

## **La brecha entre medios y públicos en Cuba. Pautas para un diálogo necesario desde la *agenda setting***

### **The gap between media and public in Cuba. Guidelines for a necessary dialogue from the *agenda setting***

Recibido: 15 de junio de 2017

Aceptado: 23 de julio de 2017

Lic. Viviana Muñiz Zúñiga \*

Lic. Yánder Castillo Salina \*\*

#### **Resumen**

El presente trabajo analiza las características de la brecha entre las agendas mediática y pública en Cuba, a partir la sistematización de estudios previos realizados en el país sobre el tema. Se empleó para ello una perspectiva cualitativa, basada fundamentalmente en métodos como el Análisis-síntesis y el Inductivo-deductivo, que permiten profundizar en el fenómeno desde sus componentes, integrarlos y posteriormente analizarlos

#### **Abstract**

This paper analyzes the characteristics of the gap between the media and public agendas in Cuba, based on the systematization of previous studies carried out in the country on the subject. For this purpose, a qualitative perspective was used, based mainly on methods such as Analysis-synthesis and Inductive-deductive, which allow to deepen the phenomenon from its components, integrate them and later analyze them in context. After analyzing

---

\* Profesora y Coordinadora de la Carrera de Periodismo de la Universidad de Oriente. Doctorante en Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Investiga la teoría de la *agenda setting* en Cuba desde el año 2013 y ha publicado sus resultados en prestigiosas revistas académicas. Correo electrónico: [vivita@uo.edu.cu](mailto:vivita@uo.edu.cu).

\*\* Periodista en la emisora Radio Baraguá, en Santiago de Cuba. Cursante de la Maestría en Desarrollo Cultural Comunitario del Centro de de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños "José Antonio Portuondo" de la Universidad de Oriente. Investiga los procesos de la *agenda setting* vinculados a la Sociología, y ha publicado sus resultados en revistas especializadas en Comunicación. Correo electrónico: [yander@rbaragua.icrt.cu](mailto:yander@rbaragua.icrt.cu).

en contexto. Luego del análisis realizado a partir de investigaciones sobre *agenda setting*, es posible observar que existe una mayor relación entre las fuentes institucionales y los medios de comunicación, y baja entre estos y la audiencia, lo que se corresponde con los resultados expuestos anteriormente sobre la brecha informativa. Esta brecha se expresa a través de la disonancia entre los contenidos de las agendas mediática y pública en contextos no electorales, y adquiere características particulares en la realidad cubana relacionadas con su modelo de comunicación.

### **Palabras Claves**

agenda setting; brecha informativa; agenda mediática; agenda pública; contexto cubano.

research on *agenda setting*, it is possible to observe that there is a greater relation between institutional sources and the media, and low between them and the audience, which corresponds to the results presented previously on the informative gap. This gap is expressed through the dissonance between the contents of the media and public agendas in non-electoral contexts, and acquires particular characteristics in the Cuban reality related to its model of communication.

### **Keywords**

Agenda setting; information gap; media agenda; public agenda; Cuban context.

## **1. Introducción**

Pensar la relación entre medios y públicos en Cuba implica necesariamente mirar más allá de listados temáticos y correlaciones estadísticas. Remite al análisis de un fenómeno social complejo, desarrollado en un contexto de disímiles cambios que transitan por varias dimensiones de la vida pública: la economía, la política, la cultura.

Durante más de cinco años la teoría de la *agenda setting* se convirtió el marco de interpretación del sistema mediático cubano y de su

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

relación con el sistema político. Se ha demostrado empíricamente cómo la agenda de los medios se construye a partir de directrices institucionales alejadas casi completamente de los intereses públicos y cómo la audiencia ha cedido su espacio hasta ser prácticamente silenciada en la selección y jerarquización de los contenidos informativos (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz y Fonseca, 2015 entre otros).

Una veintena de investigaciones en pregrado han permitido dilucidar otras particularidades de los listados temáticos: que priorizan los mismos temas no solo en el mismo año, sino que se reiteran de un período a otro; que esos asuntos son similares entre diferentes medios de comunicación, incluso en provincias cubanas geográficamente lejanas, lo que en gran medida responde al origen común de las directrices que norman el trabajo de la prensa (Lassalle, 2017).

