

Recibido el 13_03_2018 | Aceptado el 28_05_2018

LA BELLA Y LA BESTIA DEL PERIODISMO CUBANO. LOS TEMAS EXPERIENCIALES Y NO EXPERIENCIALES EN LA FORMACIÓN DE LA AGENDA PÚBLICA

THE BEAUTY AND THE BEAST OF CUBAN JOURNALISM. OBTRUSIVE AND UNOBTRUSIVE TOPICS IN THE FORMATION OF THE PUBLIC AGENDA

Viviana Muñiz Zúñiga, Yánder Castillo Salina y Dairon Caballero Heredia
| vivita@uo.edu.cu | yandercastillosalina@gmail.com | dairon@rhc.cu |
Universidad de Oriente y Radio Habana Cuba

Resumen. La brecha existente entre la valoración de los temas experienciales y no experienciales en las agendas mediáticas es percibida por la agenda pública en Cuba como el «fenómeno de la bella y la bestia». El trabajo realiza una comparación de las condiciones contingentes que influyen en el establecimiento de la agenda pública sobre temas experienciales y no experienciales, teniendo en cuenta resultados cuantitativos anteriores que posibiliten realizar un análisis más completo del fenómeno. Se aplicó un diseño cualitativo y se utilizaron métodos como el de análisis-síntesis e inductivo-deductivo. La relación entre las agendas mediáticas y públicas sobre temas experienciales y no experienciales tiene puntos de contacto en cuanto a la estabilidad temporal de los objetos, el alto grado de necesidad de orientación e interés por la información y la identificación personal de acuerdo al grado de repercusión material o cercanía geográfica, cultural, social y afectiva. Entre las diferencias figuran bajas correlaciones entre las agendas mediáticas y públicas sobre temas experienciales y moderadas en cuanto a los no experienciales. **Palabras clave:** temas experienciales; temas no experienciales; agenda mediática; agenda pública; condiciones contingentes; establecimiento de la agenda.

Abstract. The existing gap between the evaluation of obtrusive and unobtrusive topics in the media agendas is perceived by the public agenda in Cuba as the “phenomenon of beauty and the beast”. The work makes a comparison of the contingent conditions that influence the establishment of the public agenda on obtrusive and unobtrusive subjects, taking into account previous quantitative results that make possible a more complete analysis of the phenomenon. A qualitative design was applied and methods such as Analysis-synthesis and Inductive-deductive were used. The relationship between media and public agendas on obtrusive and unobtrusive topics has points of contact in terms of the temporal stability of objects, the high degree of need for orientation and interest in information and personal identification according to the degree of impact material or geographical, cultural, social, affective closeness. Among the differences, there are low correlations between media and public agendas on obtrusive subjects and moderate correlations regarding unobtrusive ones. **Keywords:** Obtrusive topics; unobtrusive topics; media agenda; public agenda; contingent conditions; agenda setting.

1. Introducción

Ya lo decía aquel cuento tradicional francés: había una mujer bella que se enamoró de una bestia que la tenía cautiva, y al final ambos vivieron felices. ¿Cómo es posible comparar esta historia con un fenómeno que ocurre actualmente con el periodismo cubano? Algunos estudios (Caballero, 2015; Castillo, 2015) explican la asimetría en el tratamiento mediático de las noticias nacionales e internacionales en Cuba, no sólo desde el punto de vista rutinario o relacionado con los procesos de construcción de la noticia, sino referido a la percepción del público acerca de la cobertura que los medios brindan sobre los asuntos de uno y otro alcance.

Ello se refleja en un encuadre positivo de los asuntos relacionados con la experiencia directa de las personas (o los temas experienciales) (Caballero, 2015), y negativo de aquellos que no se pueden experimentar directamente, ya sea por condiciones geográficas, culturales, cognoscitivas, etc. (no experienciales), a lo que se ha denominado «fenómeno de la bella y la bestia» (Castillo, 2015).

Este fenómeno se produce independientemente de que las agendas mediáticas de ambas tipologías se reiteran de un año a otro, de que los procesos de construcción de las agendas mediáticas sean similares (porque en los medios analizados convergen los temas experienciales y no experienciales), y de que las correlaciones estadísticas entre los medios y públicos arrojen resultados con escasa diferenciación (Castillo, 2015; Quiala, 2015).

Para el análisis es preciso tener en cuenta que el funcionamiento de los medios en Cuba se encuentra orientado hacia el cumplimiento de una política informativa, que se concibe como la traducción de la agenda del sistema político a la prensa (García, 2013) y se encuentra incidida transversalmente por el compromiso de los periodistas cubanos con la Revolución, la relación fuente-periodista, la responsabilidad de estos con la audiencia, la superación profesional, y la transmisión de una información crítica, objetiva y profunda (Muñiz y Fonseca, 2015). A partir de esta política se elabora la política editorial de cada medio, de acuerdo a su formato y el perfil al que responden según el contexto en el que se insertan.

Esto se aplica tanto a temas experienciales como no experienciales, aunque en el caso de los segundos el proceso de construcción de las agendas mediáticas se produce de forma menos planificada, y existe una influencia mediática externa mucho mayor, pues el país no dispone de una red de corresponsales que cubran todos los acontecimientos, como sucede en el caso de los temas experienciales.

En Cuba se han desarrollado varias investigaciones que explican las particularidades de las agendas de temas experienciales y no experienciales. En el primer caso, se caracteriza por asuntos de repercusión material inmediata acerca de los cuales las personas se informan a través de la comunicación interpersonal, en detrimento del uso regular de los medios de comunicación, a menos que sean empleados como punto de contraste. En el segundo caso estamos en presencia de una agenda conformada por asuntos mayormente tratados por los medios de comunicación y que, de alguna forma, tengan una conexión con la vida cotidiana de las personas (Castillo, 2015; Caballero, 2015).

Sin embargo, conocer la diferencia entre las agendas sobre temas experienciales y no experienciales en el país, no sólo constituye un aporte a la teoría de la *agenda setting*, sino a la praxis que se realiza en los medios de comunicación nacionales, que en gran medida suelen abordar uno u otro tipo de temas.

El presente estudio propone una comparación de las condiciones contingentes que influyen en el establecimiento de la agenda pública sobre temas experienciales y no experienciales, teniendo en cuenta resultados cuantitativos anteriores que posibiliten realizar un análisis más completo del fenómeno. Para ello se utilizarán resultados de estudios que han tratado este tema, ofreciendo una mirada contextualizada de las relaciones entre medios y públicos en Cuba.

2. Agendas mediáticas y públicas. Una reflexión teórica en torno a la ‘agenda setting’

Walter Lippmann en su obra *Public Opinion* (1922) explica el rol de la prensa para crear imágenes sobre lo que ocurre en el mundo, y estas —según el modelo

de efectos de los medios— tienen luego una fuerte repercusión en lo que conciben las personas sobre su realidad. En el texto concibe este fenómeno a partir de la creación de un pseudoentorno, que es el intermediario entre el hombre y los hechos que ocurren en su realidad, y se produce por la capacidad limitada que tiene éste de conocer lo que le rodea en su totalidad.

La categoría de pseudoentorno también permite comprender el establecimiento de la opinión pública, como forma de expresión colectiva y/o social más o menos consensuada sobre un asunto de interés común; en tanto alude a determinadas formas de concebir la realidad que nos rodea a partir de las experiencias culturales y contextuales similares. Los medios de comunicación se han insertado en esa dinámica de intercambio sobre los intereses públicos, formando lo que algunos autores (Mora y Araujo, 2005; García, D'Adamo y Aruguete, 2014) denominaron como opinión pública extendida.

La teoría de la *agenda setting* constituye una de las diversas perspectivas de análisis en torno a la influencia de los medios en la conformación de la opinión pública y la construcción social de la realidad (Casermeiro, 2004; Aruguete, 2015). Su objetivo es explicar cómo los medios seleccionan determinados asuntos que los individuos deben asumir como temas relevantes a los que dirigir su atención (McCombs, 2006; Boczkowski y Mitchelstein, 2015). El proceso de influencia en la opinión pública y, por tanto, en la conformación de un pseudoentorno no se produce sólo a través de los productos informativos, sino a través de otros generados por los medios para este fin.

Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), padres intelectuales de la *agenda setting*, se basaron en esta concepción de Lippmann sobre el pseudoentorno para fundamentar el proceso a través del cual los medios de comunicación (re)producen una realidad socialmente construida. En ese sentido, el desarrollo de la teoría apunta hacia la demostración empírica (a través de correlaciones estadísticas, grupos de discusión y entrevistas) de la influencia temática de los medios de comunicación en la formación de una agenda pública (que en realidad es el resultado de la confluencia de múltiples agendas, incluso no mediáticas) (McCombs y Stroud, 2014; Guo y McCombs, 2015; McCombs, Shaw y Weaver, 2014).

