

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 17 • Vol. II • Año 2017 • pp. 53-76

Divergencia temática informativa entre la agenda del público y los medios locales en Cuba: un estudio de caso

Viviana Muñiz Zúñiga, **Universidad de Oriente (Cuba)**
vivita@uo.edu.cu

Mercedes Duvergel Isaac, **Universidad de Oriente (Cuba)**
mreci@uo.edu.cu

Yánder Castillo Salina, **Universidad de Oriente (Cuba)**
yander@barbaragua.icrt.cu

Recibido: 30/11/2017 • Aceptado: 11/12/2017 • Publicado: 21/12/2017

Cómo citar este artículo: Muñiz, V.; Duvergel, M. y Castillo, Y. (2017). Divergencia temática informativa entre la agenda del público y los medios locales en Cuba: un estudio de caso. *Sphera Publica*, 2, (17), 53-76.

Resumen

El trabajo explica las mediaciones que intervienen en la construcción de la agenda mediática de tres emisoras radiales de diferente alcance de Santiago de Cuba y su relación con la agenda pública de la provincia durante el año 2016. Para ello se utiliza como referencia la teoría de la agenda Setting y el análisis de las mediaciones que intervienen en la relación entre las agendas a partir de las características de la esfera pública santiaguera. El estudio es el primero de su tipo en el país y analiza cómo las agendas de los medios radiales se encuentran alejadas de los temas de interés social para el territorio. La investigación propone reflexionar sobre la participación de la audiencia en los procesos de gestión, selección y socialización del producto mediático, y cómo las radioemisoras locales tienen mayor potencial para establecer relaciones más horizontales con el público

Palabras clave

Agenda Setting; divergencia; radioemisoras; mediaciones

Topic divergence between the public agenda and local media in Cuba: a case of study

Viviana Muñiz Zúñiga, **Universidad de Oriente (Cuba)**
vivita@uo.edu.cu

Mercedes Duvergel Isaac, **Universidad de Oriente (Cuba)**
mreci@uo.edu.cu

Yánder Castillo Salina, **Universidad de Oriente (Cuba)**
yander@barbaragua.icrt.cu

Received: 30/11/2017 • Accepted: 11/12/2017 • Published: 21/12/2017

How to reference this paper: Muñiz, V.; Duvergel, M. y Castillo, Y. (2017). Topic divergence between the public agenda and local media in Cuba: a case of study. *Sphera Publica*, 2, (17), 53-76.

Abstract

The paper explains the mediations that intervene in the construction of the media agenda of three radios of different scope of Santiago de Cuba and its relation with the public agenda of the province during the year 2016. For this, the reference theory is used Agenda Setting and the analysis of the mediations that intervene in the relationship between the agendas based on the characteristics of the public sphere in Santiago. The study is the first of its kind in the country and analyzes how the agendas of the radio media are far from the issues of social interest for the territory. The research proposes to reflect on the participation of the audience in the processes of management, selection and socialization of the media product, and how local radio stations have greater potential to establish more horizontal relations with the public.

Key words

Agenda Setting; Divergence; Radio stations; Mediations

Introducción

Varios han sido los estudios cubanos (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015) que desde el año 2010 han explicado la relación dispar entre las agendas política, mediática y pública en el país desde la teoría de la Agenda Setting. Esta disfuncionalidad en el sistema mediático se expresa a partir de la pobre participación del público en la conformación de las agendas de los medios (Martínez y Dueñas, 2015) y la verticalización de los procesos de gestión, producción y socialización del material informativo, debido a la orientación excesiva de fuentes institucionales (Batista, 2013; García, 2014; Garcés y Senén, 2017).

Para realizar dicho análisis en la esfera pública cubana es preciso partir de dos elementos fundamentales: Cuba posee un proyecto de sociedad socialista o en transición al socialismo, que implica la autogestión o autogobierno en el marco de nuevas relaciones sociales (Guanche, 2012); y los medios de comunicación en el país se subordinan directamente al Partido Comunista de Cuba, que dirige en términos políticos de orientación, control, ayuda y trabajo con los cuadros de dirección (Elizalde, 2013; García, 2013). Ello indica que en el país cada órgano de prensa responde a una determinada organización o institución con una dirección con las máximas atribuciones ejecutivas en la decisión de lo que se publica (García, 2013; Garcés, 2015).

Estas instituciones u organizaciones (tanto políticas como gubernamentales) proveen a los medios de temas específicos para su cobertura, sobre la base de una Política Informativa que regula, a modo de marco de encuadre general, las agendas de los órganos de prensa, y es orientada por el Partido Comunista de Cuba (Muñiz, Fonseca y Guerra).

Si bien ese proceso de construcción de la agenda mediática se comporta de forma homogénea en el sistema de medios a nivel nacional (Gallego y Rosabal, 2013) y la relación entre estos medios y el público suele mantenerse baja (Quiala, 2015), algunos estudios (Castillo, 2017) apuntan que los escenarios locales (medios comunitarios, emisoras de radio municipales, etc.) poseen mayores potencialidades (estructurales y organizativas, culturales, socio-económicas) para lograr una mayor inclusión de los públicos en la conformación del contenido mediático.

Por ello el presente estudio pretende explicar la relación entre las agendas de tres emisoras de radio (una provincial y dos municipales) para compararlas en cuanto a los objetos y atributos priorizados, correlacionar esos listados temáticos con los del público santiaguero, y por último, analizar las mediaciones que intervienen en dicha relación. Su principal aporte

se encuentra en ofrecer una mirada contextualizada del fenómeno de la agenda setting a partir de las particularidades de la esfera pública santiaguera, y constituye la primera investigación en el país que evalúa agendas pertenecientes a emisoras de radio de diferente alcance y su correlación estadística con la agenda pública.

Dicho análisis se realiza desde la teoría de la Agenda Setting, cuyos estudios buscan demostrar empíricamente si los medios son capaces de influenciar en la opinión pública a lo largo del tiempo en temas generales o durante las campañas electorales (Dader, 1990; Casermeiro, 2004; McCombs, 2006; Protess y McCombs, 2016; Zunino, 2015).

En los textos revisados (McCombs, Shaw y Weaver, 2014; McCombs y Valenzuela, 2014; Aruguete, 2015) se explica que esta perspectiva se ha expandido hacia dos tendencias: una centrífuga, que se extiende a dominios más allá de la atención original hacia los asuntos públicos; y una tendencia centrípeta, que explica aún más los conceptos de la teoría de la fijación de la agenda.

Ello revela que, a casi 50 años de su surgimiento, la agenda setting profundiza cada vez más en aspectos complejos relacionados con el comportamiento de actores sociales respecto a su contexto. Las etapas por las cuales ha transitado no solo denotan su evolución empírica, sino una transformación de pensamiento en sus autores principales (McCombs, Shaw y Weaver, 2014), quienes en un primer momento consideraron casi de manera esquemática y causal la relación entre medios y públicos, lo que ha devenido en una concepción más abierta y atemperada a las condiciones sociales actuales.

