran alcance a pesar de la complejización del contexto mediático. También se destaca el uso de cajitas decodificadoras de la señal de la TDT, con puerto USB; y el consumo de contenidos directamente conectados a Internet, elemento que seguirá en aumento si se tiene en cuenta que el espacio digital en Cuba está en ascenso y hay mayor cantidad de canales formales e informales, en la sociedad.

El gobierno no prohíbe la circulación de audiovisuales por las vías informales, se considera que la prohibición hace más atractivo el producto, en respuesta a ello, trabaja en una mejor programación para frenar la ola de banalización y frivolidad, de tal forma que la población sepa discernir entre ambas opciones.

Principales instituciones:

ICAIC

Fue creado en marzo de 1959 (3 meses después del triunfo de la Revolución), mediante la Ley No. 169. Se considera que el ICAIC “no solo diseñó una política cultural cinematográfica, sino que contribuyó a conformar la política cultural de ese primer decenio de la Revolución”. La formación de nuevos públicos, la educación audiovisual mediante diversos recursos y soportes, la creación de la Cinemateca de Cuba, el Archivo Fílmico y los Estudios de Animación, el proyecto de la Televisión Serrana, el cine móvil, la difusión de la filmografía de disímiles latitudes y creadores, la promoción internacional del cine cubano, las alianzas con otras artes, son evidencias de una política cultural abarcadora, diversa y de elevado impacto en la cultura nacional.

ICRT

Fue fundado en 1962. Actualmente es miembro de la Organización de Televisión Iberoamericana y miembro asociado de la Unión Europea de Radiodifusión. La República de Cuba fue uno de los primeros países de América en contar con servicios de radio y televisión. En 1922, bajo la colaboración de la compañía estadounidense International Telephone and Telegraph, se monta la primera emisora de radio en el país (2LC), que comenzaría a funcionar el 22 de agosto de ese mismo año. Las primeras emisiones regulares corrieron a cargo de la PWX el 10 de octubre, con la emisión de un discurso del entonces presidente Alfredo Zayas. La radio se desarrolló en el país por parte de la iniciativa privada, y basando su programación en la información y entretenimiento.

El 24 de mayo de 1962 mediante la Ley n.º 1030 se crea el Instituto Cubano de Radiodifusión, por el que todas las emisoras del país pasan a ser controladas por el Consejo de Ministros y deben cumplir una serie de valores establecidos por el gobierno. Bajo el nuevo organismo cambian los nombres de algunas emisoras y se trata de extender la cobertura de radio y televisión a todo el país. En 1975 el organismo cambia su nombre al de *Instituto Cubano de Radio y Televisión* pero mantiene las mismas atribuciones.

Desde su creación, el Instituto Cubano de Radio y Televisión se divide en dos organismos, los cuales se encargan de fiscalizar, controlar, analizar y organizar el proceso creativo y de desarrollo de la radiodifusión en la isla.

III. Perfiles de consumidores

Además de la programación por los medios formales antes mencionados, el consumo mediático informal de programas audiovisuales 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. Las aproximaciones a sus particularidades como proceso, hasta el momento han sido escasamente estudiadas.

Investigaciones sobre las prácticas de participación cultural desarrolladas en el Instituto de Investigaciones de la Cultura Juan Marinello, han confirmado que la interacción con los medios de comunicación social es el eje estructurador de las prácticas de consumo cultural, donde el consumo de productos audiovisuales está entre las más frecuentes en el uso del tiempo libre de la población.

Las evidencias fueron obtenidas en 2018. Abarcaron una muestra de población residente en cinco municipios de la capital cubana, con presencia de ambos sexos y segmentos etarios (adolescentes, jóvenes, adultos medios y mayores, entre los dieciocho y sesenta y cinco años de edad, esencialmente profesionales empleados en diversas ocupaciones y sectores, estudiantes universitarios y algunos pocos trabajadores del sector cuentapropista; mayoritariamente mujeres.