Weimann y Brosius (2016) ofrecen algunas perspectivas sobre el desarrollo de la *agenda setting* a raíz de las transformaciones en la interacción medios-audiencias, basándose principalmente en cómo los cambios tecnológicos pueden mediar en la evolución de la teoría. Según los autores, la *agenda setting* cambiará en cinco sentidos principales: el nuevo escenario para las agendas de los medios, los procesos de *Intermedia Agenda Setting* entre medios tradicionales y nuevos medios, el establecimiento de la agenda como

un proceso dinámico (no unidireccional entre medios y públicos)¹, la escasa duración temporal de la influencia de los medios en el público (difusión de la agenda), y las diferencias individuales, tanto para la producción del material informativo (emisores) como para los receptores (audiencias).

La noción de difusión depende más de la comunicación interactiva, las redes sociales, el flujo de comunicación en varios pasos, el intercambio y la promoción de las agendas. La difusión también depende de los miembros activos de la audiencia que utilizan la comunicación interpersonal y las redes sociales. Sin embargo, la nueva realidad de establecimiento de agenda no se basa en la distinción entre medios (difusores) y audiencias (receptores), sino en la noción de que «el efecto de la comunicación es la comunicación» (Weimann y Brosius, 2016).

Estas ideas revelan una comprensión más abierta de la teoría a partir del estudio de los individuos y sus prácticas sociales y culturales, no sólo como una agenda pública que es producto de la cobertura mediática, sino como parte de un flujo multifacético y multidireccional. «El impacto más profundo del nuevo entorno mediático podría ser la forma en que se socava la capacidad de cualquier élite para desempeñar el papel central» (Weimann y Brosius, 2016: 81).

2.1 Las agendas: sus niveles y condiciones que las relacionan

Las agendas pueden ser conceptualizadas como listados temáticos limitados, en los cuales se incluyen asuntos prioritarios para una institución, un grupo de personas, medios de comunicación, etc., y que permanecen durante periodos de tiempo estables y relativamente prolongados. La limitación está dada por la cantidad de temas que pueden aparecer en los primeros lugares de una agenda. Esto se basa en la teoría de la suma cero (Zhu, 1992), que plantea que cuando un tema asciende, otro necesariamente tiene que descender, y viceversa (McCombs y Evatt, 1995). Ello sucede con agendas de diferentes tipologías, y particularmente en cuanto a medios y públicos ha sido descrito en el caso cubano (Muñiz y Fonseca, 2017).

Ese nivel de permanencia depende de condiciones contextuales en las que se desarrolla la agenda en particular, del grado de repercusión (material, cultural, política, etc.) que tenga, los intereses de determinados grupos influyentes para que este se mantenga por periodos específicos, entre otros factores.

[01] En este caso se hace referencia al periodismo ciudadano y la influencia de los *bloggers*. A diferencia de los medios de comunicación tradicionales que deben depender de fuentes formales, normativas y de rutina en su esfuerzo por producir un periodismo confiable, creíble y profesional, los *bloggers* independientes no están sujetos a tales códigos. La naturaleza dinámica del flujo actual de agendas se ve impulsada por un fenómeno etiquetado por Chadwick (2017) como el «sistema de medios híbridos», donde medios tradicionales y nuevos medios poseen redes interconectadas y mutuamente dependientes.

La teoría opera con algunas categorías importantes para su análisis y comprensión: los objetos son temas generales que componen las agendas durante periodos de tiempo relativamente estables y prolongados; estos se enriquecen con atributos que permiten caracterizarlos de forma sustantiva (a través de temas específicos o rasgos que lo tipifican) y afectiva (a través de las valoraciones positivas, neutras o negativas sobre el tema) (Casermeiro, 2004; McCombs, 2006; Weimann y Brosius, 2016; Aruguete, 2017).

Algunos estudios (McCombs, 2006; Chan y Lee, 2015) explican que la influencia de las agendas mediáticas sobre la pública dependen de algunas variables o condiciones contingentes, como la necesidad de orientación, el interés por la información, el consumo de los medios, etc. Para Rogers y Dearing (1996) y Alfonso Vara (2001), con estas consideraciones se produce la superación de un modelo lineal simple por uno complejo, interactivo y dinámico en el que se reconocen variables que van más allá de los efectos ocasionados por la exposición a los medios y que pueden tener incluso, igual o mayor influencia que estos.

El estudio de estas condiciones contingentes parte de la necesidad de explicar el efecto de los medios sobre los votantes a partir de factores que realmente condicionaban esta influencia (McClure y Patterson, 1976), y tiene como base teorías como la de Usos y Gratificaciones, proveniente de la tradición funcionalista. Para Casermeiro (2004) esos factores condicionantes del efecto de transferencia de la jerarquización temática también pueden verse como parte del «modelo transaccional», según el cual las partes interesadas esperan dar y recibir en el intercambio valores aproximadamente iguales. En este sentido, variables como la necesidad de orientación, la comunicación interpersonal y el tipo de medios comenzaron a estudiarse de manera más temprana, de conjunto con otras como los tipos de temas, las variables demográficas, el nivel de interés por la información política, la credibilidad de los medios y la magnitud en el uso de estos (Weaver, 1991).

Esta reorientación teórica es un evidente paso de avance en los análisis comunicológicos contemporáneos, al propiciar una visión más orgánica y coherente de los procesos de fijación temática y aportar vitalidad, actualización y diversidad de enfoques a los estudios acerca de las condiciones y escenarios en donde se pueden construir hoy las agendas.

En ese sentido, el tipo de temas constituye un punto de análisis importante en la presente investigación, orientado a la diferenciación que apuntan los estudios previos (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; McCombs, 2006). Los temas experienciales (*obtrusive*) son aquellos asimilados directamente del contexto, relacionados con referentes personales; los temas no experienciales

(*unobtrusive*) son más lejanos geográfica y culturalmente, y el acceso a ellos se produce de forma indirecta (Canel, Llamas y Rey, 1996; Casermeiro, 2004; Camaj, 2014).

La distinción, propuesta por Harold Zucker (1978) ha sido utilizada para el estudio de esta variable como parte de la influencia de los medios en el público, teniendo en cuenta el grado de cercanía respecto a los acontecimientos. Algunas de las demostraciones empleadas en su trabajo *The variable nature of news media influence* que mostraban lo que era un tema *obstrusive* fueron las relacionadas con la economía doméstica, inflación y desempleo. Como temas *unobtrusive* más representativos señaló a los asuntos internacionales.

Hallazgos previos (Sherif y Nebergall, 1973; Saunders y Rothschild 1978; McCombs y Evatt, 1995) indican que los asuntos no experienciales aumentan el efecto de establecimiento de la agenda, al generar una elevada relevancia e incertidumbre en torno a esos segmentos desconocidos de la realidad y, por lo tanto, provocar una alta necesidad de orientación. Por el contrario, los investigadores Iyengar (1979) y Winter (1980) apuntan que la audiencia está menos influenciada por la agenda de los medios cuando se trata de temas familiares a ella, al contar con sus propias fuentes de información.

Los temas internacionales constituyen un ejemplo muy representativo de asuntos desconocidos o lejanos. Wanta, Golan y Lee (2004), al explorar la relación de agendas compuestas por temas no experienciales, corroboraron los altos índices correlativos sugeridos por múltiples estudios.

2.2 El sistema mediático cubano: características que lo distinguen

En Cuba, la relación entre los medios y públicos que se insertan en la esfera pública responde a la institucionalización de las actividades mediáticas, que se expresa a partir de un conjunto de documentos políticos y normas jurídicas que contienen los principios generales de la comunicación en el país (Gallego, 2017). El investigador Dasniel Olivera (2017) ha definido los principales elementos contentivos en dicha regulación:

→ Se explicita el derecho al acceso a la información pública, descrito como necesidad de suprimir vacíos informativos y manifestaciones de secretismo (Partido Comunista de Cuba, 2012: 7), lo que atenta contra la credibilidad de las instituciones y funcionarios.

→ En el ámbito del periodismo convive la definición de la dirección partidista de la prensa con la autonomía editorial de los medios, sin proporcionar los elementos o principios que regulan esta relación.

→ Respecto al cine, se defiende éste como un arte, pero poco se recoge respecto a cómo garantizar y fomentar su sostenibilidad económica.

→ En el área empresarial se enfatiza en la comunicación como herramienta para facilitar la participación en la toma de decisiones, sin embargo, casi nada se aclara respecto a su interdependencia con el resto de los subsistemas y procesos organizacionales.

La regulación externa de la prensa se manifiesta de forma homogénea para todos los medios de comunicación, que se subordinan al Partido Comunista de Cuba o a instituciones u organizaciones políticas y de masas. Ello trae consigo una pobre autorregulación al interior de los órganos de prensa, debido a la excesiva influencia de fuentes externas que inciden en la construcción de la noticia (Somohano, 2015; Garcés y Senén, 2017; Vidal, 2017).

Si bien todos los medios se subordinan al Partido Comunista de Cuba, algunos tienen una doble subordinación con otras instituciones: la radio y la televisión al Instituto Cubano de Radio y Televisión, y el periódico *Juventud Rebelde* a la Unión de Jóvenes Comunistas. Esto influye también en la conformación de las agendas, en la planificación temática y la relación con el público (pues en el caso de *Juventud Rebelde* es un diario dirigido principalmente a los jóvenes, aunque su audiencia posee un mayor alcance que ese rango etario).

