

Análisis longitudinal de la agenda mediática del telecentro “Tele Turquino” y la agenda pública en Santiago de Cuba

Longitudinal analysis of the media agenda of “Tele Turquino” channel and the public agenda in Santiago de Cuba

LIC. VIVIANA MUÑOZ ZÚÑIGA. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba. vivita@uo.edu.cu

DR. RAFAEL FONSECA VALIDO. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba. fonseca@uo.edu.cu

DRA. YAMILE HABER GUERRA. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba. yhaber@uo.edu.cu

Recibido el 20 de abril de 2016

Aceptado el 26 de julio de 2016

RESUMEN

El presente es un análisis longitudinal de la correlación entre la agenda mediática del telecentro provincial Tele Turquino y la agenda pública de la provincia de Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015. Posee una metodología mixta: Por un lado, se utilizan métodos como el Análisis-síntesis y el Inductivo-deductivo, y por otro lado técnicas como el análisis de contenido, el coeficiente de correlación de Spearman y la observación participante. Se demuestra que existe una relación “baja” entre las agendas mediática y pública por lo que no existe transferencia temática entre ellas, como tradicionalmente evalúa la teoría de la Agenda Setting. Como parte de los resultados, se muestra un modelo de distribución de objetos para ambas agendas que ilustra la concentración temática y la estabilidad temporal de los asuntos priorizados.

Palabras clave: Agenda Setting, agenda mediática, agenda pública, correlación, construcción de la agenda.

ABSTRACT

This is a longitudinal analysis of the correlation between the media agenda of the provincial telecenter Tele Turquino and the public agenda of Santiago de Cuba. The study has as objective to determine the correlation between the media agenda of the telecentre Tele Turquino and the public agenda in the province of Santiago de Cuba during the years 2014 and 2015. It has a mixed methodology, methods such as analysis-synthesis and inductive-deductive are used, and techniques such as content analysis, the Spearman correlation coefficient and participant observation. It is shown that there is a low relationship between the media and public agenda, so does not exists issue transfer between these as traditionally evaluates the Agenda Setting theory. On the results is shown a distribution model objects for both agendas, illustrating the thematic concentration and the temporal stability of the priority issues.

Key Words: Agenda Setting, media agenda, public agenda, correlations, Agenda Building.

Introducción

¿Abordan los medios provinciales santiagueros los temas que preocupan al público de esta región cubana? Esta pregunta, que ha dado lugar a múltiples investigaciones sobre Agenda Setting en Cuba durante los últimos cinco años (Colunga, 2011; Valido, 2012; Gallego y Rosabal, 2013) nos sirve para esbozar este estudio longitudinal en Santiago de Cuba.

Al respecto, puede decirse que el mayor aporte de los estudios sobre Agenda Setting para la realidad cubana, ha sido demostrar empíricamente el divorcio entre la agenda mediática y la agenda pública abordando temas experienciales, hecho que ha sido tratado desde otros referentes teórico-conceptuales en el país (Muñiz, Fonseca y Castillo, 2015). En este sentido, la correlación de las agendas mediática y pública en Cuba se ha desarrollado bajo patrones metodológicos comunes a lo largo de todo el país, a pesar de establecerse entre agendas de diferente naturaleza: nacional y local.

Entre las investigaciones que han establecido una correlación entre dichas agendas figuran la de Gallego y Rosabal (2013), que encontró una correlación baja (0.30) entre la agenda pública y la agenda mediática del periódico Granma durante dos meses; y la de Colunga (2011), que obtuvo un resultado similar (0.01) entre la agenda pública y la agenda mediática del semanario camagüeyano Adelante durante cuatro meses. Estas investigaciones han comprobado que la agenda pública en Cuba está conformada casi en su totalidad por temas de tipo experiencial con marcado carácter económico y social. Una de las más recientes (Cabrera, 2014) realizó una correlación entre la agenda pública de un grupo de cuentapropistas habaneros y los medios nacionales Granma, Juventud Rebelde y la Emisión Estelar del NTV, encontrando una relación moderada (0.35) durante un mes.

Una de las investigaciones que constituye el antecedente directo a esta investigación es la de Valido (2012), que halló una relación muy baja (0.19) entre la agenda pública y la agenda mediática del Noticiero juvenil durante dos meses. Puede decirse que las causas de las insuficiencias de la prensa basadas en los bajos índices correlativos con la agenda pública se manifiestan y deben analizarse a partir del sistema de mediaciones que ocurren en el proceso de producción de la noticia (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz, 2013; Hernández, 2014).

Con el propósito de dar una continuidad a los estudios de establecimiento de la agenda realizados en el país, y sobre todo para profundizar en el tratamiento a los medios audiovisuales (televisión) realizamos esta pesquisa mixta, sistematizando los resultados en el tiempo. El principal aporte que tiene la investigación es precisamente la duración de la recogida de los datos, que permitirá generar inferencias sobre la composición de la agenda de Tele Turquino y su relación temática con la agenda pública de la provincia Santiago de Cuba. En este sentido, el problema de investigación del estudio es: ¿Qué correlación existe entre la agenda mediática del telecentro provincial Tele Turquino y la agenda pública en Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015? Y el objetivo general, determinar la correlación existente entre la agenda mediática del telecentro provincial Tele Turquino y la agen-

da pública en Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015. Para ello se trazaron como tareas de investigación u objetivos específicos los siguientes:

1. Determinar los objetos y atributos sustantivos y afectivos que componen la agenda pública en la provincia durante los períodos de tiempo estudiados.
2. Determinar el proceso de conformación de la agenda mediática del telecentro Tele Turquino.
3. Caracterizar los objetos y atributos sustantivos y afectivos que figuran en la agenda mediática del telecentro Tele Turquino durante las fases temporales del estudio.
4. Correlacionar de forma directa objetos y atributos en la dimensión sustantiva y afectiva en la agenda mediática y pública estudiadas.

En este estudio comparado se plantea la siguiente hipótesis: existe una baja correlación entre los objetos y atributos sustantivos y afectivos de la agenda mediática del telecentro Tele Turquino y la agenda la agenda pública de la provincia Santiago de Cuba, lo que denota que no se produce una transferencia temática desde la primera agenda hacia la segunda. Estos resultados se mantienen constantes en el tiempo y evidencian la existencia de una concentración de los objetos estudiados hacia ejes de tratamiento mediático y público, determinado por un umbral de relevancia de estos.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Generalidades de la teoría de la Agenda Setting

En un sentido genérico la agenda representa una metáfora (Dader, 1990; McCombs y Shaw, 1993; McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997; McCombs, 2006; Aruguete, 2010) que explica cómo determinados temas se ubican en la posición cimera de los intereses políticos, públicos y mediáticos durante un período de tiempo relativamente estable. Por ello, la agenda política 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 está conformada por las temáticas que los medios de comunicación de un determinado alcance sitúan entre sus prioridades como resultado de la influencia de diferentes actores sociales (políticos, públicos, medios, entre otros); y también la agenda pública se determina a partir de la influencia temática de los medios u otras fuentes sociales en las personas (McCombs y Valenzuela, 2014).

