

## Estudio de los procesos de gestión, producción y distribución comunicativa en los *Joven Club de Computación y Electrónica* en Cuba

### *Study of the processes of management, production and distribution communicative the Youth Club of Computing and Electronics in Cuba*

M.Sc. María Elena López León  
Dra.C. Hilda Saladrigas Medina  
M.Sc. Felisa Junco Martínez

**Resumen:** El presente artículo retoma un problema que en la actualidad aún carece de definición, el determinar el estatus de los *Joven Club* como organización productora-distribuidora de comunicación pública. El propósito es compartir reflexiones en cuanto al accionar de esta organización, la integración de los procesos sustantivos, su papel para promover el conocimiento, para producir y distribuir información, el sistema de relaciones con los organismos e instituciones en la localidad y el esbozo de los resultados en dicho empeño, con el objetivo de demostrar que los *Joven Club de Computación y Electrónica* pueden ser considerados como una organización productora y distribuidora de comunicación pública soportada en el lenguaje digital.

**Palabras clave:** Joven Club de Computación y Electrónica; organización productora distribuidora de comunicación; Comunicación pública; producción simbólica; lenguaje digital.

**Abstract:** *This article takes a problem that currently still lacks definition, to determine the status of the Youth Club as a producer organization distributor of public communication. The purpose is to share insights regarding the actions of this organization, integrating essential processes, their role in promoting knowledge, to produce and distribute information, the system of relations with bodies and institutions in the town and the outline of the results in this endeavor, with the aim of demonstrating that the JCCCE can be considered as a producer organization and distribution of public communication supported in the digital language.*

**M.Sc. María Elena López León:** Máster en Tecnologías para la Educación. Profesora Auxiliar en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, imparte Lenguajes y Medios de la carrera de Comunicación Social. Cuba.  
mariaelena@fcom.uh.cu

**Dra.C. Hilda Saladrigas Medina:** Doctora en Ciencias de la Comunicación, es profesora Titular, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Preside la Comisión Nacional de la carrera de Comunicación Social. Cuba.  
saladrigas@fcom.uh.cu

**M.Sc. Felisa Junco Martínez:** Máster en Sociología. Profesora Auxiliar, se desempeña como Secretaria Docente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Cuba.  
saladrigas@fcom.uh.cu

**Keywords:** *Youth Computer and Electronics; distributor producing organization communication; public communication; symbolic production; digital language.*

## **Introducción. Enfoques para una mirada a los Joven Club de Computación y Electrónica**

Los usos sociales de los MCM en la actualidad enmarcan prácticas específicas de la audiencia. En los usos se observa la heterogeneidad inherente a los diversos entornos socioculturales en los que se insertan los sujetos, toda vez que estos determinan la existencia de disímiles maneras de usar.

El objeto de estudio los *Joven Club de Computación y Electrónica (JCCE)*. Ver a *Joven Club* con el objetivo de satisfacer particularidades de dicho contexto es una premisa de este artículo, cuya razón principal se encuentra en no solo identificar, describir y explicar a *Joven Club* como una organización, sino considerarlo como una forma de comunicación pública, apostando por el análisis en este campo de controversia por la Teoría Social de la Comunicación

La Teoría al Social de la Comunicación, funda su existencia en la interdependencia entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad asevera Castells, (1996). Por lo que las investigaciones de Elizalde, (2006:pp. 113-139) resultaron acreditar que la información destinada a la comunidad es producción social desde el momento en que se institucionaliza el tratamiento y uso de la comunicación pública, situación que se logra cuando se crea una organización especializada en esa tarea a la que se le asigna recursos humanos y materiales.

El presente artículo fundamenta su cientificidad en el paradigma de la Mediación el cual nos provee de un enfoque basado en el análisis del manejo de la información, de los actos, de las materias los cuales se manifiestan como una actividad integrada en un sistema el cual no puede ser analizado por partes sino en un todo, siendo parte integrante de este sistema la producción de información destinada a la comunicación pública.

## **La Comunicación Pública en el entorno del objeto estudiado. Joven Club de Computación de Cuba**

La comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos en los que se les pro-

pone una interpretación del entorno y de lo que acontece. La comunicación pública que se genera en una sociedad condiciona el espacio en donde se definen y discuten los asuntos que calificamos de interés público, puede facilitar o entorpecer las discusiones sociales, y la participación de los diversos actores en ellas, además de determinar la calidad de las relaciones sociales, al establecer las formas de acceso a la información y al ejercicio de las libertades de opinión y expresión en las discusiones sobre las preocupaciones y controversias de interés público (Galindo Cáceres, 2002). Es una condición para la participación de los ciudadanos en la construcción de un espacio público democrático... Los Sistemas Sociales y los de Comunicación Pública llegan a estar soportados por la existencia de un equipamiento tecnológico, necesitan para funcionar operar con los recursos y las personas lo que implica producción de contenidos, intercambio de información, en otras palabras el Sistema de Comunicación Pública se modifica como consecuencia de la interacción con el Sistema Social. En otras palabras ambos están compartiendo su razón de ser.