La particularidad existente en el país respecto a otros en los cuales se han desarrollado estudios de *agenda setting* radica en la falta de correlación significativa entre las agendas mediáticas y públicas, principalmente en el caso de los temas experienciales. Las investigaciones sobre la teoría en Cuba (que comenzaron en el año 2010) muestran que la separación existente entre las agendas públicas y mediáticas está determinada por la naturaleza de los temas en la primera: experienciales y crónicos (Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz y Fonseca, 2015); y existe una alta correlación entre las agendas de los diferentes medios del país, debido en gran medida a la existencia de una política informativa centralizada (Ramos, 2017).

Garcés (2015) caracteriza algunos elementos que atentan contra una mejor relación entre las agendas mediáticas y públicas, como la falta de un reflejo crítico y acertado del proceso de cambios económicos y sociales, la presencia del eventismo, el excesivo estilo informativo y enfoques marcadamente didácticos en el discurso mediático, la desprofesionalización del sector periodístico, el impacto negativo de las restricciones económicas sobre la edición de los materiales, la insuficiente masa crítica de directivos capaces de encauzar un movimiento de modernización, el secretismo de las fuentes de información, etc.

Con el incremento del acceso a Internet y las redes sociales como plataformas comunicativas, la creación de redes de computadoras para compartir información y, por consiguiente, la entrada de productos mediáticos informativos foráneos, se difuminan los límites establecidos por medios tradicionales y su capacidad para influir de manera significativa en la agenda pública. «El costo para el capital simbólico de la prensa es más alto, a medida que es más fácil para los receptores informarse sin recurrir a los medios, e inferir las agudas diferencias entre la agenda pública y la propuesta por los mensajes masivos» (Garcés, 2015: 58).

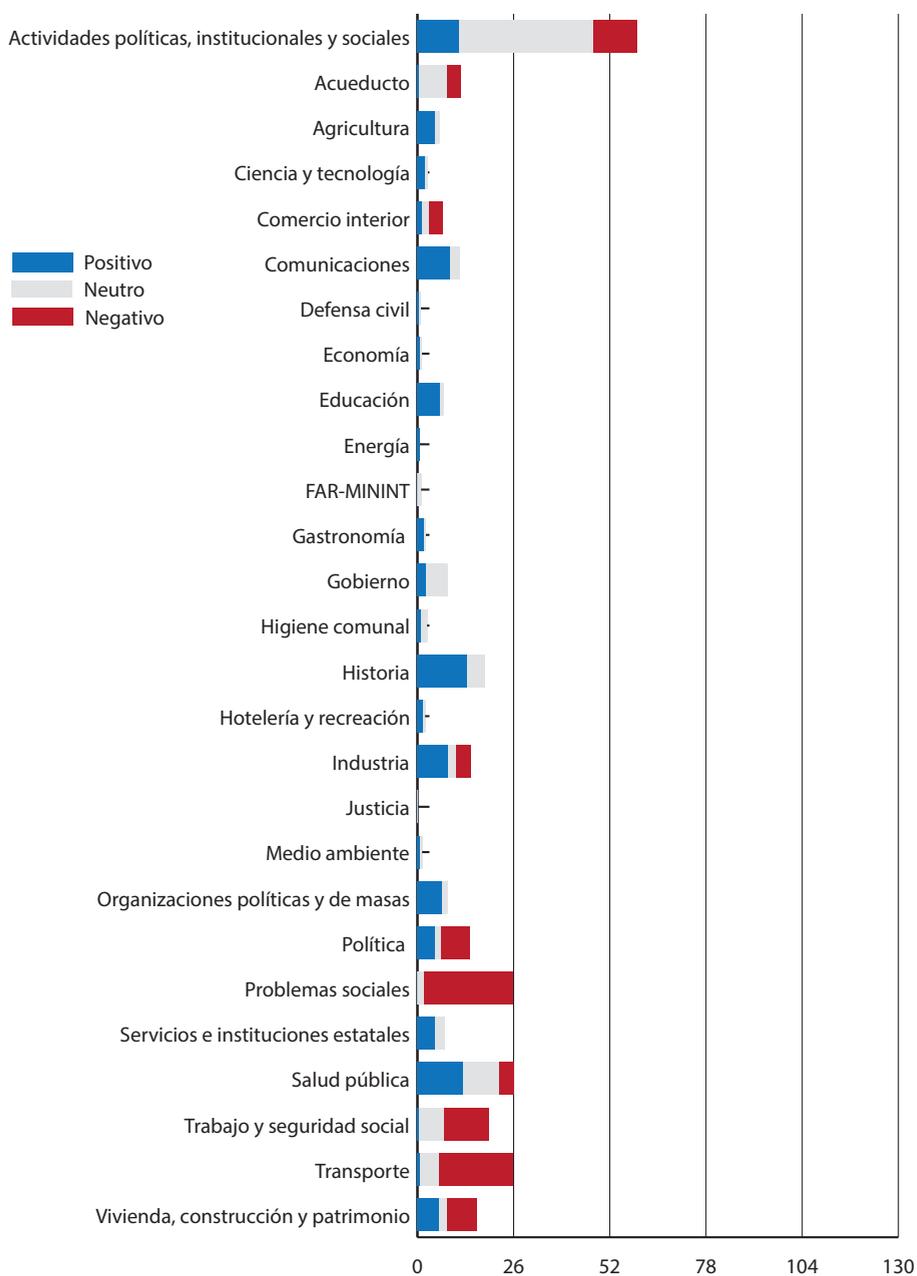
2.3 La bella y la bestia en Cuba. Sistematización de resultados previos

¿Cómo se comportan las agendas sobre temas experienciales en Cuba? Esa interrogante ha sido respondida en varios estudios (Colunga, 2011; Gallego y Rosabal, 2013; Muñiz, 2013; Caballero, 2015; Ramos, 2017), que describen el comportamiento cíclico de la agenda mediática, marcada por una fuerte rutinización de sus contenidos que implica que se reiteren de un año a otro; y crónico de una agenda pública cuyos principales temas responden a necesidades primarias para el desarrollo individual y colectivo y no se encuentran reflejados completamente en los medios de comunicación.

Ello conlleva a que las correlaciones estadísticas a nivel de objetos entre las agendas mediáticas y públicas se comporten muy bajas (Gallego y Rosabal, 2013; Quiala, 2015) y Nulas (Colunga, 2011). La figura 1 muestra la distribución de objetos y atributos sustantivos en la agenda mediática de los medios de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante el primer trimestre del año 2015 (Quiala, 2015). Los temas priorizados por estas agendas fueron las Actividades políticas, institucionales y sociales, la Salud pública, la Historia y las Comunicaciones. Estos objetos que encabezan la agenda mediática sobre temas experienciales están valorados de manera positiva o neutra, y aparecen escasas menciones negativas.

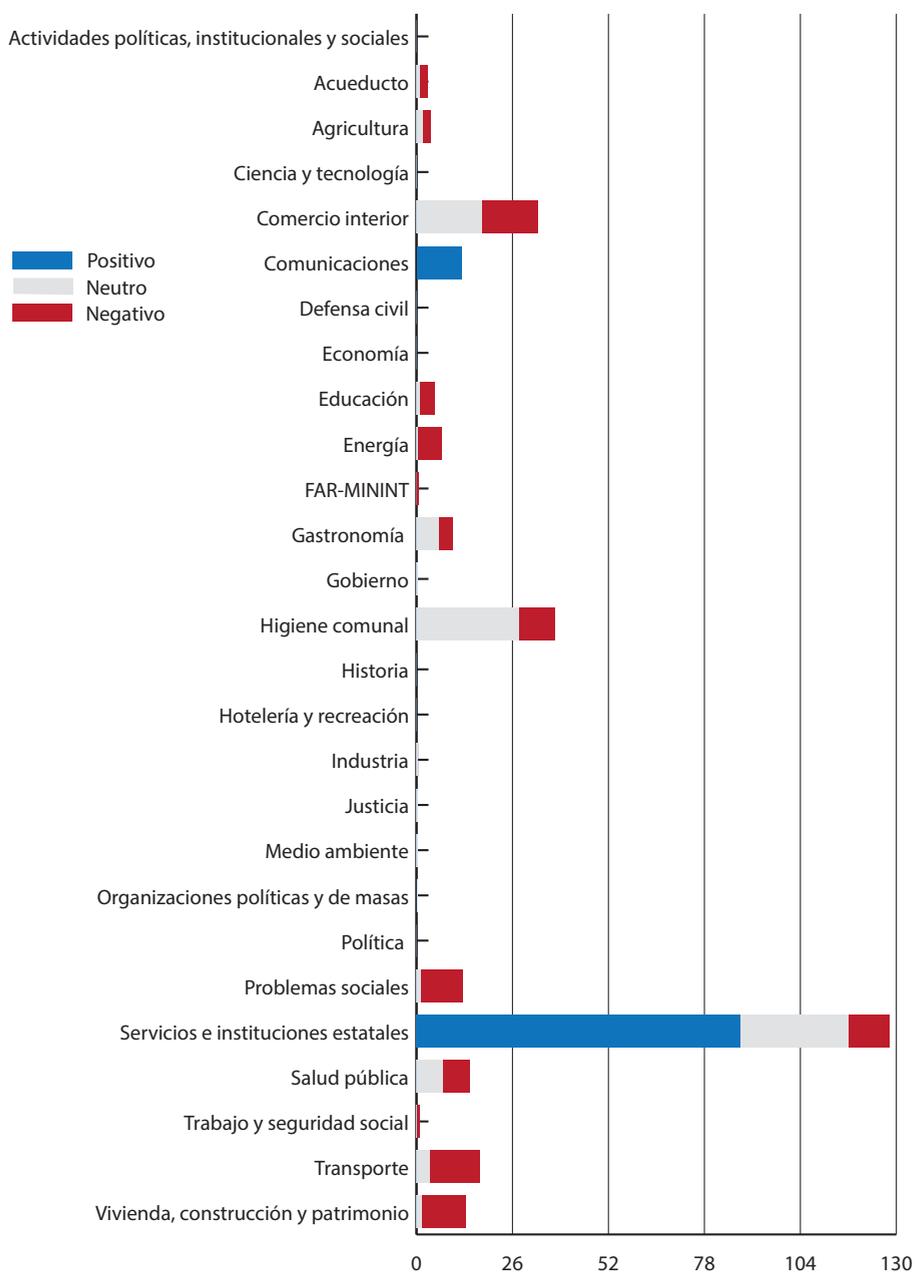
Esta particularidad ha sido analizada por otros autores (García, 2013; Garcés, 2015; Vidal, 2017) que explican cómo la prensa cubana suele destacar positivamente los asuntos que aparecen en su agenda, y las valoraciones negativas se reservan para objetos como los Problemas sociales, el Transporte, la Vivienda, que si bien se encuentran priorizados por la agenda pública, no constituyen la prioridad para los medios.

