

Signo y Pensamiento

Signo y Pensamiento

ISSN: 0120-4823

revistascientificasjaveriana@gmail.com

Pontificia Universidad Javeriana

Colombia

Muñiz Zúñiga, Viviana; Fonseca Valido, Rafael Ángel
Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre
2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba
Signo y Pensamiento, vol. XXXIV, núm. 67, julio-diciembre, 2015, pp. 76-92
Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86043044005>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

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

Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba

doi:10.11144/Javeriana.syp34-67.camp

Characterization of the Media and Public Agendas in the Cuban Provinces between 2011 and 2014: the Case of Santiago de Cuba

Caracterização das agendas mediática e pública nas províncias cubanas entre 2011 e 2014: o caso de Santiago de Cuba

Recibido: 2015

Aceptado: 2015

Submission Date: , 2015

Acceptance Date: , 2015

Origen del artículo

El presente artículo forma parte de la investigación doctoral de la profesora Viviana Muñiz Zúñiga sobre construcción de la agenda mediática en los órganos de prensa de la provincia Santiago de Cuba. El estudio se inició en el 2013 con la recopilación de los datos primarios, la realización de un análisis de contenido a medios de comunicación y la recogida de información con carácter retrospectivo —agendas mediáticas entre 2011 y 2014—. La investigación concluyó en el 2014, cuando se realizaron las correlaciones pertinentes y se elaboraron las conclusiones con base en estas. El trabajo ha sido presentado en eventos científicos de la Universidad de Oriente, en los cuales ha sido reconocido por su originalidad y pertinencia. La investigación fue aprobada como parte del tema para doctorado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de Cuba. Actualmente se encuentra en proceso de desarrollo, avalado y financiado por la Universidad de Oriente.

VIVIANA MUÑIZ ZÚÑIGA

Cubana. Licenciada en Periodismo por la Universidad de Oriente (2013). Profesora de la carrera de Periodismo de la Universidad de Oriente. Cuba. Avenida Patricio Lumumba. Municipio Santiago de Cuba. Correo electrónico: vivita@fch.uo.edu.cu.

RAFAEL ÁNGEL FONSECA VALIDO

Cubano. Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana (2004). Profesor de la carrera de Periodismo de la Universidad de Oriente. Avenida Patricio Lumumba. Municipio Santiago de Cuba. Correo electrónico: fonseca@fch.uo.edu.cu.

Resumen

La presente investigación toma como referencia los estudios de *agenda-setting* desarrollados en diferentes universidades cubanas, para realizar a partir de ellos una caracterización de las agendas mediática y pública en Santiago de Cuba entre los años 2011 y 2014. Este estudio de caso longitudinal utiliza un enfoque de investigación mixto sobre la base de datos cuantificables. Sus aportes principales son la demostración de la naturaleza cíclica de la agenda mediática y de la sincrónica de la agenda pública y el desarrollo de dos propuestas metodológicas para evaluar dichas agendas en el contexto territorial cubano. Se utilizan los métodos de análisis-síntesis, el inductivo-deductivo y la teoría fundada. De igual modo, se emplean técnicas de investigación como el coeficiente de correlación de Spearman y el análisis de contenido.

Palabras clave: Agenda mediática; agenda pública; correlación entre agendas

Abstract

This research draws on agenda-setting studies developed in different cuban universities, for a characterization of the media and public agendas in Santiago de Cuba from 2011 to 2014. It is a longitudinal case study, using an approach combined research based on quantifiable data. Its main contributions show the cyclical nature of the media agenda and the public agenda synchronous; and the development of two methodological approaches to assess both agendas in Cuban territorial context. Theoretical methods were used as the analysis-synthesis, deductive and inductive grounded theory and research techniques as the Spearman correlation coefficient and analysis of content.

Keywords: Media agenda; public agenda; correlation between agendas

Resumo

A presente pesquisa toma como referência os estudos de *agenda-setting* desenvolvidos em diferentes universidades cubanas, para realizar a partir deles uma caracterização das agendas mediática e pública em Santiago de Cuba entre os anos 2011 e 2014. Este estudo de caso longitudinal utiliza um enfoque de pesquisa misto sobre a base de dados quantificáveis. Suas contribuições principais são a demonstração da natureza cíclica da agenda mediática e da sincrónica da agenda pública e o desenvolvimento de duas propostas metodológicas para avaliar tais agendas no contexto territorial cubano. Os métodos de análise-síntese, o inductivo-deductivo e a teoria fundada foram utilizados. Mesmo assim, foram usadas técnicas de pesquisa como o coeficiente de correlação de Spearman e análise de conteúdo.

Palavras-chave: Agenda mediática; agenda pública; correlação entre agendas

VIVIANA MUÑIZ ZÚÑIGA
RAFAEL ÁNGEL FONSECA VALIDO

Caracterización de las **agendas mediática** y **pública** en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba

Introducción

La relación entre medios y públicos ha sido objeto de investigación de diversas teorías de la Comunicación Social. Desde una de ellas, la teoría de la *agenda-setting* —utilizada en más de cuatrocientos estudios, realizados desde su hallazgo seminal en 1968 en Estados Unidos—, se ha abordado la interacción recíproca de intereses y transferencia de relevancia temática entre estas dos instancias.

Tras cinco fases de búsqueda, la teoría ha ido reforzando sus postulados y su metodología, apoyándose en otras ciencias como la psicología y la sociología, desde las cuales se han puesto en relación diferentes elementos para explicar la interacción de tres agendas clásicas: la agenda política, la mediática y la pública, enmarcadas en un escenario histórico y político concreto.

En un sentido genérico, el término ‘agenda’ se utiliza como una metáfora (McCombs, 2006) para explicar cómo determinados temas se ubican en la posición cimera de los intereses políticos, públicos y mediáticos durante un periodo de tiempo relativamente estable. Por ende, la agenda *política* puede definirse como el conjunto de tópicos que ocupan el interés de grupos gubernamentales o están relacionados con los decisores políticos de

una nación. La agenda *mediática*, por su parte, está conformada por las temáticas que los medios de comunicación de un determinado alcance sitúan entre sus prioridades, como resultado de la influencia de diferentes actores sociales —políticos, públicos, medios, entre otros). Por último, la agenda pública se determinaría a partir de la influencia temática que los medios de comunicación ejercen sobre las personas.

Si bien estas agendas se producen de forma separada, su estudio no debe concebirse de manera fragmentada, pues cada una de ellas está estrechamente ligada a la otra. Un análisis completo del fenómeno requeriría tener en cuenta elementos sociales, ligados a la interacción que se produce entre los sujetos a la hora de establecer prioridades temáticas.

La relación entre la agenda mediática y la pública ha sido uno de los puntos que con más fuerza se ha abordado desde el punto de vista teórico y empírico por parte de distintos investigadores en todo el mundo (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006; Kligler-Vilenchik, Tsafati, y Meyers, 2014; Castro, 2014), que se han preguntado por la influencia de los medios en la conformación de las prioridades temáticas del público.

En Cuba, este objeto ha sido estudiado en distintos trabajos de pregrado (Gallego y Rosabal, 2013; Cabrera, 2014). Este terreno ha sido bastante fértil en universidades como la de La Habana y la Universidad Ignacio Agramonte, en Camagüey.

Sin embargo, metodológicamente, estos estudios han abarcado un periodo de tiempo relativamente corto, debido a la naturaleza incipiente de las investigaciones. Por otra parte, han empleado como vía de acceso a la agenda pública los boletines que publica el Partido Comunista de Cuba, en sus instancias local y nacional, instrumento que, a nuestro parecer, no permite obtener datos cuantificables para la correlación de agendas. Aun así, estas investigaciones (Colunga, 2011; Gallego, 2013) han determinado que la agenda pública —nacional y local— se caracteriza por presentar temas de carácter sincrónico (Tamayo y Carrillo, 2005) que permanecen posicionados de forma regular en el tiempo, y han comprobado la naturaleza experiencial de los temas (Caballero, 2015).

