



Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

ISSN: 1390-1079

ISSN: 1390-924X

chasqui@ciespal.org

Centro Internacional de Estudios Superiores de
Comunicación para América Latina

Ecuador

MUÑIZ ZÚÑIGA, Viviana; FONSECA VALIDO, Rafael; CABALLERO HEREDIA, Dairon
Formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2015
Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 133, 2016, -Marzo, pp. 373-392
Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
Ecuador

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057383024>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2015

Shaping public agenda on provincial issues in Santiago de Cuba in 2015

Formação da agenda pública sobre temas experienciais em Santiago de Cuba durante o ano de 2015

Viviana MUÑIZ ZÚÑIGA

Universidad de Oriente, Cuba / vivita@uo.edu.cu

Rafael FONSECA VALIDO

Universidad de Oriente, Cuba / fonseca@fch.uo.edu.cu

Dairon CABALLERO HEREDIA

Telecentro Palma TV, Cuba / dairon_caballero@fch.uo.edu.cu

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, diciembre 2016 - marzo 2017 (Sección Informe, pp. 373-392)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 17-06-2016 / Aprobado: 26-07-2016

Resumen

La presente investigación está basada en una metodología convergente. Tiene como referente teórico los postulados de la Agenda Setting y explica la influencia de las condiciones contingentes en el proceso de formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba, durante los meses de enero a abril de 2015. En la provincia, es el primer estudio de caso único global que se realiza desde esta perspectiva. La investigación confirma la necesidad de retornar al sujeto en el campo de los estudios sobre Agenda Setting, pues se ha demostrado que la agenda pública en la provincia está compuesta principalmente por temas experienciales y que su formación depende del sujeto, de sus necesidades e intereses como manifestación de su personalidad.

Palabras clave: agenda setting; formación de la agenda pública; condiciones contingentes.

Abstract

This research is based on a convergent methodology. It is framed by the theoretical approach of the Agenda Setting, explaining the influence of conceivable conditions in the establishment of public agenda on experiential matters at Santiago de Cuba, throughout January to April, 2015. This is the first global case study performed in the province from this perspective. The research confirms the need to recover the subject in the field of studies on Agenda Setting, since it has been demonstrated that public agenda is made –at this province– of experiential topics, and its arrangement relies on the subject, his needs and interests as an evidence of his personality.

Keywords: agenda setting; shaping of public agenda; contingent conditions.

Resumo

A presente pesquisa se baseia numa metodologia convergente. Tendo como referencial teórico os postulados da Agenda Setting, explica a influência das condições contingentes no processo de formação da agenda pública sobre temas experienciais em Santiago de Cuba, durante os meses de janeiro a abril de 2015. Na província, este é o primeiro estudo de caso único global que se realiza a partir desta perspectiva. A investigação confirma a necessidade de se retornar ao sujeito no campo dos estudos sobre Agenda Setting, pois ficou demonstrado que a agenda pública da província está composta principalmente por temas experienciais e que sua formação depende do sujeito, de suas necessidades e interesses como manifestação de sua personalidade.

Palavras-chave: agenda setting; formação da agenda pública; condições contingentes.

1. Introducción

Comprender la interrelación social entre sujetos y medios a través del proceso de recepción de los mensajes ha sido una de las más fuertes motivaciones para el estudio de las consecuencias mediáticas sobre la audiencia en el campo comunicológico. Teorías como la del establecimiento de la agenda, o Agenda Setting, han promovido desde la década de los 70 la investigación sobre la transferencia de relevancia temática desde los medios hacia el público.

Aunque en los últimos años los estudios de Agenda Setting han alcanzado un auge significativo en varias disciplinas y contextos a escala internacional (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004), en Cuba es necesario ampliar el diapasón hacia nuevos aspectos de esta línea investigativa. Las observaciones científicas en el país se han dirigido principalmente a determinar cómo se construye la agenda en diversos medios y su correlación con la del público (Gallego & Rosabal, 2010; Colunga, 2011; Gainza, 2013; Pérez, 2013), aspecto que algunos investigadores (Gallego, 2014) han denominado como un marcado mediocentrismo, pues usualmente se estudian las agendas de los medios en detrimento de otras, como la agenda pública.

Una de las prioridades del sistema mediático cubano en la actualidad estriba en un mayor conocimiento de los temas establecidos por la opinión pública y, por tanto, sobre cómo influye la cobertura mediática en la importancia que atribuyen las personas a dichos temas. Ello promovido por la comprensión del rol que juegan otros actores sociales relacionados con la conformación de la agenda política y la propia construcción de las agendas mediáticas (García, 2013). Autores cubanos (Saladrigas & Olivera, 2016), que han sistematizado las investigaciones sobre comunicación en el país, explican que los estudios sobre la recepción-emisión de los mensajes periodísticos se han incrementado incluso en los escenarios digitales, lo que contribuye a la expansión teórico-práctica de postulados como la Agenda Setting.

Desde el punto de vista práctico, la correcta interpretación del presente estudio en los medios locales posibilitará un perfeccionamiento de sus estrategias de producción, en correspondencia con los intereses de la audiencia. Además, es ventajoso para los órganos de prensa conocer las condiciones y los temas que –como parte de los conocimientos de las personas– se están constituyendo en guías de la atención pública.

Sobre esta base se plantea como problema de investigación: ¿cómo influyen las condiciones contingentes en el proceso de formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante los meses de enero a abril de 2015? Precisamente, en esta dirección se traza como objetivo general explicar la influencia de las condiciones contingentes en el proceso de formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante los meses de enero a abril de 2015.

Para concretar los ejes centrales de este estudio se proponen como objetivos específicos determinar los objetos y atributos que componen la agenda pública sobre temas experienciales en la provincia, identificar las condiciones contingentes que intervienen con mayor reconocimiento y repercusión social durante el proceso de conformación de la agenda pública y determinar la influencia que tienen estas variables, relacionadas con las características de la audiencia y los medios en la forma en que se construye dicha agenda.