Así, una agenda, independientemente de su naturaleza, opera a dos niveles iniciales: El de reconocimiento (inclusión y jerarquización) del tema; y el de valoración del mismo. Esto se reconoce respectivamente como objetos y atributos. McCombs y Valenzuela (2014, p. 1) declaran que la unidad de análisis para cada agenda es un objeto. O sea, que la espina dorsal de una agenda, lo que la sostiene y configura son esos temas de presencia requerida: Ellos constituyen la materia prima (McCombs y Shaw, 1993; McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997; Valenzuela y Correa, 2006).

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, los atributos se operacionalizan en dos dimensiones: Una sustantiva y otra afectiva. La primera de ellas alude a las particularidades de un tema, sus rasgos más destacados; en tanto la segunda, 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; McCombs, 2006; Gallego y Rosabal, 2013; McCombs y Valenzuela, 2014).

Por otra parte, Guo, McCombs, y Tien Vu (2012) anunciaron la existencia de un tercer nivel de agenda: El Network Agenda Setting Model (NAS por sus siglas en inglés) o Modelo en Red de Agenda Setting (traducción del Portugués), que plantea que los medios digitales pueden agrupar una serie de objetos y atributos –o ambos por separado– e influir de forma simultánea en la audiencia (Guo, et.al. 2012; Cheng y Man, 2015; Guo y McCombs, 2015).

1.2 Fases de estudio de la Agenda Setting

En sus fases de exploración la teoría ha ido evolucionando desde la transferencia de objetos hacia la comprensión de la interdependencia de factores que juegan en el proceso de fijación de los temas en la agenda pública. Por ello, la investigadora Alicia Casermeiro (2004, p. 21) declara que *aunque en sus inicios fuera planteada como una hipótesis 'lineal' y 'unidireccional', hoy ha evolucionado hacia una perspectiva más sistémica y, por tanto, reconoce la dinámica compleja de la relación medios-audiencia*.

Así, el primer momento de la teoría está ligado al descubrimiento de la influencia de los medios en los votantes en cuanto a temas generales (primer nivel de la agenda u objetos) a través de la correlación (McCombs y Shaw, 1993; Llamas y Lennon, 1996; McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997; Muñiz, 2007). En una segunda fase se realizó una descripción de variables sociológicas y psicológicas que incrementan o disminuyen el efecto de esa transferencia (Moon, 2013). Durante la tercera etapa se investigó la transferencia de temas específicos y valoraciones a través de correlaciones estadísticas (McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey, 1997). En tanto, en la cuarta fase de los estudios sobre Agenda Setting se investigó el proceso de construcción de la agenda mediática utilizando postulados de la Sociología de la producción de noticias (Acosta, 2016; Ramírez, 2016; Shoemaker y Reese, 2016). En la llamada quinta fase de los estudios sobre Agenda Setting (McCombs y Valenzuela, 2014) se pueden encontrar hallazgos vinculados a otros campos académicos como los de la Psicología, la Sociología o las Ciencias Políticas, en que destacan investigaciones sobre:

- las consecuencias del establecimiento de la agenda (McCombs, 2006; Dixon, Warne, Scully, Dobbinson, y Wakefield, 2014; Chan y Lee, 2015).
- el establecimiento de una memoria colectiva acerca de los hechos por parte de los medios o

memory-setting (Kligler-Vilenchik, Tsfatí, y Meyers, 2014).

- la fusión entre la agenda personal de los individuos en relación con su comunidad y las afiliaciones a grupos o *agenda melding* (McCombs, 2006; Ragas y Roberts, 2009).
- la expansión del concepto de necesidad de orientación como variable influyente en la formación de la agenda pública (McCombs, 2006; Matthes, 2008).
- la modelación de la Agenda Setting desde la relación políticos-medios (Andréu, 2012) y medios-públicos (Carreón, Hernández y García, 2014).
- la omisión voluntaria por parte de los medios de determinados hechos noticiosos que pueden ser publicados o *agenda-cutting* –los autores afirman que es el proceso inverso del establecimiento de la agenda temática en los medios- (Fahmy, 2010; Colistra, 2012).
- la cobertura mediática a sucesos que han sido previamente seguidos o demandados por la audiencia o *agenda surfing* (Frtig, 2007).

En ese sentido, una revisión realizada sobre los estudios de agenda en el año 2014 (Gallego, 2014, p. 10) reveló la existencia de cerca de 500 investigaciones sobre el tema a nivel mundial. Por otra parte, el motor de búsqueda de Scholar Google arroja cerca de 975 resultados en español producidos durante el año 2014; y 49 durante el 2015 en el mismo idioma. Si extendemos la búsqueda a artículos científicos de cualquier idioma, la cifra se incrementa a 17.900 resultados desde el año 2014.

Por ende, la principal limitante a la hora de analizar la teoría de la Agenda Setting es precisamente la cantidad inmensa de investigaciones que anualmente se gestan sobre el tema, pues sería prácticamente imposible acceder a todos los resultados, y por tanto plantear de forma absoluta la inexistencia de algún descubrimiento. Tal variedad es, por otra parte, un indicativo de que la producción teórico-práctica sobre la Agenda Setting es cada vez más creciente, con la inserción de líneas de investigación más novedosas que abarcan no sólo la versión clásica de los medios de comunicación sino también sus versiones digitales.

2. METODOLOGÍA

El diseño metodológico de la presente investigación es mixto, aplicando técnicas cuantitativas para hallar las correlaciones y la composición de las agendas; y técnicas cualitativas para hallar el proceso de conformación de la agenda mediática del telecentro. Este tipo de diseño brinda la posibilidad de cruzar los resultados cualitativos con los cuantitativos, y por tanto, hacer una valoración más profunda del fenómeno. En este sentido, se utilizaron los métodos de Análisis-síntesis y el Inductivo-deductivo. El método de Análisis y síntesis permite descubrir la estructura del objeto investigado; la descomposición de un fenómeno complejo en elementos más simples, permitiendo delimitar lo esencial de aquello que no lo es, reducir a lo simple lo complejo. El método Inductivo-deductivo

vo permite estudiar los fenómenos partiendo de hechos singulares para pasar a proposiciones generales. Esto posibilita darle a la investigación los elementos necesarios para determinar que la correlación de las dos variables en el medio seleccionado pueda generalizarse a la relación que existe entre otros medios de la provincia y el público.

También se utilizaron técnicas e instrumentos como el análisis de contenido para caracterizar los objetos y atributos de la agenda mediática; la observación participante y entrevistas a periodistas y directivos del medio para determinar el proceso de construcción de la agenda mediática del telecentro. Igualmente se utilizó la investigación bibliográfica y documental, pues se considera que permite aportar elementos teóricos necesarios para comprender los fenómenos de agenda y fundamentar el marco teórico, analizando la evolución y desarrollo de la teoría de la Agenda Setting.

Asimismo, se utilizó el Coeficiente de Correlación por rangos de Spearman por su pertinencia y grado de generalización en este tipo de investigaciones. Para calcularlo- sea manualmente o utilizando un software- es preciso traducir u ordenar los datos en rangos, y en el caso de las agendas, se debe tomar una como referencia, a partir de la cual se establece la correlación de esta con la segunda. Si se repiten dos puntajes o más, se calculan las medias aritméticas (promedios). Los valores que genera el coeficiente oscilan entre 1 y -1: el 1 indica una correlación positiva perfecta y el -1 una relación negativa perfecta. El 0 indica la ausencia de correlación. Sin embargo, algunos investigadores de la Agenda Setting (Casermeiro, 2004; Gallego y Rosabal, 2013) consideran que los valores entre 0 y -1 indican la ausencia de relación temática, pues estadísticamente esto quiere decir que cuando un objeto asciende de rango en una agenda, desciende en otra, lo que traería como consecuencia la disonancia temática entre ambas. Dada la existencia de diferentes softwares para determinar este valor (Statistica o Excel, entre otros) se decidió emplear uno de los más profesionales y utilizados en este sentido: el SPSS (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales) versión 11.5.