El tratamiento diferenciado de la información que afecta a la comunidad en su conjunto, supone la correspondiente especialización en funciones comunicativas, la comunicación pública da cauce al intercambio de la información ya sea privada, económica, cultural, política, religiosa, etc. *Joven Club (JC)* como organización mediadora se ha especializado en la producción de cierta clase de información y su distribución a determinados sectores de la población y en su control ideológico.

La crisis económica por la que atravesaba el país, como consecuencia de la paulatina desintegración del campo socialista, unido a las medidas económico, comercial y financiero impuestas por el gobierno de los Estados Unidos, que incluía la prohibición de acceso al cable de fibra óptica internacional para una conexión más rápida, barata y de mayor calidad, llevaron a plantearse soluciones alternativas como prioridad para el uso social de la red de redes y de acceso a sus contenidos, lo cual indudablemente ha tenido una incidencia importante en la apropiación de esta tecnología y de la correspondiente cultura para su aprovechamiento.

## **Una perspectiva para el desarrollo del conocimiento en Cuba**

En Cuba a pesar de estar presentes los diferentes medios de comunicación masiva (MCM). Como

consecuencia de la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y como alternativa para el acceso de la población, surgen los *Joven Club de Computación y Electrónica (JCCE)* el 8 de septiembre de 1987, por iniciativa del entonces presidente Fidel Castro, con el objetivo de contribuir a la socialización e informatización de la sociedad cubana. En un primer momento respondiendo a su Misión y Visión pertenecen y son liderados por la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), ya en el 2010 y respondiendo a los cambios sustanciales en los que se inserta el gobierno cubano esta organización pasa a formar parte del Ministerio de las Comunicaciones (MC), razón que implicó un cambio estructural, incorporando nuevos estilos de trabajos en todas las esferas representadas en esta entidad, permitiendo redireccionar sus servicios, lo cual ha permitido la reorganización de sus prestaciones.

A fin de comprender cómo se han ido asimilando los cambios tecnológicos y los procesos simbólicos que los acompañan, para construir las rutinas, los saberes y las prácticas que permitan cumplir con los retos, JCCE como organización que presenta múltiples facetas de interés general, para los individuos cubanos, se convirtió en su momento en la computadora de la familia cubana, con gran influencia en el sector comunitario y un quehacer multidisciplinar, con un paralelismo de servicios que permiten constatar que esta Institución reúne las condiciones para implementar métodos de análisis que permitan establecer su condición como una organización productora distribuidora de comunicación pública con un nuevo soporte y lenguaje.

La comunicación masiva es en la actualidad un grupo de controversia en cuanto a la investigación y las diferentes teorías que la explican. A partir de las TIC que cuentan con un avance dinámico y cambiante, los MCM, son elementos importantes en el proceso de socialización de las personas. Considerados desde sus funciones sociales participantes de los procesos de comunicación social porque la información que transmiten busca causar efectos en la audiencia.

En correspondencia con lo anterior nos planteamos la siguiente interrogante ¿Qué argumentos teóricos-metodológicos contribuyen a fundamentar a los JCCE como organizaciones productoras/distribuidoras de comunicación pública, e instituciones de producción simbólica en lenguaje digital?

El presente artículo tiene la finalidad de poner de relieve la problemática que existe referente al

estatus de los JCCE como organización productora distribuidora de comunicación pública desde la producción simbólica en lenguaje digital.

## Desde una concepción epistemológica al objeto de investigación

La concepción de argumentos teóricos-metodológicos que fundamenten a los JCCE como organización productora distribuidora de comunicación pública desde la producción simbólica en lenguaje digital que se presenta en este artículo se basa en los siguientes presupuestos teóricos prácticos:

- Presupuestos teóricos de Manuel Martín Serrano referentes a la producción social de la comunicación, específicamente sobre las mediaciones cognitivas y estructurales.
- El mapeo de las mediaciones de Jesús Martín Barbero extrapolado a la dimensión en la que se ubica *Joven Club*, para establecer las relaciones entre lógicas de producción, cultura profesional y los productos comunicativos.
- El aporte que sobre los análisis históricos estructurales realiza Enrique Sánchez Ruiz.
- El empleo del paradigma de las mediaciones para examinar la producción social de comunicación en los *Joven Club de Computación y Electrónica*.
- Valoración desde la perspectiva de la sociología de los emisores de los diferentes enfoques que influyen en la ubicación de la cultura profesional y las rutinas productivas como mediadores en la producción de comunicación.

