

Sistema de comunicación, poder y socialismo: el caso de Cuba

Communication system, power and socialism: The Cuban case

Aimiris Sosa-Valcarcel; Miguel De-Aguilera-Moyano; Luis-Alain De-la-Noval-Bautista

Cómo citar este artículo:

Sosa-Valcarcel, Aimiris; De-Aguilera-Moyano, Miguel; De-la-Noval-Bautista, Luis-Alain (2019). "Sistema de comunicación, poder y socialismo: el caso de Cuba". *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280616.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.16>

Artículo recibido el 10-06-2019
Aceptación definitiva: 25-11-2019



Aimiris Sosa-Valcarcel ✉

<https://orcid.org/0000-0001-8480-8063>

Universidad de Málaga
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Comunicación
Audiovisual y Publicidad
León Tolstoi, s/n. 29010 Málaga, España
aimirissosa@uma.es



Miguel De-Aguilera-Moyano

<https://orcid.org/0000-0002-6485-6807>

Universidad de Málaga
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Comunicación
Audiovisual y Publicidad
León Tolstoi, s/n. 29010 Málaga, España
deaguilera@uma.es



Luis-Alain De-la-Noval-Bautista

<https://orcid.org/0000-0002-5330-2921>

Universidad de La Habana
Facultad de Comunicación
San Pedro, esq. Ermita, Plaza de la
Revolución
La Habana, Cuba
delanoval@fcom.uh.cu

Resumen

Las ciencias sociales han acuñado conceptos y teorías elaborados con frecuencia desde una perspectiva crítica, que dan cuenta de las estrechas relaciones anudadas en las sociedades contemporáneas entre el poder y los medios de comunicación. Sin embargo, son menos frecuentes los estudios de esas relaciones en el seno de los países socialistas que, como cualquier otra sociedad, cuentan con colectivos que ostentan el poder político y económico, y ejercen como élites simbólicas. La diferencia a menudo radica en la forma en que estos países justifican el uso de los medios de comunicación, con estrictos fines ideológicos, atribuyéndose la orientación de su sistema comunicacional a la "vanguardia de la clase trabajadora", esto es, al partido comunista. Este estudio examina el caso cubano a partir de la descripción de su estructura comunicativa y del análisis del discurso normativo que la sustenta, desde 1959 hasta 2018. Adoptando un enfoque metodológico estructural y desde el paradigma de investigación que propone el análisis crítico del discurso, se constata que las élites simbólicas que controlan el discurso público en Cuba han instituido un mecanismo de legitimación eficaz durante casi seis décadas, apoyado en una organización mediática acorde con sus intereses, y en el desarrollo de un marco regulatorio que condiciona el acceso y el contenido de los medios al reconocimiento de su ideología. Se observa que sus formas de producción comunicativa conviven y dialogan con un modelo de comunicación pública donde prima una lógica de rentabilidad sociocultural que marca una diferencia notable con otros sistemas comunicativos.

Palabras clave

Poder; Comunicación; Socialismo; Ideología; Estructura de la comunicación; Medios de comunicación; Sistema de medios; Hegemonía; Análisis crítico del discurso; Marco regulatorio; Comunismo; Cuba.

Abstract

The social sciences have coined a number of concepts and theories often elaborated from a critical perspective, that give account for the close relationships in contemporary societies between power and the media. However, studies that reveal these relations within the socialist countries are less frequent than, as any other society, they have certain groups that hold political and economic power, and act as symbolic elites. The difference often lies in the way in which these countries justify the use of the media, with strict ideological purposes, attributing the guidance of their communication system to the Communist Party, “the working class vanguard”. This study provides a review of the Cuban case, from the description of its communicative structure and the analysis of the normative discourse that sustains it, from 1959 to 2018. Adopting a structural methodological approach, and from the research paradigm proposed by the critical analysis of discourse, it is noted that the symbolic elites that control public discourse in Cuba have instituted an effective mechanism of legitimation for almost six decades, supported by a media organization according to their interests, and in the development of a regulatory framework that conditions the access and content of the media to the recognition of their ideology. It is also observed that their forms of communicative production coexist and dialogue with a public communication model where a logic of sociocultural profitability prevails that marks a notable difference with other communication systems.

Keywords

Power; Communication; Socialism; Ideology; Communication structure; Media; Media system; Hegemony; Critical discourse analysis; Regulatory framework; Communism; Cuba.

1. Introducción

Uno de los temas centrales en la historia de varias ciencias sociales es el poder, esto es, la capacidad que algunos actores sociales tienen para imponer su voluntad sobre otros (**Castells**, 2007). Es una cuestión de la que se han ocupado muchos autores que desde diversos puntos de vista contemplan los procesos mediante los cuales el poder se constituye, consolida y expande. Entre ellos cabría subrayar a **Foucault** (1998), **Bourdieu** (1999) y **Thompson** (1998), cuyas conocidas obras ejercen una notable influencia, permitiendo entre otras cuestiones distinguir el poder simbólico frente a otras formas de poder, como el político y el económico (**Somohano**, 2012; **López-García**, 2017; **De-Oliveira**; **Reid**, 2018; **Ferrari**, 2019).

Las ciencias de la comunicación no han sido ajenas a estos debates, pues uno de los escenarios principales donde se concentra el ejercicio del poder simbólico en las sociedades modernas es el constituido por los medios de comunicación. En buena parte de las teorías que se han enunciado sobre los sistemas mediáticos, el poder ocupa un lugar central (**De-Aguilera-Moyano**, 2018). Desde las discusiones iniciales sobre los efectos (**Lasswell**, 1948; **Katz**; **Lazarsfeld**, 1955; **Klapper**, 1960; **Adorno**, 1964) hasta los actuales debates sobre el empoderamiento en el ecosistema digital (**Carpentier**; **Dahlgren**; **Pasqueli**, 2013; **Gertrudis-Casado**; **Gértrudix-Barrio**; **Álvarez-García**, 2016; **Sierra**, 2018), muchos estudiosos han intentado comprender las formas en que operan los cada vez más complejos sistemas de comunicación, así como los mecanismos y actores que intervienen en la disputa por el ejercicio del poder a través de este recurso (**Castells**, 2009; **Jensen**; **Neuman**, 2013). Así, se han preocupado por responder con una u otra perspectiva a preguntas como las siguientes:

- ¿Tienen los medios –esto es, quienes los controlan– capacidad para convencer o para manipular a la población?
- ¿Es capaz la cultura comunicada de trasladar e imponer el orden social establecido?
- ¿Cabe ejercer –en qué grado, de qué modos– resistencia ante las actuaciones desplegadas para obtener la hegemonía simbólica y/o social?
- ¿Son un escenario para el intercambio de ideas o imponen la monolítica ortodoxia cultural?
- ¿En qué condiciones, en cada contexto histórico, se facilita la democracia y el empoderamiento de los ciudadanos para su participación en la esfera pública o, por el contrario, se fomentan las desigualdades y la posición hegemónica alcanzada por las élites?
- ¿Refuerzan la polarización o propician el pluralismo?

