

## LOS TEMAS INTERNACIONALES EN LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS Y PÚBLICOS EN CUBA: UN ESTUDIO DE CASO LONGITUDINAL.

Mg. © Yánder Castillo Salina  
Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba  
yander.castillo@rtitan.icrt.cu

Lic. Viviana Muniz Zúniga  
Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba  
vivita@uo.edu.cu

Recibido el 26 de noviembre de 2016

Aceptado el 13 de diciembre de 2017

### Resumen

Esta investigación tiene como objetivo explicar la influencia de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática de temas internacionales en el municipio Santiago de Cuba, materia de novedosa implementación en el país. Para ello se utiliza una metodología mixta de tipo explicativo secuencial con carácter longitudinal. Desde el punto de vista cuantitativo, los resultados muestran correlaciones bajas, que fueron explicadas a través de elementos cualitativos como las prácticas de consumo mediático informativo, la necesidad de orientación sobre dichos temas y otros niveles de mediación que intervienen en la conformación de la agenda pública.

**Palabras clave:** temas no experienciales, temas internacionales, condiciones contingentes, establecimiento de la agenda, agenda mediática, agenda pública.

## THE INTERNATIONAL SUBJECTS IN THE RELATION BETWEEN MEDIAS AND AUDIENCES IN CUBA: LONGITUDINAL CASE STUDY.

### Abstract

This research aims to explain the influence of contingent conditions in the media agenda setting regarding international issues in the municipality of Santiago de Cuba, a matter of novel implementation in the country. For this, a mixed methodology of sequential explanatory type with a longitudinal character is used. From the quantitative point of view, the results show low correlations, which were explained through qualitative elements such as informative media consumption practices, the need for guidance on these issues and other levels of mediation that are involved in shaping the public agenda.

- Yánder Castillo, Viviana Muniz.

**Keywords:** not experiential subjects, international topics, contingent conditions, agenda setting, media agenda, public agenda.

**Como citar este artículo:**

Castillo, Y., Muniz, V. (2017). "Los temas internacionales en la relación entre medios y públicos en Cuba: un estudio de caso longitudinal", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 10, n° 2. pp. 51-82.

## Introducción

La influencia de los medios en el público ha sido una de las preocupaciones fundamentales dentro de las investigaciones sobre comunicación (Lippman, 1922; Park, 1925; Cohen, 1963). Su comprensión epistemológica, al menos dentro de la tradición investigativa norteamericana (Mass Communication Research), siguió una evolución en ciclos que partió de los efectos fuertes, pasando por los segmentados y difusos y, por último, los efectos extendidos en el tiempo (Vara, 2001; Wolf, 2004; Vidal, 2006).

La Agenda Setting constituye una perspectiva de investigación que se gestó en el marco del último ciclo. El estudio seminal fue desarrollado por McCombs y Saw (1972) y demostró una influencia significativa respecto a los temas que un grupo de votantes indecisos consideró relevante en contexto electoral.

Desde entonces la Agenda Setting se ha convertido en una teoría de prominente expansión geográfica y epistémica. Se ha encargado de explicar la transferencia de asuntos relevantes (objetos) y sus componentes (atributos) entre las instituciones sociales y, sobre todo, entre los políticos, los medios de comunicación y el público (McCombs y Evatt, 1995; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006; McCombs y Valenzuela, 2014).

En este sentido, la teoría ha demostrado una fuerte influencia de la agenda política en la construcción de la agenda mediática y de esta última en la conformación de la agenda pública (Vara, 2001; Casermeiro, 2003; Castro, 2014), si bien en la actualidad no se entiende únicamente como un proceso unidireccional de transferencia temática.

El corpus conceptual y metodológico de la Agenda Setting es de novedosa aplicación en Cuba (Rosabal y Gallego, 2010; Valido, 2012; Anazco, 2014; Caballero, 2015; Muñiz et. al., 2016 entre otros). Muñiz et. al. (2015a) al sistematizar las tendencias de pesquisa señalan el interés de los investigadores en el proceso de establecimiento de la agenda mediática y en menor medida en la influencia de la agenda política en la agenda de los medios. Ha sobresalido el abordaje de medios nacionales y provinciales y sus contextos, así como algunos de presencia digital.

Respecto al tipo de temas estudiados, los asuntos experienciales (*obtrusive*), es decir, que los individuos vivencian cotidianamente, han acaparado la atención de los investigadores en el país. Los resultados difieren hasta cierto punto con los de la teoría en el ámbito internacional (Rodríguez, 2004; Muñiz, 2007; McCombs et. al., 2014) pues expresan mayormente índices correlativos bajos y nulos (Rosabal y Gallego, 2010; Valido, 2012; Quiala, 2015). Esto prueba empíricamente la distancia entre los intereses temáticos de los medios y los del público, enunciada desde varios referentes epistémicos en la isla (Stusser, 2008; García, 2013; Garcés, 2016). Ello explica una de las principales contradicciones que experimenta el sistema de medios cubanos respecto a temas experienciales, debido a las

características del proceso de construcción de las agendas mediáticas y sus mecanismos verticales de funcionamiento.

Aunque en el mundo se ha demostrado la capacidad de los medios en la conformación de la agenda pública (McCombs y Valenzuela, 2014), respecto a los asuntos experienciales su influencia está limitada por el conocimiento directo de los individuos sobre los temas. Sin embargo, los medios poseen mayor influencia en aquellos asuntos que le son ajenos de alguna forma a las personas (temas no experienciales o *unobtrusive*) (McCombs, 2006), lo que reforzaría el efecto de agenda setting.

Poco se conoce acerca de la influencia mediática en la construcción de la agenda pública de asuntos no experienciales en Cuba. ¿Establecen los medios cubanos los temas no experienciales relevantes para el público?; si la respuesta es afirmativa, ¿hasta qué punto?, ¿cuáles condiciones refuerzan o limitan el establecimiento de la agenda mediática? Estas preguntas fueron algunas de las preocupaciones iniciales que estimularon el presente abordaje investigativo.

Con este fin se estudian los temas internacionales porque generalmente tienen una influencia indirecta en la vida cotidiana del público cubano y, por tanto, constituyen asuntos no experienciales por antonomasia. A pesar de ello, se reconoce que la actual emergencia de los procesos migratorios en Cuba, las colaboraciones de médicos cubanos en países de cuatro continentes, el turismo, el fenómeno del internet, las relaciones diplomáticas con Estados Unidos y otros países entre otros factores, intervienen en las relaciones de los cubanos con el contexto universal. En este escenario social ¿cómo se insertan los medios cubanos en la formación de la agenda pública de temas internacionales?

De esta manera, se pretende conocer la influencia de dos medios nacionales de amplia recepción y connotación política y social en el país (el periódico Granma y el Noticiero Nacional de Televisión) sobre la agenda pública del municipio Santiago de Cuba. El análisis de ambos medios permitió comparar sus agendas y establecer correlaciones independientes entre la agenda de cada medio y la agenda pública, a fin de contribuir al debate internacional sobre cuál tipo de medio tiene mayores efectos en el público.

Asimismo, se analiza la composición de las agendas mediáticas y la agenda pública a partir del resultado de sus correlaciones entre las dos etapas de la investigación, lo cual permitió establecer metainferencias generalizadoras acerca del proceso de inclusión y exclusión de los asuntos y la forma de otorgarles relevancia en cada una de ellas.

El alcance de la pesquisa se extendió al estudio de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática lo cual posibilitó la formulación de explicaciones cualitativas y cuantitativas para los resultados de las correlaciones encontradas. Esta cuestión constituye un importante aporte para la implementación de la Teoría de la Agenda Setting en Cuba, principalmente para conocer cómo se establece la agenda pública sobre los asuntos no experienciales

teniendo en cuenta que existen varios antecedentes acerca de los temas experienciales (Gallego y Rosabal, 2010; Colunga, 2011; Quiala, 2015).

Por tanto en la presente investigación se responde al problema: **¿Cómo influyen las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática de temas internacionales en el municipio Santiago de Cuba?**

El objetivo general persigue **explicar la influencia de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática de temas internacionales en el municipio Santiago de Cuba.**

En el presente informe se ofrece un acercamiento a la evolución de la comprensión de los estudios de Agenda Setting así como a las especificidades de la teoría en relación con los objetivos del presente estudio. Posteriormente se presenta de forma particularizada los aspectos metodológicos para la recogida y análisis de la información y, finalmente, se discuten los resultados.

## Revisión Teórica

### Nociones acerca de la construcción epistemológica de la Teoría de la Agenda Setting

La Agenda Setting estudia cómo se transfieren los asuntos relevantes entre las distintas instituciones de la sociedad y los individuos (McCombs y Shaw, 1992; McCombs y Valenzuela, 2014).

La agenda, como categoría fundamental del proceso, es un constructo metafórico que designa a aquella lista de temas importantes durante un marco temporal específico (Dader, 1990; McCombs, 2006). No es un cúmulo estático de problemas, sino un proceso en el que se incluyen, excluyen y jerarquizan constantemente los asuntos de la realidad a partir de múltiples mediaciones.

De esta forma, los estudios se han centrado en la medición de tres agendas fundamentales: la de los medios (*media agenda*), la de políticos y fuentes institucionales (*policy agenda*) y la del público (*public agenda*). Algunas investigaciones (Rodríguez, 2004; Silva, 2015) han indagado en la transferencia temática entre agendas de otros grupos sociales, comunidades universitarias y religiosas, etc.