Las variables definidas para esta investigación, son:

- Agenda mediática del telecentro Tele Turquino: parte de la realidad que es atendida por el medio de prensa y que se materializa en la selección, jerarquización y tratamiento de los acontecimientos que responden a sus intereses.
- Agenda pública: Selección y jerarquización que da el público durante un período de tiempo a temas, sobre los cuales posee criterios y emite opiniones. En un sentido más amplio, puede considerarse como el producto de interacciones sociales de las personas con los medios de comunicación y las instituciones políticas.

Estas variables serán analizadas y comparadas sobre la base de los siguientes elementos:

- a) Objetos: Temas generales, integradores y estables durante largos períodos de tiempo al interior de las agendas. Son la unidad básica hacia la que se dirige la atención (Rodríguez, 2004; Vara, 2001; McCombs y Evatt, 1995).

- b) Atributos sustantivos y afectivos: Término genérico que engloba toda la gama de propiedades y rasgos que caracterizan a un objeto (McCombs, 2006). Tienen dos dimensiones: una sustantiva y otra afectiva. La dimensión sustantiva es la particularización del objeto, o sea, la subcategorías en que es presentado; mientras que la afectiva es la valoración con la que se encuadra, que puede ser positiva, neutra y negativa (McCombs y Valenzuela, 2014).

Para conformar la agenda mediática se realizó un análisis de contenido al telecentro durante los períodos de estudio, seleccionándose para ello los programas informativos existentes. De ellos, conformaron el objeto del análisis el total de trabajos periodísticos publicados en la Revista Santiago (30 min de duración de lunes a viernes), el Noticiero estelar Telenoticias (15 minutos de lunes a viernes), el Noticiero Última hora (15 minutos el fin de semana), el Panel Informativo (una hora semanal) y En línea contigo (1 hora y 30 minutos semanales).

Para construir la agenda pública el método habitual es la realización de encuestas a un segmento representativo de la población. Sin embargo, los estudios realizados por Colunga (2011) y Gallego y Rosabal (2013) apuntan que la inexistencia en Cuba de agencias encuestadoras que apliquen la tradicional pregunta PMI (Problema Más Importante) obliga a idear nuevas ruta metodológicas diferentes a las usadas tradicionalmente. Por ello se recurrió entonces a los Codificadores que utiliza la Asamblea Provincial del Poder Popular, donde se recogen los planteamientos de los procesos de rendición de cuenta de la provincia Santiago de Cuba. Este instrumento, que tradicionalmente no fue diseñado para este tipo de estudios, permite cuantificar los temas de preocupación pública aunque la mayoría de esos temas dada la naturaleza de mecanismo, son en su mayoría neutros y negativos. En ambos casos se estudiaron 27 objetos y 149 atributos en la dimensión sustantiva.

En cuanto al marco temporal de la recogida de datos, las investigaciones que sirven de antecedente a este estudio concentraron la recogida de datos durante los meses octubre y noviembre (Gallego y Rosabal, 2013), y el segundo de septiembre a diciembre (Colunga, 2011), respectivamente. En cambio esta pesquisa se realizará en 4 períodos de tiempo. En el año 2014 la recogida se produjo de la siguiente forma: de enero a abril, de mayo a agosto, y de septiembre a diciembre. En tanto en 2015 se recopilaban ambas agendas durante los meses de enero a abril.

Decidimos establecer un mes intermedio entre cada período, en el cual debe concluir la recogida de la agenda mediática y pública y comenzar la siguiente. Ese tiempo da un margen para la posible inclusión de temas inmediatos en función de agotar la mayor cantidad de posibilidades para la correlación de agendas, resultando un aporte para este tipo de investigaciones en Cuba, desde el punto de vista empírico.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 La agenda pública en Santiago de Cuba

3.1.1 Objetos en la agenda pública

Según el análisis de los Codificadores de la Asamblea Provincial del Poder Popular, los temas priorizados por la agenda pública en Santiago de Cuba durante el primer período de tiempo fueron Servicios e instituciones estatales (28,86%), Comercio interior (11,72%), Vivienda, construcción y patrimonio (11,68%), Higiene comunal (9,90%), Acueducto (8,54%), Transporte (8,23%) y Salud pública (6,16%). En este período, la agenda pública estuvo compuesta por 22 objetos.

En el segundo período de tiempo, los objetos que encabezaron la agenda pública fueron Servicios e instituciones estatales (30,66%), Comercio interior (12,20%), Vivienda, construcción y patrimonio (10,81%), Higiene comunal (9,24%), Acueducto (7,89%) y Transporte (7,60%). Estos temas, que estuvieron entre los 22 que justamente tenía la agenda pública en esta fase, coinciden con los que aparecieron en la tercera etapa de la investigación, sumándose esta vez, Problemas Sociales (6,02%). En la cuarta fase del estudio esos temas igualmente figuraron en esta agenda con un orden muy similar, porque las menciones que varían son realmente insignificantes.

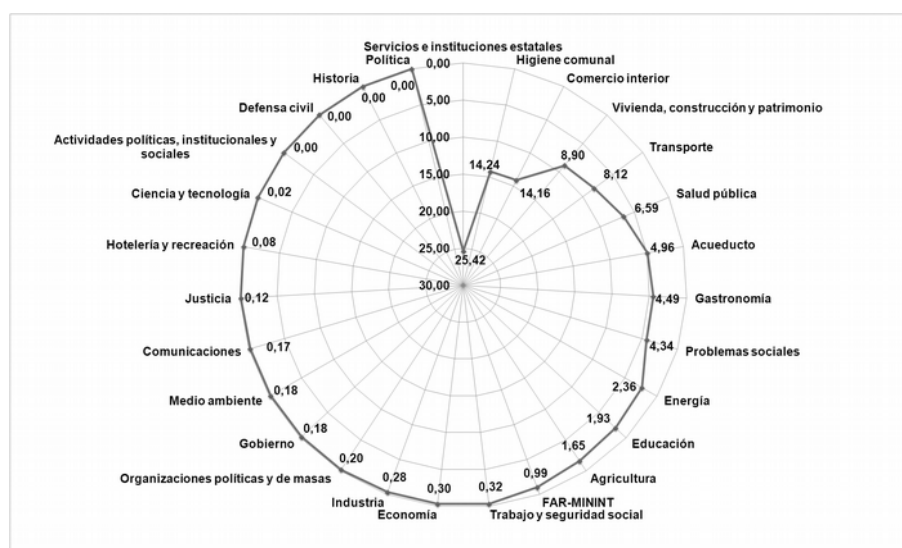
Asimismo, hubo 4 objetos que figuraron en la agenda mediática analizada, y que sin embargo no estuvieron en la agenda pública: Actividades políticas, institucionales y sociales; Defensa civil; Historia y Política. Otros, como Ciencia y tecnología y la Economía, tuvieron escasas menciones en los períodos seleccionados. Esto denota inicialmente cómo las prioridades temáticas del medio de prensa analizado no coinciden con los asuntos que encabezan la agenda pública del territorio en el período evaluado. Nótese, además, cómo los temas más importantes en la agenda de las personas se concentran en torno a ejes temáticos concretos, que desde un punto de vista más general, tienen un carácter limitado.