A partir de estos presupuestos se explica e identifican las diferentes etapas por la que transita la producción de comunicación pública desde la producción simbólica en lenguaje digital que desarrollan los JCCE.

El análisis de la producción social de comunicación es punto de partida para estudiar las relaciones que existen entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de las sociedades, interdependencia que deviene axioma de la teoría social de la comunicación, cuyas bases conceptuales y analíticas parecen pertinentes para una aproximación científica al quehacer de los *Joven Club* y a las articulaciones que intervienen en su desempeño en el nuevo entorno comunicativo mediático. Hoy día vivimos en un mundo en que la amplia circulación de formas simbólicas desem-

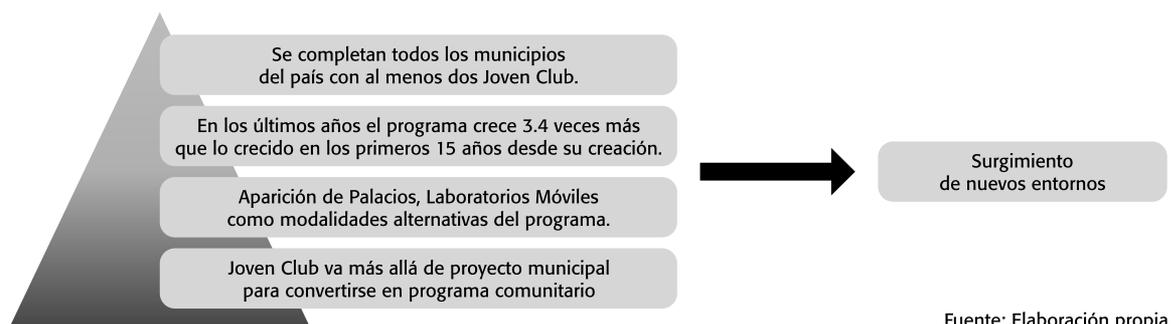
peña un papel fundamental y cada vez mayor. En todas las sociedades, la producción e intercambio de formas simbólicas —expresiones lingüísticas, gestos, acciones, obras de arte y demás— es, y ha sido siempre, un rasgo distintivo de la vida social (Garcés Corra, 2007).

En el mundo de hoy existen pocas sociedades que no hayan sido alcanzadas por las instituciones y mecanismos de la comunicación masiva, y, en consecuencia, que no estén abiertas a la circulación de las formas simbólicas manejadas por los medios masivos.

Los servicios en *Joven Club* tienen un marcado carácter social orientando el uso de las tecnologías en la solución de las más disímiles demandas y problemáticas de la sociedad cubana, desempeñando un rol estimulante en la vida social, cultural y espiritual del cubano. La formación en temas relacionados con la informática, las comunicaciones y la electrónica constituye un pilar fundamental del trabajo que se desarrolla en estas instalaciones. Estructurada en cursos —todos certificados— con una duración entre 10 y 120 horas se ofertan gran variedad de temas relacionados con elementos básicos para el trabajo y la operación de computadoras, herramientas de diseño, programación, manejo de bases de datos, entre otras, tanto en plataforma propietaria como de código abierto; temáticas relacionadas con las redes, el correo electrónico, la electrónica básica, digital, arquitectura de microcomputadores y muchas más conforman decenas de tópicos en los que podrá encontrar oportunidades de aprendizaje en *Joven Club*. Sus contenidos estructurados en planes y programas de estudio, que se actualizan y perfeccionan constantemente, pueden recibirse en la modalidad presencial, semi-presencial y a distancia, esta última haciendo uso de entornos virtuales de aprendizaje soportados en la red. Una variedad de estos cursos se ofertan en modo de postgrado y diplomados.