Y es que, a lo largo de la historia,

“la comunicación y la información han sido recursos fundamentales para el poder y el contrapoder, la dominación y el cambio social” (**Castells**, 2007, p. 238).

porque la batalla principal que, en tiempos de paz, se libra en cualquier sociedad entre los actores sociales es la que se produce en el nivel de las ideas. En toda sociedad hay actores sociales que observan e interpretan la realidad en consonancia con sus experiencias, expectativas e intereses y, en consecuencia, a menudo intentan que esas visiones propias, parciales, prevalezcan sobre las que sostienen otros, e incluso se presenten como las únicas posibles. Los medios de comunicación constituyen uno de los espacios fundamentales donde se produce esa pugna por la imposición de sentido para lograr o mantener la hegemonía social (**Gramsci**, 1971). De ahí que el control sobre el sistema de comunicación – quien accede a él y propone sentido a través del contenido emitido– resulte relevante para influir en la opinión pública (**Habermas**, 1981).

Este planteamiento es básicamente compartido por autores que, desde el examen de las sociedades modernas, han evidenciado y con frecuencia denunciado las estrategias ideológicas de dominación social, desplegadas en alta medida mediante discursos de una u otra índole. Sin embargo,

“es importante destacar que el poder no se manifiesta sólo «en» o «mediante» esas prácticas discursivas; también tiene una importante fuerza de organización de la sociedad detrás del discurso” (Van-Dijk, 2009, p. 67).

Se trata de estructuras que sustentan

“aquellas dimensiones del poder que pueden tener un impacto en el discurso: las diversas instituciones de poder, las estructuras internas de poder de esas instituciones, las relaciones de poder entre los diferentes grupos sociales y el alcance o la esfera en la que pueden ejercer el poder (los miembros de) esas instituciones o grupos” (Van-Dijk, 2009, p. 77).

Y es que el discurso político no es la única vía que utiliza el poder para efectivizarse (Fairclough, 1989; Wodak, 1989; Thornborrow, 2002; Van-Leeuwen, 2007), pues emplea, siempre que resulten convenientes, poderosos mecanismos como la coerción económica o el uso de la fuerza (Castells, 2009, p. 238). Se sirve además de ciertas “tecnologías del poder”, esto es, los procedimientos a través de los cuales las relaciones de poder se articulan por medio de la producción de “regímenes específicos de verdad” (Foucault, 1981). De ahí que el control social se logre también a través de los actos de habla de instituciones como el Estado, el Gobierno, el parlamento, el poder judicial, las organizaciones políticas, las fuerzas armadas o los medios de comunicación, cuya función pragmática (Van-Dijk, 2016) suele expresarse en discursos con características, estilos y marcos de actuación diversos, pero con el objetivo común de asegurar la legitimidad del sistema político.

“De tal manera que los textos [leyes, decretos, resoluciones, acuerdos, órdenes, códigos deontológicos, etc.] son, literalmente, la consolidación del poder comunicativo en la mayoría de los contextos institucionales” (Van-Dijk, 2009, p. 96)

Esta visión crítica respecto del despliegue y uso de los sistemas de comunicación por los poderes establecidos en las sociedades modernas –capitalistas, burguesas– se basa, entre otros, en los supuestos de índole sociológica de Karl Marx y en su desarrollo por otros pensadores más o menos cercanos, algunos tan destacados como Antonio Gramsci. Pero no se aplica del mismo modo en la teoría y la praxis comunicativa de “producción de verdad” de los países denominados socialistas.

En la propuesta teórica marxista (Marx; Engels, 1987), según su interpretación leninista, durante la primera etapa en la construcción del socialismo es en el partido comunista, en especial en su órgano jerárquico, donde se concentra el poder; es decir, en la vanguardia, constituida por obreros y ciertos intelectuales que guían a las masas para desarrollar su “conciencia política” (Harnecker; Uribe, 1972, p. 13). El propósito es conseguir que amplios colectivos de población, orientados por esas “élites simbólicas” (Bourdieu, 1977, p. 16), asimilen, adopten y defiendan las ideas que justifican ese tipo de sistema social en el que, por supuesto, hay algunos sectores de la población que concentran el ejercicio del poder –en sus dimensiones política, económica y/o simbólica– y mantienen privilegios (Almond, 1983).

“En ese caso, la reproducción ideológica supone el carácter natural de la formación del consenso y el poder derivado de ella adquiere una forma hegemónica” (Van-Dijk, 2009, p. 70).

Con ese fin, resulta indispensable que esa vanguardia desarrolle el

“arte de convencer y movilizar a las masas” (Harnecker; Uribe, 1972, p. 14),

sobre todo, a través de prácticas discursivas destinadas a la reproducción y legitimación de las relaciones de poder, en un contexto de cogniciones socialmente compartidas. Estas prácticas discursivas se despliegan especialmente mediante un sistema de comunicación monopolizado por el poder y controlado a través de una sección del *Comité Central* del partido. Es un contexto ideal en el que se explican la creación de una prensa de partido y de una agencia de noticias, el monopolio en los sectores de la radio y la televisión, la inserción en los medios de periodistas y comunicadores vigilantes del cumplimiento de los principios políticos dominantes, así como el ejercicio de la censura y la autocensura. Pero también el desarrollo de un marco normativo que fija reglas específicas para las comunicaciones, así como la enunciación por las élites en el poder de un discurso que busca legitimar esa situación monopolizadora en el uso del sistema de medios (Sosa-Valcarcel; Quintana-Pujalte; De-Aguilera-Moyano, 2019) y que desmonta al mismo tiempo la justificación del modelo de comunicación “imperial–burgués”, “liberal” o “de mercado” (García-Luis, 2013).

Es evidente que cada sociedad socialista presenta elementos que la distinguen de otras; aunque también quepa observar no obstante los rasgos comunes que poseen y que permiten realizar generalizaciones. De ahí que los criterios que se acaban de exponer en términos teóricos puedan predicarse en general de los países socialistas y en especial de aquellos que se vieron más o menos condicionados por el modelo soviético.

Teniendo en cuenta que algunos países como Cuba imprimieron un carácter específico a su proceso revolucionario (Almond, 1983), el estudio del sistema de comunicación cubano y de sus relaciones discursivas con el poder que esta investigación realiza, resulta cuando menos ilustrativo de una forma de ejercicio del poder simbólico en cierta medida generalizada en otros países con similar modelo.

2. Objetivo y método

En esta investigación interesa caracterizar la estructura mediática del sistema comunicativo cubano y el marco normativo que la sustenta, como herramientas fundamentales para la configuración y legitimación del poder que durante casi 60 años ha imperado en la isla. Desde 1959, cuando se produjo la toma del poder por los revolucionarios comandados por Fidel Castro, hasta la culminación del mandato de Raúl Castro, en 2018 –cuando ya se comenzaron a observar algunos cambios en ese sistema (Marreiro, 2014) y en los mecanismos de su legitimación– el sistema de comunicación cubano y su marco jurídico han conocido muy pocas variaciones esenciales.