Tabla 1 Frecuencia de mención de objetos en la agenda pública de Santiago de Cuba durante el 2014 y 2015 (Fuente: elaboración propia).

Objetos	Tiempo 1	%	Tiempo 2	%	Tiempo 3	%	Tiempo 4	%
Actividades políticas, institucionales y sociales	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Acueducto	548	8,54	548	7,89	89	1,46	89	1,43
Agricultura	79	1,23	115	1,66	115	1,89	115	1,84
Ciencia y tecnología	0	0,00	0	0,00	2	0,03	2	0,03
Comercio interior	752	11,72	847	12,20	1016	16,67	1022	16,38
Comunicaciones	12	0,19	12	0,17	10	0,16	10	0,16
Defensa civil	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Economía	39	0,61	39	0,56	0	0,00	0	0,00
Educación	78	1,22	126	1,81	145	2,38	148	2,37
Energía	106	1,65	106	1,53	197	3,23	197	3,16
FAR-MININT	100	1,56	118	1,70	16	0,26	21	0,34
Gastronomía	278	4,33	290	4,18	281	4,61	305	4,89
Gobierno	16	0,25	16	0,23	5	0,08	10	0,16
Higiene comunal	635	9,90	642	9,24	1183	19,41	1198	19,20
Historia	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Hotelería y recreación	5	0,08	8	0,12	8	0,13	0	0,00
Industria	14	0,22	25	0,36	16	0,26	16	0,26
Justicia	2	0,03	7	0,10	11	0,18	11	0,18
Medio ambiente	11	0,17	11	0,16	11	0,18	12	0,19
Organizaciones políticas y de masas	14	0,22	15	0,22	11	0,18	12	0,19
Política	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Problemas sociales	184	2,87	194	2,79	367	6,02	371	5,95
Servicios e instituciones estatales	1851	28,86	2129	30,66	1233	20,23	1319	21,14
Salud pública	395	6,16	400	5,76	449	7,37	449	7,20
Trabajo y seguridad social	18	0,28	18	0,26	22	0,36	25	0,40
Transporte	528	8,23	528	7,60	515	8,45	515	8,25
Vivienda, construcción y patrimonio	749	11,68	751	10,81	393	6,45	393	6,30
Total	6414	100,00	6945	100,00	6095	100,00	6240	100,00

A partir de este resultado, se elaboró un modelo de distribución de objetos en la agenda pública que posibilita, en sentido general, plantear que los temas en esta agenda mantienen una regularidad temporal y que la variabilidad en el tratamiento temático es baja, pues existe una concentración de los tópicos importantes. El modelo fue elaborado utilizando el porcentaje de la sumatoria de los valores de la agenda pública durante las 4 etapas analizadas.

Figura 1 Modelo de distribución de objetos en la agenda pública de Santiago de Cuba durante el 2014 y 2015 (Fuente: elaboración propia).



3.1.2 Atributos en la agenda pública

En cuanto a los atributos en la dimensión sustantiva durante el primer período hubo 77 ítems, de los cuales, los más mencionados fueron: Servicios estatales a la población (15,33%), Instituciones estatales (12,46%), Mantenimiento y remodelación de locales y viviendas (9,65%), Trabajo de comunales (6,70%), Transporte urbano estatal (4,46%), y Venta normada y distribución de alimentos (4,29%).

Durante la segunda etapa hubo 79 elementos, de los cuales ocuparon los primeros puestos los Servicios estatales a la población (18,16%), las Instituciones estatales (11,50%), el Mantenimiento y remodelación de locales y viviendas (8,91%), el Trabajo de comunales (6,19%), la Venta normada y distribución de alimentos (5,33%) y el Transporte urbano estatal (4,12%). Es importante que aclaremos que esos mismos temas, que como vimos aparecen en rangos similares en los dos primeros períodos del estudio, estuvieron también en los lugares cimeros durante las últimas fases, alternando con otros atributos como las Violaciones en la construcción (5,78% en el tercer período y 5,64% en el cuarto) y las Ventas especiales (4,38% en el tercer período y 4,28% en el cuarto). Obsérvese que los atributos en la dimensión sustantiva priorizados no tienen ninguna relación con los que aparecen en los primeros lugares en la agenda mediática analizada, lo que explica en gran medida las correlaciones que mostraremos posteriormente.

En cuanto a la dimensión afectiva positiva puede destacarse como algo significativo que la agenda

pública solo tuvo dos objetos que tuvieron este tipo de tratamiento, en el tercer y cuarto períodos de tiempo: Servicios e instituciones estatales (88,89% y 87,80% respectivamente) y Comunicaciones (11,11% y 12,20% cada uno). Esta particularidad puede estar relacionada con el instrumento de recolección de datos, partiendo de que la propia pregunta Gallup indica el problema más importante, y esto tiende a sugestionar respuestas negativas o neutras en las personas. Por otra parte, el codificador que utilizamos es de las Asambleas del Poder Popular, un espacio por excelencia para emitir quejas sobre los aspectos sociales más relevantes. Esto coincide con lo hallado por Gallego y Rosabal (2013) y Colunga (2011), en los que aparecen muy pocas menciones positivas para los objetos y atributos en cuestión. De ello, puede concluirse que independientemente del instrumento que se emplee (de los que tenemos actualmente en existencia) es importante contrastar con técnicas cualitativas para ver realmente la génesis del problema.

Por otra parte, las menciones neutras se adueñaron de la agenda pública, superando incluso a las negativas. En el primer período hubo 21 objetos con este tratamiento, entre los que se destacan Servicios e instituciones estatales (32,70%), Vivienda, construcción y patrimonio (13,64%), Comercio interior (8,37%), Higiene comunal (7,98%), Acueducto (7,73%), la Salud pública (6,50%), Transporte (6,36%) y Gastronomía (6,05%).

Esos mismos temas encabezaron la agenda de menciones neutras en el segundo período de tiempo, aunque en el tercero y el cuarto, se desplazaron algunos hacia otros lugares en la agenda. De este modo, quedaron como primeros en estas fases los Servicios e instituciones estatales (28,54% y 29,06% respectivamente), la Higiene comunal (28,08% y 27,91% cada una), el Comercio interior (17,83% y 17,68% respectivamente), la Salud pública (7,20% y 7,09% cada una) y la Gastronomía (5,99% y 6,03% respectivamente).

Sin embargo, existe una particularidad paradójica: esos mismos temas que son tratados de forma neutral por las personas son aquellos valorados también de forma negativa. En este caso los temas varían en mayor medida su posición en la agenda de valoraciones negativas, sobre todo en los últimos períodos de tiempo. Por ejemplo, en la primera fase del estudio los temas destacados negativamente fueron los Servicios e instituciones estatales (23,99%), el Comercio interior (15,97%), la Higiene comunal (12,33%), el Transporte (10,60%), el Acueducto (9,58%) y la Vivienda, construcción y patrimonio (9,19%).

Ahora bien, veamos la diferencia respecto a los temas negativamente más tratados en el cuarto período de tiempo: Comercio interior (15,14%), Transporte (13,63%), Vivienda, construcción y patrimonio (11,84%), Problemas sociales (11,40%), Servicios e instituciones estatales (11,26%) e Higiene comunal (9,65%). Si analizamos esta variación, percibiremos que es realmente ínfima, por lo que podemos decir que en la agenda pública no solo se mantienen constantes los objetos, sino también los atributos en ambas dimensiones.