Por otra parte, los estudios que se han centrado en describir la agenda mediática en Cuba (Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz, 2013; Cardoso, 2014) se han enfocado principalmente en determinar cómo los temas conforman las prioridades temáticas de los órganos de prensa nacional y regional, así como la relación entre la agenda política y la mediática en el contexto cubano.

En este contexto se hace importante la labor de caracterizar las agendas mediática y pública a través de un estudio de caso longitudinal en la provincia de Santiago de Cuba, pues, si bien el estudio de la correlación entre medios y público es importante para la teoría de la agenda en el contexto nacional, la descripción evolutiva de esas dos agendas también lo es, así como el esbozo de modelos que puedan adecuarse al caso cubano. Además, es preciso correlacionar ambas agendas en un marco temporal más amplio, que permita establecer conclusiones al respecto.

A pesar deemerger de un estudio realizado en un territorio específico, los resultados aquí presentados pueden extenderse a muchas provincias cubanas, en tanto que el sistema de funcio-

namiento mediático en las provincias cubanas es muy similar.

La pregunta de investigación que dio lugar a este estudio fue: ¿qué correlación existe entre las agendas mediática y pública en la provincia de Santiago de Cuba entre 2011 y 2014? Para lograr el cometido, nos propusimos caracterizar la agenda mediática y pública de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante los años en cuestión y establecer la correlación entre los objetos que caracterizan las agendas mediáticas analizadas y la agenda pública.

Apuntes teóricos sobre la *agenda-setting*

Harlar de *agenda-setting* es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda, priorizados por diferentes actores sociales en condiciones disímiles. En sus albores, esta teoría —que se inserta en los estudios de efectos a largo plazo— planteó que los medios de comunicación seleccionan un conjunto de temas que son luego transferidos, por la agenda de los medios, a la agenda del público (McCombs, 2006). De ahí que el planteamiento esencial de estos postulados es la transferencia de relevancia temática desde una agenda hacia otra.

Esta perspectiva se ha ido ampliando con los años —cerca de cuarenta—, y ha derivado en lo que hoy se conoce como *agenda-setting*. Se trata de un fenómeno complejo en el que median diferentes actores y factores sociales, asociados a los medios de comunicación y al público. La idea de *agenda-setting* permite, en gran medida, explicar la relación entre el sistema político, la prensa y la opinión pública.

Coincidimos con Maxwell McCombs (2006) cuando señala que la esencia de esta teoría es la transferencia de relevancia de una agenda a otra y, si bien plantea que ella ocurre desde los medios hacia la audiencia, agregamos que el fenómeno puede suceder también otras agendas —política, escolar, religiosa, etc.—, en diferentes direcciones y de manera integrada.

McCombs (2006, p. 225) establece un orden en las investigaciones sobre *agenda-setting* y explica

que la aparición de una nueva etapa en tales investigaciones no suplanta las anteriores, sino que suma un nuevo conocimiento al campo específico de los estudios de agenda.

Una primera etapa corresponde al descubrimiento de la teoría por McCombs y Shaw en su primer estudio (1972), llevado a cabo en la localidad estadounidense de Chapel Hill en 1968. Un segundo momento está relacionado con el estudio de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática y hace énfasis en el concepto de *necesidad de orientación* de las audiencias (McCombs y Stroud, 2014). Este concepto no es el único tratado en esta etapa; de hecho, consideramos que uno de los campos de investigación más prolíficos que posee la teoría de la *agenda-setting* es este, dada la diversidad de elementos que inciden en el efecto de establecimiento de una agenda en otra y la multiplicidad factores socio-culturales que entran en juego y que, sin embargo, tienden a excluirse de los análisis.

La tercera fase se produjo con la extensión de la teoría hacia el estudio de la imagen de los candidatos, proyectada por los medios de comunicación y asumida por los votantes (Casermeiro, 2004, p. 22). En esta misma fase se hizo énfasis en algunos aspectos de los mensajes periodísticos que habían sido tradicionalmente menos explorados —lo que se conoce como *segundo nivel de la agenda o agenda de atributos*—.

La cuarta fase se centra en las fuentes que influyen en la conformación de la agenda mediática y, finalmente, la quinta fase investiga las consecuencias del establecimiento de la agenda y aborda la manera en que los contenidos mediáticos influyen en la conducta de las personas (McCombs, 2006, p. 247).

Una perspectiva novedosa y cercana a los campos teóricos de la psicología y la sociología ha introducido del concepto de *memory-setting*, que designa el establecimiento, por parte de los medios de comunicación, de una memoria colectiva sobre de los hechos (Kligler-Vilenchik, Tsfati y Meyers, 2014). Sería viable investigar esta tendencia en Cuba, pues se podría recuperar el

tratamiento mediático dado a un suceso histórico y contrastarlo con la percepción que tiene el pueblo tiene sobre ese mismo hecho. Algunos teóricos (Castro, 2014) plantean que es en esta quinta etapa que se desarrollan los estudios del tercer nivel de agenda y la relación entre *agenda-setting* y medios digitales¹. En esta misma fase McCombs (2006) y McCombs y Stroud (2014, p.87) hacen referencia a la noción de la *agenda melding*, para designar la fusión entre la agenda personal de los individuos en relación con su comunidad y las afiliaciones a grupos. Esta perspectiva incluye la relación entre agendas de medios oficiales y la de otras fuentes informativas —otros medios, grupos sociales, comunidades— que inciden en la formación de la agenda.

Una revisión realizada en 2014 (Gallego, 2014, p. 10) reveló la existencia de al menos quinientas investigaciones sobre *agenda-setting*.

Consideraremos que esa podría convertirse en una limitación a la hora de analizar la teoría de *agenda-setting*, pues se hace prácticamente imposible acceder a todos los resultados para poder aseverar de forma absoluta la originalidad de algún descubrimiento. Por otra parte, esto indica que la producción teórico-práctica sobre la *agenda-setting* va en aumento, y más aún con la inserción de líneas de investigación novedosas que abarcan no solo la versión clásica de los medios de comunicación sino que incluyen sus versiones digitales.

Consideraciones acerca de la relación inter agendas

Los estudios de *agenda-setting* se han centrado tradicionalmente en el análisis de una de las tres agendas que se relacionan en este proceso mediático —la agenda política, la mediática y la pública—. Sin embargo, algunos autores (McCombs y Valenzuela, 2014) han descrito y reconocido otras interacciones

.....
¹ Google Scholar arroja cerca de 975 resultados en español producidos durante el año 2014; y 49 durante el 2015 en el mismo idioma. Si extendemos la búsqueda a artículos científicos de cualquier idioma, la cifra se incrementa a 17 900 resultados desde el año 2014.

operables entre estas agendas en otros escenarios —corporativos, medioambientales—, lo que podría contribuir a la expansión de la teoría. Durante más de cuarenta años se creyó en la existencia de una agenda mediática (*media agenda*) que influía en la agenda pública (*public agenda*), efecto que constituye el paradigma tradicional de la teoría. De la misma manera se ha tenido en cuenta el peso de la agenda política (*policy agenda*) en la mediación de la selección de los asuntos que harían parte de otras agendas.

Sin embargo, aclaramos que la teoría de la *agenda-setting* no debe concebirse de una forma lineal, puesto que las relaciones entre las agendas no tienen lugar en un solo sentido. Además, sea cual fuere la dirección de esas relaciones, en ellas siempre inciden un conjunto de mediaciones que determinan ese efecto —el de una agenda sobre la otra— y permiten explicarlo con mayor profundidad. Consideramos que no deberían excluirse otros factores influyentes que aún no han sido descritos, teniendo en cuenta que en el escenario informativo confluyen múltiples agendas cuyo nivel de incidencia sobre las audiencias varía.