Ello evidentemente condiciona que la principal fuente de información sobre asuntos experienciales en sus distintos niveles (nacional, provincial, municipal) que asuman las personas para conocer acerca de la realidad que los rodea no sean (en primera opción) los medios de comunicación. ¿Para qué leer el periódico, ver la televisión o escuchar la radio si la información está en la propia realidad? (Caballero, 2015).

Estos elementos permiten identificar los rasgos esenciales de una brecha que cada vez se acrecienta más entre agendas mediáticas y públicas, fenómeno que puede ser analizado a partir de tres vertientes: 1) la construcción verticalista de la agenda mediática, 2) la existencia de una agenda pública con temas recurrentes y permanentes en el tiempo, 3) la relación entre ambas en un contexto mediado por la experiencia directa sobre la realidad social [1].

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

El presente trabajo propone una reflexión en torno a la brecha entre medios y públicos en Cuba a partir de la teoría de la *agenda setting*, una perspectiva investigativa que ha renovado su concepción en los últimos 5 años y constituye un marco de interpretación acertado para analizar esta relación en la esfera pública cubana. A la vez se explican algunos hallazgos previos en el país sobre los procesos de construcción y establecimiento de las agendas, a partir de una mirada contextualizada del sistema mediático. Todo ello se sustenta sobre cuatro perspectivas teóricas como resultado de una sistematización de investigaciones sobre *agenda setting* a nivel mundial, que permiten profundizar en el análisis de la relación inter-agendas.

Para ello se ha planteado como objetivo Analizar las características de la brecha entre las agendas mediática y pública en Cuba, a partir la sistematización de estudios previos realizados en el país sobre el tema. En ese sentido se empleó una perspectiva cualitativa, basada fundamentalmente en métodos como el Análisis-síntesis y el Inductivo-deductivo, que permiten profundizar en el fenómeno desde sus componentes, integrarlos y posteriormente analizarlos en contexto.

## **2. La *agenda setting*: (re)pensar la tradición investigativa**

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

Comprender la recepción de los mensajes mediáticos, y las relaciones de poder que se establecen en este proceso, implica ubicar la investigación en el espacio público donde convergen la sociedad civil y el Estado "adquiriendo un significado como terreno de contienda participativa, en el cual los actores con identidades superpuestas - como sujetos legales, ciudadanos, actores económicos y como miembros de familias y de la comunidad- forman un cuerpo público, entablan negociaciones y disputas acerca de la vida política y social" (Somers, 1993, p. 589).

Para Jesús Martín Barbero (2001) la esfera pública es redefinida por la presencia de las masas urbanas en la escena social, cuya visibilidad remite a la transformación de la política que, de un asunto de Estado, pasa a convertirse en esfera de la comunidad, de los asuntos generales del pueblo. Por tanto, la esfera pública puede ser caracterizada de acuerdo a su inclusividad en términos de la multiplicidad de los actores que pueden participar activamente en ella, y la capacidad de estos para alterar los patrones de integración o el total del ejercicio del poder a través de tal participación (Calhoun, 1993).

Una de las teorías que ha permitido comprender las relaciones entre medios y audiencia en la esfera pública, así como los mecanismos de dominación por parte de instituciones políticas sobre el contenido mediático, es precisamente la *agenda setting* (Dader, 1990; McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997; 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).

## **LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...** **ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

Su marco de análisis se ha expandido a partir del estudio de tres agendas fundamentales: la agenda política, que puede definirse como el conjunto de tópicos que ocupan el interés de grupos gubernamentales o que están relacionados con decisores políticos en una nación; la agenda mediática, conformada por las temáticas que los medios de comunicación sitúan entre sus prioridades como resultado de la influencia de diferentes actores sociales (políticos, públicos, medios, entre otros); y la agenda pública, determinada a partir de la influencia temática de los medios u otras fuentes sociales en las personas. Ello conduce a una concepción generalizada de la agenda como una metáfora (McCombs, 2006) para designar las prioridades temáticas que diferentes actores sociales suelen tener de acuerdo con sus experiencias personales y su formación se produce en un contexto determinado.