En la etapa de la historia cubana iniciada con el triunfo de la Revolución se han dado circunstancias de índole interna que ayudan a explicar la particular evolución de su sistema comunicacional y de los discursos enunciados sobre los medios. Entre otras: la vocación del Gobierno de consolidar su poder, definido a partir de la categoría marxista de ‘poder popular’; las pugnas mantenidas entre sectores de las élites económicas y políticas por controlar parcelas del sistema de comunicación; o la

“similitud de políticas, estructuras y formas de gestión adoptadas hacia la sociedad, y por ende hacia la prensa, que se traducirían por su propia dinámica en un modelo de prensa parecido en varios sentidos al soviético” (García-Luis, 2013, p. 103).

Existen también circunstancias externas, sin duda muy acuciantes, como los intentos de los gobiernos estadounidenses por quebrar la Revolución cubana mediante el empleo de la fuerza, la presión económico-financiera o la lucha simbólica: desde *Radio Swan*, *Radio y TV Martí* (Marrero, 2003) hasta el conocido *ZunZuneo* (BBC, 2014). Cuba ha sufrido durante décadas la condición de ‘plaza sitiada’, lo que también ha comportado aceptar exigencias de la extinta Unión Soviética como contrapartida por su apoyo al gobierno cubano.

El amplio período de tiempo abarcado y las restricciones de espacio que un artículo supone impiden no obstante profundizar en las razones contextuales que propiciaron uno u otro desarrollo del sistema mediático cubano. Sirva como referencia el trabajo de numerosos investigadores (Alfonso, 1985; Acanda, 2002; Guevara, 2003; Ros, 2007; Alzugaray, 2010; Mesa, 2012; Del-Alcázar; López, 2013; García-Luis, 2013; Macías, 2016) que desde posiciones ideológicas y áreas del conocimiento diversas han intentado explicar el complejo proceso histórico iniciado en Cuba en 1959. Se trata en todo caso de plantear una visión integral de este asunto, haciendo énfasis en los principales acontecimientos, cambios institucionales y normativos que mayor incidencia han tenido en la estructura y configuración del poder comunicativo en el país.

El estudio se realiza desde un planteamiento metodológico de enfoque estructural, que permite entender el proceso de configuración del poder como un todo, en su relación “directa o indirecta con los medios de comunicación” (Reig, 2017, p. 25). Se opta además por la práctica del análisis institucional (Lourau, 2001), al centrarse en el examen de instituciones sociales relevantes como son el sistema mediático y el sistema normativo que lo sustenta y legitima.

Aún siendo conscientes de las limitaciones que presenta para la generalización a otros casos similares, se utiliza como diseño de investigación el estudio de caso, pues permite el análisis en profundidad y la comprensión de los fenómenos examinados. A efectos de esta investigación

“el caso es definido como un sistema delimitado en tiempo y espacio de actores, relaciones e instituciones sociales donde se busca dar cuenta de la particularidad del mismo en el marco de su complejidad” (Neiman; Quaranta, 2006, p. 220)

La investigación centra su objeto de estudio en la estructura del sistema de medios de comunicación, en el contexto cubano comprendido entre 1959 y 2018, pues con él se instituye una forma de ejercicio de poder simbólico. Interesa igualmente el discurso normativo sobre los medios de comunicación, conformado por las 92 disposiciones que se sintetizan en el gráfico 1, las cuales han sido reguladas en este período a nivel legislativo, ejecutivo, político y gremial.

Se asume el análisis crítico del discurso (CDA) como paradigma de investigación conveniente para el estudio de los textos que durante casi seis décadas constituyen “la



Gráfico 1. Marco e instancias normativas de la comunicación en Cuba (1959-2018)

base institucional o legal para cualquier acción o toma de decisión adicional” (Van-Dijk, 2009, p. 96), en el ejercicio del poder comunicativo en Cuba.

El marco normativo se examina en profundidad mediante el software de análisis cualitativo *Atlas.ti*, que permite visualizar en un mapa conceptual los resultados de la investigación, a partir de la exploración y codificación previas de los textos (Sabariego-Puig; Vilà-Baños; Sandín-Esteban, 2014). La operacionalización de la categoría analítica incluyó los elementos que se muestran en la tabla 1. Para la recolección de los datos se ha realizado además una exhaustiva revisión bibliográfico-documental.

Tabla 1. Categoría analítica: operacionalización

Discurso normativo sobre comunicación		
a) Tipo de norma desde la que se regula	Leyes, decretos leyes, decretos, resoluciones, acuerdos, políticas, códigos deontológicos, orientaciones, otros.	
b) Organismo regulador	<ul style="list-style-type: none"> – Poder ejecutivo: Consejo de Estado y de Ministros – Poder legislativo: <i>Asamblea Nacional del Poder Popular</i> – Organizaciones políticas: <i>Comité Central del Partido Comunista de Cuba</i> – Asociaciones gremiales: <i>Unión de Periodistas de Cuba, Asociación Cubana de Comunicadores Sociales</i> 	
c) Condiciones que establece para la producción comunicativa	A nivel organizativo <ul style="list-style-type: none"> – Concepción de los medios – Proceso de nacionalización – Creación de organizaciones y medios – Formas de gestión – Organigrama – Formación en comunicación – Otros 	
	A nivel de acceso	– Derechos de propiedad y operación sobre el discurso público
	A nivel de contenido	<ul style="list-style-type: none"> – Construcción de la agenda – Normalización de las fuentes – Presentación de los contenidos – Otros

3. Resultados

El triunfo de la Revolución cubana el 1 de enero de 1959 representó un cambio radical en el interior de todas las estructuras sociales del país. Las profundas transformaciones económicas, políticas y socioculturales que trajo consigo, en especial las nacionalizaciones y el fortalecimiento del poder de sus artífices,

“determinan el inicio de la construcción del socialismo en Cuba desde esa fecha” (Duharte, 2005, p. 7).

En este proceso uno de los elementos clave objeto de modificación fue el sistema de medios de comunicación, que pasó de pertenecer a empresas privadas a ser propiedad exclusiva del Estado, bajo el criterio de que

“la información, en tanto que bien público, no debe estar sujeta a intereses privados o prácticas comerciales” (Marrero, 2003, p. 102)

La configuración del sistema comunicativo que exigía el nuevo

“sistema político de transición al socialismo, como primera etapa –según el legado del marxismo– de la formación económico-social comunista” (Duharte, 2005, p. 3),

implicó la creación de organizaciones y medios cuyas funciones y objetivos actuaran en paralelo al discurso político. Entre ellas destaca la revista *Verde olivo* en 1959, órgano de las *Fuerzas Armadas Revolucionarias*, y la agencia informativa *Prensa Latina*, fundada en junio del mismo año, como

“primer proyecto comunicacional latinoamericano de alcance internacional con una visión alternativa de la realidad regional, eje central de su cobertura hasta nuestros días” (*Prensa Latina*, 2019, párr. 1).