Por ello, en este informe proponemos un enfoque integrado de la relación inter agendas, basado en los diferentes estudios que sustentan la teoría (Casermeiro, 2004; McCombs, 2006; McCombs y Valenzuela, 2014; entre otros), con el propósito de enriquecer las investigaciones que se realicen posteriormente en el país. Sobre esta base, proponemos que la teoría de la *agenda-setting* y los estudios que como parte de ella se realizan se conciban desde cuatro perspectivas esenciales:

1. Perspectiva sistemática: parte del supuesto de que la *agenda-setting* funciona como un sistema de elementos o condiciones interdependientes, donde un componente afecta y condiciona en mayor o menor medida a los otros. En este sentido, no hacemos referencia exclusiva a las variables interviniéntes en la relación medios y público, sino a todo el mecanismo a través del cual se relacionan las tres agendas clásicas.
2. Perspectiva de contingencia: consideramos

que los resultados hallados en una circunstancia determinada, en la que hacen presencia actores sociales específicos y condiciones dadas, no necesariamente deben producirse de forma idéntica. Esto quiere decir que las respuestas a un fenómeno no tienen que ser las mismas siempre, incluso cuando los estudios se produzcan en condiciones similares.

3. Perspectiva humanista: teniendo en cuenta que el epicentro de los estudios de agenda son las relaciones humanas y los productos de estas —la cobertura mediática, p. ej.—, no debe perderse de vista que se trata de interacciones sociales complejas y próximas a un referente subjetivo.
4. Perspectiva interpretativa y socio-histórica: los resultados de las correlaciones entre agendas y de las observaciones realizadas en este sentido deben interpretarse en concordancia con la realidad socio-histórica, cultural y política del territorio y los sujetos del análisis.

Los niveles de la agenda

Una agenda —sea cual sea su naturaleza— opera a dos niveles fundamentales: el de reconocimiento del tema —inclusión y jerarquización— y la valoración del mismo. A estos niveles se les conoce respectivamente como *objetos* y *atributos*. McCombs (2006, p. 137) declara que la unidad de análisis para cada agenda constituye un objeto. Esto quiere decir que la ‘espina dorsal’ de una agenda —lo que la sostiene— está hecha de esos temas de presencia requerida. Algunos elementos primordiales a resaltar sobre los objetos son: su persistencia en el tiempo como temas, la importancia que le otorgan los medios durante un período prolongado y su facilidad de aglutinación en macro-categorías generalmente excluyentes entre sí. Existe un consenso en torno a la clasificación de los objetos, siendo los temas (*issues*) aquello que permanece en el tiempo, y los acontecimientos (*events*) lo que ocurre de forma precisa, variable y sin una especificidad espacio temporal.

Los objetos se enriquecen con determinados atributos que remiten a los “elementos subjetivos, calificativos de opinión y comentarios que dan prominencia a un asunto.” (Rodríguez, 2004, p. 65) Para su estudio, estos se operacionalizan en dos dimensiones: la dimensión sustantiva y la afectiva. La primera de ellas alude a las particularidades de un tema —a sus rasgos más destacados—. La dimensión afectiva, por su parte, hace referencia a las categorías cognitivas y de actitud más generales, que definen la manera en que se piensa sobre una temática o problema. Esta dimensión puede resumirse en las categorías de actitud positiva, neutra o negativa (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006; Gallego y Rosabal, 2013). El hecho de que la mayoría de las investigaciones sobre agenda se hayan realizado en contextos electorales ha hecho que la dimensión sustantiva de los atributos se asocie a la ideología de los votantes y los medios, a la cualificación y la experiencia anterior, al comportamiento ético y a la personalidad de los candidatos. (Casermeiro, 2004; McCombs, 2006). Sin embargo, McCombs (2006, p. 152) define los atributos como los “aspectos destacados del tema que se aborda”, especificando un conjunto de ellos por objetos.

Estos niveles iniciales se desarrollaron durante la primera década de las investigaciones sobre el tema. Guo, Tien Vu y McCombs (2012) anuncian posteriormente la existencia de un tercer nivel de agenda: el Network Agenda Setting Model (NAS por sus siglas en inglés) o Modelo en Red de *Agenda Setting* (traducción del Portugués). Este modelo plantea que los medios pueden agrupar una serie de objetos y atributos —o ambos por separado— e influir simultáneamente en la audiencia (Guo, Tien Vu y McCombs, 2012). El modelo NAS toma algunos postulados de la psicología cognitiva —específicamente aquellos relacionados con procesos de memoria— para explicar la manera en que los productos informativos emitidos por los medios de comunicación son asimilados.

Metodología

El diseño metodológico de esta investigación es mixto, debido a la confluencia de técnicas y procedimientos cualitativos y cuantitativos que permiten brindar una explicación más completa del fenómeno en cuestión, a saber, la relación inter-agendas en Cuba.

En este sentido, se definieron las siguientes variables para el análisis de las agendas mediática y pública:

- **Agenda mediática:** parte de la realidad atendida por un medio de prensa, materializada en la selección, jerarquización y tratamiento de los acontecimientos que responden a sus intereses.
- **Agenda pública:** selección y jerarquización del público durante un periodo de tiempo de temas sobre los cuales posee y emite opiniones. En un sentido más amplio, puede considerarse como el producto de interacciones sociales entre personas, medios de comunicación, instituciones políticas y otros grupos sociales. Los temas que posee esta agenda pueden clasificarse, de acuerdo con los aportes de Tamayo y Carrillo (2005, p. 665), en los siguientes:
 1. Crónicos: problemas considerados prioritarios por una alta proporción de la población y que integran la agenda de manera permanente.
 2. Intermitentes: reciben atención media o baja por parte del público. Forman parte de la agenda desde hace mucho tiempo, pero su presencia es discontinua.
 3. Nuevos: de reciente aparición. El momento en que comenzaron a atraer la atención del público puede ubicarse con facilidad.
 4. Crisis: su inicio y final pueden ubicarse, y suelen estar vinculadas a coyunturas específicas.

Estas variables se operacionalizan en:

- **Objetos:** hechos de la realidad concreta, cubiertos por los medios de comunicación de forma constante o temporal.
- **Atributos:** elementos subjetivos que califican al objeto. Se dividen en dos dimensiones: una sustantiva, que incluye los rasgos que distinguen al objeto o los subtemas que se hallan implicados, y una afectiva, que es la valoración que se emite acerca de dichos temas.

Es importante precisar que, si bien la operacionalización de ambas variables se realiza a partir de los dos niveles planteados desde la teoría, en este estudio solo evaluaremos el primero de ellos —solo tendremos en cuenta, para el análisis de las agendas, los temas generales u objetos—.

Dada la existencia de diferentes *software* para determinar este valor, se decidió emplear el SPSS (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales, versión 11.5.). Si bien existe un consenso en cuanto a la interpretación del coeficiente, en Cuba han sido utilizadas diferentes escalas, por lo que nos adscribimos a la empleada por Colunga (2011). Los valores comprendidos entre 1 y 0 son tomados como efectivos para realizar la correlación, en tanto expresan una interacción más o menos fuerte entre ambas agendas. El 1 indica una correlación perfecta y el 0 una ausencia de correlación. Sin embargo, según se ha comprobado en algunas investigaciones hechas en Cuba (Gallego y Rosabal, 2013), los valores comprendidos entre 0 y -1 no son tomados en cuenta, puesto que, aunque el cálculo es posible matemáticamente hablando, tal resultado indicaría que los temas de una agenda, según un rango determinado, no serían correspondientes con los rangos de la otra agenda, por lo cual no existiría una relación entre ambas.