En ese sentido, la construcción de la agenda mediática, que puede entenderse como la transferencia temática informativa desde las instituciones sociales y políticas hacia los medios de prensa (Aruguete, 2015; Muñiz y Fonseca, 2016), es un proceso multifactorial en el que intervienen varios niveles de mediación (Cervantes, 1995; Oller, 2016). Dichos niveles han sido descritos en el Modelo de jerarquía de influencias planteado por Shoemaker y Reese (2016) que será asumido en este trabajo para analizar cómo los medios estudiados conforman sus agendas.

El presente trabajo pretende explicar las mediaciones que intervienen en la construcción de la agenda mediática de tres emisoras de radio de Santiago de Cuba y su relación con la agenda pública de la provincia durante el año 2016. Esto se realizará a partir de la caracterización de dichas agendas y su relación estadística entre sí y con la agenda pública en los niveles de objetos y atributos, así como la explicación de las mediaciones que intervienen en la construcción de las agendas mediáticas de estas emisoras.

1. Agenda Setting: un debate teórico en torno a medios y públicos

Una de las teorías que ha permitido comprender las relaciones entre medios y públicos y los mecanismos de dominación por parte de instituciones políticas sobre el contenido mediático, es precisamente la agenda setting (Dader, 1990; McCombs, 2006; Aruguete, 2013). Esta perspectiva, surgida en la década del 70 del pasado siglo, representa “la orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de preocupación pública en detrimento de otros que no son destacados, como consecuencia de la selección previa que realizan los mass media” (Muñoz, Monzón, Rospir y Dader, 1992, p. 295).

Las agendas, independientemente de su naturaleza, operan a dos niveles: el de reconocimiento (inclusión y jerarquización) del tema y el de valoración del mismo. Esto se reconoce respectivamente como objetos y atributos. La unidad de análisis para cada agenda es un objeto, que son temas generales que permanecen en las agendas durante un período estable de tiempo (McCombs y Reynolds 1999; Valenzuela y Correa, 2006).

Tras una revisión de artículos científicos sobre el tema (Dearing y Rogers, 1996; Valenzuela y Correa, 2006) se observó que entre los elementos primordiales a resaltar sobre esta categoría figuran la importancia que le otorgan los medios, políticos y público durante un período prolongado y su facilidad de aglutinación en macro-categorías generalmente excluyentes entre sí. Existe un consenso generalizado en cuanto a la clasificación de los objetos, hallándose los temas permanentes en el tiempo (issues) y otros acontecimientos (events) que, si bien pueden formar parte del listado de asuntos de los medios, ocurren de forma precisa, son variables y no se centran en un tiempo o espacio concreto.

Los objetos se enriquecen con determinados atributos (características, peculiaridades, juicios) que otorgan sentido final a esa imagen. El atributo remite a los “elementos subjetivos, calificativos de opinión y comentarios que dan prominencia a un asunto” (Rodríguez, 2004, p. 65). Para su estudio se operacionalizan en dos dimensiones: sustantiva y afectiva. La primera de ellas alude a las particularidades de un tema, sus rasgos más destacados. En tanto la dimensión afectiva hace referencia a las categorías cognitivas y de actitud más generales, que definen la manera en que se piensa sobre una temática o problema y se resume en las categorías de actitud positiva, neutra o negativa (Rodríguez, 2004; Casermeiro, 2004; Gallego y Rosabal, 2013).

Las investigaciones sobre la teoría en Cuba muestran una evolución en cuanto al objeto de estudio en cuestión, hasta permitir un cierto grado de estabilidad metodológica y teórica. Estos resultados constituyen a su vez causas generales por las cuales los estudios sobre el establecimiento y construcción de la agenda en Cuba presentan resultados diferentes a los obtenidos a nivel mundial. Los investigadores Julio García Luis (2013) y José Raúl Gallego (2016) analizan este comportamiento a partir de:

- La separación existente entre las agendas públicas y mediáticas en Cuba, determinada por el tipo de temas en la primera: experienciales y permanentes en el tiempo.
- Las condiciones sociopolíticas propias del contexto cubano, diferente a cualquiera de los otros en que se hayan implementado los estudios de agenda.
- La evolución del sistema mediático nacional, único de su tipo en el mundo y su directa imbricación con el sistema político del cual forman parte.
- Alta correlación entre las agendas de los diferentes medios del país, debido en gran medida a la existencia de una política informativa centralizada.
- Características del público que condicionan un bajo consumo de los medios de comunicación: alto nivel educacional, elevada comunicación interpersonal, visualización de grupos sociales anteriormente silenciados.
- Aumento del acceso tecnológico, lo que propicia el acceso a otras agendas mediáticas y deja en desventaja a la prensa nacional desde el punto de vista informativo.
- La agenda mediática forma parte del sistema político, por lo que su proceso de construcción posee características particulares que lo diferencian de otros que han sido descritos anteriormente.
- Los temas priorizados por la agenda pública son de tipo experiencial y crónico y la necesidad de orientación se proyecta hacia núcleos temáticos concretos con una marcada repercusión en la vida material de las personas.
- Los elementos anteriores vulneran el papel de los medios desde el punto de vista informativo, por lo que cobra mayor importancia la comunicación interpersonal y la atención a otras agendas mediáticas foráneas.
- Los niveles de mediación o influencia sobre el contenido de los medios se manifiestan de forma estable desde el punto de vista geográfico y mediático.

1. 1. Mediaciones: cómo comprender la construcción de la agenda

Las relaciones entre emisores y receptores en el campo de la Comunicación Social no se producen directamente, sino que están mediadas por otros factores (contextuales, culturales), que constituyen fuentes de mediación (Orozco, 2001). Jesús Martín Barbero (1987) recupera el concepto de mediaciones de Manuel Martín Serrano para pensar desde “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (p. 233).

En torno a las mediaciones el investigador mexicano Guillermo Orozco (1996; 2001) propone un modelo teórico-metodológico para analizar las mediaciones múltiples (individuales, institucionales, massmediáticas, situacionales y de referencia), que intervienen en el proceso de consumo. Este modelo explica las mediaciones provenientes del género de los sujetos, de su edad, clase social, de su ubicación territorial, cultural, política, étnica y religiosa, de sus competencias comunicativas, hábitos y prácticas cognoscitivas y de las principales instituciones sociales en las que simultáneamente participan. La concepción de ambos autores es válida para los objetivos de la presente investigación, en tanto revela a los medios de comunicación como espacios de consenso y mediadores entre la sociedad, la vida cotidiana de las personas, los movimientos sociales y las estructuras de producción.

La construcción de la agenda de los medios se analiza a partir de la influencia de fuentes políticas e institucionales, para lo cual se han utilizado dos modelos que explican niveles de influencia sobre el contenido mediático: el Modelo de las Capas de la Cebolla (McCombs y Shaw, 1993) y el Modelo de Jerarquía de Influencias (Shoemaker y Reese, 2016).

El Modelo de Shoemaker y Reese (2016) permite explicar cómo se conforma la agenda de los medios a partir de niveles mutuamente incluyentes entre sí: individual, de procedimientos de los medios, organizacional, las instituciones sociales y el sistema social. La jerarquía según la cual los autores disponen los elementos que influyen en el proceso de producción de noticias y en los contenidos que reciben las audiencias, se deja bien claro que el contenido de los medios es un producto socialmente creado, no un reflejo de una realidad objetiva.