Maxwell McCombs, Donald Shaw y David Weaver (2014), tres de las figuras más prominentes en el campo de estudio de la *agenda setting*, explican que la teoría 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.

Sin embargo, esta perspectiva propone un acercamiento hasta cierto punto superficial de algunos fenómenos que se producen en la relación entre las fuentes institucionales, los medios de comunicación y el público, sobre todo porque su tradición positivista la limita al cálculo de correlaciones estadísticas que no deben ser comprendidas como sinónimo de causalidad o de transferencia temática.

En tanto las investigaciones sobre el tema han cobrado un mayor auge con el uso de las redes sociales y otros sitios de Internet, la teoría ha buscado expandirse por medio de resultados empíricos que permitan sustentarla, provocando que en varios países se implementen estudios que no profundizan en características

contextuales que posibilitarían dar una explicación más completa del asunto.

A pesar de ello, la *agenda setting* constituye una perspectiva acertada para determinar las relaciones entre las mencionadas agendas de referencia, pues en el desarrollo epistemológico se ha expandido su campo no solo al estudio de sus relaciones estadísticas, sino también al análisis de sus mediaciones (Casermeiro, 2003; McCombs, 2006; McCombs y Valenzuela, 2014; Gallego, 2016).

En este sentido, se ha expandido hacia áreas de la ciencia de las cuales ha tomado no solo herramientas, sino puntos de vista acertados para interpretar las condiciones contingentes, la *agenda building* (construcción de la agenda), el establecimiento de la agenda pública, entre otras. Las etapas por las cuales ha transitado no solo denotan su evolución empírica, sino una transformación de pensamiento en sus autores principales, quienes en un primer momento consideraron casi de manera esquemática, condicional y causal la relación entre medios y públicos, lo que ha devenido en una concepción más abierta y atemperada a las condiciones sociales actuales.

Con la apertura del contexto social a otros medios se ha producido una llamada brecha entre las agendas mediática y pública, lo que ha sido asumido por la teoría como una asimilación diferente de los contenidos mediáticos por parte de una audiencia con la capacidad de interactuar y producir significados. De igual forma, con el cambio de los contextos de medición de electorales a no electorales, y la realización de los estudios en países latinoamericanos, contextualmente diferentes a aquellos en los que surgió la teoría, los investigadores han tenido que mirar más allá de las correlaciones estadísticas y pensar en cómo esos listados temáticos se configuraban socialmente desde un diálogo con técnicas cualitativas.

## **2.1 Premisas teóricas para el diálogo en el siglo XXI**

Aunque el modelo tradicional que sustenta la teoría ha evolucionado e incluido categorías de análisis a partir del estudio de las condiciones contingentes y las influencias sobre el contenido mediático, los estudios actuales (Aruguete, 2015) siguen remitiendo a los investigadores hacia la transferencia temática informativa desde la agenda política hacia la mediática, y desde esta hacia la pública, en un diagrama horizontal que propone una visión simplificada del fenómeno muy alejada de los elementos contextuales que lo determinan.

Las principales debilidades de este modelo de transferencia (sea lineal o recíproca) radican precisamente en la exclusión de factores contextuales, culturales, que determinan el comportamiento de la correlación entre las agendas, y aísla elementos intervinientes en la relación inter-agendas, lo que representa un acercamiento reduccionista al fenómeno de estudio (Adréu, 2012).

Teniendo en cuenta los postulados planteados anteriormente, se desarrolló el Enfoque integrado para el análisis de la relación inter-agendas (Muñiz y Fonseca, 2015), producto de la interpretación realizada a partir del análisis de los principales textos escritos sobre *agenda setting* en los últimos 10 años.