Para determinar la agenda mediática se realizó un análisis de contenido de algunos medios de prensa de Santiago de Cuba: el periódico *Sierra Maestra*, la emisora *CMKC Radio Revolución* y el telecentro *Tele Turquino*. El periodo de tiempo escogido para el análisis de cada medio varió dependiendo de la recuperación de los materiales, y la can-

tidad de productos, estrechamente relacionado con sus características específicas. Para la determinación de las agendas mediáticas se evaluaron veintiocho objetos, definidos con base en investigaciones previas realizadas en el contexto cubano que han evaluado la agenda mediática (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015).

Del periódico *Sierra Maestra* se tomó la totalidad de los trabajos periodísticos publicados entre el 1 de enero y el 31 de abril de 2011, 2012, 2013, y 2014. También se abordó la totalidad del material emitido por el programa informativo estelar *Reportes*, de la emisora *CMKC*, entre el 1 de enero y el 1 de marzo de 2013 y 2014. Por último, se tuvo en cuenta el 100% de los trabajos periodísticos del telecentro *Tele Turquino* publicados entre el 1 de enero y el 1 de abril de 2013 y 2014, concretamente en los espacios informativos *Telenoticias* y *Revista Santiago*.

Para determinar objetos y atributos en la agenda mediática, se tomaron como referencia los criterios planteados por Casermeiro (2004) y Gallego y Rosabal (2013). De acuerdo con esos criterios, el tiempo de duración —el espacio de los trabajos periodísticos—, la aparición en titulares y la frecuencia con que se reitera el tema coinciden. Por esta razón solo tuvimos en cuenta este último aspecto para la realización del análisis en los medios.

Para caracterizar la agenda pública se asumió una variante metodológica, dada la inexistencia de mecanismos encuestadores en el país. Esta problemática se ha resuelto en otras investigaciones (Gallego y Rosabal, 2013) a través de la triangulación de i) los boletines mensuales que elabora el Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión en las instancias nacional y provincial del Partido Comunista de Cuba, ii) las entrevistas en profundidad a investigadores de la realidad nacional y iii) las cartas del público dirigidas a diferentes medios. En esta investigación utilizamos un instrumento que, aunque no está diseñado para ese fin, permite cuantificar criterios de la opinión pública a nivel local. Se trata de los Codificadores utilizados por la Asamblea del Poder Popular para el registro de

los planteamientos en los procesos de rendición de cuentas del delegado a sus electores (Quiala, 2015). El informe de la codificación se emite por lo general dos veces al año —en abril y diciembre—, en correspondencia con las asambleas realizadas en cada localidad. Los planteamientos se recogen en actas por personas designadas por la asamblea para realizar esta tarea, y luego son cuantificados y mostrados en una tabla de frecuencias distribuida por municipios.

Este instrumento ofrece datos numéricos a escala provincial y clasificados por instituciones. Asimismo provee una ubicación previa del lugar de vivienda, lo que lo hace factible para esta investigación. Sin embargo, un mismo planteamiento puede aparecer por diversas instituciones encargadas de resolver los problemas, y el tiempo de recogida y emisión del Codificador se realiza solo dos veces al año.

En el caso de este estudio se tomaron los datos obtenidos en abril de 2011 a abril de 2014. Los datos fueron triangulados mediante técnicas como el análisis de contenido —aplicado a las cartas del público a los medios—, lo que permitió obtener datos cuantificables de la agenda pública a través del establecimiento de un patrón modal para ello. Para la agenda pública se evaluaron los mismos objetos que fueron evaluados en el

caso de la agenda mediática. A continuación se ubicaron los datos de las agendas en una tabla de frecuencia, diseñada a partir de algunos estudios precedentes que evalúan la correlación entre ambas agendas (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013). Esto permitió realizar, de forma ajustada y contextualizada, el cálculo del coeficiente.

Resultados

Caracterización de la agenda mediática en Santiago de Cuba

En Cuba, algunas características de la agenda mediática han sido estudiadas, fundamentalmente aquellas que se relacionan con la agenda política a través de un mecanismo —por lo general uniforme y estructurado— compuesto por diferentes niveles o elementos (Muñiz, 2013).

La agenda mediática en Santiago de Cuba tiene, además, un rasgo intrínseco que no ha sido descrito con anterioridad: el carácter cíclico y continuo de sus temas, que se reiteran cada cierto periodo de tiempo. Para evaluar esto, se analizaron los atributos presentes en los trabajos periodísticos seleccionados y, entre ellos, se contabilizaron los que se repetían.

La tabla 1 muestra el número de atributos repetidos y el porcentaje con respecto al total de

Tabla 1. Menciones de atributos repetidos en el periódico Sierra Maestra entre el 1 de enero y el 31 de abril de 2011, 2012, 2013, y 2014

Objeto	2011			2012			2013			2014			Totales		
	Total de menciones	Repeticiones	%	Menciones totales	Repeticiones totales	%									
Obras															
Historia	14	7	50,0	15	8	53,3	16	4	25,0	5	3	60,0	40	26	52,5
Economía	8	4	50,0	8	5	62,5	9	5	55,6	1	1	100,0	23	12	52,2
Gobierno y administración	7	5	71,4	6	5	83,3	5	4	80,0	3	2	100,0	20	16	88,0
Agricultura, ganadería y pesca	19	8	42,1	11	7	63,6	8	2	40,0	1	1	100,0	38	22	57,9
Salud Pública	18	7	43,3	17	7	41,2	11	8	72,7	10	9	90,0	69	36	53,1
Política	4	4	100,0	3	3	100,0	3	1	33,3	2	2	100,0	15	13	86,7
Trabajo	4	2	50,0	2	2	100,0	2	2	100,0	1	1	100,0	12	7	58,3
Servicios	1	0	0,0	0	0	0,0	2	0	0,0	0	0	0,0	3	0	0,0
Educación	1	4	66,7	11	4	36,4	11	2	18,2	6	1	100,0	29	11	37,9
Difusión Cultural	2	2	100,0	4	3	75,0	2	2	100,0	1	1	100,0	9	8	88,9
Ciencia y Tecnología	3	1	33,3	3	1	33,3	2	1	50,0	2	1	100,0	19	4	21,1
Hacienda y Finanzas	3	1	33,3	1	1	100,0	2	1	50,0	3	1	100,0	9	4	44,4
Comunicación	6	3	50,0	3	2	66,7	4	3	75,0	4	0	0,0	17	8	47,1
Obras en vivienda y vida misma	11	8	72,7	8	4	50,0	8	8	100,0	8	8	100,0	36	26	55,6
Industria	8	3	37,5	5	3	60,0	4	3	75,0	4	2	50,0	22	11	50,0
Faro Minci	0	0	0,0	6	2	33,3	4	2	50,0	1	1	100,0	21	12	57,1
Hacienda y tributos	1	0	0,0	1	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0	0,0
Problemas sociales	5	1	20,0	3	0	0,0	5	2	40,0	8	1	12,5	25	4	16,0
Jubilación	2	0	0,0	3	0	0,0	8	0	0,0	0	0	0,0	4	0	0,0
Comercio interior	1	0	0,0	1	0	0,0	2	1	50,0	4	1	25,0	8	2	25,0
Transporte	3	1	33,3	7	2	28,6	5	1	20,0	1	2	40,0	20	6	30,0
Reuniones, actos y celebraciones	9	8	88,9	11	4	36,4	5	3	60,0	8	4	50,0	30	17	56,7
Vivienda y construcción	2	1	50,0	5	2	40,0	3	1	33,3	3	1	33,3	13	5	38,5
Arquitectura	2	1	50,0	1	1	100,0	8	8	100,0	1	0	0,0	9	2	22,2
Energía	1	1	100,0	6	3	50,0	2	1	50,0	1	0	0,0	13	4	30,8
Riego y agua	3	2	66,7	3	2	66,7	2	1	50,0	2	0	0,0	13	4	30,8
Medio Ambiente	1	1	100,0	1	0	0,0	5	1	20,0	1	0	0,0	8	2	25,0
Gastronomía	2	1	50,0	4	3	75,0	3	1	33,3	0	3	100,0	17	8	47,1
Totales	145	70	48,6	104	70	67,3	111	18	16,3	111	90	42,1	517	254	48,5

Fuente: elaboración propia

trabajos publicados en el periódico *Sierra Maestra* entre el 1 de enero y el 31 de abril de 2011, 2012, 2013, y 2014. Como se observa, el porcentaje de repetición de atributos por año se mantuvo relativamente estable: 53,8% en 2011; 45,5% en 2012; 57,4% en 2013, y 42,7% en 2014. Finalmente, la cantidad de menciones repetidas totales durante los cuatro años representaron el 49,5% del total de menciones, lo que evidencia que existe una estabilidad en cuanto a esa particularidad en el periodo de tiempo estudiado.