Las agendas funcionan en dos niveles iniciales: los objetos, que constituyen temas generales que componen las agendas y los atributos que manifiestan las cualidades de cada objeto. Los atributos sustantivos expresan la descomposición particularizada de los objetos y, los atributos afectivos, la categoría actitudinal con que se encuadran (Positivo, Neutro y Negativo) (Casermeiro, 2004; McCombs, 2006).

La influencia de la agenda de los medios sobre la agenda del público ha sido el objeto de investigación fundamental de la teoría en sus casi cinco décadas. En este sentido se han probado (y en menor medida refutado) tres ideas

fundamentales: los individuos por lo general incluyen o excluyen de su conocimiento lo que los medios incluyen o excluyen de su parrilla informativa; según sea la forma en que los medios presentan un tema, cómo lo enfatizan, así la audiencia le atribuirá importancia; y, los medios pueden establecer cómo relacionar los temas entre sí (Andreu, 2012; McCombs et. al., 2014).

La determinación de la agenda pública a partir del contenido mediático se conoce como establecimiento de la agenda. Aunque en sus inicios su comprensión se concebía en sentido unidireccional, en la actualidad se entiende como un proceso en el cual ambas agendas se complementan e interdeterminan (Rodríguez, 2004; Muñiz et. al., 2016).

La comprensión del establecimiento de la agenda se ha extendido a partir de diversos giros epistemológicos y metodológicos (fases de estudio) ampliamente referenciados en sistematizaciones sobre la teoría (Casermeiro, 2003; McCombs, 2006; Castro, 2014).

En la primera etapa se sentaron las bases de la teoría a partir de los estudios fundacionales. El problema de investigación giró en torno a ¿quién fija la agenda pública? y ¿en qué condiciones? cuyo principal hallazgo fue el primer nivel del establecimiento (nivel de los objetos) sobre todo en periodos electorales.

La segunda etapa se caracteriza por el descubrimiento de las condiciones que intervienen en la fijación de la agenda (Casermeiro, 2003).

En la tercera fase toma importancia el nivel subjetivo en que se presenta la noticia, las imágenes que configuran el mensaje mediático y la comprensión de la audiencia sobre el mismo. Se demostró la influencia de los medios en decirles a los individuos cómo pensar sobre los asuntos, lo cual introdujo el segundo nivel de agendación o nivel de los atributos.

En la cuarta ocurrió un giro hacia la conformación de las agendas mediáticas a través de la pregunta *¿quién fija la agenda de los medios?* la cual amplificó la teoría a todo el proceso de la comunicación (Vara, 2001).

La más reciente fase de investigación (quinta etapa) estudia con más exactitud las consecuencias del proceso de establecimiento de agenda en las actitudes y opiniones de los individuos (McCombs, 2006). Existe un vínculo estrecho de la teoría con otras disciplinas como la Psicología, la Sociología y las Ciencias Políticas. En esta etapa pueden delimitarse subcampos en la investigación que relaciona los efectos de la transferencia de los temas con el contexto socio-cultural y psicológico individual y grupal.

Muñiz et. al. (2016) detallan líneas de investigación en esta etapa como son la preocupación por los efectos en el sistema cognitivo individual a nivel micro y en el entramado social (*agenda melding, memory setting* entre otras perspectivas), la relación entre las agendas mediáticas (*intermedia agenda setting*) y su composición (*agenda surfing, agenda cutting*) y la influencia de diversas agendas sobre los medios o la agenda pública.

Desde el punto de vista metodológico, entre las nuevas tendencias pueden mencionarse la expansión del concepto de necesidad de orientación como variable influyente en la conformación de la agenda pública, la modelación desde la perspectiva políticos-medios y medios-público, el estudio del tercer nivel de agenda y la migración de la teoría al entorno digital (Muñiz *et. al.*, 2016).

Como se ha expuesto, el concepto de agenda setting se ha expandido al proceso de conformación de las agenda mediática y política (construcción de la agenda) y las mediaciones sobre el contenido mediático (Cervantes, 2001). La disertación en curso, a tono con los objetivos propuestos, se enfoca en los factores intervinientes en el establecimiento de la agenda mediática.

### **Factores que intervienen en la selección de la agenda pública (agenda setting)**

La fijación temática no es una transferencia rígida, direccional y proporcional en tanto existen factores que pueden determinarla al exterior del proceso. Estos factores se han denominado como "condiciones contingentes" (Vara, 2001; Rodríguez, 2004; McCombs y Valenzuela, 2014).

Entre los más relevantes se encuentra la naturaleza de los temas. En este aspecto se ha demostrado que respecto a los asuntos experienciales la influencia de los medios está limitada por la vivencia cotidiana de los individuos, contrario a los asuntos no experienciales en los cuales con frecuencia los medios constituyen la fuente principal de la información (Muñiz, 2007).

Varios estudios de Agenda Setting han demostrado que cuando los temas desconocidos (no experienciales) están presentes en los contenidos informativos de los medios, la correlación entre agendas es significativamente mayor. Este efecto puede deberse a la mayor prominencia de los temas, lo que genera mayor incertidumbre en las personas respecto a ese asunto y, por tanto, una mayor necesidad de orientación (McCombs y Evatt, 1995).

También se ha observado diferencias respecto a los resultados correlativos entre las agendas de distintos tipos de medios y la agenda pública. En este sentido, la mayor cantidad de estudios ha tomado como ejemplo a la prensa plana y a la televisión, demostrando una mayor influencia de la última en función de la inmediatez; y un mayor efecto en la fijación temática de la prensa respecto a la profundidad en que se trata la noticia (Vara, 2001).

La necesidad de orientación, por ejemplo, incide en la exposición de los individuos a los medios y por ende en su influencia. Cuanto mayor es la necesidad de orientación de un individuo, más probable resulta que preste atención a los medios de comunicación (Rodríguez, 2004).

Por otro lado, se demostró que los individuos con alto consumo de medios tienden a mantenerse informados de las noticias diarias como compromiso de "deber civil" y a ser "líderes en una comunidad" (Casermeiro, 2003). La magnitud

de uso de los medios, por tanto, correlaciona positivamente con el establecimiento de la agenda (McCombs, 2006).

La credibilidad atribuida por los individuos al medio al que se exponen resulta uno de los factores más decisivos, pues es de lógica asumir que si la gente ve de forma positiva (creíble) la información de los medios, ellos mismos se expongan a éstos y sean fuertemente influenciados por sus mensajes (Wanta, 1997).

Por otra parte, múltiples estudios han descubierto la influencia de la comunicación interpersonal en la fijación de la agenda pública y mediática, por lo que no pocos autores la incluyen dentro de las "condiciones contingentes" (Tamayo y Carrillo, 2005; McCombs, 2006).

Resulta importante aclarar que las tendencias descritas no constituyen un dogma, sino por el contrario, la multiplicidad de estudios de Agenda Setting a lo largo y ancho del mundo ha demostrado que la influencia mediática varía de acuerdo con la organización política, social, y cultural de las regiones. La novedad de los estudios de agendación en Cuba exige de investigaciones que expliquen la influencia de las condiciones contingentes en la relación entre las agendas mediática y pública a fin de propiciar una comprensión integral de la fijación temática en el contexto nacional.

### **El público santiaguero y el sistema de medios en Cuba**

La provincia de Santiago de Cuba es la segunda ciudad más importante del país. Posee una población estimada de 1 056 355 habitantes, de ellos 750 528 se encuentran distribuidos en el municipio cabecera del mismo nombre, a través de los 29 consejos populares y 6 distritos gubernamentales (el distrito José Martí, el 26 de Julio, Antonio Maceo, Abel Santamaría, René Ramos Latour y Frank País García) que conforman su organización territorial.

El municipio Santiago de Cuba se caracteriza por un desarrollo económico diversificado, principalmente en la producción de la industria alimentaria y de materiales de la construcción aportando cifras considerables a la producción mercantil.

En los últimos años la provincia ha experimentado diversos acontecimientos que han incidido de forma paulatina en los modos de vida las personas, relacionados con transformaciones socioeconómicas, en un contexto determinado por la ampliación de los escenarios de socialización y de las interacciones de los sujetos a partir del incremento del turismo, el proceso de actualización del Modelo económico y social cubano y la implementación de los Lineamientos de la política del Partido Comunista de Cuba.

Estos componentes, emanados del contexto político y mediático de la provincia, han influido en la conformación de la agenda pública y en los hábitos y rutinas cotidianas. Estudios previos (Caballero, 2015) explican que esta agenda se conforma principalmente por temas de tipo experiencial con un marcado carácter



económico y social, cuya permanencia en el tiempo es alta debido a que constituyen problemas materiales sin solución inmediata. Ello condiciona que los objetos permanezcan durante años consecutivos, a pesar de que su jerarquización en la agenda varíe.

Entre los principales reclamos ciudadanos figuran objetos como la Alimentación, la Recreación, el Transporte, la Salud Pública, la Vivienda y los Salarios, que aún no encuentran un reflejo crítico en la prensa cubana y local (Colunga, 2011). Sobre este aspecto, el investigador y periodista cubano José Ramón Vidal (González, 2016) señala que "en los medios cubanos hay que cambiar la manera en que se construye la agenda informativa, no puede seguir siendo dictada desde el Gobierno y el Partido, tiene que ser una agenda con la autonomía suficiente como para hacer una lectura responsable de aquello que se llama la agenda pública" (González, 2016, p. 9).