En Cuba se han introducido algunos elementos importantes en la comprensión de la construcción de la agenda mediática, realizados principalmente por el investigador Julio García Luis (2013), quien establece dos macro categorías que pueden fusionarse con las planteadas por Shoemaker y Reese (2016): regulación y autorregulación de la prensa.

La regulación “actúa sobre los contenidos de la prensa de manera indirecta, al influir en el contexto de la comunicación, es decir su entorno, sus condiciones, sus compromisos políticos, sus marcos legales, económicos, culturales y de otro tipo” (p. 81). En tanto, la autorregulación:

“(…) actúa sobre los contenidos de forma directa, mediante los instrumentos normativos y de funcionamiento interno de los medios, es decir, las estructuras de dirección y sus atribuciones de poder, la planificación del trabajo, las definiciones de las coberturas, los procesos de elaboración y edición de los mensajes y la aplicación de las acciones concernientes a la cultura profesional” (p. 81).

El autor concibe el modelo de regulación de la prensa cubana a partir de la teoría de los sistemas, en la cual los órganos de prensa constituyen sistemas abiertos que interactúan con otros sistemas del entorno. Evidentemente el modelo de prensa cubano está implícito en el sistema social en el cual actúa y se encuentra vinculado al carácter estatal de la propiedad sobre los medios, a la naturaleza del sistema político, al ordenamiento legal, la ideología dominante y a la cultura y hábitos sedimentados en el devenir histórico de Cuba (García, 2013). De esta manera los procesos de regulación incluyen niveles como las instituciones sociales y el sistema social, que explican la relación entre los medios y mecanismos regulatorios externos.

2. Metodología

La presente investigación utiliza un enfoque metodológico mixto a partir de un diseño explicativo secuencial, que pretende profundizar en la relación entre medios y públicos a nivel local en la provincia de Santiago de Cuba. Para ello se aplicaron métodos generales como el Analítico-sintético, que permitió estudiar las agendas a partir de su descomposición en unidades metodológicas, para luego establecer las regularidades en ese sentido; y el Inductivo-deductivo, que posibilitó aplicar conceptos generales de los estudios desarrollados en otros contextos al ámbito cubano, y describir las características particulares de las agendas mediáticas y públicas sobre temas provinciales y municipales en Santiago de Cuba.

Se utilizaron como técnicas el análisis de contenido cuantitativo para medir las agendas mediáticas provinciales y municipales; y la encuesta para evaluar la agenda pública. Esos datos fueron procesados con el coeficiente de correlación de Spearman para lo que se

utilizó el software SPSS. Posteriormente se aplicaron tres técnicas cualitativas: la observación participante en las rutinas de producción de los medios analizados, las entrevistas y los grupos de discusión con periodistas de estos medios de prensa.

La muestra para el estudio quedó conformada de la siguiente manera:

- Medición de la agenda mediática: se analizaron todos los trabajos publicados por las emisoras CMKC Radio Revolución (provincial), Radio Mambí (municipal) y Radio Titán (municipal) organizando la recogida de los datos a partir de la semana construida. Este procedimiento permitió obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección, pues un mes de noticias queda aproximadamente representado en una semana (Teramo, 2006). Se analizaron 485, 482 y 462 trabajos periodísticos de cada emisora respectivamente, correspondientes a 8 semanas durante el año 2016.
- Medición de la agenda pública: se aplicó una encuesta con la pregunta Gallup (PMI) tradicionalmente utilizada en los estudios de agenda setting (Aruguete, 2015). El instrumento contenía la diferenciación entre temas provinciales y municipales y fue aplicado en localidades diferentes. En cada caso se utilizó una muestra aleatoria conformada por 360 sujetos, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%.
- Análisis de las mediaciones: se realizaron 3 grupos de discusión en los que participaron un promedio de 5 periodistas en cada uno y 20 entrevistas a profesionales que laboran en las emisoras analizadas.

3. Resultados

3.1. Composición y correlación entre las agendas

El análisis de los datos cuantitativos permitió demostrar cuatro aspectos importantes en los que se profundizará a continuación:

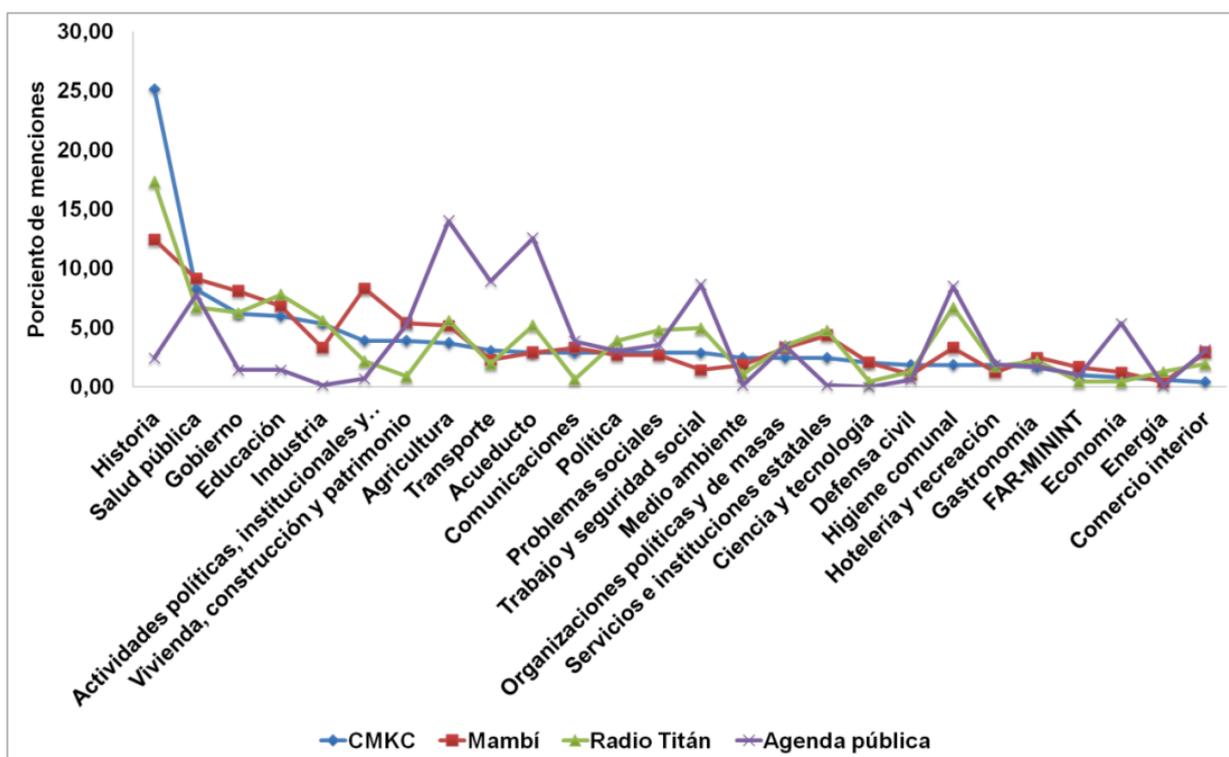
1. Las agendas mediáticas de las emisoras analizadas priorizaron objetos relacionados con intereses institucionales en detrimento de asuntos de interés público.