Los objetos con mayor cantidad de atributos repetidos fueron —en orden descendente— la Defensa Civil (88,9%), el Gobierno y la Administración (80,0%), las organizaciones políticas y de masas (69,4%), la política (66,7%), el trabajo y la seguridad social (58,3%), la agricultura, la ganadería o la pesca (57,9%), Far-minint (57,1%), la historia (52,5%), la economía (52,2%), la salud pública (51,7%), reuniones, actos y celebraciones (51,5%) y la industria (50,0%).

El porcentaje mínimo de repetición lo tuvo el objeto ‘problemas sociales’, con un 19,0%, algo que resulta realmente alentador. Sin embargo, de veinticinco objetos que definimos en esa agenda mediática, doce tienen, como mínimo, un 50% de atributos repetidos. Esto último no refleja un “trabajo bien hecho”, y podría quizás explicarse por la influencia que la agenda política y la de fuentes ejercen sobre los medios, proveyéndolos de una cierta cobertura de actos, reuniones y asambleas. La *agenda de fuentes* puede definirse como el conjunto de prioridades temáticas seleccionadas por las fuentes informativas institucionales para referirse a los hechos reales de su cotidianidad y publicar en los medios de comunicación. A este tipo de fuentes se refiere la investigadora cubana Livia Reyes (2006) cuando afirma que una fuente de información es “todo objeto o sujeto que genere, contenga, suministre o transfiera información” (Reyes, 2006, p. 8). Es obvio que cada año, en Cuba, se conmemoran los mismos aniversarios. También anualmente se realizan la cosecha cafetalera y la zafra azucarrera. Es igualmente conocido que las campañas

de vacunación tienen lugar generalmente en el mismo periodo del año. Sin embargo, no consideramos que ello justifique la repetición de los modos de hacer e informar que se evidencian al interior de los medios de comunicación.

Entre los atributos más repetidos de la Defensa Civil figura el enfrentamiento a los sismos y los ejercicios Meteoro. Esto puede ocurrir porque, dado que la provincia es vulnerable a los sismos, anualmente se realiza dicho ejercicio en los órganos de la Defensa Civil.

En cuanto al objeto *Gobierno y administración*, fueron reiterativos los recorridos del Primer Secretario, las asambleas de rendición de cuentas, y las sesiones de la Asamblea Provincial del Poder Popular —de este último se encontraron, incluso, los mismos titulares y formas de presentación del lead—.

De las *organizaciones* puede decirse que es hasta cierto punto razonable la reiteración de atributos, porque este objeto se sustenta sobre la base de congresos, asambleas de diferentes organizaciones, marchas y tareas que realizan. Del objeto *historia*, que concretamente hace referencia al devenir histórico del país, se reiteran sobre todo los aniversarios de fechas históricas y los homenajes a figuras notables. Obsérvese en la tabla que las prioridades temáticas son muy similares en los diferentes años: la salud pública, la agricultura, las organizaciones políticas y de masas, las reuniones, actos y celebraciones, la historia, la educación, el gobierno y administración y la economía.

La correlación entre los periodos osciló entre moderada y alta, lo que muestra una similitud estadística significativa entre los años evaluados. En la tabla 2 aparecen los resultados para cada par de años, así como el nivel de significación de las pruebas. Los valores que denotan el nivel de correlación más alto se obtuvieron en 2011 y 2013 (0.74); 2011 y 2012 (0.73), y 2012 y 2013 (0.60). Los valores restantes (0.57; 0.49, y 0.50) indican que existe una correlación moderada entre las agendas analizadas. Aun así, las correlaciones se mantienen relativamente constantes en el tiempo, lo que sugiere la permanencia de los temas en cuestión.

Tabla 2. Correlaciones entre los diferentes períodos de evaluación de los objetos en la agenda mediática del periódico Sierra Maestra

	2012	2013	2014
2011	0.73**	0.74**	0.57**
2012		0.60**	0.49*
2013			0.50*
2014			

** Las correlaciones son significativas a 0.01 bilateral

* Las correlaciones son significativas a 0.05 bilateral

Fuente: elaboración propia

Esta particularidad de la agenda mediática del periódico Sierra Maestra también se observó en la emisora CMKC. La tabla 3 muestra una estabilidad en las repeticiones, con subtotales porcentuales muy similares: 37,0% en 2013, y 36,6% en 2014, para un total de 36,9% de atributos reiterados.

El porcentaje —que no es tan elevado como el encontrado en el periódico *Sierra Maestra*— se incrementa en los siguientes objetos: comunicaciones (76,5%); acueducto (60%), Defensa Civil

(55,6%), Far-Minint (50%), industria (50%), y reuniones, actos y celebraciones (50%).

Evidentemente, el número de objetos que exceden en 50% los atributos repetidos disminuyó, aunque aumentó la tendencia a reiterar los temas relacionados con la Defensa Civil, la agricultura, la milicia, la industria, el trabajo de las organizaciones y las reuniones, los actos y las celebraciones.

Los atributos de mayor reiteración en el objeto *Defensa Civil* fueron las sesiones del Consejo de Defensa Provincial y los ejercicios relacionados con el Día Territorial de la Defensa. En las *comunicaciones*, el tema más frecuente fue el trabajo asociado a la prensa santiaguera y sus eventos, mientras que en el *acueducto* se reiteró el abasto de agua.

La tabla muestra, además, que las prioridades temáticas son muy similares en 2013 y 2014, manteniéndose a la cabeza del listado objetos como la salud pública, la agricultura, la ganadería y la pesca, las organizaciones políticas y de masas, la educación, las comunicaciones y las reuniones, actos y celebraciones. Por último, la correlación de Spearman entre ambos períodos indicó que,

Tabla 3. Menciones de atributos repetidos en la emisora CMKC entre el 1 de enero y el 1 de marzo de 2013 y 2014