El estudio parte de la siguiente premisa de investigación: el proceso de formación y/o establecimiento de la agenda pública sobre temas experienciales en la provincia Santiago de Cuba está determinado por una serie de factores condicionantes (psicológicos y sociológicos) propios del contexto socio-histórico, cultural, económico y político de sus habitantes. Las necesidades, intereses, experiencias sociales de los sujetos, los procesos de comunicación o relaciones interpersonales, el consumo de los medios, la naturaleza de los temas, los indicadores demográficos –como el nivel de escolaridad, el sexo y edad, profesión–, el ingreso salarial y las condiciones reales de vida son parte del grupo de variables relacionadas con las características de las audiencias y los medios que estructuran la plataforma de condiciones contingentes.

El marco temporal escogido responde a las posibilidades de aplicación de los instrumentos de medición de la agenda pública. Además, se han tenido en cuenta solo los temas de tipo experiencial por dos razones: son los que predominan en sentido general en la opinión pública (Gallego & Rosabal, 2010) y, por ende, son aquellos en los que mayormente se concentran los medios de comunicación de la provincia para establecer la cobertura periodística (Muñiz, Fonseca & Zamora, 2016).

2. Marco teórico

La acción e interacción de las personas en busca de informaciones que satisfagan sus necesidades, la concomitancia entre el grado de interés por determinados asuntos, los procesos de construcción simbólica en sus diferentes escalas y la existencia cada vez mayor de mecanismos de intercambio de conocimiento, han rubricado las bases de formación de la agenda pública (McCombs & Shaw, 1993; Casermeiro, 2004; Wu & Coleman, 2009; McCombs & Valenzuela, 2014; Potthoff, 2016).

Aunque tradicionalmente ha sido reconocida como el resultado de la transferencia de relevancia temática de los medios hacia el público (McCombs, Shaw & Weaver, 2014), consideramos que esta definición puede ampliarse hacia la concepción de esta agenda como una plataforma donde se imbrican y reflejan necesidades, intereses, experiencias, patrones de conducta; la producción y reproducción cultural y de ideologías de una comunidad específica; y la construcción y reconstrucción de las identidades individuales y colectivas de cual-

quier sistema social. La agenda pública es, por tanto, una forma habitual en el ámbito social contemporáneo de delimitar e interpretar la realidad, de readaptar a las condiciones de cada entorno los temas que se perciben del mundo real, de socializarlos como parte de los saberes y prácticas de cada individuo o grupo de sujetos (Rodríguez, 2004; McCombs, 2006; Colunga, 2011; Gallego, 2014; Lee, 2015).

La formación de la agenda pública es un proceso en el cual aún puede considerarse determinante, según las particularidades del contexto donde se analice, el papel de los medios “como instituciones generadoras de información y debate a escala masiva e influyentes en la socialización de símbolos funcionales a la reproducción ideológica [...], dando cobertura a algunos temas y silenciando otros” (Garcés, 2007, p. 57). Los distintos tipos de medios convencionales –la prensa, la radio, la televisión–, y los que pertenecen a la plataforma alternativa que se ha desarrollado en los últimos años, inciden de manera diferente en el proceso de formación de la agenda pública (Vara 2001; Guillén *et al.*, 2015).

Sin embargo, algunos estudios (McCombs, 2006; McCombs & Stroud, 2014) explican cómo la agenda pública es el resultado de interacciones sociales más complejas, más allá de la influencia exclusiva de la cobertura periodística. De ahí que se desarrollen perspectivas como la Agenda Melding, que concibe la existencia de otras agendas (religiosas, institucionales, de organizaciones) que, junto al producto mediático, determinan el listado temático establecido por las personas.

La formación de la agenda pública se produce –al igual que sucede con otras agendas analizadas en estudios previos (McCombs, 2006; McCombs & Valenzuela, 2014)– en tres niveles: un primer nivel de objetos, un segundo nivel de atributos y un tercer nivel, desarrollado a partir del año 2012, que plantea la transferencia temática en red (Cheng, 2016). Ello ha expandido notablemente la dimensión metodológica de las investigaciones sobre la agenda pública, en tanto que han emergido novedosas formas de medir el impacto que tienen determinados asuntos sobre las personas.

De ahí que el estudio de las condiciones contingentes se torne mucho más rico en un escenario mediático que promete ser más abierto y diverso en pleno siglo XXI. Y, a pesar de ser esta una de las áreas con más deficiencias en los estudios de Agenda Setting (Gallego, 2014), se articulan como parte esencial en los análisis del mapa teórico de esta investigación para comprender el fenómeno de conformación de la agenda pública desde una concepción holística (McCombs & Stroud, 2014). Estas condiciones, denominadas también como variables relacionadas con las características de la audiencia y el medio (McCombs & Shaw, 1993; Vara, 2001; Casermeiro, 2004; McCombs & Stroud, 2014), parten de aspectos medulares como lo psicológico, las especificidades conductuales o de la actitud, indicadores demográficos y/o sociológicos que van desde el sexo, la edad o el nivel de escolaridad hasta el uso de un tipo de medio, como una categoría más

en el proceso de establecimiento de la agenda (Condeza, Bachmann & Mujica, 2014).

Considerando el amplio número de variables influyentes reconocidas en este proceso, establecimos en esta investigación dos dimensiones fundamentales: una de orientación psicológica y otra sociológica, ajustadas a las particularidades del campo de acción e intereses del estudio. Esta reagrupación responde a necesidades de orden metodológico, con el propósito de una delimitación conceptual más organizada, lo que no implica que se deje de reconocer la existencia de otros factores ni que estos estén separados entre sí, pues actúan como un conjunto interdependiente.