La Historia, el Gobierno, la Salud pública y la Educación fueron los objetos con mayor cantidad de menciones en el análisis realizado a las agendas mediáticas de las emisoras CMKC, Radio Mambí y Radio Titán. Dichos asuntos generales se correspondían con atributos como la tradición revolucionaria de los santiagueros, las efemérides y conmemoraciones y los homenajes, todos valorados de manera positiva. En tanto, objetos

como la Agricultura, el Acueducto y el Transporte, que ocuparon los primeros lugares en la agenda pública, tuvieron apenas un porcentaje inferior al 5 % en la jerarquización temática que realizaron los medios durante el período.

La figura 1 muestra un patrón de tratamiento temático informativo de las agendas mediáticas y públicas que fueron medidas a través del Análisis de contenido, donde se puede observar el carácter homogéneo de la jerarquización realizada por los tres medios radiales y la diferencia que existe respecto a la agenda pública. Asimismo, se muestra cómo las agendas solo priorizan 4 ó 5 objetos por encima de otros, lo que denota su carácter limitado a la hora de incorporar nuevos temas.

Figura 1.- Patrón de tratamiento temático de las agendas analizadas



Fuente: elaboración propia

2. Las agendas mediáticas de las emisoras municipales tuvieron altas correlaciones entre sí y con la emisora provincial CMKC a nivel de objetos y atributos afectivos. Las agendas públicas de temas provinciales y municipales priorizaron los mismos temas.

Como indicó el patrón de la Figura 1 las agendas mediáticas evaluadas priorizaron objetos similares, por lo que igualmente las correlaciones de Spearman calculadas en cada caso fueron significativas.

En la tabla 1 se puede observar que los valores más elevados se encontraron entre las emisoras CMKC y Radio Mambí, y entre esta última y Radio Titán, lo que explica a partir de su ubicación geográfica y el alcance que poseen: si bien CMKC es una emisora provincial, se encuentra ubicada en el mismo municipio que Radio Mambí, por lo que sus periodistas suelen cubrir los mismos acontecimientos y el contexto social en el que se insertan es el mismo.

En cambio, Mambí y Radio Titán no se encuentran cercanas geográficamente, pero ambas son emisoras municipales y pertenecen al mismo sistema radial que determina en gran medida su composición temática. En cuanto a los atributos afectivos se encontraron altas correlaciones en las valoraciones positivas, lo que indica que estas agendas no solo priorizan los mismos temas, sino que los trabajos poseen un enfoque similar.

En cuanto a las agendas públicas sobre temas provinciales y municipales, la principal similitud se encontró en el tratamiento de objetos como el Acueducto, pues si bien la intensa sequía afecta a toda la provincia, hay municipios más afectados que otros (como es el caso de Santiago de Cuba). A pesar de ello la jerarquización temática en ambas agendas fue la misma, lo que se encuentra refrendado por altos valores en la correlación calculada. Esta particularidad indica que no es necesario medir las agendas públicas por separado, sino de una agenda pública de temas locales, lo que metodológicamente constituye una ventaja para los investigadores.

A diferencia de lo ocurrido con las agendas mediáticas, los atributos efectivos que más alta correlación tuvieron fueron los negativos, pues mientras los medios destacan positivamente los asuntos en sus agendas, el público se enfoca mayormente en la repercusión negativa de estos porque constituyen problemas de tipo material aún sin resolver (como la distribución del agua, el transporte público, etc.).

Tabla 1.- Correlaciones entre las agendas analizadas a nivel de objetos y atributos

Agendas	Objetos	Atributos	Atributos afectivos positivos	Atributos afectivos neutros	Atributos afectivos negativos
CMKC/Mambí	0,7655**	0,4009*	0,7264**	0,000	0,5162*
Mambí/Radio Titán	0,6408**	0,346	0,4999*	0,000	0,7205**
CMKC/Radio Titán	0,6568**	0,291	0,6622**	0,000	0,343
Agendas públicas	0,7412**	0,7154*	0,211	0,037	0,8636**

* Las correlaciones son significativas a nivel 0,05

** Las correlaciones son significativas a nivel 0,01

Fuente: elaboración propia

3. Las agendas mediáticas analizadas tuvieron bajas correlaciones con las agendas públicas sobre temas provinciales y municipales, evidenciando el divorcio temático entre ambas.

La composición temática de estas agendas mediáticas y públicas indica que no priorizan los mismos objetos y atributos, lo que se corresponde con las bajas correlaciones obtenidas en este caso. La Tabla 2 muestra cómo los valores encontrados no fueron significativos en la mayoría de los casos, aunque se observó una particularidad: en cuanto a las menciones negativas las agendas de las emisoras municipales y las respectivas agendas públicas tuvieron altas correlaciones, lo que indica que ambas priorizaron de manera negativa los mismos objetos (Acueducto, Servicios e instituciones estatales, Vivienda, construcción y patrimonio, y Problemas sociales), lo que no quiere decir que estos se encontraran jerárquicamente en el mismo lugar del listado temático.

Tabla 2.- Correlaciones entre las agendas mediáticas y públicas a nivel de objetos y atributos

Agendas	Objetos	Atributos	Atributos afectivos positivos	Atributos afectivos neutros	Atributos afectivos negativos
CMKC/Agenda pública provincial	0,29	0,17	0,20	0,00	0,08
Mambí/Agenda pública municipal	-0,02	0,24	0,18	-0,26	0,71
Radio Titán/Agenda pública municipal	0,24	0,22	0,27	0,00	0,70

Fuente: elaboración propia

Si bien más del 80 % de las correlaciones calculadas no son significativas estadísticamente, existe una diferenciación interesante en cuanto a los valores obtenidos entre la agenda de la emisora CMKC y su correspondiente agenda pública, y las de otras emisoras municipales: en el nivel de objetos la mayor correlación se obtuvo en relación con el primer caso mencionado, en tanto fue la más baja en el nivel de atributos sustantivos. Ello indica que el medio jerarquizó de la misma forma determinados temas (FAR-MININT, Economía, Energía, Comercio interior y Justicia) que en realidad no constituyen el interés principal para ambas.