Según los resultados obtenidos por los especialistas:

1. El lugar principal en los hábitos de consumo cultural lo ocupa la televisión, centrados en consumir películas, programas musicales, series, humorísticos y telenovelas. Los informativos y en general las revistas o noticieros de corte variado, son los menos consumidos, aunque están presentes en las parrillas de los encuestados.
2. Los audiovisuales más vistos son de factura norteamericana, europea, latinoamericana, cubana y asiática, en su mayor parte provienen de fuentes ajenas a la programación estatal. Los soportes para esos consumos luego de la televisión, han sido la computadora y otros dispositivos electrónicos en manos de la población (laptops, tablets, celulares), teniendo en cuenta el aumento de las capacidades en la telefonía móvil y la conectividad a Internet.

3. En diciembre de 2019 Etecsa (suministradora en Cuba de los servicios de telefonía y conexión a Internet), reportaba 6 millones 410 mil usuarios que se conectan a las redes sociales desde dispositivos móviles; la existencia de más de 600 salas de navegación, más de 1 270 áreas públicas Wifi, más de 144 000 viviendas con conexión a Internet, mediante el servicio Nauta Hogar.
4. La población cubana llega a la situación de Pandemia por la COVID 19, con una mayor disponibilidad de equipos electrónicos y vías de acceso para la práctica del consumo de productos audiovisuales, transformándose el panorama en la dirección de un mayor consumo, mayor uso de dispositivos móviles y sus recursos para el acceso a redes sociales, aplicaciones, etc. más allá de dificultades de conexión y precios elevados para acceder a los paquetes de datos.
5. Han aparecido programas presentados desde las casas de presentadores, actores, personalidades de diversas esferas, portadores de criterios de autoridad dado su prestigio social en sus campos de competencia, que emiten mensajes sobre los modos de protección etc. Espacios televisivos que transmiten pequeñas cápsulas de videos domésticos, en torno al tema de la protección, el autocuidado, etc.
6. Se ha reorganizado la programación de las emisoras de radio y televisión, en función de un conjunto de variables: la sobredemanda de consumo; la complejidad de satisfacer las necesidades crecientes y diversas de un público heterogéneo en sexo, edades, gustos, intereses, etc.; la necesidad de transmitir tele-clases a los diversos niveles y tipos de enseñanza; la necesidad de informar sobre la situación de la pandemia en Cuba y en el mundo; de informar y educar sobre cuestiones científicas de un virus desconocido que reta a científicos y personal de la salud, etc.; así como de compartir conocimientos científicos especializados y complejos mediante mensajes en un lenguaje de sentido común.
7. Respecto al consumo, existen variaciones en la cuantía de tiempo según edad, sexo y ocupación sin configurar tendencias marcadas, según variables socio-estructurales y sociodemográficas.
8. El uso de laptops/computadoras, teléfonos móviles y tablets se preferencia para comunicarse, informarse, trabajar y consumir determinados audiovisuales.
9. La lectura es otro de los hábitos de consumo entre los profesionales adultos y adultos mayores.
10. Se han potenciado las redes solidarias. Amigos, vecinos, familiares, se pasan e intercambian sus productos ante la necesidad de salir de casa solo lo indispensable y/o por las dificultades para trasladarse a copiar. También sostienen su actual consumo en copias guardadas en sus memorias flash, discos externos o las computadoras; algunos de los productos audiovisuales visionados los ven por primera vez o vuelven a ser vistos. Afirman haber vuelto a ver películas o series preferidas hace años, y a ver en la televisión espacios que antes no veían por falta de tiempo
11. Una minoría de las personas que consumen productos del paquete continúa acudiendo directamente a copiarlo, lo hacen para seguir los capítulos de series preferidas, películas, programas de entretenimiento y participación, novelas, documentales, reality shows, etc. Estos materiales son los que a su vez recirculan mediante las redes antes señaladas.
12. Una minoría consume directamente de Internet programas o los descarga. Los que usan la conexión de Internet en los teléfonos móviles, principalmente lo hacen para leer noticias en periódicos y revistas online, navegar por Facebook, comunicarse por Messenger, WhatsApp.