En ese sentido, identificamos como los factores psicológicos aquellos elementos que, desde la subjetividad, tanto individual como colectiva, inciden en los modelos conductuales y la capacidad perceptiva, cognitiva, interpretativa, actitudinal y motivacional de las personas, en cuanto a los temas que deben atenderse personal y públicamente, según el grado de prioridad otorgado a los mismos. Los factores aquí relacionados son:

- La necesidad de orientación, como resultado de la relevancia que los asuntos públicos adquieren, de los vacíos cognitivos que se generan en el proceso de comprensión social de la realidad y del interés de las personas en saciarlos (Matthes, 2006; Kim, 2013; Camaj, 2014).
- El interés por la información: variable que media en los modos de actuación, en la voluntad y capacidad de gestión de los recursos de orientación, satisfacción personal y análisis respecto a los aspectos valorados como importantes, según los niveles de implicación y experiencias respecto al problema (Camaj, 2014).
- Experiencias personales y/o sociales: saberes adquiridos por el hombre, consecuencia de lo que este percibe, se representa e interpreta de su realidad a través de diferentes vías [directa e indirectamente]. Por lo que son fuentes naturales de orientación, en dependencia del tipo de tema presente ante el umbral de atención ciudadana.
- Tipo o naturaleza de los temas: son identificados por el grado de comprensión, experiencias y proximidad geográfica, o cognitivo-afectiva, del público en relación con un asunto de su entorno o fuera de este. Los temas en la agenda pública pueden ser de tipo “experiencial” u “obtrusivo” (*obtrusive* en inglés), y “no experiencial” –o “no obtrusivo” (*unobtrusive* en inglés). Los primeros se refieren a aquellos asuntos que forman parte de nuestra vida cotidiana y, por tanto, son vividos de manera directa (McCombs, 2006; Molloy, 2015; Cheng, 2016). El segundo caso explica la existencia de temas con los que solo nos encontramos en las noticias, no de forma directa en nuestra cotidianidad.

Por otra parte, entendemos los factores sociológicos como las condiciones objetivas –o características– socio-comunicativas, económicas, culturales, demográficas y políticas integradas como parte del desarrollo dialéctico de

cada sistema social y los procesos de selección temática de los públicos. En esta dimensión se agrupan:

- Variables demográficas: rasgos e indicadores del contexto psicosocial de los sujetos que influyen en los procesos de consumo y asimilación de todo tipo de información. Aspectos como el sexo, la edad, nivel educacional y/o cultural, vínculos laborales o estudiantiles, ideo-políticos, religiosos o las condiciones reales de vida en correspondencia con su alcance operativo, determinan la situación donde se forma la agenda pública y su magnitud (Condeza, Bachmann & Mujica, 2014; Lee & Coleman, 2014).
- Comunicación y relaciones interpersonales: factores que propician la socialización cotidiana y natural de información. Fuentes espontáneas de conocimiento a través de las cuales se comparten y discuten públicamente las distintas agendas y los asuntos de interés para cada comunidad (Wanta & Chen Hu, 1992; Vara, 2001; Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004).
- Exposición y consumo de los medios de comunicación: variable que influye –con sus diferencias– en la agenda pública, según sea el tipo de medio consumido, credibilidad de los mismos y la magnitud de su uso (Weaver, Graber, McCombs & Eyal, 1981; Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; Lee & Coleman, 2014).

Si bien la teoría de la Agenda Setting se ha encargado de explicar cómo se forma la agenda pública, midiendo para ello las agendas mediáticas, algunos autores (Boczkowski & Mitchelstein, 2015) explican que la disonancia temática entre ambas es un fenómeno natural, producido principalmente por las diferencias en el interés sobre el contenido, y las formas narrativas de presentarlo. Otro elemento que debemos destacar, en este sentido, es que la mayor parte de los estudios que miden la agenda pública se han realizado en contextos electorales (Wu & Coleman, 2009), lo que puede marcar una diferencia respecto a investigaciones de otra naturaleza (Boczkowski & Mitchelstein, 2015).

3. Metodología

Este es un estudio de caso único global, basado en una metodología convergente, predominantemente cualitativa, articulada durante un período de 4 meses (de enero a abril de 2015) en un diseño transversal.

En esta investigación se utilizaron métodos como el de análisis-síntesis, en la sistematización e interpretación de los principales postulados teóricos derivados de la Agenda Setting; el inductivo-deductivo, en el establecimiento de elementos generales producidos en contextos foráneos, en la conformación de la agenda pública en Santiago de Cuba y, posteriormente, la comparación de dichos resultados con los anteriores. De igual forma, se empleó el método etnográfico para fortalecer las bases del estudio y contrastar lo que expresan los sujetos con sus acciones y comportamientos. De esta forma fue posible com-

prender las condiciones contingentes que intervienen en el proceso de formación de la agenda pública.

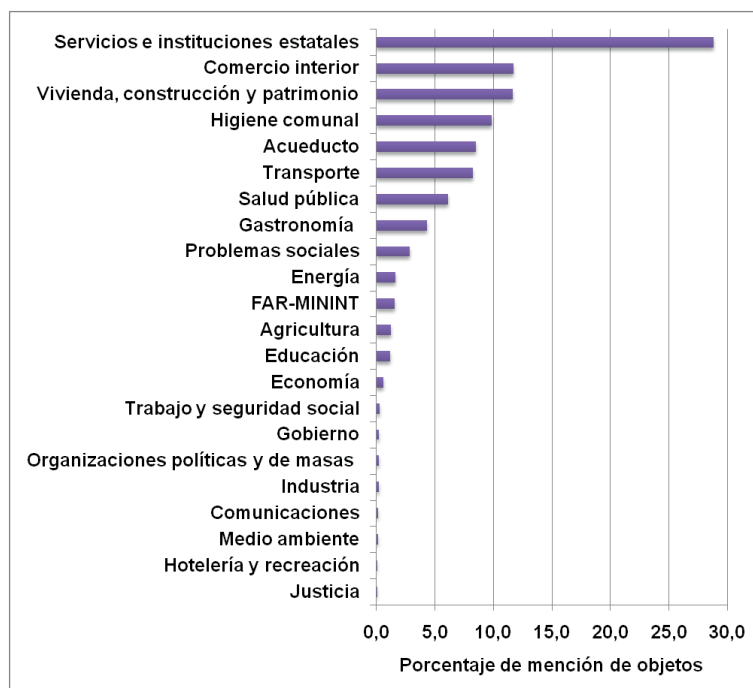
Además, se emplearon como técnicas la observación participante, cuyas rutinas y toma de notas se potenciaron por intervalos en la mañana y en la tarde –teniendo en cuenta las particularidades de cada comunidad analizada–; se realizaron nueve grupos de discusión distribuidos en diferentes repartos de la provincia, seleccionados según la oportunidad de recolección de los datos; se aplicó una encuesta, diseñada con seis preguntas y aplicadas presencialmente como recurso subsidiario de los grupos de discusión, entrevistas y observación participante; y se utilizó la entrevista semi-estandarizada individual para corroborar los resultados arrojados por la encuesta y los grupos de discusión.