Resulta relevante el surgimiento del *Instituto Cubano de Radiodifusión* el 24 de mayo de 1962, mediante la *Ley 1013 del Consejo de Ministros de Cuba*. En 1976 este centro cambia su denominación a la actual, *Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)*, con el propósito de difundir y orientar las emisiones de ambos soportes. A partir de este momento la radio y la televisión cubanas ponen en el centro de su gestión la información, la educación, la cultura, la movilización y el entretenimiento. Extienden su alcance y reordenan sus señales, reestructuran sus bases organizativas en niveles diferenciados de la nación, la provincia y el municipio, y mantienen las emisiones especializadas al tiempo que cambian temáticas y contenidos. Se inauguran las emisiones radiales y televisivas hacia el exterior del país, con la creación de *Radio Habana Cuba* y *Cubavisión Internacional*.

Otro acontecimiento significativo es la creación de la *Unión de Periodistas de Cuba (UPEC)* el 15 de julio de 1963, como

“resultado de la unión de los profesionales de la prensa agrupados hasta entonces en el *Colegio Nacional de Periodistas*, la *Asociación de Reporteros de La Habana* y las asociaciones de camarógrafos de cine y televisión” (Marrero, 2003, p. 103).

Esta organización tiene entre sus objetivos y obligaciones:

“defender a los periodistas en el ejercicio legal y ético de la profesión, en el derecho de acceso a las fuentes y en el cumplimiento de su labor de información y orientación; y contribuir a la formación de los periodistas en las mejores tradiciones del pensamiento político cubano, y en los elevados principios patrióticos, éticos y democráticos que inspiran a la sociedad cubana” (UPEC, 2019, párr. 2).

La conformación de la nueva estructura mediática se vio especialmente marcada por la constitución en 1965 del primer *Comité Central del Partido Comunista de Cuba (Ccpcc)*, dirigido por Fidel Castro. La formación del partido único incluyó la creación de su órgano oficial de divulgación, el periódico *Granma* (1965), y de otros medios impresos como *Juventud rebelde* (1965) y *Trabajadores* (1970), órganos oficiales de la *Unión de Jóvenes Comunistas* y de la *Central de Trabajadores de Cuba*, respectivamente.

Este proceso de institucionalización del sistema comunicativo conllevó el desarrollo de un marco normativo que se ajustara a las circunstancias políticas del contexto. Así aparecen en el primer congreso del *Partido Comunista* en 1975 tesis y resoluciones que establecen las funciones de los medios de comunicación y el papel rector de dicha organización sobre ellos:

“El contenido de la radio, la televisión, la prensa escrita responde a su esencia clasista, cuyo carácter está determinado por el régimen de propiedad sobre estos medios, que, en ningún caso, pueden actuar al margen o por encima de las clases, sino que constituyen instrumentos de la lucha ideológica y política. Por esta razón, desde el punto de vista marxista-leninista, es una necesidad insoslayable que la clase obrera en el poder ejerza la dirección de estos importantes instrumentos de manera que actúen en interés de las transformaciones revolucionarias, como órganos del Partido, del Estado y de las organizaciones de masas y sociales en las tareas de educar, informar, orientar, organizar y movilizar al pueblo apelando a la razón y a la conciencia” (Ccpcc, 1975, p. 327).

En el documento se disponen también las condiciones específicas para el ejercicio de la crítica en los medios, a la usanza clásica del modelo soviético de referencia:

“La prensa escrita será el medio fundamental para el ejercicio de la crítica en aspectos de la gestión económica y administrativa por ser permanente su mensaje, permitir un análisis exhaustivo y facilitar la labor educadora del examen colectivo de la crítica en la localidad, centro de producción o de servicio. El proceso del ejercicio de la crítica se realizará en atención a la importancia del caso a tratar, fundamentalmente en los periódicos provinciales. En aquellos casos en que se considere ejemplarizante que se conozca nacionalmente, se formulará la crítica a través de un órgano de prensa a ese nivel. La prensa nacional publicará los señalamientos de aquellas cuestiones que afecten a una gestión económica y administrativa de carácter más general. Será necesario analizar los casos que podrían ser presentados por la radio, la televisión y el cine, en atención a sus características particulares, alcance de difusión, formas de expresión y posibilidades de influir en cada caso concreto” (Ccpcc, 1975, p. 350).

La estructura y formas de gestión que iba adquiriendo el sistema comunicativo cubano se ratifican en la *Constitución de la República de Cuba*, proclamada un año más tarde (1976). El texto recoge en su artículo 5 que el *Partido Comunista*

“es la fuerza dirigente superior de la sociedad y del Estado, que organiza y orienta los esfuerzos comunes hacia los altos fines de la construcción del socialismo y el avance hacia la sociedad comunista” (*Asamblea Nacional del Poder Popular*, 1976, p. 8).

Sobre esta base, en el artículo 53 se instauran los principios regidores de la configuración del sistema mediático:

“Se reconoce a los ciudadanos libertad de palabra y prensa conforme a los fines de la sociedad socialista. Las condiciones materiales para su ejercicio están dadas por el hecho de que la prensa, la radio, la televisión, el cine y otros medios de difusión masiva son de propiedad estatal o social y no pueden ser objeto, en ningún caso, de propiedad privada, lo que asegura su uso al servicio exclusivo del pueblo trabajador y del interés de la sociedad” (*Asamblea Nacional del Poder Popular*, 1976, p. 14).

Esta supremacía manifiesta del partido sobre el Estado se constituye desde entonces como un poder simbólico e ideológico legítimo que actúa sobre los sistemas, instituciones y recursos públicos. En términos de producción comunicativa ello se traduce en un acceso preferencial de las élites simbólicas al discurso público y en su intervención directa en los modos de hacer, lo cual incluye aspectos como la formación en comunicación, la concepción de los medios, construcción de la agenda, normalización de las fuentes, presentación de los contenidos, entre otras, que aparecen reguladas en décadas posteriores.

Es el caso de las recomendaciones que se enuncian en el segundo congreso del *Partido Comunista*, relacionadas con

“la labor de perfeccionamiento de los planes de estudio y programas de periodismo, a fin de que éstos se correspondan, cada vez más, política, ideológica y profesionalmente, con las exigencias actuales y del futuro” (Ccpcc, 1980, p. 419).

Una parte fundamental en la producción del discurso público es también la formulación de los mensajes, dada su influencia en la construcción de la opinión pública. La normativa cubana reconoce esta capacidad de los medios de comunicación y la regula a partir de indicaciones concretas sobre la tematización de la agenda mediática:

“Los mensajes de propaganda se dirigirán a la formación y consolidación de los principios revolucionarios, las convicciones morales y las normas éticas. Los temas a desarrollar son los relativos a tradiciones históricas, la independencia, la soberanía, la defensa de la patria, la identidad nacional, la unidad del pueblo, la fidelidad al partido y las lecciones del poder popular” (ICRT, 1998, p. 1).