Las cuatro perspectivas desarrolladas proveen una base conceptual propia, que se deriva de la revisión y síntesis de estos postulados teóricos, que apuntan hacia una diversidad metodológica y una uniformidad en aspectos medulares como la transferencia temática. Por ello, con este enfoque se pretende retomar elementos esenciales para la evaluación de los estudios realizados al tomar como referentes algunas regularidades encontradas en el diagnóstico. Como parte de cada perspectiva, se propone la evaluación concreta

de algunos indicadores importantes, y que han sido enunciados de forma aislada en estudios previos sobre el tema:

**1. Perspectiva Sistémica:** el fenómeno de *agenda setting* funciona como un sistema de elementos o condiciones interdependientes, donde un componente afecta y condiciona en cierta medida al otro. En este sentido no se hace referencia solo a las variables intervinientes en la relación medios-público, sino a todo el mecanismo a través del cual se relacionan las tres agendas clásicas.

**2. Perspectiva de contingencia:** los resultados investigativos en una circunstancia determinada, con actores sociales específicos y condiciones dadas, no necesariamente deben producirse de forma idéntica. Esto indica que las respuestas al fenómeno no tienen que ser las mismas siempre, incluso cuando los estudios se produzcan en condiciones similares.

**3. Perspectiva humanista:** el epicentro de los estudios de agenda son las relaciones humanas, y productos de estas- dígame la cobertura mediática-, no debe perderse de vista que son interacciones sociales complejas y apegadas a un referente subjetivo importante y cambiante.

**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.

Mirar la teoría de la *agenda setting* a partir de esas perspectivas que se proponen implica dialogar con elementos contextuales que determinan la relación inter-agendas en el ámbito comunicacional particular que se analice, el rol de los actores sociales que intervienen en ese proceso y los componentes que posibilitan concebir la

construcción y establecimiento de las agendas como un sistema orgánico y estable.

Sin embargo, dada la revisión de la literatura, puede afirmarse que la investigación de *agenda setting* por lo general no ha desarrollado el análisis a partir de la integración de varias de estas perspectivas, lo cual ha contribuido a limitar la comprensión holística del fenómeno. Por otro lado, continúan siendo insuficientes los análisis reflexivos y socio-críticos que permitan la contextualización y propuesta transformativas a partir de los resultados de investigación.

### **3. La brecha informativa entre medios y públicos**

#### **3.1 Breve enfoque conceptual: ¿qué es la brecha informativa?**

Los investigadores Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein (2015) utilizan el ambiente de una panadería para recrear la interacción entre medios y públicos a nivel de oferta y demanda. Básicamente la diferencia entre los contenidos publicados y lo que necesita conocer el público 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 de la audiencia tienden a ser los de deportes, ocio, espectáculos y policiales.

Algunos referentes de esa brecha informativa son Robert Park (1922) y Walter Lippman (1922). Park planteó que “las cosas que a la mayoría de nosotros nos gustaría publicar no son las cosas que la mayoría de nosotros queremos leer. Tal vez estemos ávidos por publicar lo que es o parece ser edificante, pero queremos leer lo que es interesante”.

Ello se relaciona con lo dicho por Walter Lippman (1922) en la introducción a su obra *Public Opinion*:

*Las personas democráticas ven en los periódicos las panaceas para sus defectos, mientras que el análisis de la índole de las informaciones y del fundamento económico del periodismo parecería mostrar que los periódicos, necesaria e inevitablemente, reflejan, y, por ende, de mayor o menor manera intensifican, la organización defectuosa de la opinión pública (p. 5).*

Si bien la brecha entre los contenidos mediáticos y públicos fue investigada anteriormente, en la actualidad se acentúa a partir de elementos contextuales como el acceso a la tecnología, que ha propiciado que las personas consulten varios medios de comunicación a la vez, intensificando la competencia y la aptitud de los consumidores para acceder a las noticias que quieren e ignorar el resto. Por tanto, la disonancia temática informativa entre medios y públicos se expresa a partir de (Boczkowski y Mitchelstein, 2015):

- La capacidad de los medios en el establecimiento de la agenda pública depende del contexto y es un tanto limitada durante los períodos de actividad política normal.
- La postura monitorial de los ciudadanos se ve facilitada por las características de las noticias online que permiten a los consumidores concentrarse en los artículos que les interesan y evitar el resto.
- La preferencia de los productores de noticias por los temas relacionados con temas institucionales es la resultante de normas profesionales y organizacionales que constituyen el núcleo de la identidad ocupacional del periodismo moderno.
- Los periodistas son más influenciados por otros trabajadores periodísticos, como jefes de redacción, pares y competidores, que por las preferencias de sus audiencias.