La muestra se constituyó a partir de un universo integrado por individuos de sexo femenino y masculino, comprendidos en el rango etario de 18 a 70 años. En esta no se incluyen las personas con discapacidad intelectual o enfermedades mentales crónicas, que les impidan ser audiencia activa del sistema de medios de comunicación del territorio o les dificulten el consumo de otras fuentes de influencias sociales. Para determinar el subgrupo de esta población, conformada por 346,709 individuos, se utilizó un muestreo aleatorio simple con un margen de error aceptable del 5%, para un nivel deseado de confianza del 90%, por lo que la muestra quedó compuesta por 271 personas.

4. Resultados y discusión

4.1 Temas que conforman la agenda pública en la provincia

Un estudio realizado previamente en Santiago de Cuba (Muñiz & Fonseca, 2015) determinó las características generales de la agenda pública en la provincia durante los años 2011 al 2014. En comparación con dos estudios realizados en Cuba a nivel nacional (Gallego & Rosabal, 2013) y territorial (Colunga, 2011), la agenda pública se asemeja a la hallada en los mismos, aún cuando los instrumentos difieren. Según la encuesta aplicada a las personas, los objetos con mayor porcentaje de menciones en la agenda pública son los Servicios y las instituciones estatales, el comercio interior, la vivienda, construcción y patrimonio, la higiene comunal, el acueducto y el transporte. El gráfico 1 muestra la distribución de los objetos en la agenda evaluada.

Gráfico 1. Porcentaje de mención de objetos en la agenda pública de Santiago de Cuba.

Fuente: elaboración propia.

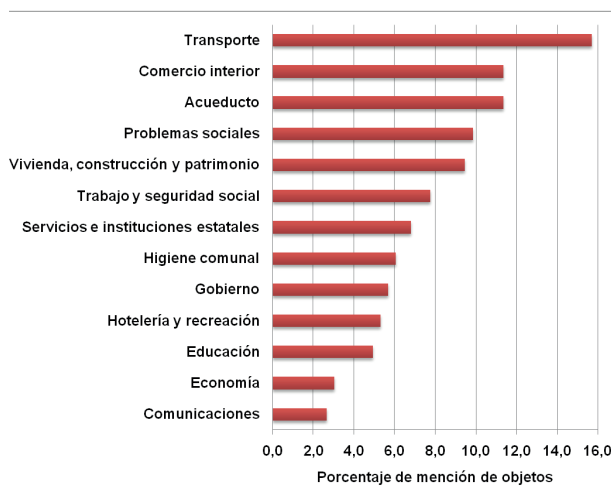
En la figura se pueden observar dos características esenciales en la comprensión de la agenda pública: la cantidad de objetos priorizados por las personas son limitados, lo que concuerda con lo planteado por otros autores de la teoría (McCombs, 2006). En este caso, de 25 objetos que se han medido, solamente el 24% supera el 8% de las menciones totales. En segundo lugar, los temas priorizados responden básicamente a problemas de carácter material (vivienda, comida, transporte) y/o social (los servicios y las instituciones del Estado); lo que constituye el punto de partida para un estudio más detallado del público. En estudios anteriores sobre el tema (Gallego & Rosabal, 2010; Colunga, 2011; Muñiz & Fonseca, 2015) se ha demostrado que estos temas no provienen en su mayoría de la cobertura mediática, por las propias características de las agendas de los medios de prensa, sino del público, que suele obtener información sobre estos temas de la propia experiencia cotidiana, y de la naturaleza de los temas que, según la teoría (McCombs, 2006), tienen menos posibilidad de causar un efecto de Agenda Setting elevado. A continuación, veremos cómo se relacionan estos temas con aquellos que los encuestados señalaron en la categoría “necesidad de orientación”, o sea, sobre los cuales necesitan conocer más elementos por parte de los medios de comunicación, o del entorno en el que conviven.

4.2 Factores psicológicos

4.2.1 Necesidad de orientación

A través de la encuesta aplicada y de los grupos de discusión se pudo conocer que la necesidad de orientación se proyecta con más fuerza cuando los asuntos tienen repercusiones directas en la cotidianidad de las personas y emergen de situaciones concretas, y su impacto se da tanto a nivel material como psicológico. El siguiente gráfico muestra los temas acerca de los cuales las personas tienen mayor necesidad de orientación en el área estudiada:

Gráfico 2. Temas con mayor necesidad de orientación en la provincia Santiago de Cuba.



Fuente: elaboración propia.

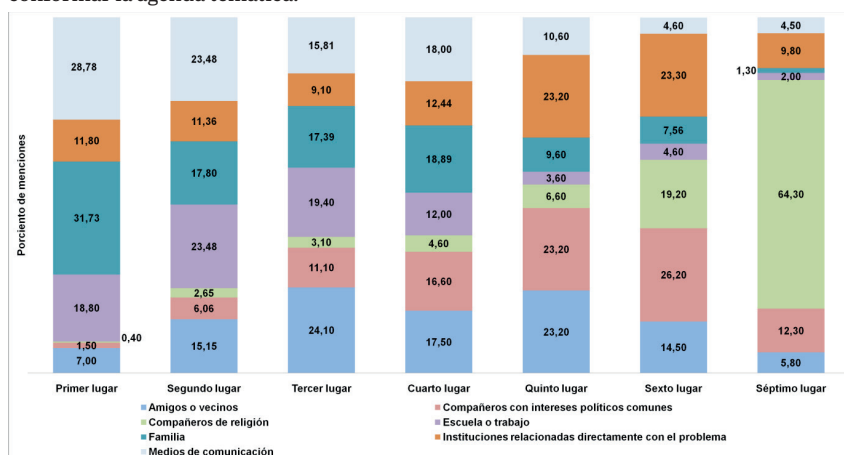
Nótese que estos asuntos coinciden parcialmente con aquellos destacados por las personas como los más importantes para la provincia, lo que indica que, a pesar de la cobertura informativa acerca de estos objetos, aún continúan existiendo vacíos informativos, que provocan un ambiente difícil en la medida en que la gente no tiene cómo responder a sus incertidumbres, pues no cuentan con todos los argumentos debido a esa falta de información o a un mal manejo de ella en las diferentes esferas.