13. Como modo de autocuidado y protección ante la posibilidad del contagio, una minoría refiere acudir en contadas ocasiones a una zona wifi cercana (ubicadas en espacios públicos como plazas y parques), para descargar algo puntual, actualizar una aplicación o enviar/recibir documentos de trabajo, a causa de dificultades en las casas por cuestiones de conectividad o porque implica un consumo excesivo de datos.
14. Las series y películas se llevan el palmarés, entre personas de cualquier edad y sexo. Las primeras de procedencia norteamericana y españolas de diversos géneros, que ante todo cumplan la función de entretener y no acrecienten el agobio, la ansiedad e incertidumbre de estos días. Las películas vistas dependen de las ofertas de la televisión nacional y/o de las que se consiguen del paquete o aquellas que pueden ver, luego de largo tiempo guardadas en sus dispositivos. También la selección pasa por el filtro de entretener, ser obras premiadas, clásicos del cine cubano e internacional, ser de directores y/o actores preferidos.
15. La conferencia del doctor Francisco Durán, director nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud, constituye el espacio televisivo —nacido de la necesidad de informar a la población en las circunstancias de la epidemia de la Covid-19— que ha ganado la atención de buena parte de los públicos cubanos, pues informa sobre el estado de la epidemia en el país; precisa cifras nacionales e internacionales; comparte conocimientos científicos de un modo que llega a cualquier audiencia; educa en un tono suave, persuasivo. Durante semanas ha alcanzado credibilidad y autoridad en su materia. Desde el pensamiento cotidiano de la población se le compara con una popular y reconocida figura en el campo de la Meteorología: el respetado doctor José Rubiera.
16. La práctica de consumo de espacios informativos se incrementa a medida que aumenta la edad, en correspondencia con una mayor búsqueda de espacios noticiosos, al mismo tiempo que los dosifica. Las personas controlan no exponerse mucho tiempo a noticias sobre la Covid-19, a contenidos que exacerben estados emocionales negativos, ya de por sí presentes en la cotidianidad. Además, alertan de la necesidad de modular determinados contenidos, evitando sobresaturación y reiteración.
17. En tiempos de cuarentena, el canal explícitamente más mencionado es Multivisión, por la variedad de ofertas que entretienen y/o instruyen. Se reiteran la preferencia por sus series, películas y el espacio Rusia Today. En la televisión nacional, como ya se dijo, luego de la conferencia informativa de la mañana sobre el estado de la COVID-19 y los informativos, son mencionadas series extranjeras, películas proyectadas en los espacios Arte 7, Solo la verdad, Pensando en 3D y Cuadro a Cuadro. Le siguen en orden de preferencia la novela de factura nacional y la brasileña de turno. También se consume con agrado, por una buena parte de los entrevistados, las últimas ediciones del policíaco Tras la huella y el humorístico Vivir del Cuento.

IV. Sectores y/o circuitos de consumo

Red de Cineclubes Universitarios, con la participación del Ministerio de Educación Superior (MES), otros organismos formadores de educación superior y la Federación Estudiantil Universitaria (FEU).

Cine en la Televisión: el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) ha demostrado avances en la reestructuración de su programación cinematográfica. En la actualidad, no solo hay un aumento en la cantidad de programas de esta temática,

sino que existen canales televisivos que dedican gran parte de su programación al cine (Canal Multivisión y, más recientemente, el Canal de Alta Definición, ambos en su parrilla de fin de semana).