- Los formatos novedosos de presentación del material periodístico pueden contribuir una mejor transmisión de las noticias de asuntos públicos de materia política a los consumidores.

### **3.2 Elementos contextuales que condicionan la brecha en Cuba**

El análisis de la brecha entre medios y públicos en Cuba debe remitir necesariamente a aquellos elementos contextuales que la condicionan. En ese sentido, es preciso partir de las particularidades del sistema mediático en la Isla, que posee un alto grado de institucionalización: los medios se subordinan directamente al Partido Comunista de Cuba, que dirige en términos políticos de orientación, control, ayuda y trabajo con los cuadros de dirección; 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).

Ello trae consigo una asimetría de poder en las relaciones de los medios con el sistema político, las instituciones del Estado y la administración, y al menos con una parte de la sociedad, que se traduce en una regulación externa desequilibrada en detrimento de la prensa (García, 2013).

El modelo de prensa cubano puede definirse como instrumental, pues se centra en la información vertical y el control de esta, lo que limita la inclusión de temas de interés social en el contenido mediático (García, 2013; Garcés, 2015) y lo dotan de un sentido difusionista más que comunicativo si se tiene en cuenta los deficientes mecanismos de retroalimentación y la escasa participación pública en la gestión de su contenido.

Estas características potencian la aparición de otras dificultades: los conceptos de noticia y de servicio público se subordinan a la propaganda de actos, actividades superestructurales y efemérides; y los dirigentes de la gestión productiva y social se erigen como

administradores de lo que se divulga, reduciendo el papel de los periodistas y cuadros de la prensa (Garcés, 2015; Olivera, 2017).

Las particularidades de la esfera pública cubana indican una disfuncionalidad en la relación entre el sistema político, los medios y la sociedad, lo que puede expresarse a través de la pobre participación del público en la conformación de las agendas mediáticas (Martínez y Dueñas, 2015) y la verticalización de los procesos de gestión, producción y socialización del material informativo, que transita por la orientación excesiva de fuentes institucionales sobre el contenido mediático (García, 2014; Garcés y Senén, 2017).

### **3.3 *Agenda setting*, medios y públicos en Cuba: la disputa más antigua**

Las investigaciones sobre la teoría en Cuba (que comenzaron en el año 2010) muestran una evolución en cuanto al objeto de estudio en cuestión, hasta permitir un cierto grado de estabilidad metodológica y teórica (Muñiz, Fonseca y Castillo, 2016).

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 la naturaleza de los temas en la primera: experienciales y crónicos.
- Las condiciones sociopolíticas propias del contexto cubano, diferente a cualquiera de los otros en que se hayan implementado los estudios de agenda.

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

- 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 a la hora de informar, 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.

## **LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...** **ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

A partir de ello, ¿cómo se visualiza la disonancia entre medios y públicos a nivel cuantitativo? Un estudio realizado en el año 2016 (Muñiz, Fonseca y Zamora, 2016) reveló que las agendas mediáticas correspondientes a 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. La siguiente figura muestra cómo se comportó la distribución temática a nivel nacional:

Figura 1 Temas priorizados por los medios de prensa impresa provinciales en Cuba durante el año 2016.