En las entrevistas y grupos de discusión se manifestó que es común el desconocimiento de algunas personas respecto a las plataformas con las que cuentan a nivel social para exigir respuestas. Los adultos (fundamentalmente los mayores) manifestaron una elevada preocupación por asuntos relacionados con las cuestiones morales, más que los jóvenes –estudiantes–, quienes manifestaron solo con un 11% su necesidad de orientación acerca de este tópico. Por lo tanto, la edad se destacó como una variable demográfica significativa en la forma en que se proyecta la necesidad de orientación.

Las técnicas aplicadas permitieron demostrar, además que, en el proceso de formación de la agenda pública en Santiago de Cuba, “la inconsistencia entre elementos cognoscitivos” (Gallego & Rosabal, 2010) también determina considerablemente la magnitud y replanteamiento de la necesidad de orientación respecto a temas experienciales. Esto se produce por la no correspondencia entre los temas que las personas han asimilado directamente de su contexto por medio de la experiencia y los que reciben a través de otras fuentes. Por otra parte, las encuestas arrojaron que, cuando las personas en Santiago de Cuba necesitan informarse respecto a los temas relacionados con el acontecer cotidiano del territorio, tienden a explorar diversas fuentes informativas en dependencia de sus características sociodemográficas, interés y circunstancias en las que se manifieste el asunto.

Se detectó que, en este proceso, intervienen factores que determinan los rangos de selección, preferencia, uso y/o exposición de una fuente respecto a otras. Así se corroboró a través del procesamiento de las preguntas abiertas de los cuestionarios. El siguiente gráfico muestra las fuentes más consultadas según los encuestados.

Gráfico 3. Lugar designado por los encuestados a las fuentes de información para conformar la agenda temática.



Fuente: elaboración propia.

La figura revela que los medios de comunicación constituyen la segunda fuente a partir de la cual las personas suelen conformar su agenda, precedido en este caso por la familia. En Cuba los núcleos familiares se erigen como espacio básico de socialización, ya que por motivos económicos y sociales en los hogares conviven varias generaciones; lo que permite que se produzca un intercambio de criterios que origina, en gran medida, que los temas se posicionen en la agenda pública con facilidad. En la misma línea, vemos que la tercera fuente es la escuela o el trabajo y la cuarta la conforman las instituciones relacionadas

directamente con el problema. Por tanto, el mecanismo de transferencia temática en este caso se produce de la siguiente forma: el tema surge de la propia realidad que experimenta la persona, en consonancia con sus experiencias familiares; lo contrasta con lo que dicen los medios, lo comenta en sus centros de trabajo y, finalmente, suelen acudir directamente a las instituciones encargadas de ello, en el caso de que sus inquietudes no sean previamente solventadas.

4.2.2 El interés por la información

El análisis de las respuestas del público encuestado arrojó que el 96.7% de los sujetos siente interés por informarse acerca de su provincia, lo que demuestra que la población santiaguera incluye en su umbral de atención los problemas que matizan la realidad de su entorno cotidiano. En este sentido, se definió un motivo cognoscitivo, en el cual se apoya el 56.8% de los sujetos para validar su interés respecto a temas experienciales. Sin embargo, el 37.6% de las personas plantearon otras razones que refrendan y se ajustan más a un motivo afectivo-motivacional y/o integracional, relacionado con el arraigo, la identidad y el placer personal de informarse, más que por una necesidad cognoscitiva inmediata.

Los años de experiencia de las personas constituyen un elemento imprescindible en este análisis, pues la intensidad del interés por los temas experienciales es mayor en la medida en que aumentan las responsabilidades y funciones sociales, y se madura psicológicamente en cuanto a la relación con el contexto. Esta afirmación se basa en los resultados de las encuestas, pues uno de los grupos de edad más interesados por el acontecer territorial fue el que se encontraba entre los 36 y los 49 años (con un 100%). Igualmente, se dio un elevado interés en las personas en el rango de edades entre los 50 y los 60 años, con un 97.2%. Sin embargo, entre los 18 y los 25 años de edad se manifestó el menor porcentaje de interés por los temas de la provincia, con un 94.6%.

Por otra parte, se comprobó que un elevado interés por un tema no siempre se traduce en una mayor vulnerabilidad ante las informaciones que se reciban de las distintas fuentes, incluyendo los medios de comunicación. Según el alcance de las capacidades personales, la tendencia a implicarse es más elevada cuanto más interese un asunto. Incluso, en los grupos de discusión se hizo alusión a la inconformidad con una sola información respecto a temas experienciales y al aprovechamiento del debate entre amigos, compañeros de trabajo, familiares y otras personas.

4.2.3 La agenda pública desde su contexto

Durante la recopilación de los datos, principalmente a través de la observación participante, fue cada vez más visible la trilogía sujeto-objeto-contexto en el proceso de formación de la agenda pública en esta provincia; sobre todo, si se consideran los tres elementos que propone Rubio (2009) para el análisis de la opinión pública: los sujetos o individuos que opinan; el objeto o tema sobre el que se opine; y el ámbito o contexto en el que se forma la opinión pública.

En los grupos de discusión se comprobó que las circunstancias y costumbres se modifican cuando se cambia de escenario de realización (ya sea personal o profesional). Por ejemplo, los jubilados van asumiendo otros hábitos y rutinas de vida debido a que ya no son trabajadores, por lo que el centro laboral deja de ser una fuente de información activa para ellos. Como pasan más tiempo con la familia, los amigos y vecinos, los niveles de información y socialización son totalmente diferentes a los de un individuo laboralmente activo. Por ello, no resulta extraño que el 80.8% de los jubilados encuestados prefiera la familia como vía primaria de información y que el 4.8% seleccionara a los amigos o vecinos y compañeros de religión (en igual proporción).

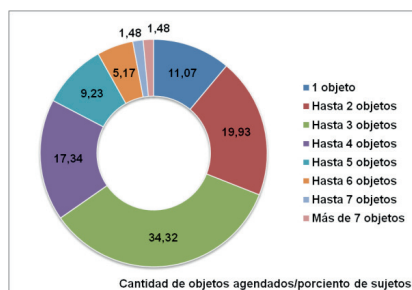
Las personas también reconocieron en los grupos de discusión que los objetos más atendidos en la agenda pública son consecuencia de la combinación espontánea y natural de sus distintas agendas, a través de las cuales organizan su forma de vida, pues todas están concatenadas o interrelacionadas.