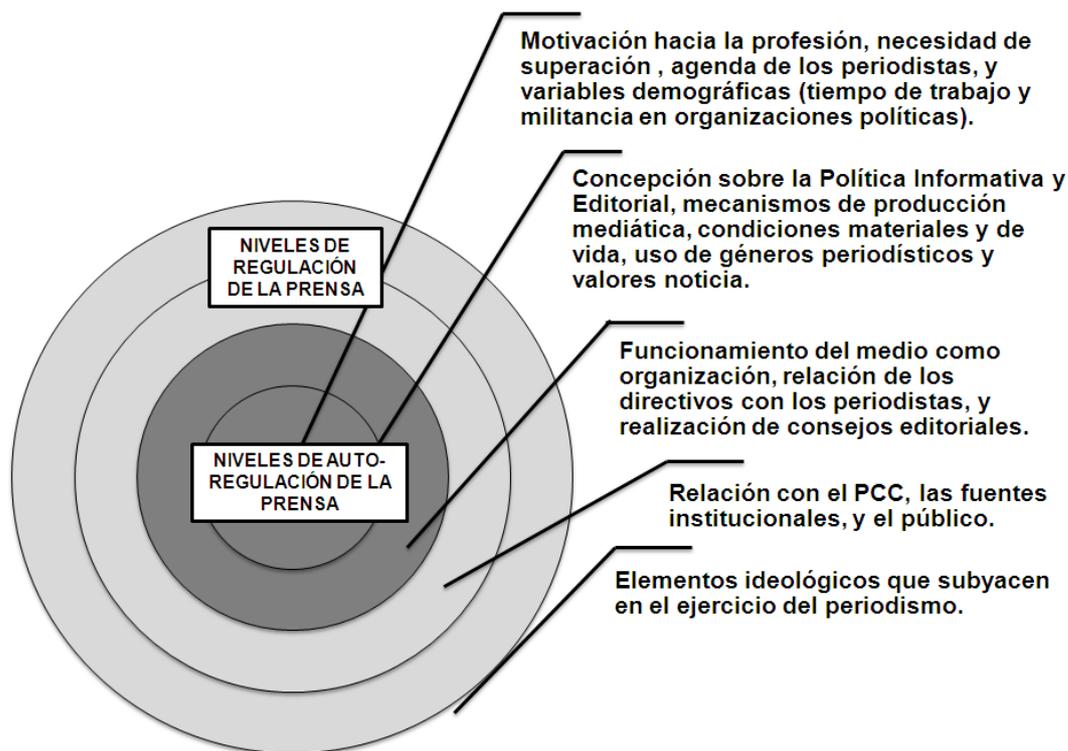
3. 2. Mediaciones que intervienen en la construcción de las agendas mediáticas

Para analizar la relación entre las agendas mediáticas y públicas es preciso tomar como referencia dos elementos: que estas se insertan en un contexto socio-político, económico y cultural que interviene en su comportamiento, y que dicho contexto interviene en un sistema de mediaciones que a su vez influyen en la construcción de estas agendas. Por tanto, este podría definirse como un proceso complejo que, según autores que abordan la teoría (McCombs, 2006; Aruguete, 2015), parte de las siguientes premisas:

- La noticia es un producto socialmente creado, no un reflejo fiel de la realidad, pues pasa por la interpretación que hacen periodistas, editores, la propia organización mediática y su estructura de construcción de la agenda temática de un hecho determinado.
- Ello indica que la construcción de la noticia atraviesa por fases o niveles que permiten explicar cómo los medios de prensa jerarquizan los temas de una forma determinada, atendiendo a factores macro o micro estructurales que inciden en el producto final.
- Entre estos niveles se produce un intercambio recíproco, en tanto su carácter incluyente revela cómo algunos elementos más internos o próximos a la cultura profesional son tan importantes como aquellos que rodean al mecanismo completo (influencias externas, fuentes de información, etc.).

De cualquier forma, la construcción de la noticia vista como proceso, no solamente como el resultado de la influencia de diferentes niveles (Oller, 2016; Shoemaker y Reese, 2016) responde a un funcionamiento sistémico que permite explicar cómo se genera el material informativo en un contexto determinado, motivo por el cual los autores proponemos una adaptación del Modelo de jerarquía de influencias al caso cubano, que se observa en la figura 2:

Figura 2.- Mediaciones que intervienen en la construcción de las agendas mediáticas en Cuba



Fuente: elaboración propia

A través de las entrevistas se determinaron algunas funciones socialmente atribuidas a la radio: educativa, orientadora, recreativa, movilizadora, esclarecedora de los problemas que puedan acontecer en el territorio. Sin embargo, estas funciones se ven afectadas por otro elemento predominante en los criterios como la subordinación de la prensa al Partido Comunista de Cuba: “Las cosas vienen dirigidas por las orientaciones que se dan. Hay muchas coberturas a encuentros y reuniones que aportan muy poco. Los temas que el pueblo quiere que se traten muchas veces se ven interrumpidos” (Caridad Ferriols, entrevista personal, CMKC, 6/3/2017).

De igual forma, los periodistas manifestaron que la radio está en constante desarrollo, por lo cual debe sustentarse en sus trabajadores y aunque cuentan con profesionales capacitados para el tratamiento de las fuentes de información y la posibilidad de recrear cualquier género informativo o de opinión, existen criterios que señalan no tener un medidor como patrón profesional. “Muchos periodistas no saben discriminar qué es noticia, llegan con la mochila incompleta, otros con la mochila completa de cosas que no sabe discernir o analizar” (Santiago Chang, entrevista personal, CMKC, 6/3/2017).

Otro elemento clave en cuanto al profesionalismo es la actitud de los periodistas y el cómo oscilan los grados de motivación hacia el trabajo en las emisoras radiales. Algunos elementos que generan desmotivación son:

- Las posibilidades materiales existentes para realizar el trabajo periodístico: “Las condiciones no son propias para entablar esa interacción que quisiéramos con las fuentes” (Bárbara Bolerí, entrevista personal, Radio Mambí, 20/3/2017).
- Bajos salarios que afectan al sector: “Una de las cuestiones más tristes del sector es lo crítico de nuestra situación económica, del periodismo hoy en día no vive nadie” (Miguel Noa, Grupo de discusión, CMKC, 20/3/2017).

Al analizar las rutinas productivas debemos tener en cuenta que los medios objetos de investigación coinciden en cuanto a su tipología, pues son emisoras radiales de diferente alcance. Esto implica que demanden requerimientos profesionales similares en sus trabajadores, pues más allá de contar con instituciones como la Unión de Periodistas de Cuba y responder a los intereses del Partido, tienen como organismo rector desde lo administrativo al Instituto Cubano de Radio y Televisión, lo que conlleva al establecimiento de patrones de trabajo similares en cuanto a las normas, procedimientos y limitaciones que puedan presentar.

Tanto en las entrevistas realizadas como en los grupos de discusión los periodistas señalan que “de una forma u otra inciden tres factores: los temas que son prioridad del Partido, lo que el periodista quisiera comunicar, y lo que el pueblo quiere conocer” (Xiomara Pieri, grupo de discusión, CMKC, 20/3/2017). Aun así, en esta relación cabe preguntarse ¿hasta qué punto se le otorga mayor prioridad a los temas orientados por el Partido? Mediante los grupos de discusión muchos periodistas señalaron su participación en la conformación de la agenda mediática:

- “El mismo periodista a veces sugiere y va dando ideas de qué temas tocar, porque al final es quien trabaja directamente con las fuentes” (Sunel Guerrero, Radio Titán, 6/3/2017).
- “Todos formamos parte porque cada uno tiene que aportar temas para el próximo mes conformar el plan temático” (Betty Beatón, CMKC, 6/3/2017).
- “El medio no determina, lo determina el Partido. Pocas veces queda por la decisión del periodista casi siempre viene asignado. A veces se le da la posibilidad del periodista o tras veces no” (Dariela Gámez, Radio Mambí, 16/3/2017).