Figura 1. Distribución de atributos afectivos por objetos en la agenda mediática sobre temas experienciales.



Fuente: Quiala (2015).

Figura 2. Distribución de atributos afectivos por objetos en la agenda pública sobre temas experienciales.



Fuente: Quiala (2015).

Lo contrario puede observarse en la figura 2. Aquellos objetos menos abordados por los medios de comunicación cobran una gran importancia para el público, produciéndose un efecto de «reflexión» de la agenda mediática. Este fenómeno ocurre igualmente con los atributos afectivos: donde la agenda mediática destaca positivamente un objeto, la agenda pública lo hace de forma negativa o neutra. En este caso, las correlaciones entre medios y públicos atendiendo a los atributos afectivos mostró valores muy bajos (0,084) para las menciones neutras y negativas (0,037) (Quiala, 2015).

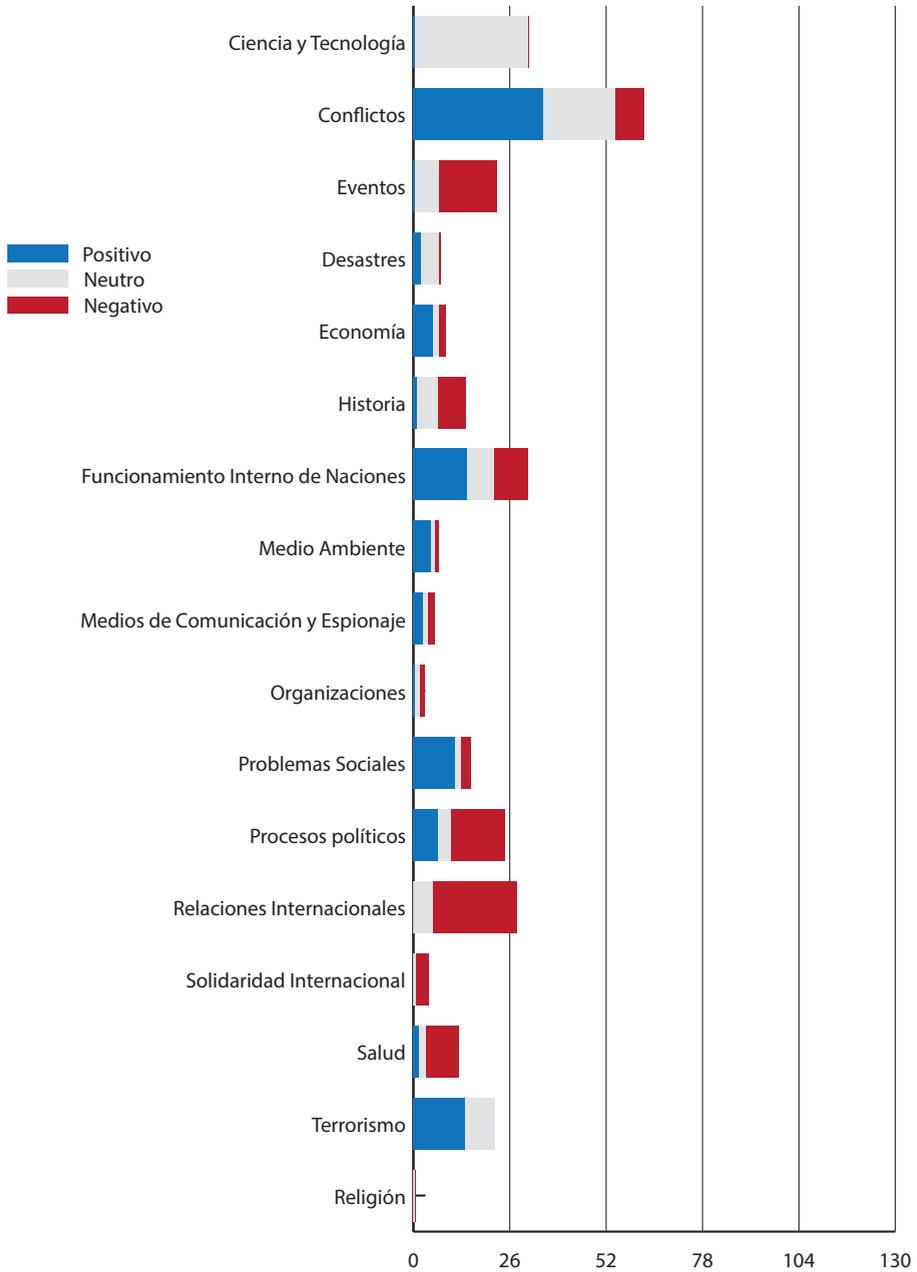
Si bien las agendas mediáticas sobre temas experienciales abordan de forma positiva los objetos, en las agendas sobre temas no experienciales no ocurre algo similar. En este caso, los objetos priorizados fueron los Conflictos (principalmente bélicos), la Ciencia y Tecnología, las Relaciones Internacionales y el Funcionamiento Interno de Naciones. De ellos el primero y el último fueron los que más menciones negativas tenían en la agenda mediática, y las menciones positivas tuvieron bajos porcentajes (Castillo, 2015).

La figura 3 permite observar que el principal contraste entre las agendas de temas experienciales y no experienciales radica en el porcentaje de menciones positivas y neutras respecto a las negativas, que en los asuntos experienciales es notablemente mayor que en aquellos que no lo son.

Sin embargo, la agenda mediática sobre temas no experienciales tiene mayor éxito en establecer la agenda pública. La figura 4 muestra que los objetos priorizados por la agenda pública fueron similares a los que abordaron los medios de comunicación: las Relaciones Internacionales y los Conflictos, incluyéndose los Procesos políticos y la Economía.