4.2.4 La experiencia y los tipos de temas

Para un mejor análisis de este aspecto se adaptaron al estudio los presupuestos teóricos de Ernesto Carrillo y Manuel Tamayo (2005) con su modelo de caracterización de los temas en la agenda pública (enfocado en la evolución de estos en el tiempo). Aunque esta investigación no posee un diseño longitudinal, durante el período evaluado se obtuvo como resultado que los temas experienciales crónicos y permanentes son los que caracterizan la agenda pública en Santiago de Cuba, elemento corroborado igualmente por Gallego y Rosabal (2010) y Colunga (2011) en el caso de otras provincias cubanas.

La encuesta realizada permitió comprobar que los temas de carácter provincial que más impactan y permanecen en la agenda pública son los de evaluación negativa en la población, debido a las afectaciones en la forma y calidad de vida de los sujetos, hasta tal punto que las personas se adaptan a ellos pero no los asimilan. En el gráfico siguiente se muestra la cantidad de temas señalados como los más importantes por los sujetos encuestados.

Gráfico 4. Cantidad de objetos agendados por los sujetos en la provincia de Santiago de Cuba.



Fuente: elaboración propia.

Esto demuestra la validez teórica de los planteamientos de McCombs (2006), pues muchos temas que preocupan a las personas no son atendidos a la vez, debido a que no tienen los mismos niveles de impacto ni rango de prioridad. Asimismo, permite constatar que la agenda pública es un listado temático limitado, pues una persona promedio en condiciones normales –no específicas para realizar la pregunta PMI¹– solo es capaz de mencionar hasta 3 o 4 objetos.

4.3 Factores sociológicos

4.3.1 Comunicación, relaciones interpersonales y variables demográficas

La comunicación y relaciones interpersonales respecto a asuntos del territorio, constituyen una de las fuentes de información más habituales, rápidas y sistemáticas en la provincia de Santiago de Cuba. En este sentido, los medios de comunicación y otras instituciones de la provincia tienen una fuerte competencia como fuentes de información, en lo referido a la cobertura de los problemas relacionados con el acontecer diario. A través de la observación participante, en combinación con el resto de las técnicas aplicadas en el estudio, se percibió la fuerte presencia de la teoría de la comunicación a dos niveles –“two step flow”– (Canel, Llamas & Rey-Lennon, 1996) en la conformación del listado temático público, como resultado de varios factores colaterales que han incidido en el auge de los escalones comunicativos o de los líderes de opinión.

En las entrevistas y grupos de discusión destacaron los bajos niveles de credibilidad de las plataformas institucionales, debido a la lentitud con la que circula la información por sus canales formales de socialización y/o el deficiente tratamiento de diversos temas de interés para la gente. Por ello las personas prefieren acudir a amistades vinculadas a distintas esferas de la sociedad para obtener informaciones contextuales más inmediatas y necesarias. En la provincia, la facilidad de poder emitir criterios, de participar libremente en los debates de los distintos grupos sociales, ha propiciado que la información circule en varios niveles, o sea, mediada por las relaciones interpersonales. Sin embargo, ello provoca que a los medios de comunicación les sea cada vez más complejo establecer una agenda que ya se ha establecido en un nivel informal; en lo que también las fuentes institucionales desempeñan un doble papel.

Con la aplicación de la encuesta se constató que el debate público en la población es sistemático y participativo. Las mujeres resultaron ser las que conversan con más frecuencia acerca de los asuntos de mayor relevancia en la provincia (66.0%), también fueron las más interesadas en informarse respecto a su realidad (con un 98.8%). El 84.2% de las amas de casa reconocieron que frecuentemente desarrollan sus procesos socializadores en torno a su contexto. Asimismo sucede en el caso de los jubilados, con un 76.2%.

1 Es el tipo de pregunta específica para conocer los temas o problemas más importantes para un lugar o contexto determinado en los estudios de agenda. Las siglas PMI indican el Problema Más Importante (McCombs, 2006), y la interrogante puede ser empleada de manera independiente o como parte de un cuestionario que incluya otros ítems.

Por otra parte, el grupo etario que más discute acerca de los temas experienciales es el comprendido entre los 36 y los 49 años de edad (el 80.4% lo hace de manera sistemática). Estos resultados demuestran que la magnitud de la comunicación y relaciones interpersonales está interrelacionada con un elevado interés por la información, y también con la madurez, experiencia y el nivel de responsabilidad de los sujetos.

Sin embargo, cuando los niveles de motivaciones son bajos también se expresa en la periodicidad con la que se socializa respecto a estas cuestiones. Por ejemplo, los jóvenes (entre 18 y 25 años) e individuos desvinculados manifestaron no solo los niveles más bajos de interés por su realidad, sino también de frecuencia de diálogo acerca de los temas relacionados con esta. En el primer caso se comprobó a través del 52.3 % de los sujetos, que reconocieron que ocasionalmente conversan acerca de los problemas que tiene la provincia.

Por otra parte, con la observación participante encontramos que en los barrios con modos de relación más participativos es común la construcción de una agenda pública con códigos más representativos de la colectividad. Así sucede en consejos populares como Chicharrones, Veguita de Galo, los Distritos José Martí (Norte y Sur) y Los Olmos. Sin embargo, se percibió que, en comunidades como Vista Alegre, Sueño, Santa Bárbara, los procesos de comunicación interpersonales se estructuran en esquemas relacionales más cerrados; por lo que sus prácticas comunicativas en la comunidad son de un carácter mesurado, incluso planificado.