Objetos	2013			2014			Totales		
	Total de menciones	Repetidas	%	Total de menciones	Repetitivas	%	Menciones totales	Repeticiones totales	%
Acueducto	2	2	100,0	3	1	33,3	5	3	60,0
Agricultura, ganadería y pesca	18	8	44,4	14	7	50,0	32	15	46,9
Ciencia y tecnología	0	0	0,0	2	0	0,0	2	0	0,0
Comercio interior	0	0	0,0	3	0	0,0	3	0	0,0
Comunicaciones	9	9	100,0	6	4	66,7	15	13	76,5
Defensa Civil	7	4	57,1	2	1	50,0	9	5	55,6
Economía	11	0	0,0	8	0	0,0	17	0	0,0
Educación	26	10	38,5	11	5	45,5	37	15	40,5
Energía	0	0	0,0	3	0	0,0	3	0	0,0
FAIR-MININT	4	2	50,0	8	3	50,0	10	5	50,0
Gastronomía	10	0	0,0	4	0	0,0	14	0	0,0
Gobierno y administración	10	3	30,0	2	2	100,0	12	5	41,7
Higiene comunitaria	8	0	0,0	0	0	0,0	8	0	0,0
Historia	15	5	33,3	3	2	66,7	18	7	38,9
Hotelería y Turismo	0	0	0,0	1	0	0,0	1	0	0,0
Industria	15	8	53,3	5	2	40,0	20	10	50,0
Organizaciones políticas y de masas	14	4	28,6	14	7	50,0	28	11	39,3
Patrimonio	0	0	0,0	2	0	0,0	2	0	0,0
Política	0	0	0,0	4	0	0,0	4	0	0,0
Problemas sociales	0	0	0,0	2	0	0,0	2	0	0,0
Reuniones, actos y celebraciones	10	5	50,0	8	4	50,0	18	9	50,0
Salud Pública	19	7	36,8	15	6	40,0	34	13	38,2
Trabajo	0	0	0,0	1	0	0,0	1	0	0,0
Transporte	4	0	0,0	2	0	0,0	6	0	0,0
Vivienda y construcción	3	3	100,0	2	1	50,0	5	4	80,0
Total	189	70	37,0	123	45	36,6	312	115	36,9

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Menciones de atributos repetidos en *Tele Turquino* entre el 1 de enero y el 1 de abril de 2013 y 2014

Objetos	2013		2014		Totales		Repeticiones totales	%
	Total de menciones	Repetidas %	Total de menciones	Repetidas %	Menciones totales	Repeticiones totales		
Agricultura, ganadería y pesca	11	0	54,5	0	4	44,4	20	50,0
Comunicaciones	1	0	0,0	0	0	0,0	4	0,0
Defensa Civil	5	3	60,0	0	0	0,0	5	60,0
Economía	1	1	100,0	1	1	33,3	4	50,0
Educación	10	5	50,0	8	3	97,5	18	44,4
Energía	1	0	0,0	3	0	0,0	4	0,0
FAR-MININT	4	2	50,0	0	1	33,3	7	42,9
Gastronomía	7	3	42,9	3	1	33,3	10	40,0
Gobierno y administración	4	2	50,0	8	2	25,0	12	33,3
Higiene comunal	6	3	50,0	3	1	33,3	9	44,4
Historia	14	7	50,0	7	4	67,1	21	52,4
Hotelearia y turismo	1	0	0,0	0	0	0,0	1	0,0
Industria	10	5	50,0	6	2	33,3	16	43,8
Medio Ambiente	1	0	0,0	0	0	0,0	1	0,0
Organizac. políticas y de masas	9	6	66,7	9	5	55,6	16	61,1
Política	8	3	37,5	4	1	25,0	12	33,3
Religión	1	0	0,0	0	0	0,0	1	0,0
Reuniones, actos y celebraciones	6	2	33,3	8	3	50,0	12	41,7
Salud Pública	9	4	44,4	10	3	30,0	19	36,8
Trabajo y seguridad social	1	0	0,0	5	1	20,0	6	16,7
Transporte	1	0	0,0	7	2	28,6	8	25,0
Vivienda y construcción	3	1	33,3	4	1	25,0	7	26,6
Patrimonio	0	0	0,0	3	0	0,0	3	0,0
Total	114	53	46,5	104	35	35,7	218	40,4

Fuente: elaboración propia

estadísticamente, existe una relación alta y significativa a nivel 0.01 bilateral, con un 0.63, lo que coincide con lo obtenido en el caso del periódico.

En el telecentro *Tele Turquino* se pudo constatar una situación similar, aunque se aprecia un mayor distanciamiento entre los porcentajes. La tabla 4 muestra que en 2013 hubo un 46,5% de atributos repetidos, mientras que en 2014 se calculó un 33,7%. Estos subtotalles anuales son consistentes con el porcentaje de repeticiones totales (40,4%).

En este medio solo hubo cinco objetos cuyos atributos excedieron el 50% de las reiteraciones: se trata de las organizaciones políticas y de masas (61,1%), la Defensa Civil (60%), la historia (52,4%), la agricultura, la ganadería y la pesca (50%), y la economía (50%).

Las prioridades temáticas coincidieron en ambos períodos, destacándose objetos como la salud pública, las organizaciones políticas y de masas, la agricultura, ganadería y pesca, la educación, el Gobierno y la administración, y la historia, entre otras. En este sentido, la correlación entre los marcos temporales fue moderada y significativa a nivel 0.05 bilateral, con un 0.58.

Las particularidades hasta ahora revisadas —relativas a la permanencia en el tiempo de los

objetos de las agendas mediáticas— nos permiten establecer una relación entre dichas agendas. A través de este análisis pudimos comprobar que la agenda mediática de los órganos de prensa no solo es similar en el tiempo; también existe una similitud entre las agendas de dichos órganos. En la tabla 5 se pueden observar las correlaciones entre la agenda mediática del periódico, la emisora de radio y el telecentro durante 2013 y 2014.

Las relaciones más significativas o altas tuvieron lugar entre las agendas del telecentro *Tele Turquino* y la emisora *CMKC*, durante 2013 (0.75) —aunque el valor obtenido en 2014 indica una correlación baja—. Aunque este resultado no se mantuvo constante en el tiempo, indica que ambos medios conformaron en la primera fase analizada de manera similar, algo que podría explicarse por el hecho de que están subordinados al Instituto Cubano de Radio y Televisión. Otra correlación significativa se produjo entre el periódico *Sierra Maestra* y la emisora *CMKC* en 2014 (0.65). Este resultado fue similar al obtenido en 2013 (0.43), cuando se obtuvo una correlación moderada. Por otro lado, la relación entre el periódico y el telecentro no fue significativa en ninguno de los casos

estudiados, comportándose de manera irregular en el tiempo. A través de esta evaluación pudimos determinar que existe un proceso regularizado de funcionamiento y relación entre las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba, en el cual se observó una similitud mayor entre las agendas del periódico y la emisora y entre la emisora y el telecentro, en lo respectivo a la conformación de la agenda de objetos, rutinas y prácticas al interior de los medios de comunicación. Esto podría revelar la existencia de una agenda mediática de temas provinciales en tanto que, como veremos a continuación, las correlaciones entre estas agendas y la agenda pública presentan grandes similitudes entre sí en el transcurso del tiempo.

Tabla 5. Correlaciones entre los medios de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante 2013 y 2014

	2013		2014	
	CMKC	Tele Turquino	CMKC	Tele Turquino
Sierra Maestra	0,43	0,24	0,65*	0,59
Tele Turquino	0,75**		0,37	

* Las correlaciones son significativas a nivel 0.05 bilateral

** Las correlaciones son significativas a nivel 0.01 bilateral

Fuente: elaboración propia

Por último, otra característica importante de la agenda mediática es la diferenciación que presenta entre los objetos. La teoría plantea inicialmente que lo que sostiene una agenda son los objetos —definidos como temas de larga permanencia en los medios de comunicación—. Dichos objetos, a su vez, se clasifican en *issues* y *events*.

El estudio longitudinal de la agenda mediática permitió observar que hay una serie de objetos que se mantienen constantes en el tiempo, pero que no todos aparecen con la misma frecuencia. Lo anterior puede prestarse para lecturas equivocadas, puesto que la baja presencia de un objeto no siempre implica que se trate un tema eventual —a pesar de que presente un bajo porcentaje de menciones en relación con el total—. En ese sentido, observamos que los objetos que más se reiteran a lo largo del tiempo suelen superar el 5% de las menciones, mientras que su rango en las agendas de los medios en los años estudiados. Existen, además, objetos cuyo porcentaje de menciones se

halla entre el 5% y 2%, y que presentan un nivel de permanencia menor en los rangos a través del tiempo. Esta particularidad se debe principalmente a que las agendas —concretamente las que aquí nos ocupan— tienen un carácter limitado en cuanto a su extensión. Esto quiere decir que, a pesar de contener cerca de veintiocho objetos, solo seis ó siete de ellos ocupan realmente un lugar privilegiado, reiterándose en el tiempo con mayor frecuencia.