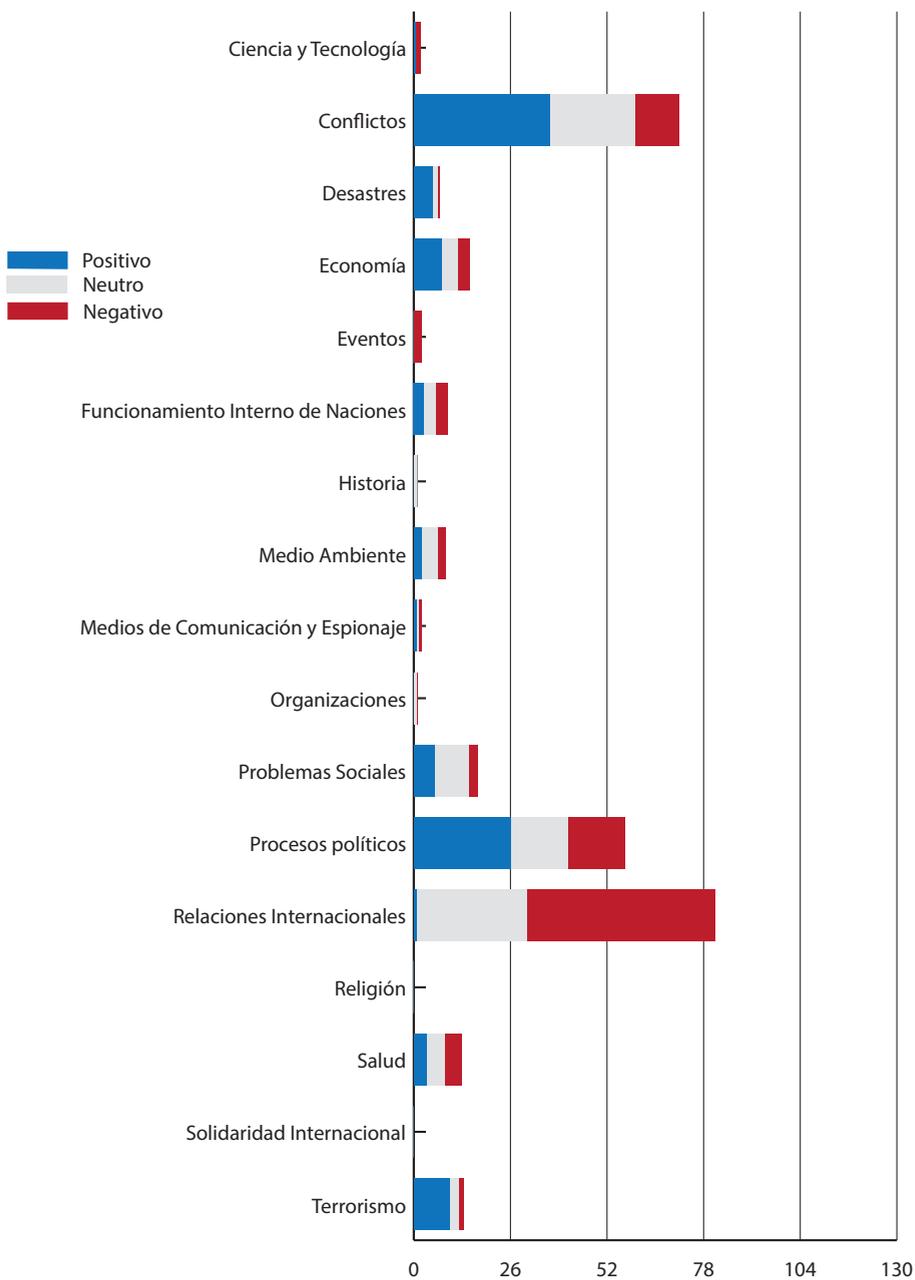
En el caso de los atributos afectivos se puede observar que la valoración ofrecida por el público es similar a la que proveen los medios de comunicación, lo que indica que los medios también influyen en el «cómo», y no solamente en el «qué» pensar. Los valores obtenidos en las correlaciones indican una relación moderada (0,406) en el caso de los objetos, alta (0,662) en cuanto a los atributos afectivos positivos y moderada (0,579) para los atributos negativos (Castillo, 2015).

Figura 3. Distribución de atributos afectivos por objetos en la agenda mediática sobre temas no experienciales.



Fuente: Castillo (2015).

Figura 4. Distribución de atributos afectivos por objetos en la agenda pública sobre temas no experienciales.



Fuente: Castillo (2015).

Ambos ejemplos permiten ilustrar estadísticamente cómo las agendas mediáticas sobre temas experienciales no logran establecer la agenda pública, y cómo la agenda pública suele tener más relación con los asuntos no experienciales. Esta diferencia se denota no sólo a nivel de objetos, sino en el caso de los atributos afectivos, donde ambas mediciones indican que los temas experienciales tienen un tratamiento mayormente positivo o neutro, y los no experienciales, un encuadre negativo.

3. Metodología

En el presente estudio se analizan dos categorías fundamentales: los temas experienciales y no experienciales. Si bien se ofrecieron definiciones previas sobre ambas, cabe señalar que se tendrán en cuenta como experienciales aquellos asuntos que, por su importancia y repercusión directa sobre la personas (desde el punto de vista material, cultural, geográfico, político, etc.), pueden ser vividos sin necesidad de intervención o consumo mediático. Esta categoría comprende los temas de tipo nacional, provincial, municipal, publicados en los medios de comunicación cubanos.

En tanto, serán catalogados como no experienciales aquellos que, debido a su grado de alejamiento geográfico, cultural, etc., precisan de un tratamiento e intervención más profunda por parte de los medios de comunicación. En esta categoría se incluyen los temas internacionales abordados en los medios cubanos. En algunos casos hubo temas (como el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Cuba) que si bien tienen un alcance internacional, repercuten directamente en la vida cotidiana de las personas, por lo que fueron considerados como asuntos experienciales.

Para el análisis y comparación de las agendas mediáticas y públicas sobre temas experienciales y no experienciales en Cuba se utilizaron métodos como el de análisis-síntesis en función de la revisión de la literatura, a partir del análisis de los textos sobre *agenda setting* dada su diversidad y cantidad en el campo académico de la Comunicación; y el inductivo-deductivo en la caracterización de las agendas del estudio y cómo estas se integran en la esfera pública cubana.

Se utilizó un diseño de investigación cualitativo, pues se pretende profundizar en las características de ambas agendas sobre los temas experienciales y no experienciales, a partir del análisis de los resultados obtenidos en tres estudios (Caballero, 2015; Castillo, 2015; Quiala, 2015) realizados en la provincia Santiago de Cuba durante el año 2015. Tomados como base esos resultados previamente expuestos, el objetivo de la investigación es explicar las condiciones contingentes que intervienen en la formación de la agenda

pública sobre temas experienciales y no experienciales en Cuba. Para ello se aplicaron nueve grupos de discusión, distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 1. Datos de los grupos de discusión realizados para temas experienciales y no experienciales.

Núm.	Temas experienciales		Temas no experienciales	
	Lugar	Cantidad de participantes/Fecha	Lugar	Cantidad de participantes/Fecha
1	Reparto Santa Bárbara	8/ 2 de marzo del 2015	Distrito José Martí	8 /1 de febrero de 2015
2	Reparto Quintero	7/ 6 de marzo de 2015	Distrito Antonio Maceo	6/ 5 de febrero de 2015
3	Reparto El Caney	7/ 9 de marzo de 2015	Reparto Flores	6 /13 de febrero de 2015
4	Reparto Sueño	7 /10 de marzo de 2015	Reparto Quintero	5 /14 de febrero de 2015
5	Reparto Sueño	7 /10 de marzo de 2015	Reparto Quintero	8 /17 de febrero de 2015
6	Reparto Quintero	8/ 12 de marzo de 2015	Reparto Quintero	8 /19 de febrero de 2015
7	Reparto 30 de noviembre	7/ 18 de marzo del 2015	Reparto Quintero	5 /20 de febrero de 2015
8	Reparto 30 de noviembre	6/ 19 de marzo del 2015	Reparto Sueño	7/20 de febrero de 2015
9	Reparto Quintero	7/ 20 de marzo del 2015	Reparto Flores	5 /25 de febrero de 2015

Fuente: elaboración propia

Un elemento a destacar es la heterogeneidad en la composición de los grupos, pues de esta forma quedaron representados los diferentes sectores de la sociedad cubana. De las 63 personas que participaron en los grupos para analizar los temas experienciales, el 34,5 por ciento trabajaban para el sector estatal y el 15,3 por ciento en el particular, el 35,6 por ciento eran estudiantes y el 14,6 por ciento de los sujetos restantes eran jubilados, amas de casa y desocupados laboralmente. En tanto, de los 58 participantes en los grupos para estudiar los temas no experienciales, la mayor cantidad correspondió a trabajadores estatales (43,8 por ciento) y estudiantes (31,6 por ciento). Asimismo, participaron cuentapropistas (13,1 por ciento), jubilados (6,3 por ciento) y amas de casa (5,2 por ciento).

En el estudio se compararon las siguientes condiciones contingentes (Casermeiro, 2004; McCombs, 2006; McCombs y Stroud, 2014) para las agendas públicas pertenecientes a cada tipo de temas:

→ **La necesidad de orientación:** es resultado de la relevancia que los asuntos públicos adquieren, a partir de vacíos cognitivos que se generan en el proceso de comprensión social de la realidad. En este caso se determinaron los temas hacia los cuales las personas mostraban mayor necesidad de orientación, a partir de la relevancia del asunto y el grado de incertidumbre respecto a este.

→ **El interés por la información:** que media en los modos de actuación, la voluntad y capacidad de gestión de los recursos de orientación, satisfacción personal y análisis respecto a los aspectos valorados como importantes, según los niveles de implicación y experiencias respecto al problema. En este caso se determinó a partir del nivel de interés que mostraron los sujetos participantes en los temas de interés nacional, provincial e internacional, estableciendo comparaciones en cada caso.

→ **Experiencias personales y/o sociales:** saberes adquiridos por el hombre, consecuencia de lo que éste percibe, se representa e interpreta de su realidad a través de diferentes vías (directa e indirectamente). Esta condición es fundamental, porque define el interés por el tipo de temas (experienciales o no) de acuerdo a la cercanía geográfica, cultural, económica respecto a los asuntos publicados en los medios de comunicación.

→ **Variables demográficas:** rasgos e indicadores del contexto psicosocial de los sujetos que influyen en los procesos de consumo y asimilación de todo tipo de información. Se analizó el nivel de escolaridad, la ocupación, la edad y el sexo, que permitieron comparar el consumo mediático informativo de acuerdo con las particularidades de cada grupo.