- El servicio de tiempo de máquina le permite al usuario desplegar proyectos personales, ejercitar conocimientos con alguna herramienta informática, desarrollar habilidades en el aprendizaje de idioma, mecanografía, entre otras materias, con el uso de plataformas interactivas, acceder a la red, jugar, ver videos o escuchar audio, entre otras opciones. Todas estas actividades pueden ser auxiliadas, en caso de tener necesidad, por un especialista de la instalación. Las posibilidades de gestionar información y conocimientos se articulan en los *Joven Club* de diversas maneras, los Centros de Información —16 en todo el país— con una variada gama de servicios, las Bibliotecas Digitales, los Bancos de Software, los espacios de reflexión e intercambio, entre otras tantas modalidades, constituyen ofertas disponibles en las que puede encontrar solución a su problema o al menos una forma de enrutar los mismos.
- Las actividades de extensión social matizan el quehacer y la influencia comunitaria de los *Joven Club*. La convocatoria a concursos informáticos, históricos y de otra índole, a festivales de corte recreativo, cultural, didáctico, de servicios; los campeonatos deportivos digitales, las peñas, tertulias, entre otros complementan una amplia diversidad de acciones dirigidas a interactuar y favorecer el desarrollo comunitario.
- En todos los servicios hay una atención personalizada a los diversos sectores sociales, atendiendo a características y posibilidades de cada uno de ellos, así niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, personas con discapacidad, desvinculados laborales, amas de casas y otros tienen programas de atención diferenciados que procuran satisfacer su demanda y contribuir a su desarrollo personal.

**Figura 1. Crecimiento.**



Fuente: Elaboración propia

El crecimiento de la organización en los últimos años ha estado en dependencia de la demanda por parte de la población la cual ha ido aumentando exponencialmente a medida que las nuevas tecnologías han irrumpido en contexto social cubano, es por ello que el estado se ha visto obligado a incrementar esta alternativa en función de satisfacer las demandas informacionales de la población, tomando como soporte para todas estas demandas la plataforma que conforman los *Joven Club de Computación y Electrónica*.

## Proyectos y Servicios dentro del móvil de conocimientos

*Joven Club* ha sido consecuente con los cambios sociales por los que ha transitado el país reinventándose una y otra vez para dar respuesta a las demandas crecientes de una población ávida de disfrutar de los avances de la tecnología y que por las razones antes expuesta se ha visto privado de utilizar, llevándolo como organización a:

- Reconceptualización de los servicios existentes a partir del desarrollo de la informatización en el país.
- Existencia de un entorno cada vez más competitivo y menos exclusivo para *Joven Club* como líder informático.
- Vinculación con los Programas de la Revolución e Instituciones del Estado, lo que implica mayor dinamismo y planificación eficiente de los recursos.
- Necesidad de diversificar los servicios prestados, gestionar el valor agregado sobre los mismos lo que se evidencia en el rol protagónico que ha asumido desde la plataforma RedCuba la que soporta:

1. El proyecto "*Cuba Va*" tiene como principal objetivo facilitar a la población cubana diversos productos informáticos de producción y gestión de contenidos acorde con las tendencias de la web 2.0 y que a su vez cumplan al objetivo de abrir un espacio que les permita a los usuarios cubanos intercambiar diferentes contenidos, en los más diversos formatos (texto, imagen, audio y video).
2. Red Social "*La Tendedera*": Plataforma digital que funciona como una red de información en tiempo real. Se puso en explotación a partir del día 7 de septiembre de 2013 en homenaje al 26 aniversario de *Joven Club*,

disponible actualmente solo desde el dominio *Joven Club* y contando en estos momentos con 4 641 usuarios registrados y 4 623 usuarios activos.

3. Se trabaja en la publicación de la versión 2.0 que tiene como objetivo principal optimizar las funcionalidades existentes así como un diseño más amigable.
4. Plataforma de Blogs "*Reflejos*": Hospeda en el dominio .cu los blogs que los usuarios cubanos estén interesados en crear. Disponible para registrarse actualmente solo desde el dominio *Joven Club* desde el 7 de septiembre, brindando la posibilidad de actualizar los blogs desde cualquier punto de conexión nacional y con visibilidad internacional de los mismos.
5. "*Pitazo*": Es un sistema de microblogging con mensajes de texto de 140 caracteres, estilo Twitter, al que podrán tener acceso los usuarios cubanos. Funciona como un miniblog donde se comparte en tiempo real contenidos sobre cualquier tema de interés. En estado final de pruebas para su posterior lanzamiento.
6. "*El Visor*": Es un Sitio Web que permite a los usuarios registrados almacenar, buscar y compartir archivos de multimedia: imágenes, clips de video y audio. Los usuarios deben regirse por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecerán la buena gestión de los contenidos
7. "*El Estanquillo*": Es un Sitio Web que tiene como fundamental propósito, entregar a los usuarios cubanos un número de sitios digitales de diferentes publicaciones, tanto nacionales como internacionales sin la necesidad de acceso a internet. Permitiéndole a los usuarios la lectura y descarga de las revistas.