Sobre la base de este análisis, establecimos una clasificación de los objetos para la agenda mediática en Santiago de Cuba:

- **Tipo 1:** Objetos con un **alto grado de presencia**. En esta categoría incluimos aquellos objetos cuya cantidad de menciones sobrepasa el 5% de las menciones totales y tienen un mayor porcentaje de reiteración en el tiempo.
- **Tipo 2:** Objetos con un **moderado grado de presencia**. Esta categoría contiene los temas que sobrepasan el 2% de las menciones totales y poseen un porcentaje no muy alto de reiteración.
- **Tipo 3:** Objetos con un **bajo grado de presencia**. Esta categoría contiene aquellos objetos cuyo porcentaje de menciones es inferior al 2% del total de menciones.

En el orden metodológico, es más apropiado hablar de objetos (*issues*) mencionados un alto, moderado, o bajo nivel porcentual, y resulta más factible cuando se evalúa la correlación medios-público.

Por otra parte, entre los elementos que inciden en la reiteración de los temas de la agenda mediática se hallan: la percepción del periodista de su profesión; su ética profesional; las rutinas productivas; la identificación y el trabajo con fuentes específicas que condicionan las prácticas en torno a ellas; la propia organización y sus mecanismos de funcionamiento, que facilitan la reproducción de mensajes sin una evaluación crítica previa. Por último, inciden también condicionantes externos como la agenda política, su mecanismo de funcionamiento y las características de la agenda pública (Muñiz, 2013).

Tabla 6. Porcentaje de menciones de objetos en la agenda pública de Santiago de Cuba durante el mes de abril de 2011, 2012, 2013 y 2014

Objetos	2011		2012		2013		2014	
	Menciones	%	Menciones	%	Menciones	%	Menciones	%
Acueducto	1230	16,8	1183	15,4	1582	13,8	889	14,1
Agricultura	427	5,9	80	1,0	497	4,4	132	2,1
Comercio interior	436	6,0	1203	15,7	1059	9,3	1067	17,0
Comunicaciones	389	5,5	174	2,3	715	6,3	12	0,2
Economía	10	0,1	25	0,3	40	0,4	39	0,6
Educación	103	1,4	114	1,5	200	1,8	114	1,8
Energía	1638	22,5	1638	23,9	2351	20,6	1062	17,0
FAR -MININT	233	3,2	181	2,5	317	2,8	115	1,8
Gastronomía	533	7,3	806	10,5	123	1,1	326	5,1
Higiene comunal	350	4,8	986	12,8	1455	12,7	623	9,8
Hotelería y recreación	2	0,0	1	0,0	3	0,0	5	0,1
Industria	80	1,1	127	1,7	720	6,3	14	0,2
Justicia	5	0,1	8	0,1	14	0,1	3	0,0
Medio ambiente	6	0,1	10	0,1	8	0,1	18	0,3
Organizaciones políticas y de masas	53	0,7	66	0,8	63	0,6	14	0,2
Patrimonio	17	0,2	14	0,2	20	0,2	81	1,3
Problemas sociales	2	0,0	7	0,1	8	0,1	10	0,2
Salud Pública	761	10,5	620	8,1	821	8,1	387	6,1
Servicios	60	0,8	71	0,9	113	1,0	94	1,5
Trabajo	24	0,3	22	0,3	31	0,3	18	0,3
Transporte	589	8,2	113	1,5	1010	8,8	629	8,8
Vivienda y construcción	329	4,5	22	0,3	169	1,5	875	10,6
Total	7277	100,0	7686	100,0	11421	100,0	6380	100,0

Fuente: elaboración propia

Según lo analizado hasta el momento, en Santiago de Cuba existe lo que podríamos denominar una ‘rutinización de la agenda mediática’, que en alguna medida, garantiza la estabilidad de los medios en torno a aspectos medulares para el acontecer del territorio. Sin embargo, esto perjudica las intenciones de incluir de nuevos asuntos de discusión que —recordemos— tienen influencia política y pública. Hasta el momento, los estudios de analizados (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015) han descrito que la agenda mediática no condiciona a la pública, y que los temas de esta son constantes. Por ello, consideramos que plantear el carácter cíclico y reiterativo de los temas en la agenda de los medios y el alto grado de similitud entre los diferentes órganos de prensa analizados significa dar un paso más en la aplicación de la teoría de *agenda-setting* en Cuba, en relación con las agendas política y pública.

Caracterización de la agenda pública

La agenda pública cubana ha sido descrita con anterioridad en distintos estudios (Gallego y Rosabal, 2013; Caballero, 2015) que han resaltado, entre sus particularidades, el carácter sincrónico y

continuo de sus temas, que permanecen posicionados de forma regular en el tiempo y la naturaleza experiencial de los mismos —elemento que, debido a la cercanía de las vivencias, condiciona en cierta medida el consumo y la actitud hacia los medios—. Sin embargo, los estudios que han trabajado la agenda pública en Cuba han sido de tipo transversal, y utilizan siempre la misma fórmula de triangulación de datos que se mencionó con anterioridad.

En la tabla 6 se observa que los temas más mencionados en los cuatro años evaluados son muy similares. En 2011, los objetos priorizados fueron la energía (22,5%), el acueducto (16,9%), la salud pública (10,5%), el transporte (8,2%), la gastronomía (7,3%), el comercio interior (6,0%), la agricultura (5,9%) y las comunicaciones (5,5%). En 2012, los objetos más mencionados fueron la energía (23,9%), el comercio interior (15,7%), el acueducto (15,4%), la higiene comunal (12,8%), la gastronomía (10,5%) y la salud pública (8,1%). En 2013, los objetos que encabezaron la agenda fueron la energía (20,6%), el acueducto (13,9%), la higiene comunal (12,7%), el comercio interior (9,3%), el transporte (8,8%), la salud pública (8,1%), la industria (6,3%)

y las comunicaciones (6,3%). Por último, en 2014 los objetos priorizados fueron el comercio interior (17,0%), la energía (17,0%), el acueducto (14,1%), la vivienda y la construcción (10,6%), el transporte (9,9%), la higiene comunal (9,8%), la salud pública (6,1%) y la Gastronomía (5,1%).

En comparación con dos estudios realizados en Cuba a nivel nacional (Gallego y Rosabal, 2013) y local (Colunga, 2011), la agenda pública se asemeja a la hallada en los mismos, aun cuando los instrumentos difieren. Además, vemos que existen numerosos temas que se mantienen constantes en el tiempo —aunque su rango varía en ocasiones—, lo que indica el carácter limitado de la cantidad de objetos en la agenda, como apuntábamos anteriormente. Esta conclusión parcial nos lleva a pensar en la relación entre la agenda mediática de los órganos estudiados y la agenda pública, pues, si en ambos casos los temas se reiteran continuamente, es altamente probable que la correlación entre ambas tenga esta particularidad.