→ **Comunicación y relaciones interpersonales:** fuentes espontáneas de conocimiento a través de las cuales se comparten y discuten públicamente las distintas agendas y los asuntos de interés para cada comunidad. En este estudio se determinó el grado de comunicación y diálogo a escala social sobre cada tipo de temas, teniendo en cuenta la comunidad en la que se aplicó cada grupo.

→ **Exposición y consumo de los medios de comunicación:** Variable que influye con sus diferencias en la agenda pública, según sea el tipo de medio consumido, credibilidad de los mismos y la magnitud de su uso. En este caso se determinaron los medios que las personas prefieren para informarse sobre cada tipo de tema, destacando los motivos de la elección.

4. Resultados

4.1 Condiciones contingentes: la agenda pública vista desde la audiencia

Para explicar cualitativamente la diferencia entre las agendas sobre temas experienciales y no experienciales, es preciso tener en cuenta dos elementos que inciden desde la emisión: la construcción de la noticia es un proceso en el que median factores culturales de la profesión, regulatorios, organizativos, que posibilitan que cada agenda (sobre temas experienciales y no experienciales) tenga sus particularidades.

En ese sentido, si bien existen documentos que norman de manera general el tratamiento a los temas sobre la realidad nacional, no sucede lo mismo con aquellos que se refieren a los acontecimientos foráneos, dejando a los periodistas y editores la capacidad completa de determinar lo que es publicable. Por otra parte, como son temas que no están cercanos a la experiencia directa, los periodistas necesitan obligatoriamente alguna referencia, digamos, otro medio de comunicación (Castillo, 2015).

Esto se encuentra ligado a un segundo factor: Cuba no puede enviar corresponsales a cada país para reportar lo que ocurre en estos, por lo que los medios nacionales recurren a otros que, por su ubicación geográfica, por su grado de alcance, el prestigio dentro del propio sistema mediático y la cercanía ideológica al sistema de medios cubanos, dan cobertura a esos asuntos.

También se toman trabajos periodísticos pertenecientes a agencias de noticias que ya ofrecen una valoración acerca de los hechos. Esto, unido a que las informaciones no son asumidas acríticamente sino reinterpretadas de acuerdo a la cultura e ideología profesional predominante, revela un complejo mecanismo de formación de la agenda en el que no se pierde de vista la función de contribuir a la sostenibilidad del entorno y el orden social.

Ahora bien ¿cómo percibe el público lo que ambas agendas mediáticas abordan? Para analizar este elemento, compararemos el comportamiento de las condiciones contingentes en el caso de los temas experienciales y no experienciales.

En el caso de los temas experienciales la necesidad de orientación se manifiesta con más fuerza cuando los asuntos tienen repercusiones directas en las dinámicas de existencia de las personas, o emergen de las situaciones

concretas, conflictos y/o de la experimentación en el contexto cotidiano y su impacto se da tanto a nivel material como psicológico (Caballero, 2015).

Ello se debe a que las personas demandan informaciones inmediatas, precisas y correctas. «En mi caso particular no busco información acerca de un tema sólo porque tenga dudas, sino porque profesionalmente tengo que estar informado, mucho más cuando estás formando y guiando a personas que no van a ser dependiente de tu criterio» (trabajadora estatal, Reparto Quintero, 6 de marzo de 2015).

Además, es deficiente el funcionamiento de los espacios establecidos para responder a las inquietudes de la población, lo cual genera constantes contradicciones de las que nacen vacíos informativos que provocan un ambiente difícil en la medida que las personas no tienen cómo responder a sus incertidumbres. Esto determina que las personas acudan a otras fuentes (que no son precisamente los medios de comunicación) para informarse. «Yo me informo primero de los temas importantes para mi provincia por los amigos o en la escuela, que por lo que transmiten los medios. Se demoran mucho en abordar la situación» (estudiante universitario, Reparto El Caney, 9 de marzo de 2015).

En este caso, los temas hacia los cuales hubo mayor necesidad de orientación fueron la calidad de la atención médica a los adultos mayores, el salario de los trabajadores, la situación del agua, y la corrupción e ilegalidades en la sociedad. Los sujetos participantes ubicaron además entre sus prioridades la actualización del Modelo Económico cubano, que si bien ha tenido un reflejo mayor en los medios (Quiala, 2015), es preciso profundizar en la repercusión que ello puede tener desde el punto de vista económico, social y cultural del país.

Por otra parte, en los grupos de discusión se determinó que en cuanto a los temas no experienciales se tiene mayor interés, se conversa y se necesita orientación sobre los asuntos internacionales que puedan repercutir en el entorno experiencial de los individuos: «somos parte del mundo y tenemos que saber qué es lo que pasa en él, hay informaciones internacionales que tienen que ver con Cuba, otras que no, pero no importa, siempre tenemos que saber cómo se está desarrollando el mundo» (trabajador estatal, Reparto Sueño, 20 de febrero de 2015).

La relación entre lo nacional y lo internacional trasciende el interés por este tipo de noticias. Las técnicas grupales revelaron una inclinación del interés por los asuntos internacionales hacia los temas que pudieran repercutir en la realidad del país, pues, en una primera instancia, a los individuos les preocupa lo acontecido en su contexto experiencial.

El interés por los temas experienciales es elevado, y se manifiesta de esta manera por dos motivos: cognoscitivo, afectivo motivacional y/o integra-

cional. Esto evidencia que los niveles de proximidad afectivo-emotiva y/o geográfica respecto a temas de la provincia en correspondencia con la relevancia que estos vayan alcanzando socialmente, condicionan la magnitud y proyección del interés. Éste depende también de lo que necesita desde el punto de vista personal, ideológico, político, cultural, profesional cada sujeto y no está relacionado solamente con las dudas que puedan surgir sobre los asuntos.

En cuanto a los temas no experienciales, el interés se relaciona con el grado de compromiso social, la necesidad de mantenerse informado, y la subordinación de lo internacional a lo nacional al mostrar la preocupación hacia las noticias internacionales de acuerdo con su concatenación con el contexto nacional.

El interés depende entonces de las expectativas que sean capaces de generar los medios, pues en ocasiones la cobertura de los asuntos internacionales es insuficiente o inadecuada. El descontento por el tratamiento de los temas internacionales afecta negativamente a la atención hacia las noticias y la orientación de los intereses. Ello se pudo comprobar a través de los siguientes criterios obtenidos en los grupos de discusión:

→ En el caso de las noticias internacionales tendemos a minimizarlas en los medios. Si los temas fueran más interesantes, y se resaltarán cosas de interés, por ejemplo cómo se ve Cuba desde el exterior, el consumo de la prensa sería mucho mayor (cuentapropista, Reparto Flores, 13 de febrero de 2015).

→ No se debe permitir que el tratamiento de los temas sea reiterativo, esa repetición no debe confundirse como una forma eficaz de que las personas consideren importante la información o más importante, que la entienda en su contexto (trabajador estatal, Reparto Quintero, 20 de febrero de 2015).

En este sentido, el interés hacia cada tipología temática no depende solamente de la propuesta de los medios al público general, sino también de la proximidad sociocultural, afectiva o material del asunto de acuerdo a la realidad experiencial, al desarrollo social normal, esperado o deseado de la vida individual y colectiva. Esta situación denota la compleja dinámica de conformación de la agenda pública independientemente de la influencia o no de los medios de comunicación y demuestra la apropiación crítica de los individuos de las propuestas mediáticas al reasignar relevancia a los asuntos a partir de filtros individual y socialmente definidos.

Que exista una elevada necesidad de orientación e interés por el acontecer nacional (principalmente), condiciona el hecho de que las personas consulten diversas vías o fuentes para obtener la información, teniendo en cuenta que los objetos más atendidos en la agenda pública son consecuencia de la combinación espontánea y natural de distintas agendas a través de las cuales las personas organizan su forma de vida, pues todas están concatenadas o interrelacionadas. Por tanto, lo que determina la perdurabilidad de un asunto en la agenda pública son los niveles de repercusión en sus sistemas estructurantes de vida, sean de índole material o subjetiva.

Muchos temas experienciales de interés público son asimilados «desde una segunda o tercera mano» y es más común que sea primero mediante otras personas que por fuentes oficiales. Ante la deficiente respuesta a los asuntos públicos por parte de los medios, las personas prefieren acudir a amistades vinculadas a distintas esferas de la sociedad, por la confianza, prestigio, preparación intelectual o capacidad de respuesta de las mismas, para obtener informaciones contextuales más inmediatas y necesarias.

Sin embargo, aun cuando no se experimente el problema directamente, los sujetos se motivan por conocerlo, pues no están ajenos a una realidad en la cual viven y es inevitable no participar de las dinámicas del debate social. Esto evidencia que los niveles de proximidad afectivo-emotiva y/o geográfica respecto a los temas de la provincia condicionan la magnitud y proyección del interés, que depende también de lo que cada sujeto necesita desde el punto de vista personal, ideológico, político, cultural y profesional.