De igual forma, la selección de las fuentes ha sido objeto de regulación, en tanto expresa la representación de determinados actores en el discurso público, reconociendo con ello su poder. Sobre este particular se indica que los medios cubanos deben:

- realizar un análisis crítico de las fuentes de información extranjeras que utilizan;
- “promover el establecimiento de vínculos con los medios alternativos y contestatarios al sistema capitalista, para ser empleados con mayor periodicidad en el trabajo de la prensa, en particular en internet”; y
- “garantizar el rápido acceso de los periodistas a las fuentes de información, con las únicas limitantes de lo establecido por la ley del control del secreto estatal y las orientaciones específicas de la dirección superior del *Partido*” (Ccpc, 2007, p. 1).

Adicionalmente, los criterios de selección también responden a intereses profesionales, recogidos en el *Código de ética del periodista* (UPEC, 2014).

Si bien se ha evidenciado hasta aquí que la estructura mediática en Cuba ha sido concebida desde los inicios de la Revolución como un elemento del sistema político, legitimado por el discurso normativo, sus formas de producción conviven y dialogan hasta la actualidad con un modelo de comunicación pública donde prima una lógica de rentabilidad socio-cultural, orientada a la creación de contenidos educativos, científicos, culturales, de bien público, libres de publicidad comercial, que marca una diferencia notable con otros sistemas comunicativos. Por ello se establece una interrelación medios-sociedad y sociedad-medios que es directamente funcional a la ideología hegemónica.

Dicha estructura se ha visto reforzada con la paulatina creación de múltiples medios de comunicación. En la actualidad existen 3 periódicos de alcance nacional, 15 provinciales y más de 400 publicaciones impresas de todo tipo, aunque son casi la mitad de lo que circulaba antes de 1989. Se encuentran además la *Agencia Cubana de Noticias*, 100 emisoras de radio ubicadas por todo el territorio nacional y una productora de dramatizados. De ellas 6 son de alcance nacional, 1 internacional, 1 en villas fundacionales, 19 provinciales y 73 municipales. Por su parte la televisión cubana dispone de 10 canales de alcance nacional, de los cuales 5 sólo se pueden ver por la señal digital, 1 internacional, 16 telecentros provinciales, 28 municipales, 1 televisora comunitaria y 71 corresponsalías. Por lo general estos medios cuentan con sus respectivas versiones en internet, a las que se suman medios nativos digitales como *Cubadebate*, *Cubahora*, *Cubasi* y otros.

Existen al mismo tiempo medios de comunicación no oficiales alojados en plataformas fuera de la frontera cubana. Si bien esta investigación no contempla dichos medios, teniendo en cuenta que funcionan al margen del ordenamiento jurídico cubano, cabe al menos hacer alusión a ellos en tanto forman parte del ecosistema comunicativo de este país.

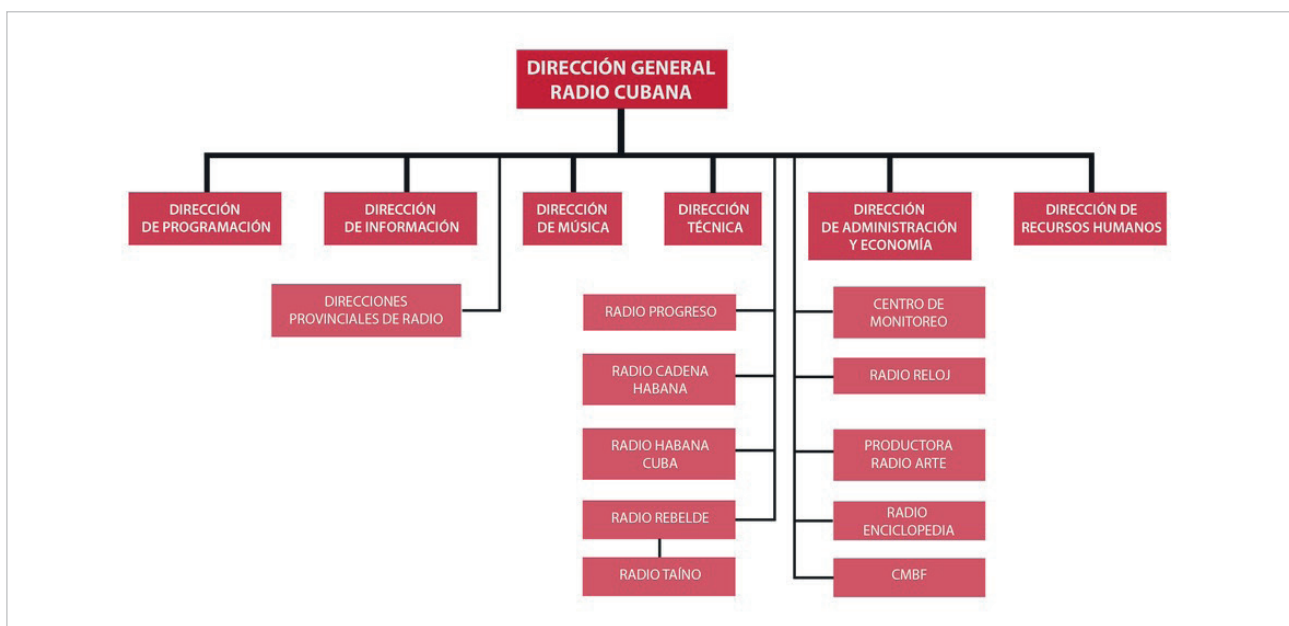


Gráfico 2. Organigrama del sistema de la radio cubana
Fuente: Instituto Cubano de Radio y Televisión (2019)