La percepción acerca de la disonancia temática entre medios y audiencia en el país transita actualmente por un diálogo interdisciplinar que implica la transformación del modelo de gestión en los medios de comunicación, incidir en las prácticas y rutinas al interior de estos, de sus criterios de noticiabilidad, su estrategia de selección de fuentes, hasta el marco legal para poder ejecutar la profesión periodística en el contexto comunicativo cubano, al tomar en cuenta los elementos antes mencionados sobre la relación inter-agendas (Elizalde, 2013; Batista, 2013; Vidal, 2017).

### Metodología

La investigación asume como perspectiva metodológica el paradigma mixto de investigación el cual posibilita el abordaje profundo e ilustración y clarificación del fenómeno desde una visión holística. Para ello se asumió un diseño explicativo secuencial (DEXPLIS) (Hernández *et. al.*, 2014), con el cual una fase cuantitativa es explicada a partir de otra fase eminentemente cualitativa. El carácter longitudinal del estudio posibilitó establecer comparaciones entre los resultados encontrados en cada periodo y formular generalizaciones con alto grados de confiabilidad.

Respecto a los métodos generales, el dialéctico-materialista permitió establecer generalizaciones a partir del entendimiento del fenómeno desde un enfoque histórico, abarcador y con especial atención a las múltiples relaciones que lo componen en su globalidad. El método sistémico estructural permitió el entendimiento del objeto y campo de investigación como un conjunto de partes funcionales conformadoras de un proceso general, útil para el abordaje particularizado y la integración de resultados en la conformación de un saber holístico.

En relación con los instrumentos, el análisis de contenido cuantitativo se utilizó para la determinación de las agendas mediáticas y el análisis de la reiteración de los asuntos en la agenda del público. El cuestionario permitió determinar los

objetos y atributos de la agenda pública, así como profundizar en las condiciones contingentes desde un punto de vista cuantitativo.

La observación estuvo orientada a la dinámica de composición de la agenda mediática y la agenda del público con el fin de descubrir tendencias y comprender las particularidades de las mismas. Asimismo se desarrollaron nueve sesiones de grupos de discusión destinadas a profundizar en las causas subjetivas del proceso de establecimiento. Por su parte, la determinación estadística de la asociación entre las agendas fue calculada a través del coeficiente de correlación de Spearman, el cual ha sido de probada efectividad en los estudios de agenda (McCombs, 2006; Muñiz, 2007).

La muestra utilizada para la determinación de la agenda pública y la intervención de algunas condiciones contingentes es de tipo probabilística<sup>1</sup> (330 personas) aleatoria simple con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Se encuestaron a personas residentes en el municipio Santiago de Cuba independientemente de su procedencia social, grupo etario o área urbana de residencia pues no se persiguió el estudio socio-demográfico de la población. Sin embargo, estas cuestiones sí fueron valoradas en los grupos de discusión a fin de lograr un balance en la composición de los sujetos con el objetivo de propiciar la diversidad de miradas sobre el fenómeno, aunque como se recalcó, no es objetivo del estudio la definición de diferencias entre los grupos sociales. En la siguiente figura puede consultarse su composición:

**Figura 1:** Composición de los Grupos de Discusión.

Número del Grupo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
<b>Cantidad de personas</b>	8	6	5	5	8	8	5	7	5	57
<b>División por sexo</b>										
Hombres	3	2	2	1	2	2	1	4	2	19
Mujeres	5	4	3	4	6	6	4	3	3	38
<b>División respecto a la ocupación</b>										
Estudiantes	3	3	5	0	8	8	0	1	2	30

<sup>1</sup> Los criterios de exclusión, sin embargo, tuvieron en cuenta a las personas discapacitadas mentales, a aquellos menores de 18 años y a los mayores de 70. Los datos fueron provistos al investigador en la Oficina Municipal de Planificación Física.

Trabajador	2	0	0	5	0	0	5	4	0	16
<b>Estatal</b>										
Cuentapropistas	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Jubilado	2	1	0	0	0	0	0	0	1	4
Ama de casa	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2
Desvinculado Laboral	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>División respecto al nivel escolar</b>										
Secundario	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Preuniversitario	3	4	5	2	8	8	1	2	1	34
Universitario	1	0	0	2	0	0	2	3	2	10
Técnico Medio	2	1	0	1	0	0	0	0	2	6
Obrero Calificado	2	1	0	0	0	0	1	2	0	6
<b>División respecto a la edad</b>										
Entre 18 y 25 años	3	4	5	1	8	8	0	2	0	31
Entre 26 y 40 años	1	0	0	2	0	0	1	2	1	7
Entre 41 y 60 años	2	1	0	2	0	0	3	1	3	12
Entre 61 y 70 años	2	1	0	0	0	0	1	2	1	7
Lugar	Distrito José M.	Distrito Antonio M.	Reperto Flores	Universidad de Oriente	Universidad de Oriente	Universidad de Oriente	Universidad de Oriente	Reperto Sueño	Reperto Flores	-

	nte					Ori ent e	Ori ent e			
<b>Duración</b>	25 min.	31 <i>min.</i>	32 min.	29 min.	30 min.	25 min.	29 min	27 min.	31 min	-
<b>Fecha</b>	01/0 2/15	05/02/ 15	13/0 2/15	14/0 2/15	14/02/ 15	17/ 02/ 16	19/ 02/ 16	20/0 2/16	25/ 02/ 16	-

**Fuente:** Elaboración propia.

Respecto a los medios se analizó el 100% de las emisiones y tiradas entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.

El estudio se sustenta en la premisa de que *las informaciones internacionales pueden categorizarse como temáticas no experienciales para el público general. En este sentido los medios constituyen la principal fuente de información y por tanto tienen mayores posibilidades de establecer los objetos y atributos en la agenda del público.*

Se entiende como categoría analítica a la agenda concebida como la lista de asuntos prioritarios sobre los que se dirige atención (Casermeiro, 2003). Las dimensiones se particularizan en los objetos que son temas generales que las componen y los atributos que manifiestan las cualidades de cada objeto. Los atributos sustantivos expresan la descomposición particularizada de los objetos y, los atributos afectivos, la categoría actitudinal con que se encuadran (Positivo, Neutro y Negativo) (Muñiz, y Fonseca, 2015).

La otra categoría analítica son las "condiciones contingentes", entendidas como aquellos factores que bajo determinadas circunstancias pueden inhibir o potenciar el establecimiento de la agenda mediática (Rodríguez, 2004; McCombs, 2006). Para su estudio se dividieron en Factores Relativos a los Medios y los Factores Psicológicos y Conductuales. Entre los primeros figura el tipo de medio y el tipo de tema. Entre los segundos se encuentran la Necesidad de Orientación, la Credibilidad del medio, la Magnitud de Uso de los Medios, el Interés por las Noticias Internacionales, la Cantidad de Asuntos Agendados por el Público de Forma Individual y las Fuentes para Adquirir la Información Internacional. Se asumen las definiciones de estas categorías presentadas por Muñiz et. al. (2015b).

La recogida de los datos tuvo carácter secuencial. Primero una parte cuantitativa se encargó de medir la asociación entre las agendas a través de correlaciones y luego una fase eminentemente cualitativa profundizó en la explicación de los resultados. Dado el carácter longitudinal del estudio, la recogida de los datos se

realizó en dos momentos, el primero analizó la etapa comprendida entre enero y marzo de 2015, y el segundo, igual periodo de 2016. Los resultados generados en cada periodo fueron triangulados en una etapa posterior.

Los autores se adscriben a la interpretación del coeficiente de correlación ofrecida por Colunga (2011). En la primera fase del estudio (Fase Cuantitativa) se definieron hipótesis de investigación en cada caso.

## Resultados

### Composición de las agendas mediáticas

*H1: Las agendas mediáticas del Noticiero Nacional de Televisión y el periódico Granma muestran una composición similar de objetos y atributos y su relevancia entre enero y marzo del 2015 e igual periodo del 2016.*

*Ha:  $\rho > 0$*

*Ho:  $\rho < 0$*

Los asuntos destacados por las agendas del Noticiero Nacional de Televisión y el periódico Granma en los periodos de estudio evidenciaron sostenibilidad en el tiempo al mostrar similitud respecto a su composición.

Durante el primer periodo las agendas encuadraron un total de 17 objetos de los cuales solamente Religión no estuvo presente en la agenda del diario Granma. Sin embargo, esta característica no fue reiterada durante el 2016, en el cual se encuadraron los mismos asuntos en ambas agendas.

De los 17 objetos presente en las agendas durante las etapas de pesquisa, solamente unos pocos lograron captar la mayor atención sobre sí. En este sentido los siete primeros asuntos destacados por el Granma en el primer periodo representan el 78% del total de menciones, mientras que los del Noticiero de Televisión el 77%. Durante la segunda etapa los siete primeros temas del periódico representaron el 71% y los del telediario el 74%.

Estas cifras corroboran lo expresado por la teoría en la arena internacional de que solamente unos pocos temas logran captar la mayor atención sobre sí (McCombs, 2006). Esta característica también se puede encontrar en la composición de la agenda pública como se expondrá más adelante.