Ampliación de la oferta de cine de calidad: se promueve el acceso público a audiovisuales de calidad mediante las instituciones y organizaciones de alcance nacional; tales como la red de videotecas del ICAIC, las mediatecas de la red de bibliotecas públicas, las Casas del Joven Creador pertenecientes a la Asociación Hermanos Saíz y los Joven Club de Computación. Estos últimos, con su más reciente proyecto Mochila, en el que semanalmente se compilan una buena parte de filmes cubanos, entre otras ofertas cinematográficas y audiovisuales. En los espacios referidos también se favorece a los usuarios la descarga de los materiales.

Se mantiene como principal objetivo en la elaboración de la programación del ICAIC y el ICRT una mejor selección de audiovisuales, películas y sus contenidos.

Si bien la programación formal tiene definidos los horarios y los productos audiovisuales para los diferentes públicos, en los últimos años se ha consolidado un espacio comunicacional no controlable, construido desde las prácticas de la vida cotidiana de los propios receptores, mediante vías informales de circulación, con la participación directa del público en los canales de producción, circulación y consumo.

El aumento de la utilización de plataformas de streaming audiovisual como YouTube, Netflix, Zoom Video y Facebook han trazado estrategias para garantizar espectadores, incluyendo los consumidores cubanos. También las plataformas digitales están siendo utilizadas para el teletrabajo, la comunicación en equipos, la formación a distancia, entre otros usos.

V. Canales de comercialización productos y/o servicios

Es posible afirmar que en el mercado cubano ha predominado la modalidad de canal propio o directo, sin utilizar intermediarios, toda vez que las instituciones estatales son responsables por la producción doméstica y la importación/exportación del producto audiovisual, al mismo tiempo que elaboran una programación que se transmite directo al consumidor, a través de canales estatales.

En el caso del cine, las instituciones que integran el ICAIC:

- Cinemateca de Cuba
- Casa del Festival
- Archivo Fílmico
- Centro de Información Cinematográfica ICAIC
- Audiovisuales ICAIC, Producción-Distribución
- Estudios de Animación ICAIC
- Distribuidora Nacional ICAIC
- Estudios Fílmicos Cubanacán
- Estudios de Infografía
- Unidad de Atención a Establecimientos de Cine

El ICRT es encargado de organizar a las distintas radioemisoras presentes en Cuba. Tiene bajo su control a todas las emisoras de carácter nacional, provincial y local, así como Radio Habana Cuba, que es de carácter internacional.

Canales de radio:

Canales de Radio Nacionales

- Radio Rebelde
- Radio Progreso
- Radio Taíno
- Radio Reloj
- CMBF Radio Musical Nacional
- Radio Enciclopedia
- Habana Radio

Internacionales

- Radio Habana Cuba, desde la Habana. Perfil informativo, cultural, musical. Transmite en nueve idiomas.

Provinciales

- Radio Ciudad de La Habana, La Habana. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Metropolitana, La Habana. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio COCO, La Habana. Perfil informativo, deportivo y musical.
 - Radio Cadena Habana, La Habana. Perfil musical, cultural y variado.
 - Radio Guamá, Pinar del Río. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Artemisa, Artemisa. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Mayabeque (Antiguo radio Güines), Mayabeque. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio 26, Matanzas. Perfil informativo, cultural y variado.
 - CMHW, Villa Clara. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Ciudad del Mar, Cienfuegos. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Sancti Spiritus, Sancti Spíritus. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Surco, Ciego de Ávila. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Cadena Agramonte, Camaguey. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Victoria, Las Tunas. Perfil informativo, cultural y variado.
 - CMKO Radio Angulo, Holguín. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Bayamo, Granma. Perfil informativo, cultural y variado.
 - CMKC Radio Revolución, Santiago de Cuba. Perfil informativo, cultural y variado.
 - Radio Trinchera, Guantánamo. Perfil informativo, cultural y variado.
- También cuenta con una serie de emisoras locales o municipales.

Televisión

El ICRT también es responsable de organizar a las distintas televisoras del país, Tiene bajo su control a todos canales con cobertura nacional y provincial, así como Cubavisión Internacional. El Sistema Informativo de la Televisión Cubana, es una vicepresidencia subordinada directamente al Presidente del ICRT y es el que se

encarga de la realización de todos los informativos que se transmiten por los canales nacionales, así como de la programación deportiva.