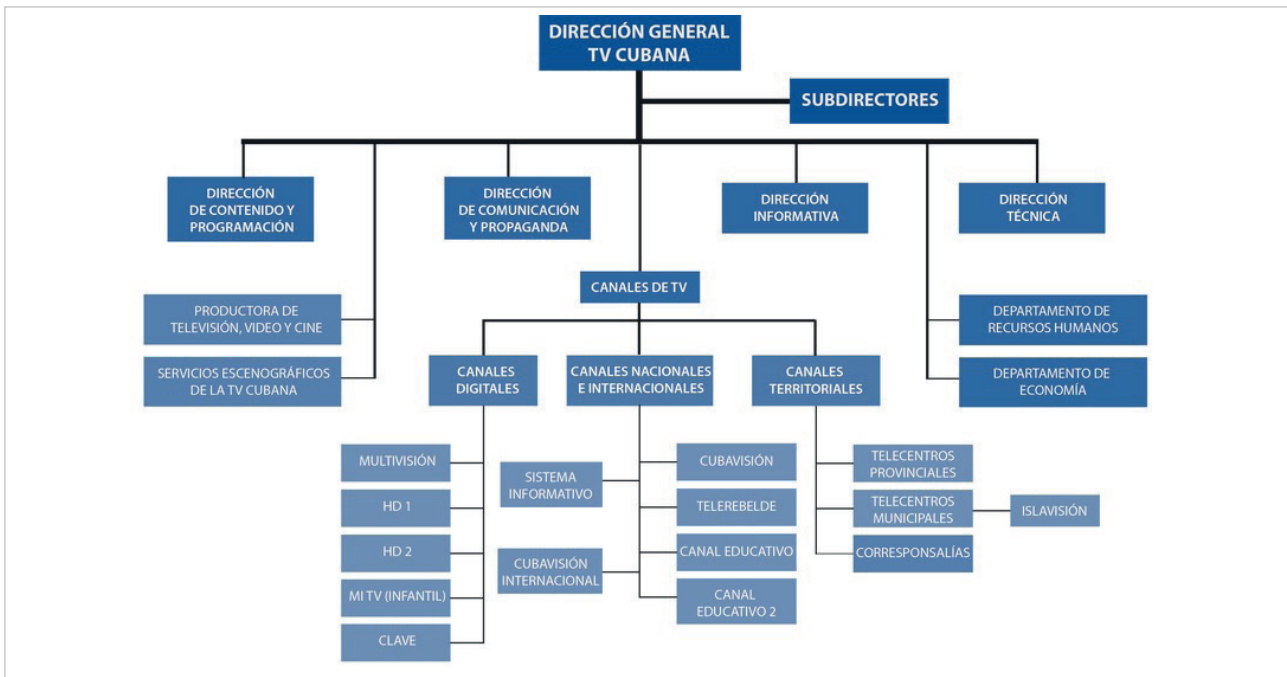


Gráfico 3. Organigrama del sistema de la televisión cubana
Fuente: Instituto Cubano de Radio y Televisión (2019)

Aunque de manera estructural el *Comité Central* del partido y sus dependencias –provinciales y municipales– se encargan de trazar, dirigir y controlar la política informativa de los medios oficiales, su organigrama o estructura organizativa varía de acuerdo con el perfil y alcance que tengan.

En el caso de la prensa

“responde en un sentido a la organización o institución que posee o auspicia la publicación” (García-Luis, 2013, p. 186).

La radio y la televisión comparten criterios comunes en cuanto a departamentos, áreas o grupos de trabajo, que determinan e inciden con un carácter estratégico y transversal en el sistema de producción comunicativa (gráficos 2 y 3).

Estos medios de comunicación se financian con presupuesto asignado por el Estado cubano. En el caso de las emisoras, televisiones y periódicos provinciales y municipales lo asigna el Gobierno provincial o municipal, respectivamente. Con carácter excepcional las emisoras de las provincias Artemisa y Mayabeque son financiadas por el ICRT, por formar parte del experimento cubano.

La radio cuenta además con otra fuente de financiación: los ingresos obtenidos por concepto de publicidad y patrocinio de empresas cubanas de propiedad estatal, mixtas y extranjeras, a través de la gestión comercial realizada por *Radio Taíno*, única emisora en Cuba que realiza estas prácticas comunicativas con fines comerciales.

“Existen orientaciones que prohíben la publicidad al sector privado y cooperativo” (De-la-Noval-Bautista, 2018, p. 76), lo cual es incoherente con la actualización del modelo económico cubano.

En los últimos años la normativa ha incidido en el desarrollo infraestructural de las telecomunicaciones, como parte del *Plan nacional de desarrollo económico y social hasta 2030*, aprobado en 2017 por el *Comité Central* y la *Asamblea Nacional del Poder Popular*. De acuerdo con la política de informatización de la sociedad cubana, se persigue

“lograr acceso universal y uso productivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, a partir del desarrollo de inversiones en tecnologías de avanzada a nivel internacional, que permitan un mayor acceso a la banda ancha” (Ministerio de comunicaciones, 2017, p. 2).

Estos objetivos forman parte de las acciones que promueve la política de comunicación cubana, “para impulsar la convergencia digital en los medios de comunicación masiva” (Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, 2018, p. 16). Aunque dicha política reconoce a las tecnologías de la información como plataformas para propiciar la participación ciudadana, la innovación en los procesos institucionales de gobierno y la fiscalización de la gestión pública, reafirma el papel rector del *Partido Comunista* sobre la comunicación social del país y el sistema de propiedad imperante sobre los medios desde los tiempos fundacionales de la Revolución.

Hasta 2017 Cuba no contaba con una política pública de información y comunicación que regulara todos los ámbitos, niveles y prácticas comunicativas según sus objetivos –políticos, comerciales, educativos, institucionales, de bien público, científicos– y en sus diversos lenguajes y formatos. En enero de 2018 se definió esta política que fue discutida y aprobada por el gremio profesional.

4. Discusión y conclusiones

La llegada al poder de los revolucionarios cubanos coincidió con el período de la historia de las comunicaciones en el que muchos países fueron definiendo, estructural y jurídicamente, su sistema de explotación de la radiotelevisión, en paralelo a la implantación del nuevo medio televisivo. En Cuba ese sistema comunicacional se fue fijando mediante los discursos políticos de Fidel Castro –dirigente principal de la nación durante casi 50 años (**Sosa-Valcarcel; Quintana-Pujalte; De-Aguilera-Moyano, 2019**)–, el establecimiento de una estructura de medios de comunicación que comprendía la prensa, la radio y la televisión, así como la elaboración de un marco normativo que lo regulase.

Si bien la orientación imprimida a ese sistema de comunicación presentó algunos rasgos comunes que otros países declararon asimismo perseguir (educar, informar, entretener), en el caso cubano destacan algunos principios rectores como la búsqueda declarada de una rentabilidad sociocultural y, muy en especial, su puesta al servicio del “sistema político de transición al socialismo”. Con ello se configura una “tecnología del poder” que, de acuerdo con Foucault, permite la producción de un régimen específico de verdad.

El sistema comunicacional instituido en Cuba entre las décadas de los años 60 y 70 del siglo pasado –que se ha mantenido prácticamente estable en lo esencial hasta nuestros días– se guía idealmente sobre todo por la consecución de los objetivos propios del proyecto revolucionario, tal y como los estableció la doctrina marxista desarrollada por Lenin y otros dirigentes políticos. De esta forma se pone el sistema comunicativo al servicio de la lucha ideológica, esto es, situándolo claramente en el marco de la “batalla de las ideas” que, en ésta como en otras sociedades, libran distintos actores sociales.

El *Partido Comunista*, en particular su *Comité Central*, ocupa una posición estratégica en el sistema comunicacional cubano, pues establece –en su estructura, en su regulación, en su justificación ideológica– unas élites simbólicas que coinciden en el marco de ese partido único con las élites que ocupan el poder político y económico. Ello permite constatar que, en las sociedades socialistas como en cualquier otro modelo de organización económico-social,

“las estructuras de poder se conforman no para beneficio de la generalidad social sino para el dominio de unos sobre otros” (**Reig, 2009, p. 387**),

y ese ejercicio de la hegemonía se practica en buena medida por medio de mecanismos institucionales y discursivos.