De este análisis podemos resumir que la agenda pública se mantiene de forma constante en el tiempo, tanto en temas generales como en aspectos más específicos y valoraciones. Los números obtenidos a través de las técnicas que explicamos anteriormente revelan que las personas se preocupan en gran medida por el servicio y el trabajo de las instituciones estatales, así como las condiciones habitacionales, el transporte público -sobre todo estatal- y la higiene de la comunidad. Como veremos posteriormente, de estos tópicos hay algunos priorizados también por la agenda del medio, aunque como adelantamos, los dos asuntos más importantes para el telecentro no aparecen en la agenda pública.

3.2 Agenda mediática del telecentro Tele Turquino y correlación con la agenda pública

3.2.1 Conformación de la agenda mediática de Tele Turquino

El proceso de construcción de la agenda de Tele Turquino, que se determinó a través de la observación participante en las reuniones del Partido Comunista de Cuba con los medios y entrevistas a los periodistas, está supeditado al Partido Comunista de Cuba. Es el Buró Político del Comité Central, con sus objetivos de trabajo político-ideológico, quien esboza la Política Informativa para este y otros órganos de prensa. Estas pautas se ajustan a las particularidades y necesidades de cada medio, dando paso a la conformación de su Política Editorial y Carta de Estilo.

La Política Informativa cubana es un conjunto de orientaciones y directrices que norman el trabajo de la prensa en sentido general, y de los medios en casos particulares. No está recogida en un documento único, y tiene su génesis desde el triunfo de la Revolución Cubana, aunque está fidedignamente expresada en las Tesis y Resoluciones del Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba.

Sin embargo, el Instituto Cubano de Radio y Televisión, al cual pertenece el telecentro, también realiza una Política de Programación para Radio y Televisión, basada en el eje rector del proceso de construcción de la agenda (objetivos de trabajo político-ideológico del Partido Comunista de Cuba). A partir de esta Política de Programación se establecen los objetivos de trabajo y plan de actividades del Instituto de Radio y Televisión. Esto lo emite el organismo en un documento anual, que contiene coberturas a realizar por los periodistas de estos medios. Sin embargo, la mayor parte de las actividades están dirigidas a cuadros y directivos de los órganos de prensa. Estos documentos también constituyen la base para la conformación de la Política Editorial a partir de la cual se elaboran los planes temáticos del medio y los planes de trabajo de los periodistas, donde se incluyen los temas que ellos proponen.

Cada semana el Partido Comunista de Cuba, a través del funcionario que dirige el Departamento

Ideológico en el territorio y el funcionario que atiende los medios de comunicación, se reúnen con los directivos de los medios provinciales y corresponsables nacionales. Este contacto permite un intercambio efectivo para determinar algunas líneas temáticas a abordar que sean de interés para el medio.

En las entrevistas a los periodistas y directivos del medio pudo determinarse que existe la concepción de que los temas transferidos desde la agenda política hacia el medio provienen mayormente o exclusivamente del Partido Comunista de Cuba, cuando en la práctica se ha comprobado que existe una influencia notoria por parte de las fuentes de información institucionales; principalmente a través del envío de notas de prensa o reuniones específicas a las cuales los periodistas suelen asistir con regularidad.

Por supuesto, el medio tiene un mecanismo de retroalimentación con el público a través de programas específicos en la parrilla de programación, aunque usualmente, los intereses públicos son de conocimiento del Partido Comunista de Cuba y los periodistas. Ahora, veamos cuáles son las prioridades temáticas del telecentro y la relación que se establece entre su agenda y la agenda pública.

3.2.2 Agenda mediática de objetos y correlaciones

En el primer período de tiempo de este estudio la agenda mediática del telecentro Tele Turquino estuvo conformada por 24 objetos, de los cuales ocuparon los primeros lugares los siguientes: Actividades políticas, institucionales y sociales (19,39%), Historia (13,94%), Salud pública (13,94%), Industria (7,88%), Vivienda, construcción y patrimonio (6,06%) y Agricultura (5,45%). La correlación con la agenda del público fue Muy baja (0,062), como se observa en la figura 2.

Figura 2 Correlaciones entre la agenda mediática del telecentro Tele Turquino y la agenda pública de la provincia Santiago de Cuba (Fuente: elaboración propia).

Correlación entre la agenda mediática del telecentro y la agenda pública	Tiempo 1	Tiempo 2	Tiempo 3	Tiempo 4
Objetos	0,062	-0,149	0,212	-0,020
Atributos sustantivos	0,440*	0,228	-0,102	0,265
Atributos afectivos positivos	-	-	-	-
Atributos afectivos neutros	0,258	-0,311	-0,114	-0,055
Atributos afectivos negativos	-	-	0,866	-

* Las correlaciones marcadas son significativas a nivel 0.05 bilateral

Este resultado concuerda con el obtenido en estudios previos realizados en el país (Gallego y Rosabal, 2013), que hacen referencia a la falta de transferencia temática desde los medios de comunicación hacia el público, lo que socialmente indica que las prioridades temáticas de ambos actores sociales no son las mismas. Este hallazgo puede tener varias causas, unas relacionadas con el proceso de producción de la noticia en el telecentro: ideologías profesionales, rutinas productivas, factores organizacionales, relación con fuentes de información institucionales y políticas, y la incidencia de otras relaciones institucionales (Shoemaker y Reese, 2016). En tanto, desde el público pueden nombrarse algunos elementos como la necesidad de orientación, que en la provincia está dirigida precisamente hacia asuntos de interés experiencial, relacionados con la vida cotidiana de las personas y con un significativo matiz material (Caballero, 2015).

Por otra parte, figura como posible elemento influyente el consumo de los medios con fines informativos, variable que está estrechamente vinculada con el tipo de temas. Autores como McCombs (2006), plantean que las personas suelen verse influenciadas por las agendas mediáticas cuando los asuntos no son vividos directamente. Sin embargo, la falta de relación causal entre las agendas del telecentro y la pública es un fenómeno mucho más complejo y socialmente multifactorial, que no está relacionado solamente con estos factores evaluados de forma fragmentada.

Tabla 2 Agenda de objetos del telecentro Tele Turquino durante las cuatro fases del estudio (Fuente: elaboración propia).