## La mediación y sus representaciones en los *Joven Club* desde las concepciones de catedráticos españoles

Para estudiar las interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad, supuesto básico de la teoría social de la comunicación, es necesario identificar la naturaleza de esas mutuas afectaciones. Esto es posible mediante el análisis de la producción social de comunicación y en particular de los productos comunicativos, en los que inciden determinaciones tecnológicas, a partir de las características de

los instrumentos con los que han sido confeccionados, así como aquellas determinaciones sociales derivadas de las funciones encomendadas a la comunicación institucional en un período histórico. Por esa razón, “el producto comunicativo permite develar las formas en las que cada sociedad maneja sus contradicciones por el recurso a la mediación”. (Martín Barbero, 1987)

El producto comunicativo tiene una dimensión objetual y otra cognitiva. La primera se manifiesta porque requiere para su elaboración la utilización de materias primas, un equipamiento, una organización institucional, especialistas competentes y un soporte material para su difusión. La segunda, porque el producto está expresamente confeccionado por el emisor para ofrecer información, como relato escrito, verbal, en imágenes, y puede añadirse aquel confeccionado para y con Internet.

Serrano, distingue entre dos tensiones que afectan a la comunicación social mediada:

1. La que se establece entre la producción ininterrumpida de nuevos acontecimientos a publicar y la reproducción continuada de las normas, valoraciones, justificaciones, que cada grupo se esfuerza en preservar o en implantar, a pesar de que a veces esos supuestos axiológicos puedan ser cuestionados, e incluso contradichos, por la aparición de aquellos acontecimientos;
2. la que se establece entre la imprevisibilidad que es connatural con la naturaleza del acontecer, y la previsión que es esencial para programar la forma de informar que diferencia a cada medio.

Las mediaciones requeridas para manejar ambas tensiones son, en opinión de Serrano, las cognitivas (operan sobre los relatos y ofrecen a las audiencias modos de representación del mundo; producen mitos), y las estructurales (operan sobre los soportes, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación)

Jesús Martín-Barbero retoma el concepto mediación de Serrano y le imprime un viraje epistemológico radical al tratamiento tradicional de la comunicación con sus propuestas de desplazamientos metodológicos y teóricos del estudio de los medios al de las mediaciones y de la comunicación a la cultura, fundamentados en su libro *De los medios a las mediaciones* (Martín Serrano, 1985).

Mientras en la primera edición de su clásico libro (1987) Barbero menciona mediaciones como el hábitus, la cotidianidad familiar, la temporalidad social, las competencias culturales y los

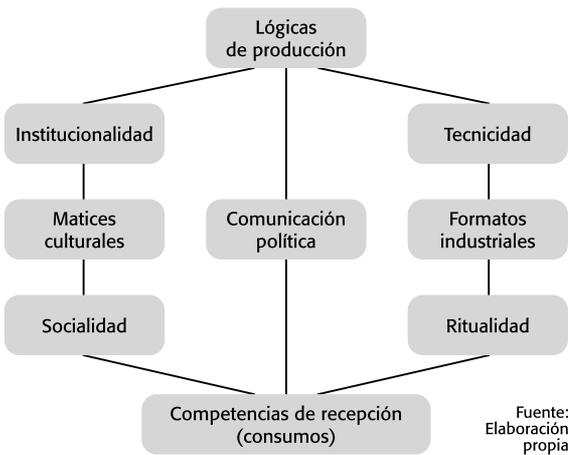
géneros, en el prefacio a la quinta edición (1998) adelanta un nuevo mapa de las mediaciones, de las nuevas complejidades en las relaciones constitutivas entre comunicación, cultura y política ante el cambio tecnológico y las sociedades globalizadas, y busca reconocer que los medios constituyen hoy espacios claves de condensación e intersección de múltiples redes de poder y de producción cultural.

El esquema se mueve sobre dos ejes: el diacrónico, o histórico de larga duración entre matrices culturales (MC) y formatos industriales (FI), y el sincrónico: entre lógicas de producción (LP) y competencias de recepción o consumo (CR). A su vez, las relaciones entre MC y LP se hallan mediadas por distintos regímenes de institucionalidad, mientras las relaciones entre MC y CR están mediadas por diversas formas de socialización. Entre las LP y los FI median las tecnicidades, y entre los FI y las CR las ritualidades (Martín-Barbero, 1998: xvi).