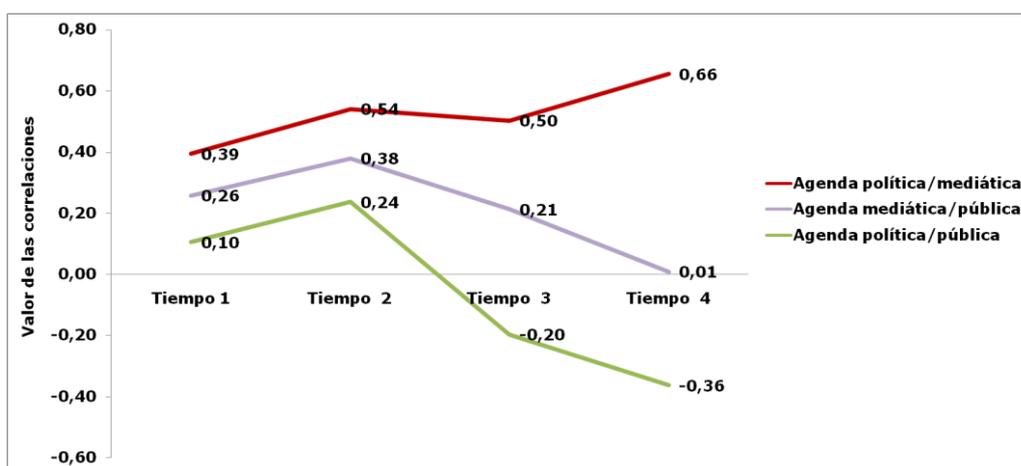
El mismo estudio permitió demostrar no solo que existían altas correlaciones estadísticas entre esas agendas durante el mismo período, sino que los asuntos más importantes se reiteraban durante años consecutivos, lo que revela el carácter cíclico de la agenda mediática.

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 y Rosabal, 2016).

## **LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...** **ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

En el gráfico siguiente se observa el comportamiento de la relación entre las agendas política, mediática y pública en esa provincia a nivel cuantitativo durante cuatro períodos de medición temporal:

Figura 2 Correlación estadística entre las agendas política, mediática y pública en Santiago de Cuba.



La figura muestra cómo los valores correspondientes a las agendas política y mediática son estadísticamente significativos (porque se encuentran por encima de 0,4, que es el establecido por la teoría), y evidencian que existe una relación moderada y alta. Sin embargo, tanto las agendas mediática y pública, como la agenda política y pública tuvieron resultados bajos y nulos, lo que indica la pobre simetría en cuanto a la distribución temática informativa que realizan.

Estos resultados cuantitativos se corresponden con algunos factores cualitativos que inciden en su comportamiento. ¿Cómo se visualiza la brecha entre medios y públicos a nivel cualitativo? Algunos elementos descritos por algunos estudios sobre la teoría en el país permiten analizar contextualmente cómo se comporta la disonancia desde los actores sociales que intervienen en el proceso de construcción y establecimiento de las agendas:

- La agenda pública está conformada casi en su totalidad por temas de tipo experiencial con marcado carácter económico y social de

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

tipo crónico, que han incidido en la vida de las personas sin manifestar una solución efectiva (Gallego y Rosabal, 2013).

- Entre los principales reclamos ciudadanos figuran objetos como la Alimentación, la Recreación, el Transporte, la Salud Pública, la Vivienda, los Salarios y se aprecia un predominio de valoraciones negativas referentes a estos aspectos (Colunga, 2011).
- Las experiencias, la propia realidad y la comunicación y las relaciones interpersonales, son las fuentes de información más naturales, espontáneas y frecuentes con las que cuentan las personas para orientarse ante los temas, incluso por encima de los medios de comunicación, pues han devenido en el vehículo socializador de las experiencias, los intereses y las necesidades que se integran al listado de prioridades públicas, construido desde la agenda intrapersonal hasta la socialmente compartida (Caballero, 2015).
- La formación de la agenda pública está relacionada con elementos como: la preparación cultural e intelectual de las personas y/o capacidad de análisis de los problemas, las ocupaciones o responsabilidades sociales, los sistemas relacionales o espacios en los que se socialice habitualmente y las circunstancias reales de existencia (Caballero, 2015).
- Desde el punto de vista mediático, se observa una marcada influencia institucional en la conformación de los contenidos mediáticos; existe una participación limitada de los periodistas en la propuesta de temas a tratar por sus respectivos medios; las vías de retroalimentación con la audiencia para conocer los problemas de la agenda pública siguen siendo deficientes; las fuentes de información institucionales no ofrecen la posibilidad de acceso a determinados datos de interés público, aunque se han

convertido en el principal proveedor de temas para su publicación en los medios (Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz y Fonseca, 2015).