La coincidencia de los objetos en las agendas estudiadas prueba en una primera instancia la hipótesis (H1), sin embargo existen diferencias constatables respecto a la relevancia con que cada medio jerarquizó tanto objetos como atributos.

Durante la primera etapa de investigación puede notarse que de los diez primeros asuntos de la agenda del telediario solamente no coinciden entre estos rangos en el Granma los asuntos Ciencia y Tecnología y Salud. Las mayores diferencias respecto a la relevancia de los temas entre las agendas (en tres o más rangos) se hicieron más profundas entre los objetos Ciencia y Tecnología, Relaciones

Internacionales, Procesos Políticos, Turismo, Salud y Organizaciones. Durante el 2016 las diferencias fueron mayores al presentarse entre 9 asuntos. En este sentido las correlaciones establecidas a nivel de los objetos expresan un valor moderado en el primer periodo (0,535\*) y bajo durante el segundo (0,392\*\*).

Las coincidencias a nivel de los objetos indica que ambos medios construyen sus agendas en torno a una misma fuente, sin embargo existe cierta independencia en cómo se les otorga relevancia a los asuntos, de acuerdo con el resultado de las correlaciones expuestas.

Esta situación se presentó de forma similar a nivel de atributos sustantivos lo cual prueba a media la hipótesis planteada (H1), pues aunque los temas se repiten, su relevancia fue indistinta. En este aspecto las correlaciones de los atributos sustantivos manifiestan niveles asociativos altos en el 2015 (0,691\*\*) y bajos durante el 2016 (0,385\*).

Las mayores coincidencias encontradas fueron entre los atributos afectivos los cuales presentaron valores correlativos similares en ambos periodos. Los positivos manifestaron niveles altos (0,662\*\* y 0,784\*\* respectivamente), mientras que los negativos, correlaciones bajas (0,276\* y 0,291\*). Por su parte los atributos neutros arrojaron correlaciones moderadas durante la primera etapa (0,579\*) y alta durante la segunda (0,769\*\*)<sup>2</sup>.

Las coincidencias entre los valores asociativos de las agendas mediáticas prueba la hipótesis (H1) en su totalidad para los atributos positivos y neutros, pues los medios presentaron un mismo patrón para el encuadre actitudinal de los objetos y su jerarquización.

### Composición de la agenda pública

*H2: Los temas y los atributos desatacados por la agenda pública entre enero y marzo de 2015 se repiten en igual periodo de 2016.*

*Ha:  $\rho > 0$*

*Ho:  $\rho < 0$*

La agenda pública de temas internacionales entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016 encuadró los mismos objetos. Durante la primera etapa de la investigación fueron incluidos 15 asuntos, a diferencia de la segunda, en la cual se excluyeron los Eventos, Desastres, Historia y Organizaciones. El resto de los 11 temas generales de la agenda pública en el periodo estudiado de 2016 coincide con los de la etapa anterior.

---

<sup>2</sup> Las correlaciones marcadas (\*) son significativas al nivel 0.05 bilateral; en tanto las restantes (\*\*) son significativas al nivel 0.01 bilateral.

Los asuntos presentes en la agenda pública del primer periodo que no fueron destacados en el segundo, ocuparon los últimos puestos en el 2015 lo cual sugiere cierta marginalidad de los mismos en la conformación de la agenda pública.

Los temas más destacados en el 2015 (Relaciones Internacionales, Conflictos y Procesos Políticos respectivamente) agruparon el 70,5% del total de menciones, lo que ratifica el criterio de que unos pocos temas logran captar la atención del público (Vara, 2001; Casermeiro, 2003; Rodríguez, 2004). Esta situación se mostró similar durante el segundo periodo en el cual los primeros objetos (Relaciones Internacionales, Procesos Políticos y Salud) agruparon el 60% de las menciones.

Lo expuesto indica el cumplimiento de la hipótesis planteada (H2), pues en ambas etapas se reiteran los asuntos en la agenda pública. Sin embargo existen diferencias de acuerdo con la forma en que los individuos le otorgaron relevancia como muestra el resultado de sus correlaciones (Figura 1).

Al igual que los objetos, los atributos sustantivos, mostraron coincidencia. Los 25 atributos destacados en la segunda etapa se encuentran entre los 50 del primer periodo. Empero, puede notarse una diferencia porcentual del 50% entre las agendas de atributos, lo cual ratifica el criterio de que solo unos pocos asuntos logran captar la atención del público (McCombs, 2006).

A nivel de atributos sustantivos la hipótesis (H2) se cumple pues el 100% de los atributos destacados en la agenda pública del segundo periodo se encontraron en la del primero.

Respecto a los atributos afectivos existe una coincidencia en ambas etapas de estudio en relación con el porcentaje de cada categoría actitudinal. En este sentido los atributos positivos representaron el 43% del total de menciones en el 2015 y en la segunda etapa el 44%. Por su parte, los atributos negativos le siguieron en relevancia con un 37% y un 35% en ambos periodos respectivamente. Mientras que los neutros mantuvieron el 20% y el 21% en cada caso. Lo expuesto prueba la hipótesis esbozada (H2) a nivel de atributos afectivos al mostrarse una jerarquía equivalente en cada caso.

El resultado de la correlación entre las agendas públicas estudiadas expresa que su composición se desarrolla de forma homogénea y estable debido a los resultados altos y moderados en su mayoría (Figura 1) y a la coincidencia de objetos y atributos en ambos periodos.

**Figura 2:** Correlación entre los objetos y atributos de la agenda pública de temas internacionales entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.

	Valor de la correlación	Interpretación
Objetos	0.758**	Alta
Atributos sustantivos	0.248	Baja
Atributos Positivos	0.542*	Moderada
Atributos Neutros	0.530*	Moderada
Atributos Negativos	0.677*	Alta

\* Esta correlación es significativa a nivel 0.05 bilateral.

\*\* Esta correlación es significativa a nivel 0.01 bilateral.

Fuente: Elaboración propia.

### Correlación entre la agenda mediática y la agenda pública

Para conocer la influencia estadística de los medios estudiados en su conjunto sobre la agenda pública se determinó una Agenda Mediática General en cada periodo. Pudo observarse respecto a su composición, cierta homogeneidad entre las mismas al tratar un número similar de menciones (1 053 en el 2015 y 1 037 en la segunda etapa) en objetos similares (17 objetos) y escasas diferencias en el número de atributos sustantivos (73 en el primer periodo y 66 en el segundo).

Es necesario destacar que en relación a los atributos afectivos existe una contradicción respecto a otras investigaciones (Castro Morales, 2008; Rosabal y Gallego, 2010; García Luis, 2013) en las cuales se ha señalado el encuadre de las informaciones afectivas negativas sobre las neutras y las positivas en los medios, contrario a lo sucedido durante los periodos de pesquisa del presente estudio.

*H3: La correlación entre la Agenda Mediática General y la Agenda Pública en los periodos estudiados presenta índices significativos a nivel de objetos y atributos lo cual indica una elevada influencia.*

*Ha:  $\rho > 0$*

*Ho:  $\rho < 0$*

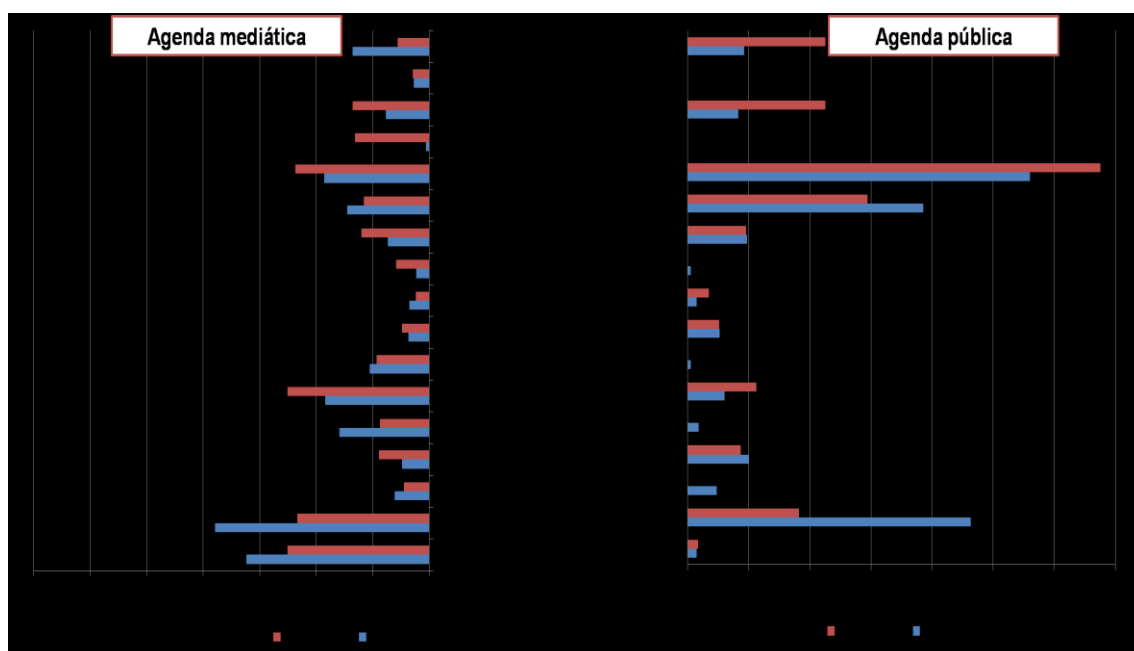
En el primer periodo, la composición de la agenda pública, integró 15 objetos, los cuales coinciden en su totalidad con los de la agenda mediática general, a diferencia de los asuntos Solidaridad Internacional y Religión que no se encontraron entre los destacados.