Las cadenas de ámbito nacional son las siguientes:

- Cubavisión (conocida como CMQ hasta 1962 y como Canal 6 hasta 1988)
- Tele Rebelde (conocido como Canal 2 hasta 1982)
- Canal Educativo (Creado en 2001)
- Canal Educativo 2 (conocido como CE2) (Creado en 2004)
- Multivisión (Creado en 2008)
- Canal Clave (Creado en 2016)
- Mi TV (conocido como Canal Infantil, (creado en 2016)
- Canal Caribe (conocido como Canal HD-1) (Creado en 2017)
- Cubavisión+ (creado en 2018)

Cuenta con cadenas de carácter provincial, con un canal internacional llamado Cubavisión Internacional, que emite a través del satélite Astra, Hispasat (1C/1D) y Eutelsat.

Cada provincia tiene un canal provincial (comunitario), en algunos municipios también hay canales regionales y varias corresponsalías que, aparte de tributar para la televisión nacional cubana y los canales provinciales, también transmiten una hora semanal en sus propios canales comunitarios.

Canales de televisión provinciales:

- Televisión Camagüey (Televisión Camagüey es el principal canal de TV de la provincia Camagüey. Conocido también como tvcamaguey transmite por el Canal 4 y el 49 pero su origen se remonta al año 1959 cuando se inauguró el Canal 11, fue el primer canal de televisión fuera de la capital cubana, se conocía también como el Canal de Don Pancho. TV Camagüey reinició sus transmisiones el 24 de junio de 1984 como uno de los primeros cinco telecentros creados por las Revolución. Tiene programación variada y es uno de los más importantes de Cuba.

- Canal Habana (Canal de Televisión de La Habana)
- Centrovisión Yayabo (Canal de Televisión en La Habana de Sancti Spíritus)
- Tele Cubanacan (Canal de Televisión en La Habana de Santa Clara)
- Perla Visión (Canal de Televisión en Cienfuegos)
- Isla Visión (Canal de Televisión en la Isla de la Juventud)
- TV Yumurí (Canal de Televisión en Matanzas)
- CNCTV (Canal de Televisión en Granma)
- Visión Tunera (Canal de Televisión en Las Tunas)
- Sol Visión (Canal de Televisión en Guantánamo)
- TV Avila (Canal de Televisión en Ciego de Ávila)
- TV Santiago (Canal de Televisión en Santiago de Cuba)
- Tele Cristal (Canal de Televisión en Holguín)
- Tele Pinar (Canal de Televisión en Pinar del Río)

Televisoras extranjeras:

- Telesur
- Rusia Today

Canales no formales.

Quienes disponen de ingresos para costear sus programas favoritos disfrutan en sus hogares la televisión extranjera de su preferencia a través de un sistema de distribución de contenidos de carácter informal pero muy extendido que funciona mediante discos rígidos portátiles. Si bien no es un sistema formal ni legal es conocido ampliamente como “El Paquete” . Reality shows, series, novelas y otros programas de entretenimiento figuran en la parrilla de consumo de un buen porcentaje de la población cubana, circulando mediante dispositivos extraíbles de almacenamiento, incluyendo el consumo de revistas independientes en formato Pdf, de diversas temáticas como moda, deportes, fotografía y espectáculos.

La publicidad de restaurantes privados, hostales y otros negocios privados también forma parte de “El Paquete”, enfocado a un público que busca satisfacer necesidades de entretenimiento y actualidad. Las rutas de distribución de lo que ha sido llamado “Netflix sin internet” o “El paquete”, comienzan con “proveedores” que descargan de internet los contenidos y eliminan los comerciales. Luego, los venden a las “matrices”, equipos que los organizan según las demandas específicas de los consumidores, a quienes llegan a través de diferentes distribuidores.