Correlación entre las agendas mediáticas y la agenda pública

Entre las investigaciones que han relacionado las agendas mediática y pública en Cuba figuran la de Colunga (2011), que obtuvo una relación muy baja (0.01) entre la agenda pública y la mediática del semanario camagüeyano *Adelante*. La de Valido (2012) halló una relación muy baja (0.19) entre la agenda pública y la agenda mediática del *Noticiero Juvenil*. Gallego y Rosabal (2013) encontraron una correlación baja (0.30) entre la agenda pública y la agenda mediática del periódico *Granma*; y una de las más recientes, la de Cabrera (2014), realizó una relación la agenda pública de un grupo de cuentapropistas habaneros con los medios nacionales *Granma*, *Juventud Rebelde* y *Emisión Estelar* del NTV, encontrando una relación moderada (0.35). Estas investigaciones tienen un elemento común: demuestran que entre la agenda mediática y la pública no existe una relación causal. Por esta razón, en el presente estudio abordamos la *correlación* como una relación *no-causal*, aunque consideramos que el distanciamiento temático

entre ambas agendas es un indicativo de que los intereses temáticos no se encuentran en el mismo orden de prioridades.

Este estudio encontró resultados similares en la correlación entre las agendas mediáticas seleccionadas y la agenda pública, que pueden observarse en la tabla 7. Uno de los principales hallazgos en este sentido fue que los valores se mantienen estables en el tiempo —la correlación se mantiene entre baja (0.23), muy baja (0.01, 0.13 y 0.03) y nula (-0.26, -0.32, -0.04 y -0.08)—. Esta deducción está relacionada con el carácter permanente de los temas en ambas agendas. Además, podemos ver que estos resultados se corresponden con los estudios previos (Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015), lo que indica que independientemente del instrumento que se emplee y los períodos de tiempo seleccionados, existe una simetría entre las agendas mediáticas y pública en la provincia de Santiago de Cuba desde el punto de vista informativo, que se mantiene de forma constante en el tiempo.

En este punto es posible deducir que en la provincia —y en el país— no es posible hablar de un condicionamiento de la agenda pública por parte de la mediática en términos de temas experienciales y de objetos. Cabría investigar si esto también ocurre en tópicos no experienciales e indagar esta correlación en un segundo nivel.

Tabla 7. Correlaciones entre las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba y la agenda pública

Agendas mediáticas	Agenda pública			
	2011	2012	2013	2014
Sierra Maestra	0.01*	0.13*	-0.26*	-0.08*
CMKC			-0.32*	0.03*
Tele Turquino			0.23*	-0.04*

* Las correlaciones son significativas a 0.05 bilateral

Fuente: elaboración propia

Una investigación realizada durante un periodo similar sobre los factores determinantes en la relación entre medios provinciales y público en Santiago de Cuba (Caballero, 2015) reveló algunos elementos que pueden resultar esclarecedores para explicar esta insuficiencia correlativa. En la población se manifiestan sistemáticamente la necesidad

de orientación y un interés por los asuntos de la provincia, sobre todo por aquellos vividos directamente y que todavía no han sido completamente resueltos (Caballero, 2015). El estudio arrojó elementos que permiten establecer que los núcleos temáticos no varían con frecuencia, debido a que constituyen cuestiones previas por solventar. Por este motivo, las experiencias, la propia realidad —con todas sus contradicciones—, la comunicación y las relaciones interpersonales son las fuentes de información más naturales y frecuentes con las que cuentan las personas para orientarse ante los temas provinciales, incluso antes que los medios de comunicación locales, sin incurrir tampoco en el error de subestimar el trabajo o funciones que realizan.

Evidentemente, estos resultados contradicen los trabajos que plantean una relación fuerte entre los medios de comunicación y el público (McCombs, 2006; Casermeiro, 2004; Ponce, 2014), lo que sugiere que es necesario establecer una metodología y una concepción para abordar la relación inter-agendas para el territorio cubano —dado que estos postulados no son enteramente aplicables a esa región—. En ese sentido, comprendemos que la teoría de la *agenda-setting* se ha ido adaptando paulatinamente a los contextos socio-históricos de los países en los que se originan las investigaciones, por lo que no podríamos hablar de una homogeneidad en cuanto a los datos que se obtienen.

Conclusiones

El presente estudio nos ha permitido llegar a cuatro conclusiones importantes: la primera de ellas está relacionada con la naturaleza cíclica de los objetos en las agendas de los medios estudiados, lo que indica que, cada año, se reiteran la mayor parte de los temas en los medios, lo que, a su vez, produce una estabilidad evidente en las prioridades temáticas. Además, entre estas agendas existe una relación moderada o alta, lo que permite plantear que la agenda de los medios no solo se repite, sino que presenta grandes similitudes con las de otros medios. En este sentido, el periódico y la emisora, así como la emisora y el telecentro, presentaron la

mayor similitud temática, no ocurriendo así en el caso del periódico y el telecentro.

Por otra parte, se determinó que, tanto en la agenda mediática como en la pública, existen objetos con mayor o menor presencia y reiteración en el tiempo, para lo cual se establecieron dos clasificaciones que permitieron estudiar de forma más detallada su comportamiento. Finalmente, luego de establecer que las agendas de los medios y el público son constantes en el tiempo, se pudo constatar que las correlaciones entre ellas también lo son, denotando así que la asimetría entre ambas está relacionada con sus características intrínsecas. Esto permite determinar que, en la provincia Santiago de Cuba, los medios provinciales no tienen una relación temática con el público desde el punto de vista informativo. Lo anterior se evidencia en el hecho de que las correlaciones halladas no fueron significativas. Los resultados hallados sugieren que, en la localidad en cuestión, el proceso de establecimiento de la agenda mediática no se produce con las características explicadas en investigaciones precedentes sobre el tema en el mundo (McCombs, 2006).

Referencias

- Cabrera, E. (2014). *Un estudio sobre la correspondencia entre la agenda pública de un grupo de cuentapropistas habaneros y la de medios nacionales en torno a la Actualización del Modelo Económico y Social Cubano*. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.
- Caballero, D. (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*. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Oriente, Cuba.
- Cardoso, L. (2014). *Estudio del proceso de construcción de la agenda mediática de la revista informativa En Primer Plano de Telecristal*. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Holguín, Cuba.
- Casermeiro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Argentina: Educa.

- Castro, D. (2014). *Agenda-setting e Internet: tendências e perspectivas de pesquisa.* (Tesis inédita de maestría). Universidad de Brasilia, Brasil.
- 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 inédita de licenciatura). Universidad de Camagüey, Cuba.
- Gallego, J. R., y Rosabal, A. (2013). Las cartas sobre la mesa: un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma. *Signo y Pensamiento*, 32(62), 98-113.
- Gallego, J. R. (2014). *La larga busca: propuesta de diseño para un análisis metateórico.* (Tesis inédita de maestría). Universidad de La Habana, Cuba.
- Guo, L., Vu. H.T., y McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda- Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51-68.
- Kligler-Vilenchik, N., Tsafati, Y., y Meyers, O. (2014). Setting the collective memory agenda: Examining mainstream media influence on individuals' perceptions of the past. *Memory Studies*, 7(4), 484-499.
- McCombs, M. (1972). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, 36, 179-187.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento.* España: Paidós.
- McCombs, M., y Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2(1), 68-93.
- Muñiz, V. (2013). *Viaje al centro de la agenda. Influencias en la construcción de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales en Santiago de Cuba.* (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Oriente, Cuba.
- Ponce, I. (2014). Agenda-setting y percepciones sobre el VIH/Sida en poblaciones universitarias limeñas: la gran influencia de la información periodística. *Investigaciones Sociales*, 12(21), 291-316.
- Quiala, H. (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.* (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Oriente, Cuba.
- Reyes, L. (2006). *Manual de fuentes de información.* Cuba: Pablo de la Torriente.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria.* España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Tamayo, M. y Carrillo, E. (2005). La formación de la agenda pública. *Foro Internacional* 182, XLV (4), 658-681.

Cómo citar este artículo

Muñiz Zúñiga, V. y Fonseca Valido, R. A. (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), xx-xx.
<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-67.camp>