Estos factores cualitativos, que han sido explicados a partir del estudio de las condiciones contingentes y las influencias o mediaciones sobre la construcción de la agenda mediática, revelan dos elementos importantes en la comprensión de la brecha entre medios y públicos en el país: la agenda mediática es el resultado de la influencia directa de las fuentes institucionales y políticas, lo que limita la inclusión de otros temas de interés público; la agenda pública se conforma a partir de la interacción social de las personas con su entorno más cercano (familiares, amigos, compañeros de estudio y trabajo), lo que limita el consumo mediático informativo y provee a su vez otros marcos interpretativos sobre la realidad.

Ligado a esto, con la expansión tecnológica que experimenta el país (que resulta aún insuficiente) los medios de comunicación nacionales (en sus versiones tradicionales y digitales) enfrentan una competencia con otras agendas foráneas e internas para cubrir vacíos informativos producidos por el alto nivel de "institucionalidad" en las coberturas mediáticas. Esa "institucionalidad" se expresa en todo el proceso de producción noticiosa, que va desde la selección de ese tipo de fuentes para realizar los trabajos periodísticos (incluso aquellos que abordan asuntos de marcado interés social), los criterios de noticiabilidad y valores noticia empleados para ello, los mecanismos "rutinizados" (no rutinarios) que permiten la reproducción de la agenda temporalmente, hasta la propia socialización del material periodístico.

### **3.4 Premisas para el consenso**

Según lo expuesto hasta el momento y tomando como precedente lo planteado por algunos investigadores cubanos, la relación entre el

sistema de medios y la audiencia en Cuba debe transformarse en las siguientes direcciones:

- Una política pública de comunicación que dote a los medios de comunicación de mayores posibilidades para conformar su agenda no solo a partir de indicaciones de las instituciones del Partido y Gobierno, sino con un mayor compromiso con los públicos (Vidal, 2017). Esta política a su vez debe regirse por tres supuestos (Somohano, 2015): la comunicación es un recurso estratégico en la conformación de los distintos ámbitos de la vida social; deben existir mayores posibilidades de acceso y participación de los sectores sociales en el entorno comunicativo; la estructuración y funcionamiento del sistema de medios debe reconocer y asumir la pluralidad y complejidad social.
- Legislaciones en comunicación que fortalezcan legalmente a la política pública sobre comunicación social, y regule las responsabilidades y límites de los diferentes actores que intervienen en el proceso de comunicación pública (Machado, 2016).
- Actualización del modelo de gestión económica y editorial de los medios, de sus rutinas productivas y fortalecer la cultura profesional de los periodistas, editores y directivos de los medios para que esté en consonancia con los reclamos y desafíos de hoy (García, 2014; Garcés y Senén, 2017).
- Replantear y fortalecer la relación con las fuentes de información, a partir de la necesidad de periodistas y ciudadanos de obtenerla, de la celeridad del proceso productivo en los medios, y la no obstaculización por parte de los funcionarios en la obtención de esta (Somohano, 2015).

#### **4. Conclusiones**

## **LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...** **ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

La esfera pública cubana se caracteriza por tener relaciones instrumentales y verticales entre el sistema político y los medios de comunicación, que son concebidos básicamente como aparatos de propaganda institucional. En un contexto de diversificación económica, social y cultural creciente en diferentes esferas de la vida pública, las problemáticas de interés colectivo no encuentran un reflejo crítico y acertado en los medios nacionales. Ese desfase entre las transformaciones sociales y su discusión en la prensa cubana provoca no solo que exista una presencia deficiente de los asuntos de interés público en los medios, sino que estos no sean capaces de convertirse en espacios de consenso social, limitando la participación de los ciudadanos en la conformación de su agenda y acrecentando una brecha informativa entre ambos.

Los estudios de *agenda setting* en el país, cuyo desarrollo comenzó en el año 2010 a partir de antecedentes pioneros sobre la relación entre fuentes, medios y públicos, se caracterizan por hallazgos en torno a la baja relación entre medios y públicos, y alta entre los primeros y la agenda política. Esto se relaciona con un proceso verticalista de construcción de las agendas mediáticas en el país, marcado por la influencia institucional en sus prioridades temáticas.

### **5. Bibliografía**

- Adréu, J. (2012). La descodificación de la agenda: Un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública. *Intangible Capital*, 8(3), p. 520-547.
- Aruguete, N. (2013). La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral Comunicación*, 2(2), p. 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 Pregrado). Universidad de La Habana, Cuba.