Se ha demostrado que en Cuba la reproducción del poder ha requerido del uso de géneros del discurso como son el político, para la construcción y preservación del capital simbólico del sistema socialista; y el normativo, para la institucionalización de la toma de decisiones políticas sobre los contextos de producción comunicativa. En ambos casos las élites simbólicas que controlan el discurso público establecen un mecanismo de legitimación eficaz (**Van-Dijk, 2009**) derivado de la creación de una estructura mediática afín a los intereses del colectivo que ostenta el poder, y del desarrollo de un marco regulatorio que, entre otras cuestiones, condiciona el acceso y el contenido de los medios al reconocimiento de su ideología. Se dificulta así la participación de otros actores sociales con visiones distintas de la realidad en esos escenarios de producción de verdad.

El análisis del discurso normativo revela que, aunque el *Partido Comunista* no es el organismo que mayor número de regulaciones acumula en el período de estudio, los elementos de la comunicación sobre los que interviene han resultado determinantes para la reproducción del poder durante casi seis décadas.

Las conclusiones emanadas de esta investigación nos llevan a plantear algunas interrogantes sobre el futuro de la institucionalidad mediática cubana como herramienta fundamental para la legitimación del poder. Y ello, sobre todo en las circunstancias actuales, en las que el desarrollo de la comunicación digital a escala global y, en particular, el creciente acceso a internet de la población cubana, han favorecido como nunca antes la emergencia de medios y plataformas de comunicación cuyas formas de gestión, producción, distribución y alcance evaden en buena parte de los casos el control estatal. Y que por consiguiente compiten por la producción de sentido y propuesta de realidad en la práctica comunicacional.

En estas condiciones cabría preguntarse:

- ¿A través de qué mecanismos el marco legal derivado de la política de comunicación cubana garantizará “el desarrollo de la comunicación social en todas sus formas en los ámbitos mediático, institucional y comunitario” (*Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, 2018, p. 20*), si no tiene en cuenta el ecosistema de medios no oficiales en cuya gestión participan “profesionales de la comunicación social dentro de Cuba, muchos de ellos jóvenes”? (*Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, 2018, p. 7*).
- ¿Cómo se encauzará, a través de la comunicación, la influencia que puedan ejercer en la Isla estos otros actores que intervienen en la disputa por el ejercicio del poder?
- ¿Cómo mantener la hegemonía simbólica y social de la Revolución ante un discurso que intenta construir sus propios símbolos para las generaciones actuales?
- ¿Qué estrategias ideológicas expresadas a través de discursos permitirán la estabilidad del sistema comunicativo cubano?

Más allá de los modelos ideológicos y de financiación, resulta evidente que cualquier iniciativa encaminada a situar la comunicación como recurso estratégico de desarrollo resultará fallida si no puede llevarse a cabo en un escenario de apertura, pluralismo, tolerancia informativa y participación ciudadana, lo cual implica democratizar la comunicación y, por ende, democratizar la sociedad. Se trata en suma de proponer nuevas pedagogías y espacios de comunicación que hagan posible la educación de los sujetos en derechos comunicativos, así como un equilibrio entre los actores que definen el triángulo clásico en la comunicación política: medios, política y ciudadanía.

5. Referencias

- Acanda, Jorge-Luis** (2002). *La recepción de Gramsci y la discusión sobre la sociedad civil en Cuba*. La Habana: Cátedra de Estudios Antonio Gramsci.
<https://marxismocritico.com/2015/07/20/sociedad-civil-y-hegemonia>
- Adorno, Theodore** (1964). "Television and patterns of mass culture". In: Rosenberg, Bernard; Manning White, David (coord.) *Mass culture: the popular arts in America*. New York: Free Press. ISBN: 0029270804
- Alfonso, Pablo** (1985). *Castro y los católicos: del humanismo revolucionario al marxismo totalitario*. Miami: Hispamerican Books. ISBN: 0 932113 00 1
- Almond, Gabriel** (1983). "Communism and political culture theory". *Comparative politics*, v. 15, n. 2, pp. 127-138.
<https://doi.org/10.2307/421672>
- Alzugaray, Carlos** (2010). "Cuba cincuenta años después: continuidad y cambio político". *Temas*, n. 60, pp. 37-47.
<http://www.temas.cult.cu>
- Asamblea Nacional del Poder Popular* (1976). "Constitución de la república de Cuba". *Gaceta oficial de la República de Cuba, extraordinaria*, 3, 31 enero 2003.
<https://www.gacetaoficial.gob.cu/codbuscadores.php>
- BBC* (2014). *ZunZuneo: la red social que enfrenta a Cuba y Estados Unidos*.
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/04/140403_zunzuneo_cuba_eeuu_msd
- Bourdieu, Pierre** (1977). "La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques". *Actes de la recherche en sciences sociales*, n. 13, pp. 13-43.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5532864>
- Bourdieu, Pierre** (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba. ISBN: 978 84 93947187
- Carpentier, Nico; Dahlgren, Peter; Pasquali, Francesca** (2013). "Waves of media democratization: a brief history of contemporary participatory practices in the media sphere". *Convergence*, v. 19, n. 3, pp. 287-294.
<https://doi.org/10.1177/1354856513486529>
- Castells, Manuel** (2007). "Communication, power and counter-power in the network society". *International journal of communication*, v. 1, pp. 238-266.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
- Castells, Manuel** (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 680 pp. ISBN: 978 84 20684994
- Comité Central del Partido Comunista de Cuba* (1975). *Tesis y resoluciones sobre los medios de difusión masiva*.
<https://www.pcc.cu/es/i-congreso>
- Comité Central del Partido Comunista de Cuba* (1980). *Resoluciones sobre los medios de difusión masiva*.
<https://www.pcc.cu/es/ii-congreso>
- Comité Central del Partido Comunista de Cuba* (2007). *Orientaciones del Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de Cuba para incrementar la eficacia informativa de los medios de comunicación masiva del país*. Documento limitado, Cuba.
- Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros* (2018). *Política de comunicación social del Estado y el Gobierno cubanos*.
<https://www.periodismodebarrio.org/2018/12/que-dice-la-nueva-politica-de-comunicacion-cubana>
- De-Aguilera-Moyano, Miguel** (2018). "Teorías de la comunicación, sistemas de creencia, poder". *IC-Revista de información y comunicación*, n. 15, pp. 287- 313.
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/81392>
- De-la-Noval-Bautista, Luis-Alain** (2018). *Radio Cubana: un enfoque participativo en su producción comunicativa*. Tesis de doctorado. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- De-Oliveira, Pedro; Reid, André** (2018). "Luchas simbólicas en el campo periodístico argentino: un estudio bourdieusiano de la Ley de medios". *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, n. 138, pp. 385-400.
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i138>