Sin embargo, las temáticas internacionales quedan relegadas a un segundo plano en la comunicación interpersonal. En una primera instancia los individuos comentan sobre cuestiones relacionadas con su contexto inmediato, aunque esto no excluye la posibilidad de que durante el hilo de la conversación surjan los temas internacionales.

De las cuestiones internacionales se tiende a hablar con más frecuencia sobre aquellas que afectan directa o indirectamente la realidad del país o sobre las que Cuba tiene una participación activa:

«Las personas quieren saber, porque todo el mundo piensa que las cosas que tienen que ver consigo es lo más importante. El caso de las relaciones Estados Unidos-Cuba como uno de los más relevantes se debe a que se ha hablado tanto, se ha deseado tanto eliminar el bloqueo; ese tema nos afecta» (cuentapropista, Distrito Antonio Maceo, 5 de febrero de 2015).

Los participantes también manifestaron que el consumo mediático sobre estos temas se realiza principalmente para obtener una mayor cultura general y tener una opinión en las conversaciones.

La fuente más utilizada para informarse sobre los temas experienciales fue la familia, seleccionada por lo que representa para el sistema de experiencias, hábitos, costumbres, condiciones de vida y/o relación afectivo-emotiva de las personas. La segunda fuente de consulta fueron los medios de comunicación debido a su credibilidad como instituciones, la responsabilidad, características y función social que deben cumplir, más que como vías realmente efectivas para obtener la información. Por último, la tercera fuente fue el espacio escolar o laboral, en tanto permite socializar sobre los asuntos más importantes a partir de la interacción con personas que poseen intereses comunes.

Es preciso señalar que los medios de comunicación han perdido terreno como espacios para el debate sobre problemas sociales y de la misma manera que han ido desarrollando su trabajo al interior de sus agendas y la establecida por las fuentes institucionales, el público ha buscado vías alternativas para dialogar sobre los asuntos que le preocupan. En este caso, la atención de los sujetos se centra precisamente en estos asuntos de repercusión material que adquieren cada vez mayor significación al no encontrar solución inmediata.

Sin embargo, los medios de comunicación constituyen la fuente principal para informarse sobre los asuntos no experienciales, y la familia pasa a un segundo plano, como punto de contraste o verificación de los mensajes mediáticos. Ello permite explicar los resultados de las correlaciones estadísticas moderadas, pues el consumo mediático no sólo es mayor, sino que las personas suelen utilizar otros medios (internacionales) para realizar la jerarquización temática:

→ «La gente común por lo general lo que usa son los medios nacionales. Algunas personas consumen los noticieros que bajan del paquete, que cada vez son más en Santiago de Cuba» (ama de casa, Reparto Quintero, 14 de febrero de 2015).

→ «Las informaciones internacionales son creíbles, pero también hay que tener en cuenta que si no se tiene otra fuente para contrastar la información, no queda de otra que creérselas y conformarnos con lo que nos dan en la televisión» (trabajador Estatal, Reparto Sueño, 20 de febrero de 2015).

En ambos casos la cobertura mediática resulta insuficiente ante las expectativas y necesidades de las personas: en el caso de los temas nacionales debido al poco reflejo de asuntos de interés social o su enfoque neutral; en el caso

de los asuntos internacionales por el excesivo tratamiento de temas políticos y económicos utilizando valoraciones negativas o neutras.

Los participantes en los grupos de discusión señalaron que, en el caso de los temas experienciales, prefieren informarse (en orden descendente) a través del periódico, la radio y la televisión. Se destacó la comodidad de usar estos medios en un horario diverso debido a las demás tareas que realizan. No constituyen la primera vía de información en cuanto a los temas de la provincia, pero son usados como medio de confirmación y contrastación. Esto ocurre por un motivo fundamental:

→ «Los medios, no sólo de Santiago sino de Cuba, a veces parecen estar distantes de la realidad que preocupa y ocupa a las personas. Al tener amistades vinculadas en distintas esferas de la sociedad, por la confianza, el prestigio y la preparación intelectual que tienen, acudo a ellos para recibir informaciones directamente» (trabajador estatal, Reparto El Caney, 9 de marzo de 2015).

En contraste, los medios más utilizados por las personas para informarse sobre los temas no experienciales son la televisión, principalmente el Noticiero Nacional de Televisión en su emisión estelar y la programación de Telesur, y el periódico *Granma*. Sólo algunos participantes argumentaron que suelen buscar otros medios extranjeros que se adquieren a través de vías informales, como el paquete semanal².

4.2 Semejanzas y diferencias en el establecimiento de las agendas de temas experienciales y no experienciales

Luego del diagnóstico realizado a través de la sistematización de los estudios previos sobre el tema (Caballero, 2015; Castillo, 2015; Quiala, 2015) y los grupos de discusión aplicados para determinar las condiciones contingentes, es posible identificar como semejanzas entre las agendas públicas sobre temas experienciales y no experienciales que:

→ Los objetos abordados por los medios de comunicación se manifiestan de forma estable en el tiempo, aunque varíen su composición en el caso de los temas experienciales (Quiala, 2015) y no experienciales (Castillo, 2015).

[02] El paquete semanal es un compendio de productos comunicativos pertenecientes a medios audiovisuales e impresos, fundamentalmente extranjeros, que se adquieren a través de medios USB y se distribuyen en diferentes establecimientos, algunos destinados particularmente a ello.

→ El alto grado de necesidad de orientación e interés por la información sobre ambos tipos de temas se traduce en la búsqueda de fuentes de información que de alguna manera sean eficientes, por lo que las personas recurren a otros canales de comunicación menos formales y a espacios de socialización que permiten reducir el nivel de incertidumbre respecto al tema.

→ La permanencia de los temas en las agendas públicas experienciales y no experienciales es estable (Quiala, 2015; Castillo, 2015), lo que indica que en ambos casos los ciclos de atención son prolongados y se relacionan con la alta necesidad de orientación existente.

→ Los medios de comunicación constituyen una fuente primaria de información, si bien en ambos casos se observaron diferencias en cuanto a su consumo.

→ Las personas se sienten más identificadas con los temas cuando estos tienen algún grado de repercusión material o cercanía geográfica, cultural, social, afectiva, etc.

En tanto, las diferencias se encuentran en torno a:

→ Existen bajas correlaciones entre las agendas mediáticas y públicas sobre temas experienciales (Quiala, 2015) y moderadas en cuanto a los no experienciales (Castillo, 2015), lo que denota una diferenciación en el proceso de construcción de la agenda pública.

→ Los procesos de construcción de las agendas mediáticas de ambas tipologías difieren en cuanto a las fuentes utilizadas para elaborar los trabajos periodísticos, lo que influye en los criterios de noticiabilidad y las rutinas de producción en cada órgano de prensa (Quiala, 2015; Castillo, 2015).

→ La experiencia directa sobre los hechos determina la posibilidad que tienen las personas de contrastar la información obtenida a través de los medios con otras fuentes. Por ello la influencia mediática es mayor en el caso de los temas no experienciales.

→ Los espacios de socialización y diálogo comunitario cobran mayor fuerza si los problemas sobre los cuales se debate tienen repercusión

directa sobre las personas, y constituyen un punto de contraste para aquellos que no la tienen.

→ La cobertura mediática informativa es asumida de diferentes maneras por parte del público, que percibe con mayor facilidad el tratamiento positivo de los temas experienciales y negativos o neutros de los no experienciales.

Estas semejanzas y diferencias vislumbran mecanismos particulares de construcción y establecimiento de la agenda mediática y, por consiguiente, de la conformación de la agenda pública. En ese sentido, la diferenciación se produce con fines teórico- metodológicos, pues a nivel social las personas conforman una agenda que agrupa temas experienciales y no experienciales a partir de los medios, el intercambio comunitario, sus interacciones sociales con otras fuentes y su sistema de valores, referentes culturales, históricos, etc.

Atendiendo a los resultados generados en los grupos de discusión, la agenda pública se conforma a partir de tres elementos que se encuentran interrelacionados: 1) la experiencia sobre los hechos, que se relaciona con la cercanía geográfica, cultural, política respecto al contexto y a los acontecimientos noticiosos y la posibilidad de interactuar directamente con éste; 2) los medios de comunicación, a partir de la cobertura que brindan a dichos sucesos; y 3) la influencia de otras agendas (mediáticas, de grupos sociales, familiares) que circulan a través de espacios de socialización generalmente espontáneos. Estos tres elementos constituyen la base para analizar un conjunto de factores como el contexto en el que se desarrolla la agenda, la necesidad de orientación, el interés por la información y la comunicación.

En el caso de los temas experienciales, los sujetos tienen la posibilidad de contrastar la información que reciben del entorno con sus propias vivencias, por lo que el consumo mediático disminuye aunque la necesidad de orientación y el interés por la información se mantengan elevados. La disminución del consumo mediático no sólo se debe al hecho de que la interacción con el contexto se produzca sin necesidad de intermediarios, sino a que estas agendas priorizan objetos más cercanos a las fuentes institucionales que a los intereses públicos.

Al disminuir el consumo mediático, las personas cuentan con el tercer elemento descrito previamente: otras agendas sociales, como la familia, los vecinos, lo que acentúa el rol de la comunicación interpersonal que se produce a través de espacios de socialización diversos.