Durante el segundo periodo los 11 objetos incluidos por el público como asuntos relevantes aparecen en las agendas mediáticas, sin embargo, el número de objetos ausentes ascendió a seis (Eventos, Desastres, Historia, Organizaciones, Religión y Solidaridad Internacional). Debe resaltarse que los objetos citados ocuparon los puestos menos relevantes de las agendas mediáticas lo que sugiere que, de los temas destacados por los medios, el público logra prestar atención a solo una parte de los mismos, como se profundizará al analizar la cantidad de temas agendados por la audiencia.

La Figura 2 muestra una comparación entre los objetos presentes en la agenda mediática general y la agenda pública de cada periodo. En este sentido puede apreciarse que a pesar de coincidir la mayor cantidad de asuntos en ambas agendas, la relevancia otorgada a la mayoría de ellos se manifiesta en sentido inverso, lo que afecta el resultado de sus correlaciones como se analizará más adelante (Figura 3) y lo cual contradice hasta cierto punto el planteamiento de la hipótesis (H3).

**Figura 3:** Niveles de ocurrencia de los objetos presentes en la Agenda Mediática General y la agenda pública de temas internacionales entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.



**Fuente:** Elaboración propia.

De igual forma, los atributos sustantivos destacados por la agenda del público durante las etapas de investigación mantienen elevada coincidencia con los de la agenda mediática, aunque se presentan en un número menor. En este sentido los atributos destacados por la agenda pública en el 2015 representan el 71% de los mencionados por los medios, mientras que los del 2016 representan el 36%. Estos porcentajes ratifican la premisa de que los individuos únicamente asumen como

relevantes un número reducido de objetos y atributos sustantivos difundidos por los medios.

Durante el 2015, de los 50 atributos sustantivos señalados en la agenda pública, solamente tres (Remesas, Prostitución y Personalidades) no coincidieron con los mencionados por los medios. Durante el 2016 el total de atributos sustantivos coincidió con los de la agenda mediática general, sin embargo el número de atributos se redujo en un 50% (25 atributos). Nótese que la relevancia de los atributos afectivos encuadrados por la audiencia se manifiesta en sentido inverso a los de los medios (epígrafes anteriores).

La situación descrita indica que existe un patrón desigual para otorgar relevancia a los atributos afectivos en la dinámica de conformación de la agenda mediática y en la agenda pública. También sugiere que es más probable que se establezcan con mayor facilidad los atributos positivos y negativos que los neutros, de acuerdo con la operatividad de determinados factores relativos al establecimiento de la agenda mediática. Esta cuestión fue corroborada cualitativamente durante las entrevistas grupales, pues los individuos manifiestan necesitar que los medios le expresen cómo pensar sobre los asuntos que le son ajenos a su experiencia, como se analizará más adelante.

Para comprobar la determinación mediática sobre el público se establecieron correlaciones cuyos resultados expresan el nivel de asociación entre las agendas mediática y pública, si bien la coincidencia de los temas entre las mismas y el uso de los medios como principales fuentes de información demuestran la existencia de cierto nivel de influencia mediática.

**Figura 4:** Correlación entre la agenda mediática general y la agenda pública de temas internacionales entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.

	Agenda Mediática General/Agenda pública			
	2015	Interpretación	2016	Interpretación
Objetos	0,406	Moderada	0,196	Muy baja
Atributos sustantivos	0,348	Baja	0,385	Baja
Atributos Positivos	0,662**	Alta	0,554*	Moderada
Atributos Neutros	0,276	Baja	0,038	Muy baja
Atributos Negativos	0,579	Moderada	0,368	Baja

\* Esta correlación es significativa a nivel 0.05 bilateral.

\*\* Esta correlación es significativa a nivel 0.01 bilateral.

**Fuente:** Elaboración propia.

A diferencia de lo descrito por la Teoría de la Agenda Setting en el mundo (Vara, 2001; Castro, 2014; McCombs y Valenzuela, 2014) acerca de la influencia significativa de las noticias no experienciales difundidas por los medios sobre el público, en el caso que estudiamos, los niveles correlativos fluctúan entre moderados y muy bajos. Esta fue la situación encontrada en el primer periodo, cuestión recrudescida durante el segundo en el cual se muestran niveles asociativos ínfimos. Estos resultados limitan el cumplimiento de la hipótesis trazada (H3) a nivel de objetos y atributos.

Los resultados que se exponen en el presente informe no contradicen del todo la premisa fundamentada de que los medios establecen los asuntos y su relevancia para el público. Por el contrario, confirman ciertas disfunciones del sistema de comunicación mediática en el país, explicadas en la mediación de diversos factores intrínsecos al proceso de establecimiento de la agenda (condiciones contingentes).

A través del análisis de las condiciones contingentes en el proceso de establecimiento de la agenda mediática (fase cualitativa de la investigación) pudo constatarse diversas causas que explican el resultado de las correlaciones, como se expondrá en lo adelante.

### **Condiciones contingentes en el proceso de establecimiento de la agenda mediática**

La revisión de la literatura en el espacio internacional sobre la materia y, sobre todo, de los estudios en Cuba, posibilitaron encauzar la segunda etapa de investigación partiendo de la premisa de que determinadas condiciones contingentes intervienen más que otras en el establecimiento (Casermeiro, 2003; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006; Valido, 2012; Caballero, 2015; Albear, 2015; entre otros).

A través de la observación de la composición de las agendas mediáticas y de la interacción con el público durante la aplicación de las técnicas de recolección de datos se establecieron dos hipótesis cualitativas que configuraron el análisis de las condiciones contingentes en aquellos factores que potenciaron el establecimiento de la agenda mediática y los que la limitaron.

### **Factores que posibilitaron el establecimiento de la agenda mediática**

#### **Tipo de tema**

De acuerdo con el tipo de tema los resultados cuantitativos y cualitativos indican la existencia de un marcado conflicto entre lo internacional y lo nacional que

afecta la forma en que se agendan los asuntos (encuadre y jerarquización) tanto en los medios como en el público.

Aunque la menor cantidad de atributos afectivos recayó en los negativos, la observación de la composición de las agendas mediáticas manifiesta un negativismo de trasfondo en las informaciones, situación con la que se contribuye a legitimar como positivo el contexto nacional. También la audiencia tiende a otorgar relevancia a las noticias de acuerdo con su posible repercusión en el contexto experiencial, según se demostró en el análisis cualitativo de los grupos de discusión: *"Lo más importante para nosotros es conocer cómo nos afectan directamente, cómo afectan la vida cotidiana"* (Grupo de discusión 3, hombre, estudiante, 13 de febrero de 2015).

Nótese que entre los asuntos más destacados en la agenda pública durante los periodos de estudio figuraron aquellos que los individuos creyeron más relevantes o que de alguna forma tenían que ver con Cuba, contrario a las presentadas por los medios. Esta situación ocurre a nivel de objetos y atributos sustantivos (ver Figura 2) y por tanto explica y configura la forma en se reinterpreta la relevancia de los temas. La cuestión que se describe ofrece también información valiosa para entender la formación de la agenda pública de temas internacionales.

En este sentido, en las técnicas grupales se observó esta tendencia como sintetiza el siguiente criterio: *"En el caso de las noticias internacionales es necesario conocer los temas que afectan directamente al país. No creo que todo nos afecte, como las guerras, lo que sí nos puede afectar es la economía o el petróleo"* (Grupo de discusión 9, mujer, ama de casa, 25 de febrero de 2016).

El fenómeno descrito trasciende al resto de las condiciones contingentes y por tanto delimita la forma en que las últimas intervienen en el establecimiento. Para caracterizar esta relación entre lo nacional-internacional (experiencial- no experiencial) se ha decidido nombrarlo Fenómeno de la Bella y la Bestia, atendiendo a constantes comparaciones de los individuos con la fábula. En este sentido, el conflicto manifiesto en el Fenómeno de la Bella y la Bestia está relacionado también con el encuadre positivo de la realidad nacional por parte de los medios, en detrimento del enfoque negativo de trasfondo con que se presenta la realidad mundial: *"Con frecuencia en los medios lo que se dice sobre Cuba es todo muy bueno, cuando se habla del mundo todo es malo; pero yo creo que el problema está en que debe haber un balance de ambas partes"* (Grupo de discusión 5, mujer, estudiante, 14 de febrero de 2015).

Al posicionarse las temáticas estudiadas como lejanas a la experiencia directa de los individuos factores como el interés hacia las noticias, la necesidad de orientación y la exposición a los medios como fuentes primigenias del público para obtener información, se magnifican y, por tanto, se posibilita el establecimiento de la agenda mediática. En este sentido la tipología de los asuntos influyó positivamente en el establecimiento de la agenda mediática.

### Fuentes para adquirir la información internacional

De forma cualitativa, a través de las técnicas de los grupos focales, pudo establecerse qué fuentes resultaron más comunes para informarse sobre las noticias internacionales. En sentido general se mencionaron 17 fuentes posibles que fueron referidas por los entrevistados en ambos periodos de pesquisa.