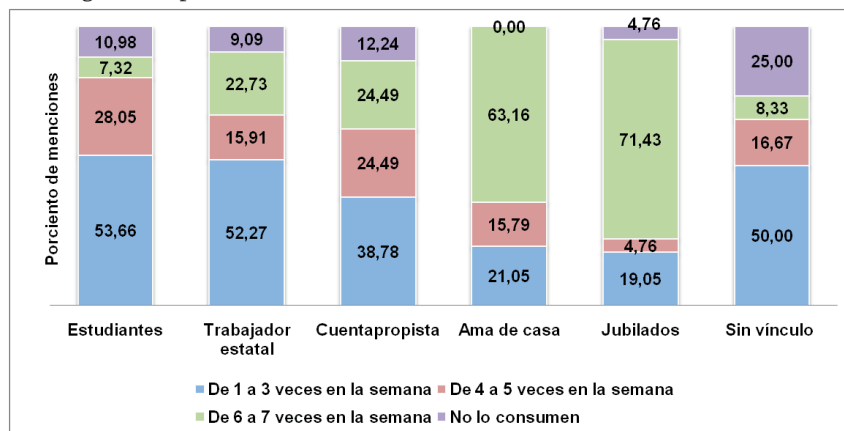
4.3.2 Exposición y consumo de los medios de comunicación

Investigaciones que sirven de antecedente a esta (Gallego & Rosabal, 2010; Colunga, 2011; entre otras) explican que en Cuba los medios de comunicación tienen la capacidad, de acuerdo a sus políticas editoriales, de establecer su agenda de prioridades temáticas, pero no así la del público. A través de las técnicas aplicadas se comprobó que la proximidad geográfica y emocional que existe respecto a los problemas de la provincia condiciona que el público tenga el control –al igual que los medios–, vulnerando el papel de estos a la hora de informar. ¿Cómo decirle a una persona que no tiene agua en la casa, cuando ya puede percibirlo directamente? Igualmente, con las tecnologías al alcance de las personas, los medios enfrentan no solo el reto de la inmediatez, sino de la profundización en el hecho noticioso.

Sin embargo, a pesar de las inconformidades con el trabajo de los medios de comunicación expresada en los grupos de discusión y entrevistas, el consumo informativo es elevado, lo que se corrobora con un 90% de respuestas afirmativas en las encuestas. Asimismo, más del 95.7% de las personas los tienen en cuenta en una escala de preferencia del dos al siete entre las fuentes de información. No obstante, la frecuencia de exposición a los medios de la provincia es baja, reflejada con el 45.4% de los sujetos que reconocieron que solo los usan con

el propósito de informarse de una a tres veces en la semana y el 20.3% lo consumen de cuatro a cinco veces, como se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 5. Frecuencia de consumo semanal de los medios provinciales de Santiago de Cuba según la ocupación.

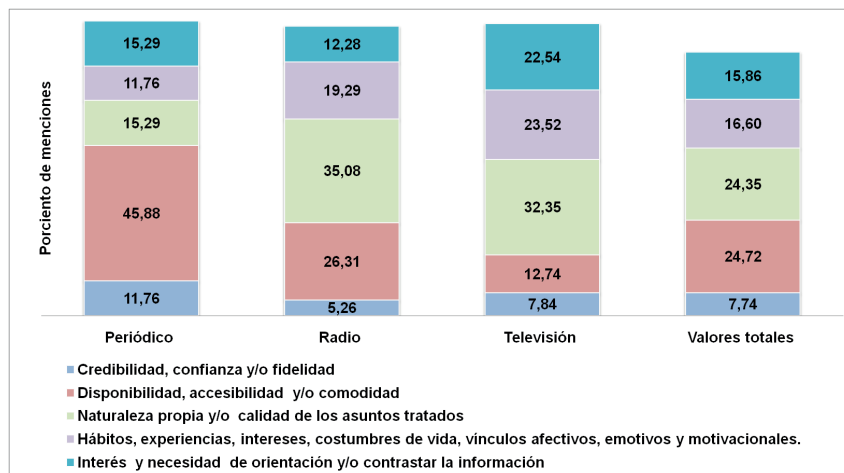


Fuente: elaboración propia.

Las rutinas de consumo están determinadas por las costumbres de las personas. El tiempo de transmisión de muchos programas informativos de radio y televisión no se corresponden con los horarios, fundamentalmente, de la población laboralmente activa. El 52.2% de los trabajadores estatales, el 38.7% de los cuentapropistas y el 53.6% de los estudiantes encuestados presentan la frecuencia más baja de consumo informativo de los medios, debido al resto de las actividades importantes en sus hábitos de vida.

Una de las razones generales por la cual se manifiesta cierta preferencia por los medios de comunicación como fuente de información se debe, según el 24.7% de los sujetos, a la disponibilidad, accesibilidad y/o comodidad en cuanto al manejo de la información (aunque el 16.6% los elige por hábitos, experiencias y vínculos afectivo- emotivos).

El medio de comunicación preferido por la población para informarse, de acuerdo a los resultados de las encuestas, es el telecentro Tele Turquino (37.6%), le sigue el periódico *Sierra Maestra* con un 31.4% de preferencia y luego, con un 21.0%, la emisora CMKC Radio Revolución. Sin embargo, el medio con mayor credibilidad es el periódico *Sierra Maestra*, con un 11.8% recogido en los cuestionarios.

Gráfico 6. Consumo informativo de los medios de comunicación provinciales y motivos de preferencia.

Fuente: elaboración propia.

Una particularidad encontrada, en este sentido, fue la diferenciación ocupacional. El 71.4% de los jubilados afirmó consumir más el periódico *Sierra Maestra*, seguido por los trabajadores estatales (34.1%) y los estudiantes (29,3%). De igual modo, las amas de casa son las que más consumen la radio, con un 73.7%, seguidas de los cuentapropistas (24.5%). En cuanto al sexo, los hombres suelen ver más la televisión, con un 41.3%, y las mujeres escuchan la radio con más frecuencia (25.9%). En el caso de la prensa plana, los resultados se mantuvieron parejos: 30.2% para las mujeres y 31.2% en los hombres.

5. Conclusiones

Los datos analizados han permitido corroborar que el proceso de formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba está determinado por la fuerte influencia de condiciones contingentes interrelacionadas entre sí y claramente definibles durante el período de investigación.

La necesidad de orientación, el interés por la información, las experiencias y los tipos de temas, la comunicación y relaciones interpersonales, los niveles de exposición a los medios –siempre en correspondencia con las características sociodemográficas del sujeto y su contexto cotidiano–, alcanzan una unidad prácticamente indivisible al interior de la agenda pública, convirtiéndola en un complejo y dinámico organismo que funciona holísticamente, regulado a través de las actitudes y la experiencia de las personas.