Objetos	Tiempo 1	%	Tiempo 2	%	Tiempo 3	%	Tiempo 4	%
Actividades políticas, institucionales y sociales	32	19,39	22	17,46	27	13,04	46	19,41
Acueducto	2	1,21	1	0,79	6	2,90	16	6,75
Agricultura	9	5,45	7	5,56	14	6,76	5	2,11
Ciencia y tecnología	3	1,82	2	1,59	2	0,97	5	2,11
Comercio interior	1	0,61	1	0,79	2	0,97	2	0,84
Comunicaciones	3	1,82	3	2,38	13	6,28	20	8,44
Defensa civil	3	1,82	3	2,38	7	3,38	3	1,27
Economía	0	0,00	0	0,00	3	1,45	2	0,84
Educación	3	1,82	15	11,90	5	2,42	9	3,80
Energía	1	0,61	0	0,00	2	0,97	0	0,00
FAR-MININT	4	2,42	3	2,38	3	1,45	2	0,84
Gastronomía	2	1,21	0	0,00	1	0,48	5	2,11
Gobierno	0	0,00	2	1,59	11	5,31	10	4,22
Higiene comunal	1	0,61	1	0,79	4	1,93	3	1,27
Historia	23	13,94	22	17,46	42	20,29	20	8,44
Hotelería y recreación	1	0,61	4	3,17	1	0,48	1	0,42
Industria	13	7,88	5	3,97	3	1,45	13	5,49
Justicia	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Medio ambiente	3	1,82	3	2,38	1	0,48	2	0,84
Organizaciones políticas y de masas	3	1,82	1	0,79	3	1,45	6	2,53
Política	6	3,64	1	0,79	10	4,83	6	2,53
Problemas sociales	3	1,82	3	2,38	4	1,93	1	0,42
Servicios e instituciones estatales	6	3,64	2	1,59	10	4,83	12	5,06
Salud pública	23	13,94	12	9,52	11	5,31	20	8,44
Trabajo y seguridad social	3	1,82	1	0,79	4	1,93	4	1,69
Transporte	7	4,24	2	1,59	6	2,90	10	4,22
Vivienda, construcción y patrimonio	10	6,06	10	7,94	12	5,80	14	5,91
Total	165	100,00	126	100,00	207	100,00	237	100,00

En el segundo período de tiempo los objetos priorizados por la agenda del telecentro fueron las Actividades políticas, institucionales y sociales y la Historia, con un 17,46% de las menciones respectivamente; seguidas de la Educación (11,90%), la Salud pública (9,52%), la Vivienda, construcción y patrimonio (7,94%) y la Agricultura (5,56%). Como se observa, estos temas son muy parecidos a los que aparecen en la primera fase, y a los que tenían como primeros las otras agendas mediáticas. En este caso la correlación con la agenda pública fue Nula (-0,149), lo que denota que entre esta agenda mediática y la agenda pública no existe una transferencia, ni siquiera una relación temática al menos visible, con los intereses temáticos generales de la gente.

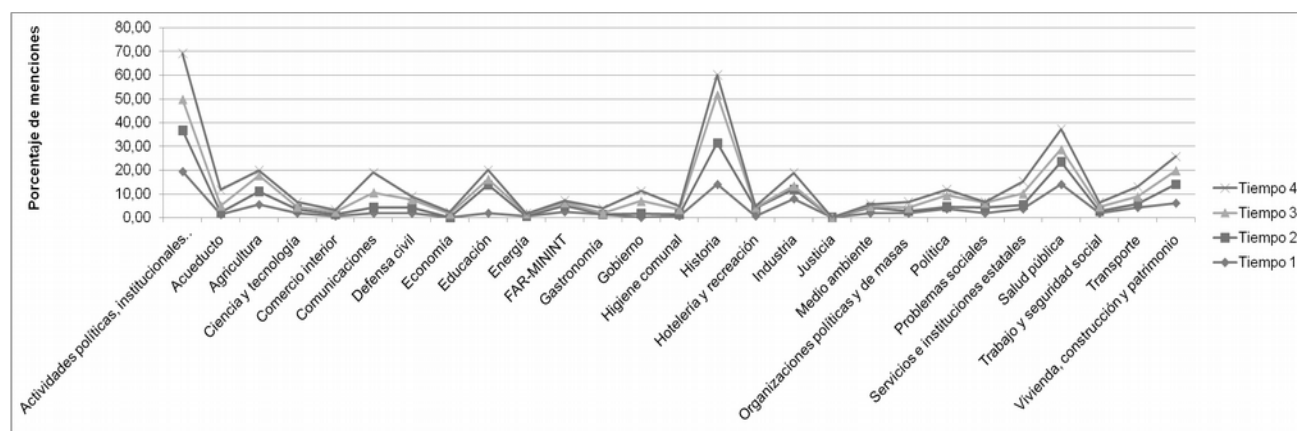
Durante el tercer período la agenda mediática de Tele Turquino estuvo compuesta por 26 objetos, entre los cuales se destacaron la Historia (20,29%), las Actividades políticas, institucionales y sociales (13,04%), la Agricultura (6,76%), las Comunicaciones (6,28%), la Vivienda, construcción y patrimonio (5,80%), la Salud pública (5,31%) y el Gobierno (5,31%). La correlación con la agenda pública fue Baja (0,212). Nótese que en estos casos sucede lo que ya apuntábamos: los temas son casi los mismos, pero el rango de prioridades es el que varía.

Por último, la agenda del medio durante el cuarto período estuvo compuesta por 25 objetos, de

los cuales estuvieron en los primeros puestos las Actividades políticas, institucionales y sociales (19,41%), la Historia, las Comunicaciones y la Salud pública, con un 8,44% cada una; el Acueducto (6,75%), la Vivienda, construcción y patrimonio (5,91%), la Industria (5,49%) y los Servicios e instituciones estatales (5,06%). La correlación de la agenda de Tele Turquino con la agenda pública tuvo un valor de -0,020, que se corresponde con una relación Nula.

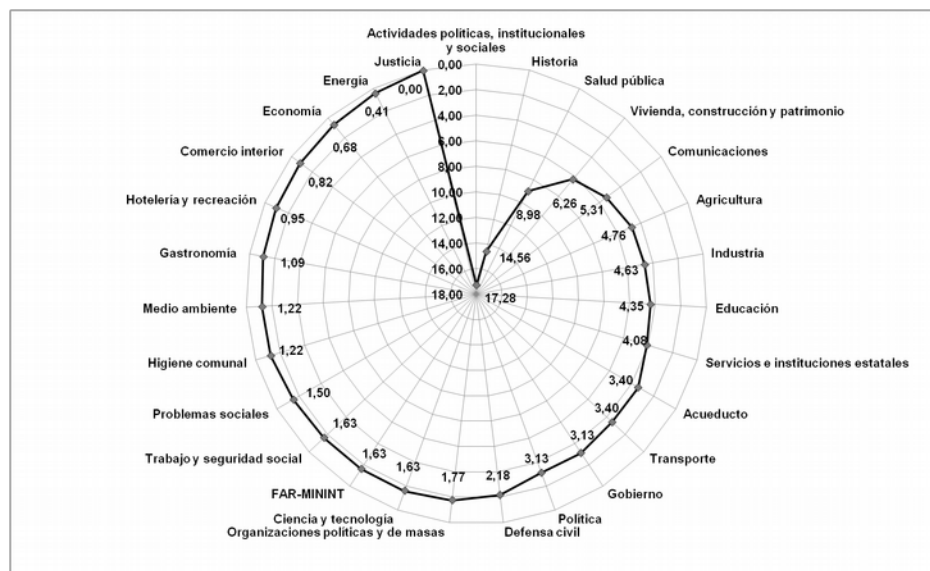
Obsérvese en la figura 3 cómo los objetos se mantienen con porcentajes similares en los períodos de tiempo estudiados, lo que denota sin necesidad de establecer correlación alguna, que la agenda del telecentro mantiene las mismas prioridades temáticas por períodos temporales prolongados.

Figura 3 Permanencia de los porcentajes de menciones de los objetos de la agenda mediática en el tiempo analizado (Fuente: elaboración propia).