El análisis de lo expresado por los individuos permite su clasificación en fuentes formales e informales. Entre las primeras figuran el diario Granma y el Noticiero Nacional de Televisión, Noticiero Al Medio Día, Revista Informativa Buenos Días, los diarios Juventud Rebelde, Trabajadores, y los espacios de las emisoras Radio Revolución, Radio Rebelde, Progreso, los sitios digitales Granma digital, CubaDebate y CubaSí. Entre las fuentes informales se mencionaron las conversaciones, el consumo informal de audiovisuales conocidos como "El paquete", matutinos y vespertinos y los turnos de debate en el caso de los estudiantes.

En todas las sesiones grupales se pidió a los participantes que mencionaran cuál era la fuente más importante, pregunta en la que unánimemente se respondió que los medios de comunicación, por lo que puede decirse que estos constituyen la fuente directa. Entre ellos los más usados son los medios escogidos para el presente estudio, lo cual explica la coincidencia de los asuntos entre las agendas mediática y pública.

Sin embargo, el uso de las fuentes informales está asociado con el contraste de la información presentada por los medios de comunicación lo que comprueba ciertas tendencias orientadas hacia la falta de credibilidad en el contenido de los medios, como se sintetiza la siguiente opinión: *"Por lo general nos enteramos por los medios nacionales lo que sucede en el mundo, pero siempre hay alguien que sabe algún detalle que vio en un programa de El Paquete o en internet y eso sirve para que nos hagamos una idea más completa o diferente de la que nos presentaron los medios"* (Grupo de discusión 4, mujer, trabajador estatal, 14 de febrero de 2015).

### Efectos producidos por los medios de acuerdo a su tipología

Respecto a la influencia de los medios estudiados por separado en la agenda pública se encontraron particularidades como muestra la siguiente tabla.

**Figura 5:** Correlación entre las agendas mediáticas del Noticiero Nacional de Televisión y el periódico Granma y la agenda pública entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.

Granma/Agenda pública				NTV/Agenda pública			
2015	Interpretación	2016	Interpretación	2015	Interpretación	2016	Interpretación
0,19 3*	Baja	0,18 6*	Muy baja	0,673 **	Alta	0,58 9*	Moderada

\* Esta correlación es significativa a nivel 0.05 bilateral.

\*\* Esta correlación es significativa a nivel 0.01 bilateral.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran un nivel estable de asociación entre las agendas mediáticas y la agenda pública en las etapas de investigación (Bajo y Muy bajo del Granma respectivamente, y Alto y Moderado del Noticiero) lo cual corrobora una mayor influencia del noticiero sobre el público, pues no solo estableció los temas importantes del momento, sino también su relevancia. Esta cuestión se ratifica en el análisis del nivel de exposición del público al contenido de cada medio como se explicará posteriormente.

La explicación de los resultados correlativos expuestos tiene que ver con la forma con que los individuos usan los medios. En este sentido las técnicas grupales pudieron constatar que el Noticiero constituye la fuente directa de la información, sin embargo el Granma está relacionado con la búsqueda de la noticia argumentada, como muestra la siguiente intervención: *“Con el NTV casi siempre yo me entero de lo que pasa en el mundo, pero cuando leo el Granma puedo entender realmente la noticia, es mucho más profundo y puede leerse y releerse si no se entiendo algo, contrario al noticiero”* (Grupo de discusión 1, hombre, trabajador estatal, 1 de febrero de 2015).

La situación descrita fue corroborada a través de la observación de la dinámica de las agendas mediáticas, pues con frecuencia, los asuntos relevantes aparecieron con varios días, e incluso semanas de antelación en el Noticiero antes que en el Granma, cuestión presentada durante los dos periodos de pesquisa. También pudo observarse que varios asuntos que fueron destacados por el noticiero aparecieron en la agenda pública antes que en el periódico.

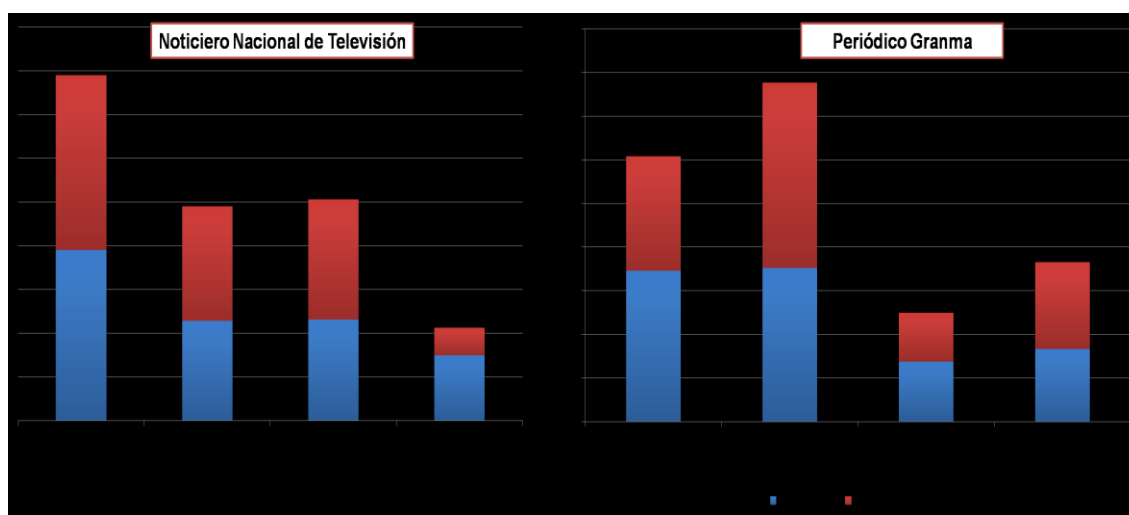
Los resultados en esta materia se corresponden con los encontrados en la arena internacional (McCombs, 2006; Muñiz, 2007; Castro, 2014 entre otros) y contribuyen con su esclarecimiento.

### Nivel de exposición al contenido de los medios

La premisa consolidada de que a mayor exposición a los medios, mayor efecto de establecimiento de la agenda mediática (McCombs y Evatt, 1995; Casermeiro, 2003; Muñiz, 2007) fue comprobada durante la presente investigación.

En este sentido el nivel de exposición al Noticiero Nacional resulta cuantitativamente superior al Granma, como se muestra en la Figura 5.

**Figura 6:** Magnitud de uso semanal del periódico Granma y el Noticiero Nacional de Televisión entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.



**Fuente:** Elaboración propia.

En su conjunto puede notarse que el nivel de exposición a los medios es moderado lo cual contribuye a explicar los resultados correlativos encontrados entre las agendas mediática y pública (Figura 3).

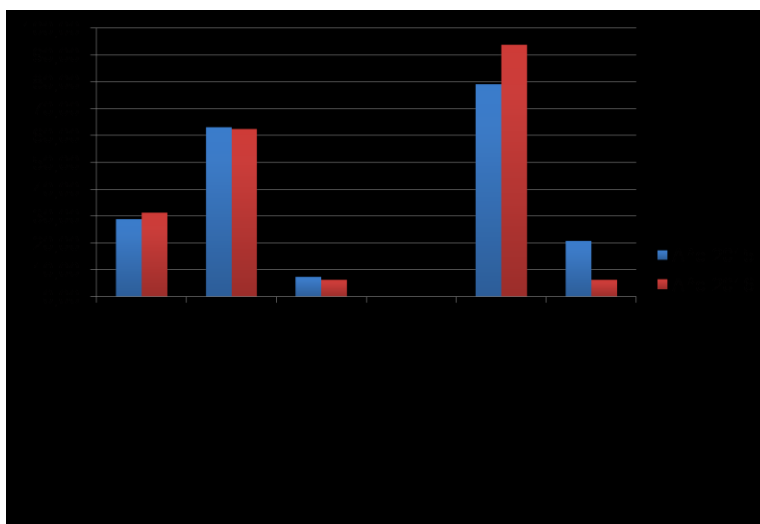
De acuerdo con las técnicas cualitativas la exposición al contenido emitido por el telediario y el plasmado en el periódico está relacionada con la accesibilidad. La mayoría de las personas habitan a cenar frente al televisor mientras observan el noticiero, o prefieren el soporte audiovisual, mientras que el acceso al Granma es frecuente a través de la intercesión de vecinos u otras personas suscritas al sistema de entrega de la prensa a domicilio y también por ejemplares entregados a los centros de trabajo o estudio.

Estas y otras condiciones antropológicas como la comunicación interpersonal intervienen tanto en el uso de cada medio como en su consumo, lo cual incide en la magnitud del establecimiento.

### Comunicación interpersonal

Durante los periodos de estudio el índice de conversaciones acerca de los temas internacionales se mantuvo elevado. En el primer periodo el 79% de los encuestados manifestó haber discutido acerca de este tipo de asuntos, mientras que en el segundo periodo el porcentaje ascendió hasta el 95% como muestra la Figura 6.

**Figura 7:** Frecuencia de la comunicación interpersonal sobre asuntos internacionales.



**Fuente:** Elaboración propia.

Las técnicas grupales aplicadas constataron los resultados estadísticos expuestos, lo cual permitió la fijación en la agenda pública de los temas relevantes de los medios a través de la discusión interpersonal.