Por otra parte, existen factores como el manejo de los conceptos de Política Informativa y Política Editorial y la necesidad de una mayor articulación entre los actores sociales que

conforman el plan temático. Otro elemento importante radica en que la relación existente entre los directivos de las emisoras y los funcionarios que atienden los órganos de prensa en el Departamento Ideológico del Comité provincial del Partido ha de ser constante. Aunque está establecido que la publicación de un trabajo es una decisión tomada por los directivos del medio, y que el Partido solo orienta el tratamiento de algún tema, esta norma no se cumple, lo que se corresponde con una marcada regulación sobre la autorregulación de la prensa.

La doble subordinación de las emisoras se manifiesta en resultados previos que analizan las regulaciones mediáticas donde las opiniones de los periodistas se dividen al identificar su principal entidad reguladora: el 54,5 % reconoció el Instituto Cubano de Radio y Televisión y el 45,4% al Partido (Trujillo, 2015). Algunos criterios refieren como motivos de esta selección:

- “El Partido es la voz autorizada, es la que va a dar la opinión más formal, más irrefutable, no te lo pueden cuestionar porque al final te lo está diciendo la autoridad” (Dariela Gámez, entrevista personal, CMKC, 16/3/2017).
- “En ocasiones hay como un ABC que es inmutable y a veces solo se remiten a los directivos. Hay necesidad de revolucionar eso y prepararnos más en todos los escenarios posibles, tenemos que volver a esa triangulación de la información” (Santiago Chang, entrevista personal, emisora CMKC, 6/3/2017).

De esta manera, aunque los periodistas afirman que existe una buena retroalimentación con la audiencia y la capacidad para conocer los temas de la agenda pública se valora de aceptable, la realidad demanda de nuevas formas de gestión donde se sienta la voz del pueblo. Según el investigador cubano José Ramón Vidal (2017) la audiencia ya no se compone por meros receptores sino que está deseosa de expresarse, dar opiniones e ideas, pero han faltado los medios. Si bien hoy en día las redes sociales constituyen nuevos canales de comunicación que se caracterizan por propiciar una mayor participación, en Cuba los medios tradicionales van a seguir teniendo la mayor parte de la audiencia porque todavía dichas redes son de acceso minoritario.

Para muchos periodistas, la relación con el Partido es algo necesario, todo órgano de prensa se subordina y sirve los intereses de este. Debido a las características del sistema socio-político y económico cubano, el Partido, mantiene funciones que rectoran y regula la actividad de los medios. La radio no está exenta.

Sin embargo, explicar las relaciones extra-mediáticas de las emisoras es mucho más delicado puesto que, existen otros factores ajenos a la institución que influyen en la

conformación de los contenidos mediáticos. A consecuencia, si el Partido orienta parte de los objetos que se publican, muchos de los atributos en su dimensión sustantiva provienen de fuentes de información en sus diferentes versiones que también permean el trabajo periodístico.

De manera general los profesionales de las emisoras señalan que a través de la relación entablada con las fuentes, ellas hacen saber sus prioridades para que los periodistas como mediadores las puedan asumir: “Ya la fuente te conoce, me ha pasado que llego a hacer un trabajo y personas allí presente ya me estaban hablando de otro lugar y dando quejas porque me habían reconocido” (Bárbara Bolerí, entrevista personal, Radio Mambí, 20/3/2017).

Otro de los factores señalados en cuanto al trabajo con las fuentes de información es el cómo se puede alcanzar en ciertos momentos la integralidad. Si bien las emisoras se encuentran circunscritas en la misma provincia, y el objetivo -por ejemplo- es hablar de Santiago de Cuba y su evolución, cada periodista puede hacer alusión al tema desde su fuente y luego fusionar todos los trabajos periodísticos destinándolos como línea temática para un día completo de trabajo en cada emisora radial. De esta forma se logran programas diversos y variados pero a su vez concatenados ya que todos tributan a un mismo tema.

Aun así, refieren en las entrevistas elementos en la relación establecida con las fuentes institucionales que permiten la optimización del trabajo, lo cual le da prestigio a la institución y mejora también el vínculo entre ellas: “Muchas empresas tienen comunicadores y hasta periodistas trabajando, llamo al que atiende a Comunicación Organizacional y me brinda la información necesaria. Eso lo tiene ETCSA, lo tiene Copextel, Salud, Correos de Cuba; Cultura. Así se agiliza y mejora la calidad del trabajo al periodista” (Bárbara Bolerí, Grupo de Discusión Radio Mambí, 20/3/2017).

Por otro lado, surge como aspecto negativo en el tratamiento de las fuentes el doble papel que contemplan, uno como portadoras de la información y dos como responsables del carácter institucional que poseen, lo que lleva en muchas ocasiones a falta de cooperación por parte de ellas. “Los dirigentes a veces no te ceden las entrevistas y tienes que estar arriba y arriba y tienes que ver cómo las enfocas para lograr una respuesta” (Yadira Otero, Grupo de Discusión Radio Mambí, 20/3/2017).

Por otra parte, a nivel macro-social se observó una tendencia de los periodistas al facilitarismo en la forma de confeccionar los trabajos y la autocensura en cuanto al tratamiento de algunos temas. “Estamos produciendo siempre lo mismo aunque creamos que lo estamos haciendo diferente. A veces no tenemos el entrenamiento debido, nos

quejamos de que no tenemos libertad y nos quedamos esperando que nos digan qué tenemos que hacer y hasta cómo lo tenemos que hacer. Ese es un problema que nos lo hemos impuesto nosotros mismos y no es absoluto en ninguna parte” (Joel Macías, Director Provincial de Radio, Santiago de Cuba, entrevista personal, 11/4/2017).

3.3. La divergencia entre medios y públicos a nivel local en Cuba

El presente estudio permitió demostrar a nivel local algunos elementos que han sido previamente descritos en el ámbito santiaguero (Quiala, 2015; Muñiz, Fonseca y Caballero, 2016; Ramos 2017):

- En la provincia existen altas relaciones entre los medios de comunicación desde el punto de vista temático y en cuanto a los procesos de producción noticiosa al interior de estos.
- Lo anterior está vinculado al establecimiento de criterios de noticiabilidad comunes, que provienen de un proceso de construcción de la agenda mediática verticalizado, cuyos temas son orientados básicamente por fuentes institucionales o el Comité Provincial del Partido.
- Las agendas mediáticas en la provincia son cíclicas (los temas se reiteran de un año a otro), y están encabezadas por temas institucionales.
- La agenda pública prioriza asuntos de permanencia crónica, relacionados con temas de repercusión material inmediata.
- Las personas suelen acudir a fuentes personales inmediatas para informarse sobre su realidad local, en detrimento del uso de los medios de comunicación como espacios para generar el debate público y el consenso social.
- Estos elementos inciden en que existan bajas correlaciones estadísticas entre medios y públicos en la provincia, lo que redundará en la incapacidad de los medios para generar un debate social adecuado a las necesidades del contexto socio-económico y cultural de la audiencia.