El carácter de ilegalidad tolerada, significa que su existencia pasa por el conocimiento de las autoridades gubernamentales, así como también la extensión de su consumo en la sociedad cubana, colocando al margen, una vez más, los debates sobre derechos de autoría, por tratarse de contenido pirateado.

VI. Percepción de los productos y servicios argentinos

Históricamente los productos audiovisuales argentinos han tenido buena aceptación entre los consumidores, se destacan las series y programas infantiles, las novelas y en especial las películas. En la actualidad se transmiten capítulos de la serie El Cerebro y Yo, que conducen los neurocientíficos argentinos Diego Golombek y Mariano Sigman.

Además de la participación de filmes argentinos en importantes festivales que se desarrollan en Cuba, también se organiza una jornada anual de cine argentino.

VII. Principales eventos (streaming, presencial, semipresencial)

Bajo la égida de la política cultural cinematográfica y audiovisual se han creado diversos festivales. Uno de los más conocidos es el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, además del Festival Internacional de Cine de Gibara, el Festival de Documentales Santiago Álvarez in Memoriam, la Muestra Itinerante de Cine del Caribe, la Muestra Joven ICAIC, el Festival de Cine Francés, diversas semanas, muestras y jornadas de cine que por décadas han acercado al público cubano a la obra cinematográfica de decenas de países y realizadores.

VIII. Posibles socios comerciales y/o facilitadores para el ingreso de los productos y/o servicios.

RTV Comercial es la empresa comercializadora de todos los productos y servicios de la Radio y la Televisión cubanas. Funciona como productora y coproductora de varios proyectos televisivos y cinematográficos. Posee la capacidad legal de asociarse con empresas extranjeras con la finalidad de realizar proyectos conjuntos o por encargos, producciones y coproducciones dentro y fuera del país, así como de importar todos los productos relacionados con el medio audiovisual.

Domicilio: Calle 17. No. 55 esq. M, Edificio FOCSA, apto 4M, Vedado, La Habana, Cuba
Tele3f: 53 7 832 7152; 7 836 9248

Director General: Rafael Roberto Yaech Solís
Telef: 53 7 831 9172

Director de Importaciones: Antonio Hernández Hernández
Telef: 53 7 832 0029
E-mail: antonio.hernandez@icrt.cu

Directora de Exportaciones: Mabel Fernández Novelle
Móvil: 53 5 2179027
Teléf.: 53 7 8320029
E-mail: mabel.fernandez@icrt.cu

Sitio web: <http://www.rtv.cu/>

ICAIC. Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos. Comercializa Bienes, entre ellos carteles serigráficos y servicios cinematográficos a productoras extranjeras.

Domicilio: Calle 23 No. 1155 entre 10 y 12, Vedadlo, La Habana, Cuba

Presidente: Ramón Samada
Email: samada@icaic.cu
Telef: 53 7 8369491

Vicepresidenta de Relaciones Internacionales: Tania Delgado
E-mail: vinter@icaic.cu
Telef: 53 7 836 9491

Directora de Relaciones Internacionales: Yuleyvis Valdés
E-mail: julie@icaic.cu
Telef: 53 7 8352918 y 7 8382856

Director de Distribuidora Nacional: Roy Villanueva
Email: roy@icaic.cu

Gustavo Fernández Pascual Subdirector Audiovisuales ICAIC. Jefe de grupo de Ventas Internacionales.

Email: gustavo@icaic.cu

Telef: 53 7 838 3650-56

Sitio web: <http://www.cubacine.cult.cu>

Listado de asociaciones y cámaras, productores locales y contactos locales /regionales)

Sitios Webs del ICAIC y otras instituciones que lo integran:

- **Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC):** "Inicio | Cubacine" <http://www.cubacine.cult.cu>
- **Cinemateca de Cuba:** "Inicio - Cinemateca de Cuba" <http://www.cinematecadecuba.cult.cu>
- **Estudios de Animación ICAIC:** <http://www.animadosicaic.cult.cu/es/>
- **Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano:** "Inicio - Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano" <http://habanafilmfestival.com>
- **Festival de Cine Pobre de Gibara:** "Inicio - FIC Gibara" <https://ficgibara.com>
- **Muestra Joven ICAIC:** "Inicio | Muestra Joven" <http://www.muestrajoven.cult.cu>
- **Festival Internacional de Documentales Santiago Álvarez in Memoriam:** "Oficina Santiago Álvarez" <https://santiagoalvarez.org>
- **Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños:** "Inicio - Escuela Internacional de Cine y Televisión" <http://www.eictv.org>
- **Asociación Cubana de la Prensa Cinematográfica:** "Asociación Cubana de la Prensa Cinematográfica | Cubacine" <http://cubacine.cult.cu/es/node/9017>
- **Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano:** "cinelatinoamericano.org-INICIO" <http://cinelatinoamericano.org>

IX. Sector privado

El nuevo marco jurídico está conformado por el Decreto Ley 373, del creador audiovisual y cinematográfico independiente, firmado en marzo de 2020, que aprueba el Fondo de Fomento, la Comisión Fílmica y una Oficina de Atención a la Producción. También se emitieron resoluciones de los ministerios de Cultura, Trabajo y Seguridad Social; Finanzas y Precios; el ICAIC y el Banco Central. Se creó el Registro del Creador Audiovisual y Cinematográfico Independiente, y se aprobaron los Colectivos de Creación Audiovisual y Cinematográfica.

El Fondo de Fomento es independiente de los presupuestos con los que cuentan el ICAIC y el ICRT para, desde el nivel estatal, desarrollar la producción audiovisual y cinematográfica. Su fuente de ingresos principal será el presupuesto del Estado, y su gestión implica la entrega de financiamiento directamente a los artistas para realizar su obra.

La Oficina de Atención a la Producción es el organismo encargado de la recepción de las solicitudes de todos los creadores. El ICAIC asume todo el servicio de los permisos para filmación, importación y migración, entre otros.

La Comisión Fílmica, es un mecanismo de gobierno presidido por el ministro de Cultura, que incluye a representantes de otros ministerios y “cuantos organismos sea necesario convocar para facilitar la producción cinematográfica nacional y extranjera”, facilitará mecanismos, comunicaciones, permisos, tarifas y otras cuestiones propias de la industria,

Como parte del nuevo escenario jurídico en la producción audiovisual y cinematográfica cubana, se aprobaron tres figuras de trabajo por cuenta propia:

-Operador y arrendador de equipamiento para la producción artística; -Agente de selección de elenco; y -Auxiliar de producción artística.

X. Datos estadísticos

Cuba no publica estadísticas acerca de la composición de las exportaciones y las importaciones de servicios audiovisuales. A continuación, los datos del Capítulo 20: Cultura, del Anuario Estadístico de Cuba 2019, edición 2020; que pudieran ilustrar, en alguna medida, el tamaño del mercado cubano.

Instalaciones culturales en servicio al 31 de diciembre

	Unidad					
CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cines de 35 mm	263	260	259	240	240	235
Cines de 16 mm	16	16	15	4	4	4
Salas de video	368	383	390	340	304	305

Producción cinematográfica terminada

AÑOS	Unidad			
	Largo-metraj es	Corto-metraj es	Dibujos animados ^(b)	Noticieros
1960	-	28	2	30
1965	3	36	11	51
1970	1	29	5	38
1975	8	41	15	55
1980	6	45	15	51
1985	13	40	5	52
1990	8	21	10	26
1995	8	10	-	-
2000	6	15	4	-
2005	3	10	76	-
2009	8	68	139	-
2010	11	76	85	-
2012	8	80	43	-
2013	7	61	43	-
2014	3	24	38	-
2015	7	78	66	-
2016	7	29	65	-
2017	4	11	101	-
2018	4	8	90	-
2019	3	12	...	-

^(a) Corresponden al Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica (ICAIC).