Sin embargo, la estadística sobre el comportamiento general de las conversaciones sobre el tipo de temas estudiado evidencia su importancia de segundo plano ante otros temas de la realidad. En este sentido la mayor cantidad de personas manifestó discutir A Veces sobre estos asuntos.

En las entrevistas grupales se encontró como explicación para este asunto el hecho de que las noticias internacionales quedan relegadas a un segundo plano ante las nacionales a la hora de establecer discusiones públicas, lo cual ejemplifica la contradicción entre lo experiencial y lo no experiencial en el país (Fenómeno de la Bella y la Bestia): *"Casi siempre cuando se habla sobre los temas internacionales viene a colación por algún problema real en nuestro país como puede ser la Economía o las Relaciones Estados Unidos-Cuba y el Bloqueo"* (Grupo de discusión 3, mujer, estudiante, 13 de febrero de 2015).



Los temas más tratados por el público en las conversaciones fueron en ambos casos los primeros de la agenda pública, lo cual evidencia la influencia de esta condición en la conformación de la misma.

De acuerdo con las técnicas grupales aplicadas puede decirse que, al calor de las conversaciones, los individuos reinterpretaban, aunque en unos temas más que en otros, la relevancia de los asuntos propuestos por los medios. Esto demuestra el doble filo de la comunicación interpersonal en el establecimiento de la agenda mediática, como ejemplifica la siguiente opinión:

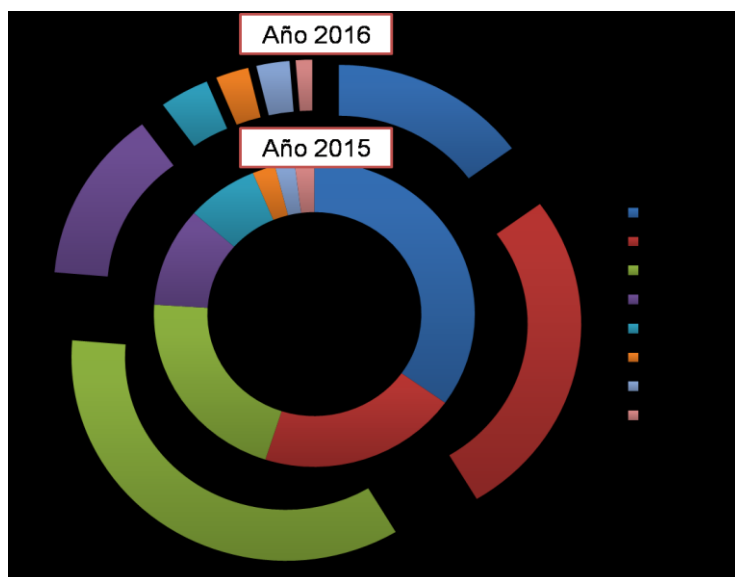
“En la calle se comenta lo que se dice en los medios, se somete a debate y a menudo la información que se discute se mira de otra manera porque siempre hay quien tiene un conocimiento más profundo o sepa algo que no se trató en las noticias” (Grupo de discusión 7, hombre, trabajador estatal, 19 de febrero de 2016).

### **Factores que limitaron el establecimiento de la agenda de los medios en la agenda pública**

#### **Cantidad de tópicos agendados individualmente por el público**

Los resultados del agendamiento individual de asuntos mostraron que solo una pequeña cantidad acapara la atención en coincidencia con las deducciones de pesquisa en la arena internacional (Rodríguez, 2004; McCombs, 2006). En este sentido la mayor cantidad de individuos agendó entre uno y tres tópicos (el 75% y 76% del total en ambos periodos respectivamente), aunque se demostró que el número de temas en la agenda individual puede ascender hasta ocho como se visualiza en la Figura 7.

**Figura 8:** Cantidad de temas agendados por los individuos durante los periodos de pesquisa.



**Fuente:** Elaboración propia.

Pudo constatarse tanto en los índices estadísticos como en las técnicas cualitativas que el limitado número de asuntos a los que los individuos pueden prestar atención imposibilita el agendamiento de la totalidad de asuntos encuadrados por los medios. Esta razón explica el alto número de objetos y atributos excluidos de la agenda pública, como se expuso con anterioridad.

Los filtros personales para el encuadre de los temas varían por cada individuo, aunque como generalidad se encontró que factores cívicos y humanos, así como la repercusión de los asuntos en el entorno experiencial, constituyen los más relevantes.

### **Interés hacia las noticias internacionales**

Aunque la mayor cantidad de personas manifiesta alto interés hacia las noticias internacionales, los filtros para el encuadre de los asuntos en la agenda pública y su relevancia redundan en la posible repercusión en el contexto experiencial principalmente. En este sentido se encontró como tendencia que *“todo el mundo tiene que informarse para estar alerta ante cualquier amenaza, no solo de ataque, sino también económica, social e incluso sobre la salud que nos pudiera afectar como país”* (Grupo de discusión 5, hombre, estudiante, 14 de febrero de 2015).

Resulta interesante el hecho de que las personas muestren interés hacia los asuntos internacionales como evasión de su realidad (entretenimiento) y como filtro y pauta para establecer evaluaciones del contexto cubano. Estas cuestiones distancian la agenda del público del contenido de los medios, el cual está orientado hacia intereses informativos principalmente. La razón descrita contribuye a explicar los índices correlativos encontrados entre las agendas mediática y pública. El siguiente criterio ejemplifica la cuestión:

“Se necesita saber qué sucede alrededor del mundo, por dónde se anda, pero en cambio, lo que se trata en los medios se enfoca hacia las cosas negativas y no nos muestran lo más importante que es qué cosa debemos mejorar” (Grupo de discusión 8, mujer, trabajador por cuenta propia, 20 de febrero de 2016).

Se hacen pertinentes nuevos abordajes enfocados a esta particularidad.

### **Actitud presentada hacia los medios**

De forma cualitativa se determinó la existencia de una actitud Ni favorable ni desfavorable respecto a los medios estudiados en su conjunto, cuestión comprobada cuantitativamente pues el 80% de los individuos seleccionó esta categoría actitudinal en la encuesta aplicada.

Este tema explica la orientación de los individuos hacia una limitada credibilidad respecto a las noticias presentadas o excluidas por los medios. La forma solapada en que los medios encuadran los asuntos experienciales (nacionales) afecta la forma con que los individuos asumen las noticias internacionales (Fenómeno de la Bella y la Bestia).

A pesar de eso, la mayoría de los individuos no catalogan como totalmente increíble la información presentada por los medios estudiados, sino que la ponen en duda, lo cual contribuye a explicar la reasignación de relevancia a los asuntos en la agenda pública como sintetiza el siguiente criterio: *“En sentido general no es que los medios expresen cuestiones que son mentira, es que sencillamente no dicen toda la verdad”* (Grupo de discusión 2, mujer, jubilada, 5 de febrero de 2015).

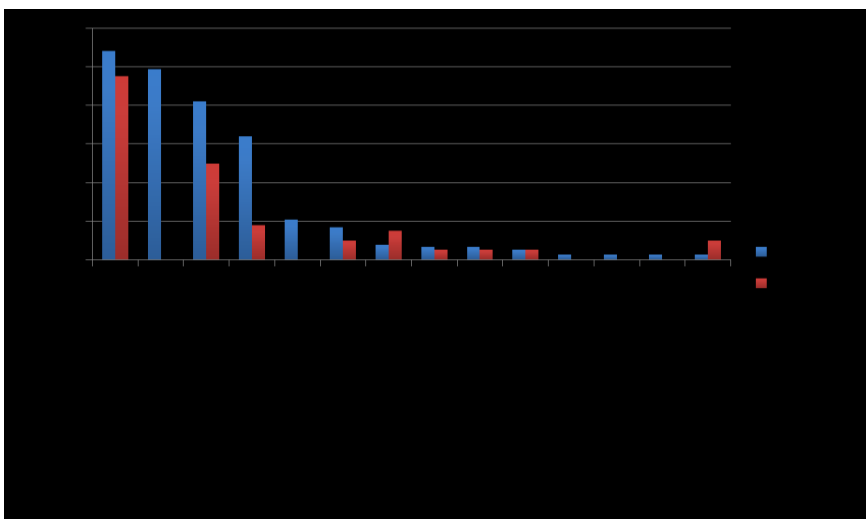
El fenómeno descrito potencia la comunicación interpersonal y la consulta a fuentes informales sobre asuntos no experienciales con lo cual se limita la influencia de los medios.

Lo expuesto explica la contribución de este factor en el distanciamiento asociativo encontrado entre la agenda mediática y la agenda pública.

### **Influencia de los temas hacia los que se tiene mayor necesidad de orientación**

Al igual que otras condiciones contingentes, los individuos tienden a presentar mayor necesidad de información en aquellos asuntos que pueden afectarlos de una forma u otra. En este sentido los más señalados en ambos periodos de estudio hacia los que se tiene mayor necesidad de información muestran un alto grado de coincidencia como muestra la Figura 8.

**Figura 9:** Asuntos hacia los que se presentó necesidad de información entre enero y marzo de 2015 e igual periodo de 2016.