Partiendo de procesamiento de los datos obtenidos, se elaboró el modelo de distribución de los objetos en la agenda mediática del telecentro. Obsérvese que los temas que se encuentran más al centro son aquellos con la mayor cantidad de menciones en el período analizado, y que además poseían una marcada estabilidad, a diferencia de los observados en áreas más externas, que poseen un mayor desplazamiento en la agenda.

Figura 4 Modelo de distribución de objetos en la agenda mediática del telecentro durante los años 2014 y 2015 (Fuente: elaboración propia).



Ambos modelos presentados muestran que las agendas son listados temáticos limitados, en los cuales solo cuatro o 5 objetos logran tener una primacía en la jerarquización. Asimismo, el resultado indica que pueden existir umbrales de relevancia, que solo son sobrepasados por unos pocos asuntos, y que en el caso de los medios e incluso los políticos pueden estar relacionados con criterios de noticiabilidad.

3.2.3 Atributos y dimensiones. Correlaciones con la agenda pública

En cuanto a la dimensión sustantiva de los atributos, puede decirse que de 149 que evaluamos en el instrumento, en la primera etapa solo aparecieron 60 -posiblemente debido al formato del medio-. De estos atributos, los más mencionados fueron los Eventos, las Reuniones y las Efemérides y conmemoraciones, con un 7,88% de las menciones respectivamente; seguido de la Atención médica a la población (6,67%), los Homenajes (6,06%) y la Zafra azucarera (5,45%). Aquí también vemos cómo coinciden las prioridades en los temas específicos con los temas generales (objetos) que encabezan esta agenda. La correlación con la agenda pública fue Moderada (0,440). Este es el valor mayor obtenido en la correlación de atributos sustantivos de las agendas mediática del telecentro y la agenda pública en las fases analizadas, como se observa en la figura 2.

Durante el segundo período los atributos sustantivos priorizados fueron: Eventos (13,49%), Efe-

méridas y conmemoraciones (11,90%), Graduaciones (8,73%), Atención médica a la población y Homenajes (5,56% cada una). Como ya se mencionó, los números de la correlación entre la agenda mediática que nos ocupa y la agenda pública comienzan a decaer, en este caso con una relación Baja (0,228).

En la tercera fase del estudio, la agenda de atributos sustantivos de Tele Turquino tuvo 59 elementos, entre los cuales se ubicaron en los primeros puestos las Efemérides y conmemoraciones (11,11%), los Homenajes (7,25%), los Eventos y las Reuniones (5,31% cada uno), las Celebraciones y trabajo prensa (4,83%) y los Cinco Héroes (4,35%). La correlación con la agenda pública fue Nula (-0,102).

Por último, en el cuarto período aparecieron en la agenda de atributos sustantivos 66 ítems, entre los cuales se destacan las Reuniones (10,55%), las Celebraciones y trabajo de la prensa (5,91%), las Efemérides y conmemoraciones (5,49%), y los Eventos, el Mantenimiento y remodelación de locales y vivienda, y la Atención médica a la población, cada uno con un 3,38% de las menciones. En tanto, la correlación con la agenda pública fue Baja (0,265).

Es importante destacar que el contexto en el que se gestan los temas, y van ocupando los lugares correspondientes en las agendas -sean mediáticas o públicas- es significativo, en tanto puede mediar en la distribución de las prioridades. Esto es observable en las agendas hasta ahora analizadas, en las que podemos ver cómo objetos como la Vivienda, el Gobierno, la Salud, van ganando un espacio mayor cuando la fecha se aproxima a la celebración del 500 aniversario de la ciudad.

En cuanto a la dimensión afectiva positiva de los atributos, puede decirse que en el primer período hubo en la agenda del telecentro 23 objetos con estas menciones, entre los que se destacan la Historia (16,39%), las Actividades políticas, institucionales y sociales y la Salud pública (14,75% respectivamente), la Industria (9,84%), y la Agricultura Vivienda, construcción y patrimonio (6,56% cada una). En el caso de la correlación de la agenda mediática analizada con la agenda pública, no fue posible debido a la cantidad inadecuada de ítems correlacionables.

En el segundo período de tiempo, los objetos con más tratamiento neutral fueron las Actividades políticas, institucionales y sociales (25,71%), la Historia (11,43%), y la Salud pública, los Problemas sociales y las FAR-MININT (8,57% respectivamente). La correlación con la agenda pública fue Nula (-0,311).

Algo similar ocurrió en el tercer período, en el que hubo solo 11 objetos con atributos neutros. Entre los primeros, figuraban el Acueducto (19,35%), las Actividades políticas, institucionales y sociales y la Defensa civil (16,13%), los Problemas sociales (12,90%), la Historia (9,68%), y la Salud pública y el Transporte (6,45% respectivamente). En este caso, la correlación con la agenda pública fue Nula (-0,114).

Por último, en el cuarto período la agenda del telecentro tuvo 19 objetos con atributos neutros,

entre los que estuvieron en los primeros puestos las Actividades políticas, institucionales y sociales (32,63%), el Acueducto (14,74%), el Transporte (8,42%), y los Servicios e instituciones estatales y el Gobierno (6,32% cada una). La correlación con la agenda pública fue Nula (-0,055).

En cuanto a las menciones negativas, debemos destacar que la agenda mediática del telecentro tuvo temas cuyo enfoque fue crítico, aunque estos no fueron mayoría. La correlación con la agenda pública solo fue posible en el tercer período de tiempo, en cual hubo una relación Muy alta (0,866), lo que difiere en gran medida con los hallazgos estadísticos previos.

Esta ausencia de correlación en las menciones positivas y negativas apunta hacia una neutralización valorativa tanto en medios como en públicos: unos ensalzan la realidad cuanto pueden, y otros la critican; en tanto el término medio es el único en el que convergen ambos. Por supuesto, lo más importante de esta conclusión no es solo esa neutralización de los temas, sino la permanencia del fenómeno en el tiempo, lo que permite confirmar que la agenda pública, además de estar conformada por temas experienciales -algo demostrado hace años en Cuba (Gallego y Rosabal, 2013)- y de naturaleza crónica (Colunga 2011; Gallego y Rosabal, 2013; entre otros), converge con una agenda mediática, en este caso televisiva, que es cíclica, o sea, que reitera sus temáticas una y otra vez en los períodos estudiados.

Estas particularidades permiten establecer tres principios fundamentales que demuestra el estudio realizado: primero, que tanto la agenda pública como la del telecentro poseen patrones de comportamiento estables en el tiempo, con una marcada concentración de objetos hacia temas que en ambas agendas son casi diametralmente opuestos. Esta característica se relaciona con el comportamiento estable de ambas agendas, lo que a su vez está ligado a una baja correlación estadística. La causalidad y vinculación de las particularidades encontradas está determinada por factores relativos al trabajo del medio y al público, descritos con anterioridad en estudios cubanos (Gallego y Rosabal, 2013; Cabrera, 2014; Caballero, 2015).

4. CONCLUSIONES

Realizado el análisis, puede concluirse que los temas en la agenda pública son de naturaleza experiencial y permanecen en el tiempo en rangos similares, priorizando asuntos como servicios de instituciones y organismos estatales, comercio, condiciones habitacionales y de higiene, transporte público estatal y salud pública. Esto ocurre en detrimento de otros como las Actividades políticas, institucionales y sociales, Defensa civil, Historia y Política, que tienen un alto grado de presencia en la agenda del medio analizado. Los valores encontrados en esta agenda están relacionados con sus características: la mayoría de los objetos priorizados (Servicios e instituciones estatales, Comercio interior, Vivienda, construcción y patrimonio, Higiene comunal, Acueducto y Transporte) provienen

del contacto directo de las personas con la realidad, por ende la consulta a los medios decrece notablemente.