- La socialidad se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse, que es a la vez lugar de anclaje de la praxis comunicativa y resultado de los modos y usos colectivos de la comunicación, esto es, de interpelación-constitución de los actores sociales, y de sus relaciones hegemonía-contra hegemonía) con el poder.
- La institucionalidad es desde siempre una mediación espesa de intereses y poderes contrapuestos; ella ha afectado y sigue afectando especialmente la regulación de los discursos que, de parte del Estado, buscan dar estabilidad al orden constituido, y de parte de los ciudadanos —mayorías y minorías— buscan defender sus derechos y hacerse reconocer.
- La tecnicidad es menos asunto de aparatos que de operadores perceptivos y destrezas discursivas. Confundir la comunicación con las técnicas, los medios, resulta tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la (verdad de) la comunicación.
- La mediación de las ritualidades nos remite al nexo simbólico que sostiene toda comunicación: a sus anclajes en la memoria, sus ritmos y formas, sus escenarios de interacción y repetición. En su relación con los FI (discursos, géneros, programas y parrillas o palimpsestos) las ritualidades constituyen gramáticas de la acción. (MARTÍN BARBERO, J. (1998); Diz Garcés; E. Saladrigas Medina, H. (2011).

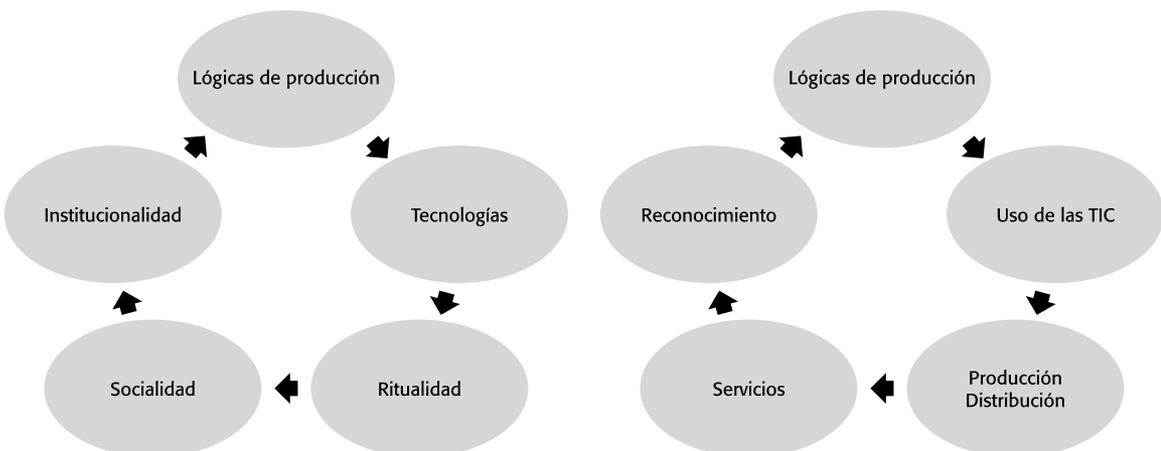
Este mapa concebido por Barbero a nivel macro social, visto en una dimensión micro nos permite visualizar en la parte del esquema referido a la producción de comunicación, las relaciones que se establecen entre las lógicas de producción, lo cultural (cultura profesional) y los formatos industriales (los productos comunicativos), moviéndose estas dos últimas sobre el eje diacrónico o histórico de larga duración.

**Figura 2. Figura representativa del nuevo mapa de Jesús Martín Barbero sobre las mediaciones 2003.**



Estableciendo una analogía con el esquema anteriormente representado observamos el paradigma que a los efectos de producción distribución de comunicación asume *Joven Club*.

**Figura 3. Analogía entre el modelo de Martín Barbero y el paradigma a seguir por Joven Club como institución productora distribuidora de comunicación pública.**



Barbero, con su nuevo mapa de las mediaciones busca reconocer a los medios como espacios claves de condensación e intersección de múltiples redes de poder y de producción cultural (2003), a partir de su convicción de que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades un nuevo modo de relación entre lo cultural (cultura profesional) y las formas de producción y distribución de bienes y servicios (lógicas de producción y lógicas de los usos) (Galindo Cáceres, J.; 2002).

El investigador mexicano Enrique Sánchez Ruiz propone pistas para el análisis histórico estructural de la operación social de los medios de comunicación, a partir del presupuesto básico de que la llamada comunicación masiva, como cualquier otro objeto de estudio de lo social, constituye un nexo complejo de múltiples dimensiones, relaciones y determinaciones mediadoras, que puede ser descrito y analizado a diversos niveles de generalidad y abstracción en una forma sistemática.

El autor define a la mediación como una conexión causal, que puede ser observada en los procesos reales cuando, en virtud del contacto en una zona de articulación, un proceso social es influido, por otro(s), cambiando o reforzando el flujo de acontecimientos (Sánchez Ruiz, E., 1991). La noción de mediación, según este investigador, es de hecho el establecimiento de límites a lo posible en los procesos sociales; aunque aclara que la mediación no solo limita la acción humana, sino también la posibilita.