La agenda pública respecto a temas experienciales se constituye mediante una sistemática retroalimentación de cada uno de estos factores, condición que le otorga un sentido dialéctico como fenómeno comunicativo, sociopsicológico, cultural e histórico. Su proceso formativo se caracteriza por ser constante y espontáneamente estructurado como resultado de los altos niveles de comunicación y relaciones interpersonales de la población santiaguera. El sustento fáctico de lo antes dicho demuestra que ambas variables contingentes están entre las más influyentes e imprescindibles en la fijación de la agenda ciudadana en Santiago de Cuba, pues se han transformado en el vehículo socializador de las experiencias, intereses y necesidades que se integran al listado de prioridades públicas, construido desde la agenda intrapersonal hasta la socialmente compartida.

En la población santiaguera son elevados la necesidad de orientación y el interés por los asuntos de la provincia, sobre todo, por aquellos vivenciados directamente y que todavía no han sido completamente resueltos. Los núcleos temáticos no varían con frecuencia, debido a que constituyen cuestiones previas por resolver dado que muchos de los problemas que más pesan y se integran en la agenda pública son crónicos o permanentes. Por ende, las experiencias, la propia realidad con todas sus contradicciones y la comunicación y relaciones interpersonales son las fuentes de información más frecuentes con las que cuentan las personas para orientarse ante los temas experienciales, incluso por encima de los medios de comunicación del territorio, sin incurrir tampoco en el error de subestimar el trabajo o funciones que realizan.

A través de los resultados de esta investigación se ha confirmado la necesidad de retornar al sujeto en el campo de las investigaciones comunicológicas, pues se ha demostrado que la formación de la agenda pública depende del sujeto, de sus necesidades e intereses como manifestación de su personalidad. En este sentido, los rasgos demográficos –como la edad, la preparación cultural e intelectual de las personas y/o capacidad de análisis de los problemas, las responsabilidades sociales, los sistemas relacionales, y las circunstancias existenciales– constituyen elementos en los que se basa la proyección de las demás variables contingentes durante la estructuración del listado temático de la población.

Referencias bibliográficas

- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Argentina: Manantial.
- Camaj, L. (2014). Need for Orientation, Selective Exposure, and Attribute Agenda-Setting Effects. *Mass Communication and Society*, 17(5), pp. 689-712.
- Canel, M. J.; Llamas, J. P. & Rey-Lennon, F. (1996). El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los “problemas más importantes” de

- la ciudad de Pamplona. Disponible en <http://bit.ly/2g1PBF4> (consultado el 16-5-2015).
- Casermeiro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: Agenda Setting en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.
- Cheng, Y. (2016). The third-level agenda-setting study: an examination of media, implicit and explicit public agendas in China. *Asian Journal of Communication*, 26(4), pp. 319-332.
- Colunga, M. (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* (Tesis de licenciatura). Cuba: Universidad de Camagüey.
- Condeza, R.; Bachmann, I. & Mujica, C. (2014). El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa. *Comunicar*, 21(43), pp. 55-64.
- Gainza, Y. (2013). *Esta es Cuba, esta es su agenda. Un estudio en torno a las condiciones del proceso de construcción de la agenda de los boletines informativos de Cuba-visión internacional* (Tesis de licenciatura). Cuba: Universidad de La Habana.
- Gallego, J. R. & Rosabal, A. (2010). *Las cartas sobre la mesa: un estudio sobre la relación entre agenda pública y agenda mediática en Cuba: caso Granma* (Tesis de licenciatura). Cuba: Universidad de La Habana.
- Gallego, J. R. (2014). *La larga busca: propuesta de diseño para un análisis metateórico* (Tesis de maestría). Cuba: Universidad de La Habana.
- Garcés, R. (2007). La construcción simbólica de la opinión pública. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 13, pp. 55-81.
- García, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Kim, Y. (2013). Contingent Factors of Agenda-Setting Effects. En Jhonson, T. *Agenda Setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication* (pp. 66-81). Nueva York: Routledge.
- Lee, J. K. (2015). Knowledge as a Measure of News Reception in the Agenda-Setting Process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), pp. 22-40.
- Matthes, J. (2006). The need for orientation towards news media: revising and validating a classic concept. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(4), pp. 422-444.
- McCombs, M. & Valenzuela, S. (2014). *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. Estados Unidos: Oxford handbooks online.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Madrid: Editorial Paidós.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1993). The evolution of agenda setting research: twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), pp. 58-67.
- McCombs, M. & Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects Mapping the Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2(1), pp. 68-88.

- McCombs, M.; Shaw, D. & Weaver, D. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass communication and society*, 17(6), pp. 781-802.
- Molloy, D. (2015). Framing the IRA: beyond Agenda Setting and framing towards a model accounting for audience influence. *Critical Studies on Terrorism*, 8(3), pp. 478-490.
- Muñiz, V. & Fonseca, R. (2015). Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba. *Signo y Pensamiento* 34(67), pp. 76-92.
- Muñiz, V.; Fonseca, R. & Zamora, L. (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*, 8(12), pp. 121-136.
- Potthoff, M. (2016). The Variable Nature of News Media Influence. En *Schlüsse- lwerke der Medienwirkungsforschung*, pp. 161-172.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la agenda-setting: aplicación a la enseñanza uni- versitaria*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Rubio, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la 'Agen- da Setting'. Disponible en <http://bit.ly/2gZmzDj>, (consultado el 25-6-2015).
- Saladrigas, H. & Olivera, D. (2016). La comunicación social en Cuba: Tendencias de un campo académico emergente. *Razón y palabra*, Diciembre 2015-Marzo 2019 (29), pp. 1-19.
- Tamayo, M. & Carrillo, E. (2005). La formación de la agenda pública. *Foro Inter- nacional*, 45(4), pp. 658-681.
- Vara, A. (2001). *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agen- da 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 doctoral). España: Universidad de Navarra.
- Wanta, W. & Chen Hu, Y. (1992). Interpersonal communication and the agenda-se- tting process. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 69 (4), pp. 847-855.
- Weaver, D. H.; Graber, D. A.; McCombs, M. & Eyal, C. H. (1981). *Media Agenda Setting in a presidential election*. Nueva York: Praeger.
- Wu, H. D. & Coleman, R. (2009). Advancing Agenda-Setting Theory: The Compara- tive Strength and New Contingent Conditions of the Two Levels of Agenda-Se- tting Effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 86(4), pp. 775-789.