El proceso de conformación de la agenda mediática del telecentro Tele Turquino si bien no es rígido, es aún verticalista, sobre todo en la orientación temática, según refieren periodistas que forman parte del medio en cuestión. Está, básicamente, regido por el Partido Comunista de Cuba y el Comité Central, que orientan la Política Informativa como un conjunto de directrices que norman el trabajo de la prensa en el país. Asimismo, se observa una notoria influencia de las fuentes de información institucional a través de la emisión de notas de prensa y la citación directa a reuniones con los periodistas.

Los objetos que encabezan la agenda mediática del telecentro están relacionados principalmente con los actos, reuniones, marchas y otras actividades de carácter institucional, además de la historia y otros que alternan en rangos como la agricultura, la educación, la salud pública y el gobierno. Sin embargo, aunque estos temas coinciden en cierta medida con los que aparecen en la agenda pública, no tienen el mismo rango, o sea, que no son de preocupación pública tanto como ocupan la agenda mediática de Tele Turquino. En ambas agendas se observó una concentración de objetos en torno a ejes temáticos definidos, lo que corrobora el carácter limitado de estos listados temáticos relacionados con la inclusión de nuevos tópicos. Ello quiere decir que existe un punto umbral de relevancia temática que puede variar en dependencia del medio de comunicación o la agenda analizada, y que solo 4 ó 5 objetos se acercan porcentualmente a este punto. Este hallazgo podría ser de utilidad para directivos y periodistas en la planeación del tratamiento temático en las agendas, y su estudio puede ser enfocado desde los criterios de noticiabilidad establecidos por cada medio.

Las correlaciones, tanto de objetos como de atributos en sus dimensiones sustantiva y afectiva, se mantuvieron en los períodos analizados principalmente bajas y nulas, denotando una de las principales conclusiones de este estudio: Que la agenda mediática del telecentro no transfiere temas generales ni específicos con sus valoraciones a la agenda del público. Aunque pudiera parecer que el fenómeno es socialmente alarmante, existen estudios que demuestran que la teoría de la Agenda Setting ha probado tener más fuerza cuando se evalúan los listados temáticos en condiciones electorales, y este no es el caso. Por ello, una de las razones por las cuales ambas agendas están temáticamente divorciadas es su composición, sus características intrínsecas, la existencia de puntos umbrales de transferencia temática y el contexto en el que se realiza el estudio.

Referencias

- Acosta, R. A. (2016). *La disputa por establecer la agenda pública en Colombia durante el proceso electoral a la Presidencia de la República de 2014* (Tesis Doctoral, Facultad de Periodismo y Comunicación Social).
- Andréu, J. (2012). La decodificación de la agenda: Un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública. *Intangible capital*, 8(3), 520-547.
- Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de Entel. *América Latina Hoy*, 54, 11.
- Cabrera, E. (2014). *Un estudio sobre la correspondencia entre la agenda pública de un grupo de cuentapropistas habaneros y la de medios nacionales en torno a la Actualización del Modelo Económico y Social Cubano*. (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.
- Carreón, J., Hernández, J. & García, C. (2014). Prueba empírica de un modelo de establecimiento de agenda. *Acta Universitaria*, 24(3), 50-62.
- Casermeiro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.
- Castro de Magalhães, D. (2014). *Agenda-setting e Internet: tendências e perspectivas de pesquisa*. (Tesis de maestría). Universidad de Brasilia, Brasil.
- Chan, M., & Lee, F. L. (2015). Selective exposure and agenda setting: exploring the impact of partisan media exposure on agenda diversity and political participation. *Asian Journal of Communication*, 24(4), 301-314.
- Cheng, Y., & Chan, C. M. (2015). The Third Level of Agenda Setting in Contemporary China: Tracking Descriptions of Moral and National Education in Media Coverage and People's Minds. *International journal of Communication*, 9, 1090-1107.
- Colistra, R. (2012). Shaping and Cutting the Media Agenda Television Reporters' Perceptions of Agenda-and Frame-Building and Agenda-Cutting Influences. *Journalism & Communication Monographs*, 14(2), 85-146.
- 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. *Dins A. Muñoz Alonso et al. Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema.
- Dearing, J. W. Y Rogers, E. (1996). *Agenda Setting*. Estados Unidos: Sage, Thousand Oaks.
- Dixon, H., Warne, C., Scully, M., Dobbinson, S., & Wakefield, M. (2014). Agenda-setting effects of sun-related news coverage on public attitudes and beliefs about tanning and skin cancer. *Health communication*, 29(2), 173-181.
- Fahmy, N. A. S. (2010). Revealing the "agenda-cutting" through Egyptian blogs: An empirical study. In *11th international symposium on online journalism*, 23-24.
- Frtig, H. (2007). Playing the muscle-man or new self-assuredness? Germany and the Iraq War. *International Journal of Contemporary Iraqi Studies*, 1(3), 311-329.
- Gallego, J. R., y Rosabal, A. (2013). Las cartas sobre la mesa: Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma. *Signo y Pensamiento*, 32(62), 98-113.
- Gallego, J.R. (2014). *La larga busca: propuesta de diseño para un análisis metateórico*. Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación. Universidad de La Habana, Cuba.
- Guo, L. & McCombs, M. (2015). *The Power of Information Networks: New Directions for Agenda Setting*. Estados Unidos: Routledge.
- Guo, L., Vu, H. T., & McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51-68.
- Hernández, N. (2014). *Agenda abierta. Estudio sobre la relación entre la agenda pública de Camagüey y la agenda mediática del Noticiero de Televisión Camagüey (NTC)*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Camagüey, Cuba.
- Kligler-Vilenchik, N., Tsfati, Y., & Meyers, O. (2014). Setting the collective memory agenda: Examining mainstream media influence on individuals' perceptions of the past. *Memory Studies*, 7(4), 484-499.
- Matthes, J. (2008). Need for orientation as a predictor of agenda-setting effects: Causal evidence from

- a two-wave panel study. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(4), 440-453.
- McCombs, M. & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting. *Comunicación y Sociedad*, 8 (1), 7-32.
- 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 el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), 58-67.
- McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717.
- Ragas, M. W., & Roberts, M. S. (2009). Agenda setting and agenda melding in an age of horizontal and vertical media: A new theoretical lens for virtual brand communities. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 45-64.
- Ramírez, V. (2016). *Caracterización de la Agenda Setting Telecafé Noticias: notas producidas en Pereira*. (Informe de práctica laboral). Universidad Católica Popular del Risaralda, Colombia.
- 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.
- Tamayo, M. & Carrillo, E. (2005). La formación de la agenda pública. *Foro Internacional* 182. XLV (4), 658-681.
- Valenzuela, S., & Correa, T. (2006). Prensa y candidatos presidenciales 2005: Así los mostramos, así los miraron. *Cuadernos de Información*, (19), 13.
- Valido, D. (2012). *Hasta entonces juventud. Estudio de la correspondencia entre la agenda mediática del Noticiero Juvenil y la agenda pública de una muestra de jóvenes de la Universidad de La*

Habana. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.

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 doctoral). Universidad de Navarra, Pamplona.