- Del-Alcázar, Joan; López, Sergio** (2013). "Fidel Castro, cuatro fases de un liderazgo inacabado". *Araucaria. Revista iberoamericana de filosofía, política y humanidades*, v. 15, n. 30, pp. 3-24.
<https://revistascientificas.us.es/index.php/araucaria/article/view/2199>
- Duarte, Emilio** (2005). *Teoría y procesos políticos contemporáneos*. La Habana: Félix Varela. ISBN: 959 07 0168 x
- Fairclough, Norman** (1989). *Language and power*. London: Longman. ISBN: 978 1 138790971
- Ferrari, Elisabetta** (2019). "'Free country, free internet': the symbolic power of technology in the Hungarian internet tax protests". *Media, culture & society*, v. 41, n. 1, pp. 70-85.
<https://doi.org/10.1177/0163443718799394>
- Foucault, Michel** (1981). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial, 216 pp. ISBN: 978 84 206 0852 5
- Foucault, Michel** (1998). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta, 192 pp. ISBN: 978 84 744 3017 2
- García-Luis, Julio** (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente. ISBN: 978 95 925 9452 4
- Gertrudis-Casado, María-Carmen; Gétrudix-Barrio, Manuel; Álvarez-García, Sergio** (2016). "Competencias informativas profesionales y datos abiertos. Retos para el empoderamiento ciudadano y el cambio social". *Comunicar*, n. 47, pp. 39-47.
<https://doi.org/10.3916/C47-2016-04>
- Gramsci, Antonio** (1971). *Selections from the prison notebooks*. New York: International. ISBN: 978 0 717803972
- Guevara, Alfredo** (2003). *Tiempo de fundación*. Madrid: Iberautor. ISBN: 978 84 80486064
- Habermas, Jürgen** (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili. ISBN: 978 84 25220159
- Harnecker, Marta; Uribe, Gabriela** (1972). "El partido: vanguardia del proletariado". *Cuadernos de educación popular: cómo luchar por el socialismo*, n. 8, pp. 1-17. Santiago de Chile: Editora Nacional Quimantú.
- Instituto Cubano de Radio y Televisión* (1998). *Política de Programación del Instituto Cubano de Radio y Televisión*.
<http://www.icrt.gob.cu>
- Jensen, Klaus; Neuman, Russell** (2013). "Evolving paradigms of communication research". *International journal of communication*, v. 7, pp. 230-238.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1960/851>
- Katz, Elihu; Lazarsfeld, Paul** (1955). *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press. ISBN: 978 1 412805070
- Klapper, Joseph** (1960). *The effects of mass communications*. New York: Free Press. ISBN: 978 0 029173800
- Lasswell, Harold** (1948). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad". En: De-Moragas, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 50-68. ISBN: 978 8 425212 26 0
- López-García, Guillermo** (2017). "Comunicación política y discursos sobre el poder". *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, pp. 573-578.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.01>
- Lourau, René** (2001). *El análisis institucional*. Buenos Aires: Amorrortu. ISBN: 978 950 5180523
- Macías, Joseba** (2016). *La sociedad civil en la Revolución cubana (1959-2012)*. Bilbao: Euskal Herriko Unibertsitatea. ISBN: 978 84 9082 385 9
- Marreiro, Flávia** (2014). *Continuity and change in Cuban media under Raúl Castro*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Continuity_and_change_in_the_Cuban_media_under_Raul_Castro.pdf
- Marrero, Juan** (2003). *Dos siglos de periodismo en Cuba. Momentos, hechos y rostros*. La Habana: Pablo de la Torriente. ISBN: 978 95 9259 031 1
- Marx, Karl; Engels, Friedrich** (1987). *Sobre prensa, periodismo y comunicación*. Madrid: Taurus Comunicación.
- Mesa, Carmelo** (2012). *Cuba en la era de Raúl Castro. Reformas económico-sociales y sus efectos*. Madrid: Editorial Co-libri. ISBN: 978 84 9394 362 2
- Ministerio de Comunicaciones* (2017). *Política integral para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad en Cuba*.
<https://www.mincom.gob.cu/es/marco-legal>

- Neiman, Guillermo; Quaranta, Germán** (2006). "Los estudios de caso en la investigación sociológica". En: Vasilachis, Irene. *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Ediciones Gedisa, pp. 213-234. ISBN: 978 84 9784 173 3
- Prensa Latina* (2019). *Quiénes somos*.
<https://www.prensa-latina.cu/index.php?o=qs&id=quienessomos&SEO=quienes-somos>
- Reig, Ramón** (2009). "Bases teóricas y documentales para el estudio de la estructura de la información y el análisis estructural de los mensajes". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n. 15, pp. 385-407.
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/28240>
- Reig, Ramón** (2017). "Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información". En: Reig, Ramón; Labio, Aurora. *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos editorial, pp. 15-33. ISBN: 978 84 16421 67 1
- Ros, Enrique** (2007). *La fuerza política del exilio cubano*. Miami: Ediciones Universal. ISBN: 978 15 9388 177 1
- Sabariago-Puig, Marta; Vilà-Bañós, Ruth; Sandín-Esteban, María-Paz** (2014). "El análisis cualitativo de datos con Atlas.ti". *Reire: revista d'innovació i recerca en educació*, v. 7, n. 2, pp. 119-133.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4990059>
- Sierra, Francisco** (2018). "Ciberdemocracia y empoderamiento social. Notas para una crítica teórica". En: *II Congreso internacional Move.net sobre movimientos sociales y TIC*, pp. 386-401.
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/70767>
- Somohano, Abel** (2012): "El concepto de poder simbólico como recurso para comprender la dimensión política de la comunicación masiva: hacia una posible articulación entre las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson". *Mediaciones sociales*, n. 10, pp. 3-33.
https://doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39680
- Sosa-Valcarcel, Aimiris; Quintana-Pujalte, Andrea-Leticia; De-Aguilera-Moyano, Miguel** (2019). "El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008". *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, n. 139, pp. 133-152.
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3705>
- Thompson, John** (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós, 360 pp. ISBN: 978 84 4930 578 8
- Thornborrow, Joanna** (2002). *Power talk. Language ad interaction in institutional discourse*. London: Longman.
- Unión de Periodistas de Cuba* (2013). *Código de ética del periodista*.
<http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/codigo-de-etica-del-periodista>
- Unión de Periodistas de Cuba* (2019). *Perfil de la UPEC*.
<http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/perfil-de-la-upec>
- Van-Dijk, Teun** (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa, 416 pp. ISBN: 978 84 9784 282 2
- Van-Dijk, Teun** (2016). "Estudios críticos del discurso: un enfoque sociocognitivo". *Discurso & sociedad*, v. 10, n. 1, pp. 137-137.
<http://www.dissoc.org/ediciones/v10n01/DS10%281%29Van%20Dijk.html>
- Van-Leeuwen, Theo** (2007). "Legitimation in discourse and communication". *Discourse & communication*, v. 1, n. 1, pp. 91-112.
<https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Wodak, Ruth** (1989). *Language, power, and ideology. Studies in political discourse*. Amsterdam-Filadelfia: J. Benjamins Co. ISBN: 978 15 5619 037 7

El profesional de la **información**

Bienvenido a **EPI** Indexada por ISI y Scopus
ISSN 1396-6710 / ISSN-e 1699-2407
Revista internacional, científica y profesional

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

Revista internacional de **Información y Comunicación**
Indexada por WoS Social Sciences Citation Index (Q2),
Scopus (Q1) y otras bases de datos

Factor de impacto JCR:
JIF 2018=1,505

Scopus/SCImago Journal Rank:
SJR 2018=0,601

 Presentación del Director