^(b) Los Dibujos Animados en el año 2019 representa 595 minutos

Fuente: Ministerio de Cultura (MINCULT).

. Oferta artístico cultural

CONCEPTO	Unidad					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Funciones de:						
Cines de 35 mm ^(a)	107 428	103 801	100 788	79 578	76 766	72 846
Cines de 16 mm	7 131	4 980	4 323	3 323	1 404	1 397
Salas de video	98 770	95 834	84 812	91 960	80 816	78 757

Horas totales de emisión por radio, año 2019 / Radio broadcasting hours, year 2019

Horas

CUBA/PROVINCIAS	Total	Emisoras municipales	Emisoras provinciales	Emisoras nacionales	Emisora internacional
Cuba	560 354	305 251	164 343	54 876	11 190
Pinar del Río	26 119	8 233	8 943	-	-
Artemisa	21 634	8 158	6 738	-	-
La Habana	106 659	-	40 593	54 876	11 190
Mayabeque	33 566	15 540	9 013	-	-
Matanzas	31 978	23 218	8 760	-	-
Villa Clara	35 881	26 884	8 997	-	-
Cienfuegos	16 986	7 999	8 987	-	-
Sancti Spiritus	25 042	15 855	9 187	-	-
Ciego de Ávila	20 706	11 522	9 184	-	-
Camagüey	50 669	41 450	9 219	-	-
Las Tunas	28 255	19 274	8 981	-	-
Holguín	43 240	34 188	9 052	-	-
Granma	30 918	22 077	8 841	-	-
Santiago de Cuba	52 706	43 748	8 958	-	-
Guantánamo	25 289	16 399	8 890	-	-
Isla de la Juventud	10 706	10 706	-	-	-

Fuente: Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

- Horas totales de emisión por televisión

Horas

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total General	69 738	71 888	69 824	67 606	72 497	74 469
Nacional	42 590	42 365	41 402	40 414	45 704	46 270
Extranjero	27 148	29 523	28 422	27 192	39 722	44 054
Universidad para todos	553	586	-	-	33 374	34 474
Teleclases	4 152	1 666	-	-	-	-
Cubavisión	8 760	8 760	8 784	8 760	8 760	8 760
Nacional	4 442	4 075	4 468	4 747	4 909	4 876
Extranjero	4 318	4 685	4 316	4 013	3 851	3 883
Universidad para todos	185	200	-	-	-	-
Teleclases	652	-	-	-	-	-
Tele-Rebelde	5 567	6 272	5 936	5 305	5 652	5 629
Nacional	2 788	3 351	3 173	2 544	2 811	2 524
Extranjero	2 779	2 921	2 763	2 761	2 841	3 104
Universidad para todos	-	-	-	-	-	-
Teleclases	-	-	-	-	-	-
Canales Educativos	18 880	10 958	10 914	10 524	10 990	10 349
Nacional	8 274	5 211	5 288	5 123	5 092	4 834
Extranjero	10 606	5 747	5 626	5 401	5 898	5 514
Universidad para todos	368	386	-	-	-	-
Teleclases	3 500	1 666	-	-	-	-
Multivisión	8 760	8 760	8 784	8 760	8 760	8 760
Nacional	139	147	483	381	452	462
Extranjero	8 621	8 613	8 301	8 379	8 307	8 298
Canales Provinciales y Municipales ^(a)	19 011	18 436	16 378	14 648	16 646	16 357
Nacional	18 187	17 590	15 494	13 801	15 712	15 456
Extranjero	824	846	884	847	934	901
Cubavisión Internacional	8 760	8 760	8 784	8 760	8 760	8 760
Nacional	8 760	8 760	8 784	8 760	8 760	8 760
Canales Digitales ^(b)	-	9 942	10 244	10 849	12 929	15 855
Nacional	-	3 231	3 712	5 058	7 967	9 357
Extranjero	-	6 711	6 532	5 791	4 961	6 498