La mediación tecnológica, en su dimensión expresiva, se refiere a las posibilidades y restricciones que otorga la tecnología propia de cada medio para ampliar o reducir la capacidad expresiva de los profesionales de los medios, aunque siempre haya campo para la creatividad razón que se hace patente en la producción y distribución de comunicación en los *Joven Club* donde solo la creatividad manifiesta en los profesionales de esta organización ha garantizado que esta institución se mantenga en la preferencia de la población (véase a JCCE como proyecto de socialización, con un marcado carácter social).

## La construcción comunicológica

Teniendo en cuenta el criterio seguido por Wolf para el análisis de los procesos que intervienen en la producción de la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la construcción de los mensajes nos inclinamos por la corriente que analiza la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la construcción de los mensajes, en tanto dichas determinaciones se demuestran decisivas respecto al producto acabado ya sea desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los procesos de socialización a los que están sometidos, así como el análisis de los factores externo de la organización

Wolf<sup>13</sup> (1987:110) reconoce dos corrientes que han caracterizado esta tendencia: la primera, vinculada a la sociología de las profesiones, la que ha estudiado a los emisores desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los estándares de carrera que siguen, de los procesos de socialización a los que están sometidos, etc.; es decir, son analizados algunos factores externos de la organización del trabajo que influyen los procesos productivos de los comunicadores. Según este autor la producción de información o newsmaking se articula entre dos polos, que son: la cultura profesional del que produce la información y las rutinas productivas.

La evolución de la línea del newsmaking ante las transformaciones tecnológicas en el sistema comunicativo constituyó una preocupación expresada tanto por Wolf, en 1993, como por McQuail, en 1994, quien señalaba entonces que la investigación sobre los medios como organizaciones y sobre los procesos de producción en ellos se ampliaba y modificaba con los cambios que se

estaban generando en la estructura de la industria de los medios.

La comunicación es el sistema que posibilita la construcción de significados compartidos mediante la interacción en función de objetivos comunes, y con ello, el aumento de motivación y participación de los públicos; la formación de hábitos de autodisciplina y exigencia en las empresas, y todos estos son elementos básicos para la implantación del perfeccionamiento empresarial.

Si concebimos a la cultura como “la construcción y conservación de símbolos en contextos socio históricos estructurados (Thompson, J. B. 1991) la comunicación es el proceso mediante el cual se construyen tales símbolos. Al decir de Antonio Lucas Marín, comunicación es tanto el modo de recibir cultura como el instrumento utilizado en su construcción. De ahí que para elevar el nivel cultural general de la población, sea imprescindible el aporte de la comunicación en la construcción y difusión de valores así como en la objetivación de relaciones. (Lucas Martín, A. 1995)

Teniendo en cuenta que “toda acción cultural es siempre una forma sistematizada y deliberada de acción que incide sobre la estructura social, en el sentido de mantenerla tal como está, de verificar en ella pequeños cambios o transformarla”, (Cortes, J. J., 2012) hoy día vivimos en un mundo en que la amplia circulación de formas simbólicas desempeña un papel fundamental y cada vez mayor. En todas las sociedades, la producción e intercambio de formas simbólicas —expresiones lingüísticas, gestos, acciones, obras de arte y demás— es, y ha sido siempre, un rasgo distintivo de la vida social. (Thompson, John B. 2002).

## Conclusiones

Una vez analizado el quehacer de los *Joven Club* en el contexto social actual, se llega a las siguientes conclusiones.

- El paradigma de las mediaciones es el adecuado para el estudio de la producción social de comunicación y con su aplicación se demuestra como *Joven Club de Computación y Electrónica* cumple con las expectativas, al contribuir desde su infraestructura a llevar a su público meta lo mejor de nuestra cultura, educación, conocimiento y humanismo que forman parte del núcleo fundacional de la Revolución cubana y del pensamiento de sus líderes.