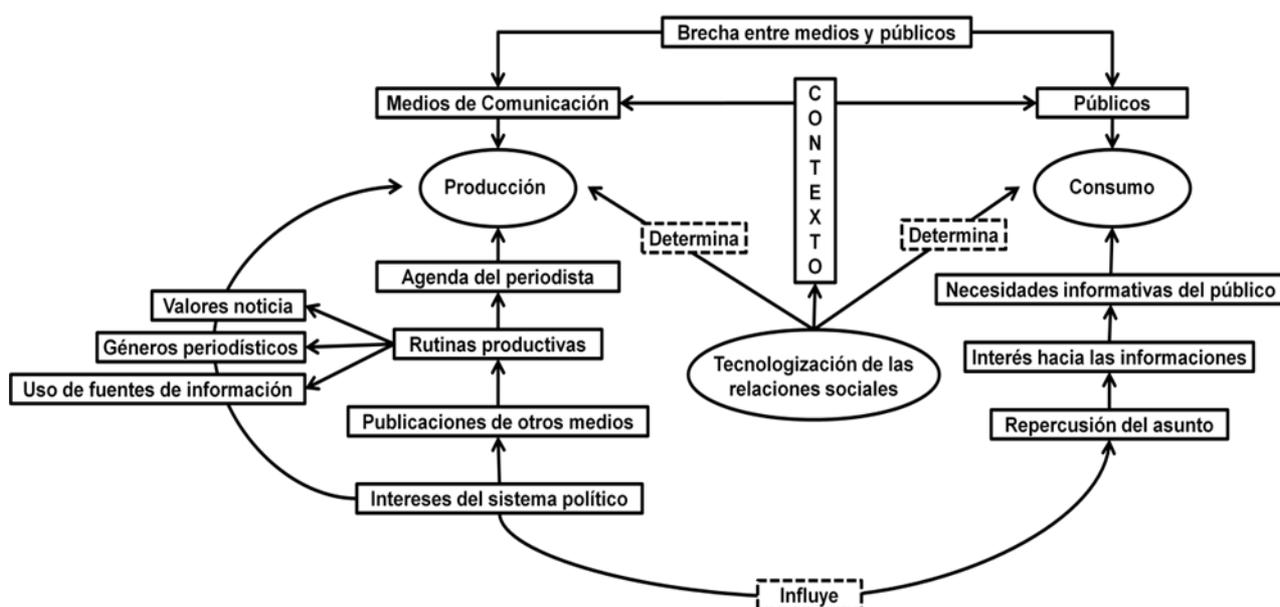
Si bien a nivel nacional el debate se centra en cómo implementar un modelo de prensa adecuado a las particularidades de la esfera pública cubana (Somohano, 2015; Olivera, 2017), ajustado a un marco legal que permita regular el papel del Partido Comunista en la dirección de los medios y se encuentra abierto a la coexistencia de órganos de prensa tradicionales y alternativos, a escala local cabría pensar en tres aspectos importantes a nuestra consideración:

- ¿Están preparados los medios de comunicación territoriales para asumir la gestión mayoritaria de sus contenidos mediáticos, cuando durante años esa tarea la han desempeñado el Partido y las Instituciones estatales?
- ¿Cómo podrían los medios de comunicación locales generar espacios participativos en el proceso de construcción de la noticia, como parte de los cuales se gestione y produzca el contenido noticioso de frente a los intereses públicos?
- ¿Podrán los medios tradicionales asumir la competencia mediática que emerge en Cuba ante el nuevo contexto de apertura tecnológica?

Como explican Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein (2015) la diferencia entre los contenidos publicados y lo que necesita conocer la audiencia se debe a que las organizaciones periodísticas difunden noticias sobre asuntos políticos, internacionales y económicos, en tanto los artículos que captan la mayor atención por parte del público tienden a ser los de deportes, ocio, espectáculos y policiales. Esta divergencia genera una brecha que se encuentra mediada por el amplio acceso a las Tecnologías de la Información, en un escenario mediático cada vez más competitivo por la atención pública y audiencias cada vez más fragmentadas generadoras de sentido.

El siguiente mapa conceptual ilustra la divergencia que se produce entre medios y públicos como consecuencia de factores relacionados con el proceso de producción de los mensajes (desde los medios de comunicación) y los de consumo (desde la audiencia) a nivel local en Cuba, a partir de lo planteado por Boczkowski y Mitchelstein (2015), los resultados previos en la provincia (Muñiz, Fonseca y Caballero, 2016; Castillo, 2017) y las demostraciones del presente trabajo:

Figura 3.- Mapa conceptual sobre la divergencia temática entre medios y públicos en Cuba



Fuente: elaboración propia

En realidad, la relación entre medios y públicos es de naturaleza compleja, pues normalmente no se produce de forma unívoca, sino multidireccional. Esta idea parte del hecho de que muchos estudios de audiencia no suelen particularizar en la autonomía y capacidad del receptor para decodificar los mensajes producidos por los medios, en tanto conciben al público como un todo homogéneo que posee necesidades comunes.

Por ello el mapa diseñado relaciona tres categorías principales: los medios de comunicación, los públicos, y el contexto en el que ambos se insertan y sobre el cual se relacionan. Este último concepto resulta de vital importancia para comprender la interacción entre los dos primeros, considerando que existe una esfera pública con características particulares que influyen en esta relación. Dicho contexto se encuentra marcado por la “tecnologización” de las relaciones sociales que en él se producen y se introduce el término para ilustrar cómo la tecnología no solo influye per se en los procesos de producción y consumo por las propias posibilidades que brinda, sino porque en Internet se reconfiguran las relaciones sociales, económicas, a partir de la resignificación de los materiales mediáticos en la red.

Ligado a los procesos de producción del mensaje se encuentran cuatro conceptos determinantes en orden descendente: la agenda del periodista, las rutinas productivas (que

incluyen el uso de valores noticia, fuentes de información y géneros periodísticos), las publicaciones de otros medios y los intereses del sistema político. Este último posee una influencia mucho mayor sobre los otros porque las particularidades del sistema político inciden en el sistema de prensa en un sentido macro y en los procedimientos específicos al interior de los medios.

En relación con los públicos aparecen tres conceptos: las necesidades informativas de estos, el interés hacia los temas y la repercusión del asunto (a nivel material, geográfico, cultural, etc.) Estos elementos se encuentran influidos a su vez por los procesos productivos de los medios, pues una de las características de la brecha es que se produce a nivel de productos informativos (las personas no se sienten atraídas por los materiales que publican los medios y eso pasa también por las estrategias a seguir por los periodistas).