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

- Boczkowski, P., y Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Argentina: Ediciones Manantial.
- 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 de Pregrado). Universidad de Oriente, Cuba.
- Calhoun, C. (1993). Civil society and the public sphere. *Public Culture*, 5(2), p. 267-280.
- Casermeiro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la Agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.
- 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 Pregrado). Universidad de Camagüey, Cuba.
- Dader, J. (1990). *La canalización o fijación de la "agenda" por los medios. Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema Universidad.
- Elizalde, R. (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., 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), p. 98-113.
- Gallego, J. (2016). Cambio social y estudios de agenda. Análisis crítico y algunas ideas para el estudio del caso cubano. *Comunicación y Sociedad, enero-junio*(25), p. 183-207.
- Garcés, R. (2015). La actualización del modelo y la (des) actualización de la prensa: consensos, disensos y silencios

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

- mediáticos en torno a la Reforma cubana. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Observatorio Social de América Latina* 14(36), p. 49-62.
- Garcés, R., y Senén, A. (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), p. 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. (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), p. 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 Pregrado). Universidad de Oriente, Cuba.
- Lippmann, W. (1922). *La opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora.
- Machado, D. (2016). Democracia, medios de comunicación y realidades. Recuperado de: <http://www.cubadebate.cu/opinion/2016/08/18/democracia-medios-de-comunicacion-y-realidades/#.WVVvFG4nqo8>.
- Martín-Barbero, J. (2001). Reconfiguraciones comunicativas de lo público. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (26), p. 71-88.
- Martínez, A., y Dueñas, L. (2015). *¿Qué dice Cuba? Un estudio sobre la construcción simbólica de la opinión pública en Cuba Dice* (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Las Villas, Cuba.
- McCombs, M., y Valenzuela, S. (2014). *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. Estados Unidos: Oxford handbooks online.

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Paidós.
- McCombs, M., Shaw, D., y Weaver, D. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass communication and society*, 17(6), p. 781-802.
- McCombs, M., Llamas, J., López-Escobar, E., y Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), p. 703-717.
- Muñiz, V., y Fonseca, R. (2015). Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba. *Signo y Pensamiento* 34 (67), p. 76-92.
- Muñiz, V., Fonseca, R., y Zamora, L. (2016). Relación entre objetos y atributos de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 8 (12), p. 121-136.
- Muñiz, V., Fonseca, R., y Castillo, Y. (2015). Condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática sobre temas internacionales en Cuba. Casos Granma y Noticiero Nacional de Televisión. *Question*, 1(48), p. 460-477.
- Muñoz, A, Monzón, C., Rospir, J., y Dader, J. (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., y Vallejo, R. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina* (p. 185-214). Quito: Ciespal.
- Park, R. (1922). *The Immigrant Press and Its Control*. Nueva York: Harper and Brothers.

- 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 Pregrado). Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Somers, M. (1993). Citizenship and the place of the public sphere: law, community, and political culture in the transition to democracy. *American Sociological Review*, 58(5), p. 587-620.
- Somohano, A. (2015). Debate teórico-conceptual, confrontación histórica y supuestos de partida de una política pública de comunicación para el contexto cubano. *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(8), p. 43-71.
- Vara, A. (2001). *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Navarra, España.
- Vidal, J. (2017). Retos para una política pública de comunicación en Cuba. En Sierra, F., y Vallejo, R. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina* (p. 215-240). Quito: Ciespal.

## **6. Notas**

[1] Según la teoría de la agenda setting existen temas experienciales y no experienciales, cuya definición se relaciona con el grado de cercanía (geográfica, cognoscitiva, cultural) respecto a los asuntos de la realidad (McCombs y Valenzuela, 2014). Para algunos autores (Vara, 2001; Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004) existe una

**LA BRECHA ENTRE LOS MEDIOS Y LOS PÚBLICOS EN CUBA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

diferenciación entre ambos, pues cuanto mayor sea esa cercanía entre el objeto y la persona, esta necesitará consumir los medios de comunicación en menor grado, principalmente como fuente de contrastación.