- El análisis de las interrelaciones y mediaciones que tienen lugar hoy en los procesos de producción y difusión de la información, en medio de las profundas transformaciones que en el campo de la comunicación pública han provocado las tecnologías de la información y de la comunicación, está fundado en la categoría filosófica que enuncia que el ser social determina la conciencia, lo que nos lleva a destacar una de las razones del materialismo cultural que expone la relación dialéctica entre el cambio del entorno social y la transformación de la conciencia de los hombres, razón esta para lo que fueron creados estos centros, al surgir con el objetivo de socializar el uso de la tecnología, para el desarrollo de valores en niños, adolescentes y jóvenes.
- La cultura profesional de los recursos humanos de los *Joven Club* ejerce una mediación respecto a los productos comunicativos, tanto en su dimensión objetual como cognitiva, a partir de que los componentes de aquella actúan directamente en el proceso de producción de los relatos, entre ellos los valores, los hábitos, criterios de información y valores informativos.
- El nuevo estatus tecnológico exige del dominio de nuevos conocimientos y habilidades, de nuevos valores ético moral, de la reconversión de la cultura profesional en el proceso de producción cultural a través de la socialización de los roles que participan en el proceso, razón está presente en el quehacer comunicativo de los *Joven Club*.
- La rápida proliferación de las instituciones de comunicación masiva y el crecimiento de las redes de transmisión mediante las cuales las formas simbólicas utilitarias se pusieron a disposición de un campo cada vez mayor de receptores ha resultado en la mediatización de la cultura moderna, proceso que se constituye, en una de las transformaciones decisivas asociadas con el surgimiento de las sociedades modernas, sociedad en la que los *Joven Club* juegan un rol preponderante al convertirse en un productor distribuidor de comunicación pública desde la producción simbólica en lenguaje digital a través de la socialización del uso de las TIC con el objetivo de contribuir desde el trabajo comunitario a la formación de valores. ■

Recibido: noviembre de 2015

Aceptado: diciembre de 2015

## Bibliografía

Castells, Manuel: *El surgimiento de la sociedad de redes*, (1996), <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap5.html> (tomado de Dra Hilda Saladrigas).

Cortes, J. J. (2012) Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo. Cita a Freire, P. (2002) en el libro *Pedagogía del oprimido*. siglo XXI, Madrid. Recuperado de: <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/gasteiz/doku/juanjocortes.pdf>

Diz Garcés; E. Saladrigas Medina, H. (2011). La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web. *Revista Mediaciones Sociales*, N.º 9, II semestre 2011, pp. 35-72. ISSN electrónico: 1989-0494. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/22610>

DOI: 10.5209/rev\_MESO.2011.n9.38010  
Cita a: Martín Barbero, J. (1998): "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", *Diálogos de la Comunicación*, n.º 20, pp. 6-16.

Elizalde, Luciano: (2006). Tecnología, sociedad y comunicación. Hacia un modelo integrado de los efectos y determinaciones de las tecnologías de la comunicación, *Doxa Comunicación*, 4, pp. 113-139.

Galindo Cáceres, Jesús, (2002). *Sistemas de información, sistemas de comunicación y configuración social*, 2002, <http://www.geocities.com/arewara/galindo110.htm> (consultado el 26/7/10).

Gámez Torres, Nora, (2005). *La mediación como objeto de estudio de la comunicación: crítica y perspectivas*, tesis para optar al título de Máster en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

Garcés Corra, Raúl (2007). *La construcción simbólica de la opinión pública*, tesis para optar al título de Doctor en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación Social, Universidad de La Habana.

Lucas Martín, A. (1995). *La formación para la participación y la comunicación*. Recuperado de: [http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_077\\_078\\_15.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_077_078_15.pdf)

Martín Barbero, Jesús, (1987a). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona.

Martín-Barbero, Jesús; G. Rey (1999a). *Imágenes y política, Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 51-85.

Martín Serrano, Manuel (1985). *La mediación de los medios de comunicación de masas, Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, pp. 141-162.

Mattelart, Armand; Jean-Marie Piemme, (1982). *Industria(s) cultural(es). Génesis de una idea, Humanista, portal temático en Humanidades*, [http://www.revele.com.ve/pdf/revista\\_ininco/vol2-n3/pag22.pdf](http://www.revele.com.ve/pdf/revista_ininco/vol2-n3/pag22.pdf) (consultado el 25/9/14).

Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991). Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (con énfasis en el análisis de medios de difusión), *Comunicación y Sociedad*, 10-11, 1991, pp. 11-49.

Thompson, John B. (1991) *La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología*, Versión. Estudios de comunicación y políti-

ca, 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.

Thompson John B. (2002). *Ideología y Cultura Moderna* (2002) Recuperado de:

[http://www.uamenlinea.uam.mx/materiales/licenciatura/diversos/THOMPSON\\_JOHN\\_B\\_Ideologia\\_y\\_cultura\\_moderna\\_Teoria\\_critica\\_s.pdf](http://www.uamenlinea.uam.mx/materiales/licenciatura/diversos/THOMPSON_JOHN_B_Ideologia_y_cultura_moderna_Teoria_critica_s.pdf)