¿Cómo se visualiza la disonancia entre medios y públicos a nivel cuantitativo? Un estudio realizado en el año 2016 (Lasalle, 2017) reveló que las agendas mediáticas correspondientes a 8 órganos de prensa impresa en todo el país priorizaban temas como las reuniones, las actividades institucionales, la conmemoración de efemérides, en detrimento de asuntos que encabezan la agenda pública, como el transporte, el acueducto o el servicio de las instituciones estatales. Otro estudio realizado en la provincia Santiago de Cuba (Quiala, 2015) corroboró algunos elementos encontrados previamente en otros territorios del país: que la agenda mediática posee correlaciones poco significativas con la agenda pública (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013) y altas con la agenda política (Gallego, 2016).

Conclusión

El presente estudio demostró que las agendas mediáticas de la emisora provincial CMKC y las municipales Radio Mambí y Radio Titán, priorizaron de manera general los mismos temas, lo que indica que existe una estandarización en el proceso de selección, producción y socialización del material informativo. Estos asuntos se concentran en torno a actos, reuniones, efemérides, lo que difiere casi completamente de los jerarquizados por la agenda pública, que se relacionan con problemas materiales sin solución inmediata.

Los profesionales de las emisoras radiales presentan una visión semejante respecto a tres elementos fundamentales: el papel de la prensa en Cuba, la misión de la radio como medio de comunicación y la valoración que hacen de la profesión. De igual forma, existe una simetría en cuanto al uso de géneros periodísticos, fuentes de información y valores noticia,

lo que se relaciona con su subordinación organizativa y políticas generales que regulan el trabajo de la prensa.

La disonancia temática entre las emisoras locales y la agenda pública en Santiago de Cuba revela la necesidad de transformar los procesos de gestión, producción y socialización del contenido noticioso desde sus niveles micro: criterios de noticiabilidad, valores noticia, criterios de fuentes de información, hasta la escala macro, que incluya marcos regulatorios que favorezcan la inclusión de la audiencia en la generación de la noticia.

El escenario mediático territorial es social, económica y culturalmente más propicio para gestar este tipo de transformaciones, porque las relaciones que se establecen en las estructuras de subordinación pueden ser horizontalizadas a partir de diseños transformativos que estén encaminados a ello; porque socialmente esos medios locales surgieron para dar mayor respuesta a las necesidades informativas de las audiencias más cercanas geográficamente, y porque sus contextos de producción se encuentran más abiertos a la posibilidad de integrar al público en ese proceso.

Bibliografía

- Aruguete, N. (2013). La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral Comunicación* 2(2), 154-165.
- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- Batista, J. (2013). *Por una prensa al derecho*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Argentina: Ediciones Manantial.
- Casermeyro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.
- Castillo, Y. (2017). De comunitario a local: el caso Radio Titán. *Santiago*, (142), 127-142.
- Cervantes, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y sociedad: cuadernos del CEIC*, (24-28), 158-175.
- 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). Universidad de Camagüey, Cuba.

- Dader, J.L. (1990). *La canalización o fijación de la "agenda" por los medios. Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema Universidad.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. (1996). *Agenda-setting* (Vol. 6). Estados Unidos: Sage publications.
- Elizalde, R.M. (2013). *El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social cubana socialmente consistente y tecnológicamente sustentable en los escenarios prospectivos de regulaciones externas e internas*. (Tesis de doctorado). Universidad de La Habana, Cuba.
- 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. (2016). Cambio social y estudios de agenda. Análisis crítico y algunas ideas para el estudio del caso cubano. *Comunicación y Sociedad*, enero-junio (25), 183-207.
- Garcés, R. (2015). La actualización del modelo y la (des) actualización de la prensa: consensos, disensos y silencios mediáticos en torno a la Reforma cubana. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Observatorio Social de América Latina* 14(36), 49-62.
- Garcés, R., & Senén, A. F. (2017). ¿Cómo se dirige la prensa cubana? Un acercamiento a la gestión de medios, desde la perspectiva de sus periodistas y directivos. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(12), 84-120.
- García, J (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- García, L. M. G. (2014). Prensa en tiempos de cambio. Sobre los medios de comunicación y la actualización socioeconómica en Cuba. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 3(4), 1-21.
- Lassalle, I. (2017). *Más allá de la reiteración. Relación entre objetos y atributos de la agenda mediática del periódico Granma y las agendas de ocho periódicos provinciales en el año 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Oriente, Cuba.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martínez, A. R., & Dueñas, L. (2015). *¿Qué dice Cuba? Un estudio sobre la construcción simbólica de la opinión pública en Cuba Dice*. (Tesis de licenciatura). Universidad Central de Las Villas, Cuba.

- McCombs, M. & Reynolds, A. (1999). *The Poll With a Human Face. The National Issues Convention Experiment in Political Communication*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- 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: Paidós.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1993). The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), 58-67.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass communication and society*, 17(6), 781-802.
- Muñiz, V. & Fonseca, R. (2016). Construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba. Propuesta de modelo sobre el funcionamiento de la agenda política. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época (26), 171-199.
- Muñiz, V., Fonseca, R. Á. & Caballero, D. (2016). Formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2015. *Chasqui*, 132(2016), 372-392.
- Muñiz, V., Fonseca, R. & y Guerra, R. (2016). Construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba. Propuesta de modelo sobre el funcionamiento de la agenda política. *Revista Comunicación y Sociedad*, Nueva época (26), 171-199.
- Muñoz, A, Monzón, C., Rospir, JI, & Dader, JL. (1992). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema.
- Olivera, D. (2017). Referentes críticos, paradojas y desafíos de las políticas de comunicación en el contexto cubano. En Sierra, F. & Vallejo, R.E. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Quito: Ciespal, 185-214.
- Oller, M. (2016). Análisis contextual de estudios comparativos sobre culturas periodísticas intermedias alrededor del mundo. El Modelo Orgánico Multinivel (MOM). *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 5(11), 121-163.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Ediciones la Torre.
- Orozco, G. (2001). Audiencias: mediaciones y televisión pública. Rincón, En Omar (comp): *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello, Bogotá.

- Protest, D., & McCombs, M. E. (Eds.). (2016). *Agenda setting: Readings on media, public opinion, and policymaking*. Londres: Routledge.
- 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 de licenciatura). Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.
- Ramos, R. (2017). *La voz del pueblo. Establecimiento de la agenda pública respecto a temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2016*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Oriente, Cuba.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Shoemaker, P. & Reese, S. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389-410.
- Somohano, A. (2015). Debate teórico-conceptual, confrontación histórica y supuestos de partida de una política pública de comunicación para el contexto cubano. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(8), 43-71.
- Trujillo, R (2015). *Regulación de la Prensa en Santiago de Cuba. Manifestaciones e incidencia de las regulaciones en el Proceso de Producción Periodística en el Periódico Sierra Maestra y la Emisora CMKC Radio Revolución*. (Tesis de Licenciatura), Universidad de Oriente, Cuba.
- Valenzuela, S., & Correa, T. (2006). Prensa y candidatos presidenciales 2005: Así los mostramos, así los miraron. *Cuadernos de Información*, 13(19), 89-96.
- Vidal, J.R. (2017). Retos para una política pública de comunicación en Cuba. En Sierra, F. & Vallejo, R.E. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina*. Quito: Ciespal, 215-240.
- Zunino, E. (2015). La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino. *Comunicación y Sociedad*, (25), 127-156.