**Fuente:** Elaboración propia.

La coincidencia de los mismos asuntos entre los más destacados hacia los que se presenta necesidad de orientación en ambos periodos de estudio (Economía, Política exterior y Medio Ambiente), de conjunto con la importancia cualitativa atribuida por el público, indica su permanencia estable en la preocupación pública.

En general pudo notarse que la relación con el contexto nacional o no de las noticias influye también en la magnitud con que se presenta la necesidad de orientación. También se hizo evidente en las técnicas grupales que la búsqueda cognoscitiva de los individuos a fin de saciar su necesidad de orientación ocurre con mayor frecuencia en medios informales y en todo caso en medios alternativos a los estudiados.

Lo anterior ratifica lo planteado hasta este punto sobre cómo el telediario y el periódico tomados como objeto de investigación contribuyen en la definición de los temas relevantes para cada periodo de tiempo; sin embargo se prefieren otras fuentes para la interpretación de la relevancia de los mismos.

En este sentido puede decirse que la necesidad de orientación no siempre direcciona a los individuos hacia la exposición a los medios, como se ha demostrado en el mundo (McCombs y Evatt, 1995; Muñoz, 2007 entre otros), sino que limita el establecimiento de la agenda mediática e influye en la gestión de contenido a través de otras vías.

## Conclusiones

Las agendas mediáticas del periódico Granma y el Noticiero Nacional de Televisión mostraron una composición estable al integrar los mismos objetos y

atributos durante los periodos estudiados, situación presentada también por la agenda pública lo cual indica dinámicas homogéneas en torno al proceso de construcción de las agendas.

El encuadre de los mismos asuntos entre las agendas mediática y pública durante las etapas de pesquisa demuestra que los medios establecen los temas prominentes para el público. Sin embargo, las correlaciones poco significativas entre las dos agendas evidencian la recepción activa del público para reinterpretar la relevancia de los asuntos encuadrados por los medios.

Se demostró a partir del análisis cuantitativo y cualitativo que diversos factores como el tipo de temas, las fuentes usadas para adquirir la información internacional y el tipo de medio favorecen el establecimiento de la agenda mediática. En tanto otros como la cantidad de tópicos agendados, el interés y la actitud hacia los medios limitan el aprendizaje de la relevancia de los asuntos.

El marcado conflicto entre lo nacional y lo internacional (experiencial-no experiencial -Fenómeno de la Bella y la Bestia-) trasciende el encuadre y transferencia de los temas, pues constituye un filtro que condiciona la forma en que se establecen los temas y su relevancia. En este sentido pudo delimitarse cualitativamente que la posible repercusión de los asuntos al contexto experiencial de los individuos constituye el principal mecanismo de la formación de la agenda pública sobre temas internacionales.

Los índices poco significativos de establecimientos de la agenda de los medios respecto a asuntos internacionales (no experienciales) evidencia el distanciamiento de los intereses temáticos del público y el de los medios, lo cual en un sistema comunicativo de alta responsabilidad social como el cubano, constituye una disfuncionalidad manifiesta. Estudios como el que se presenta, además de comprobar estadísticamente y con profundidad cualitativa esta disfunción, podría sentar pautas efectivas para la propuesta de acciones que contribuyan en su transformación.

### Referencias bibliográficas

ANAZCO, Félix (2014) *Un estudio sobre la influencia del rumor en la construcción de la agenda mediática camagüeyana*. Trabajo de Diploma, Departamento de Periodismo, Universidad de Camagüey.

ANDRÉU, Jaime (2012) *La descodificación de la agenda: un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública*. Intangible Capital, número 3, pp.520-547.

BATISTA, Julio (2013) *Por una prensa al derecho*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.

CABALLERO, Dairon (2015) *De lo real a la agenda pública. Influencias de las condiciones contingentes en el proceso de formación de la agenda pública en el municipio Santiago de Cuba*. Trabajo de Diploma. Departamento de Periodismo, Universidad de Oriente.

CASERMEIRO, Alicia (2003). *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires, Educa.

CASTRO, David (2014) *Agenda-setting e Internet: tendências e perspectivas de pesquisa*. Tesis de maestría, Universidad de Brasilia, Brasil.

CERVANTES, Cecilia (2001) *La Sociología de las Noticias y el enfoque Agenda-Setting*. Convergencia número 24, pp.49-65.

COHEN, Bernard (1963) *The press and foreign policy*. Princenton: N.J. Univ. Press.

COLUNGA, María. (2011) *Mediaciones sobre el contenido de los medios que inciden en la relación entre la agenda mediática del periódico Adelante y la agenda pública de sus lectores potenciales*. Trabajo de Diploma. Facultad de Comunicación, Universidad de la Habana.

DADER, José Luis (1990) *La canalización o fijación de la agenda por los medios. Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema Universidad.

ELIZALDE, Rosa Miriam (2013) *El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social cubana socialmente consistente y tecnológicamente sustentable en los escenarios prospectivos de regulaciones externas e internas*. (Tesis de doctorado). Universidad de La Habana, Cuba.

ESTÉVEZ, Lázara (2013) *Un estudio sobre el proceso de construcción de la agenda mediática sobre desarrollo local en el semanario Guerrillero de Pinar del Río*. Facultad de Comunicación, Universidad de Las Habana.

GALLEGO, José Raúl (2015) *Las carencias sociológicas de la Teoría de la Agenda Setting: una crítica poco atendida*. Alcance 4 número 4, pp.98-122.

GARCÉS, Raúl (2016) *La prensa cubana frente al 17D: los viejos problemas y los nuevos desafíos*. Controversias y Concurrencias Latinoamericanas, número 12, pp.73-81.

GARCÍA, Julio (2013) *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.

GONZÁLEZ, Leinier (2016) *Hacia un nuevo modelo comunicativo: escenarios posibles para Cuba. Entrevista con el experto cubano José Ramón Vidal*. *Razón y Palabra*, 19(92), 1-25.

HERNÁNDEZ, Neilyn (2014) *Estudio sobre la relación de la agenda pública de Camagüey y la agenda mediática del Noticiero de Televisión de Camagüey (NTC)*. Trabajo de Diploma, Departamento de Periodismo, Universidad de Camagüey.

HERNÁNDEZ, Roberto. et. al. (2014) *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

LIPPMAN, Walter (1922) *Public Opinion*. Buenos Aires: Fabril Editora.

MCCOMBS, Maxwell (2006) *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

MCCOMBS, Maxwell et. al. (2014) *Exploring the world outside and the pictures in our heads: A Network Agenda Setting Study*. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, número 27, pp158-172.

MCCOMBS, Maxwell y EVATT, Dixie (1995) *A look of Agenda Setting: past, present and future*. *Research Review. Journalism Studies*, número 6, pp.543-557.

MCCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald (1972) *The agenda-setting function of mass media*. *Public opinion quarterly*, número 6, pp. 176-187.

MCCOMBS, Maxwell y VALENZUELA, Sebastian (2014) *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. Estados Unidos: Oxford handbooks online.

MUÑIZ, Carlos (2007) *Enquadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos*. Tesis Doctoral. Universidad de Salamanca, Facultad de Ciencias Sociales.

MUÑIZ, Viviana et. al. (2016) *Relación entre objetos y atributos de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015*. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, número 12, pp.121-136.

MUÑIZ, Viviana et. al. (2015b) *Condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática sobre temas internacionales en Cuba. Casos Granma y Noticiero Nacional de Televisión*. *Question*, número 48. 460-477.

MUÑIZ, Viviana et. el. (2015a) *Estudios sobre Agenda Setting en Cuba (2010-2015). Tendencias generales de investigación en pregrado*. *Razón y Palabra*, número 92, pp. 1-29.

PARK, Robert (1925) *Immigrant community and immigrant press*. *American Review* número 13, pp.143-152.

QUIALA, Haideé (2015) *Del hecho a la noticia. Relación que se establece entre la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba y la agenda pública del territorio durante el año 2014*. Trabajo de Diploma. Facultad de Comunicación, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.

RODRÍGUEZ, Raquel (2004) *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

ROSABAL, Arailaisi y GALLEGO, José Raúl (2010) *Las cartas sobre la mesa. Un estudio sobre la relación agenda mediática-agenda pública en Cuba: caso Granma*. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

SILVA, Evangicléia (2015) *A influência da televisão nos debates de sala de aula: uma análise com base na hipótese de Agenda-Setting*. (Tesis de maestría). Universidade Federal de Goiás, Brasil.

STUSSER, Luordes (2008) *De eso no se habla. Acerca de las representaciones sociales de la opinión pública en Cuba*. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.

TAMAYO, Manuel y CARRILLO, Ernesto (2005) *La formación de la agenda pública*. Foro Internacional, número 4, pp-658-681.

VALIDO, Diana (2012) *Hasta entonces juventud. Estudio de la correspondencia entre la agenda mediática del Noticiero Juvenil y la agenda pública de una muestra de jóvenes de la Universidad de La Habana*. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

VARA, Alfonso (2001) *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building*. (Tesis de doctorado). Universidad de Navarra, España.

VIDAL, José Ramón (2006) *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.

VIDAL, José Ramón (2017) *Retos para una política pública de comunicación en Cuba*. En Sierra, F. & Vallejo, R.E. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Quito: Ciespal, 215-240.

WANTA, Wein (1997) *The Public and the national agenda: how people learn about important issues*. New Jersey: Laurence Erbsun Associates.

WOLF, Mauro (2004) *La investigación en la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.