Sin embargo, en el caso de los temas no experienciales al no existir la posibilidad de interactuar directamente con los hechos (aunque el acontecimiento

sea cultural, política o económicamente cercano), sólo quedan dos elementos para contrastar la información: los medios y las otras agendas sociales.

Como los medios cubanos están readecuando las agendas provenientes de otros medios extranjeros, de acuerdo con criterios que se relacionan con el sistema de valores establecidos para la prensa cubana en sentido general, en realidad se produce una influencia multimediática. Ello indica que cuando las personas consumen el Noticiero Nacional de Televisión o el periódico *Granma*, están recibiendo la adaptación de otras agendas previamente construidas. En este caso, la realidad percibida no proviene de una segunda o tercera mano, sino de una cuarta, teniendo en cuenta que es un producto reinterpretado de acuerdo con criterios diferentes a los que fue concebido.

Si los medios constituyen la fuente primaria para obtener la información, los grupos sociales y la familia devienen puntos de contraste de lo que publican los medios. En ocasiones la comunicación interpersonal supera el trabajo de estos (cuya cobertura es limitada), principalmente a través de personas que han viajado al extranjero y proveen su propia versión de los acontecimientos.

5. Conclusiones

La marcada diferenciación entre los temas experienciales y no experienciales en Cuba (fenómeno de la bella y la bestia) se manifiesta desde los procesos de construcción de las agendas mediáticas, hasta la percepción que tienen las personas de dicha cobertura.

Estudios previos han demostrado que las agendas mediáticas se caracterizan por ofrecer un enfoque mayormente positivo de los temas relacionados con la cotidianidad de los sujetos, priorizando objetos con una baja presencia en la agenda pública. Ello conlleva a la existencia de bajas correlaciones entre los medios y públicos en cuanto a los asuntos experienciales, aspecto que no se manifestó de igual forma en el caso de los temas no experienciales, donde los valores obtenidos fueron moderados. El tratamiento mediático a los temas no experienciales se realiza principalmente desde valoraciones negativas o neutras, y se nutre principalmente de los contenidos publicados por otros medios, que a su vez son readecuados según el sistema de valores, normas y rutinas establecidas al interior de los medios.

Las personas priorizan en su agenda de temas experienciales, asuntos que tienen alguna repercusión material, como el transporte, la vivienda y la alimentación. La agenda pública de temas no experienciales posee puntos de contacto en este sentido, pues aunque se ubiquen en los primeros lugares asuntos como las relaciones internacionales y los conflictos, se suelen buscar aquellos objetos que se relacionen con el contexto cubano directamente.

El análisis de las condiciones contingentes reveló que existen semejanzas y diferencias que se acentúan en cuanto al consumo de los medios y la comunicación interpersonal. Aunque en ambos tipos de temas existe una elevada necesidad de orientación, las personas suelen acudir a diferentes fuentes para reducir el nivel de incertidumbre respecto a los temas, lo que influye en los dos factores anteriores. Los medios de preferencia para informarse acerca de los temas experienciales son el periódico y la radio principalmente, en tanto el diario *Granma*, el canal Telesur y el Noticiero Nacional de Televisión constituyen las vías más utilizadas en el caso de los asuntos no experienciales. La comunicación interpersonal adquiere más fuerza cuando los temas se relacionan directamente con el contexto social de las personas, y se produce en espacios laborales y familiares que contribuyen a reducir el nivel de incertidumbre respecto a los asuntos. Sin embargo, el debate público disminuye en el caso de los temas no experienciales, a menos que estos se relacionen o afecten al país, como es el caso del bloqueo o la situación migratoria de los cubanos.

6. Referencias

- ARUGUETE, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Argentina: Biblos.
- ARUGUETE, N. (2017). *Agenda setting y Framing. Más poder local*, 30, 36-42.
- BOCZKOWSKI, P. J. 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 licenciatura. Universidad de Oriente, Cuba.
- CAMAJ, L. (2014). Need for Orientation, Selective Exposure, and Attribute Agenda-Setting Effects. *Mass Communication and Society*, 17(5), 689-712.
- CANEL, M. J.; LLAMAS, J. P. y REY, F. (1996). The first level agenda setting effect on local information: the 'most important problems' of the city of Pamplona. *Comunicación y Sociedad*, 9(1/2), 17-38.
- CASERMEIRO, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Argentina: Educa.
- CASTILLO, Y. (2015). El mundo agendado. Influencia de las condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda de temas internacionales. Tesis de licenciatura. Universidad de Oriente, Cuba.
- CHADWICK, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

- CHAN, M. y 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.
- 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.
- DEARING, J. W. y ROGERS, E. (1996). *Agenda-setting* (Vol. 6). Estados Unidos: Sage publications.
- 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. (2017). Existe... pero no se ve. Investigación de *Agenda Setting* en América Latina. *La Trama de la Comunicación*, 2(21), 87-108.
- GARCÉS, R. (2015). La actualización del modelo y la (des)actualización de la prensa: consensos, disensos y silencios mediáticos en torno a la Reforma cubana. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Observatorio Social de América Latina*, 14(36), 49-62.
- GARCÉS, R. y SENÉN, A. F. (2017). ¿Cómo se dirige la prensa cubana? Un acercamiento a la gestión de medios, desde la perspectiva de sus periodistas y directivos. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(12), 84-120.
- GARCÍA, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. Cuba: Pablo de la Torriente.
- GARCÍA, V.; D'ADAMO, O. y ARUGUETE, N. (2014). El papel de los medios en la construcción de las categorías cognitivas de análisis político. Un estudio de caso de la privatización de las telecomunicaciones en la Argentina. En ZUBIETA, E.; VALENCIA, J. y DELFINO, G. (coords.). *Psicología social y política: procesos teóricos y estudios aplicados* (pp. 339-390). Argentina: Eudeba.
- GARRAMONE, G. M. (1984). Voter responses to negative political ads. *Journalism quarterly*, 61(2), 250-259.
- GUO, L. y MCCOMBS, M. (2015). *The Power of Information Networks: New Directions for Agenda Setting*. Estados Unidos: Routledge.
- IYENGAR, S. (1979). Television news and issue salience: A reexamination of the agenda-setting hypothesis. *American Politics Quarterly*, 7(4), 395-416.
- LIPPMANN, W. (1922). *La opinión pública*. Argentina: Compañía General Fabril Editora.
- MCCLURE, R. y PATTERSON, T. (1976): Print vs. Network News. *Journal of Communication*, 2(26), 24 y 28.

- McCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Paidós.
- McCOMBS, M. E. y SHAW, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. y WEAVER, D. H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass communication and society*, 17(6), 781-802.
- McCOMBS, M. y STROUD, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2(1), 68-93.
- McCOMBS, M. y EVATT, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- MORA, M. y ARAUJO, M. (2005). *El Poder de la Conversación*. Argentina: La Crujía Ediciones.
- MUÑIZ, V. y FONSECA, R. Á. (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), 76-92.
- MUÑIZ, V. y FONSECA, R. Á. (2017). Condiciones contingentes y establecimiento de la agenda mediática en provincias cubanas: el caso de Santiago de Cuba. *Revista Signo y pensamiento*, 70(36), 134-154.
- MUÑIZ, V. (2013). Viaje al centro de la agenda. Influencias en la construcción de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba. Tesis de licenciatura. Universidad de Oriente, Cuba.
- OLIVERA, D. (2017). Referentes críticos, paradojas y desafíos de las políticas de comunicación en el contexto cubano. En SIERRA, F. y VALLEJO, R. E. (eds.). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina* (pp. 185-214). Ecuador: Ciespal,
- Partido Comunista de Cuba (2012). *Objetivos de trabajo del PCC aprobados en la Conferencia Nacional*. Recuperado desde: <https://goo.gl/8cdqWQ>
- QUIALA, H. (2015). Del hecho a la noticia. Relación que se establece entre la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba y la agenda pública del territorio durante el año 2014. Tesis de licenciatura. Universidad de Oriente, Cuba.
- RAMOS, R. (2017). La voz del pueblo. Establecimiento de la agenda pública respecto a temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2016. Tesis de licenciatura. Universidad de Oriente, Cuba.
- RODRÍGUEZ, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- SAUNDERS, K. y ROTHSCHILD, M. (1978). Political Advertising: A Neglected Policy Issue in Marketing. *Journal of Marketing Research*, 15, 58-71.

- SHERIF, C. W.; KELLY, M.; RODGERS Jr, H. L.; SARUP, G. y TITTLER, B. I. (1973). Personal involvement, social judgment, and action. *Journal of personality and social psychology*, 27(3), 311-331.
- SOMOHANO, A. (2015). Debate teórico-conceptual, confrontación histórica y supuestos de partida de una política pública de comunicación para el contexto cubano. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(8), 43-71.
- 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.R. (2017). Retos para una política pública de comunicación en Cuba. En SIERRA, F. y VALLEJO, R. E. (eds). *Derecho a la comunicación: procesos regulatorios y democracia en América Latina* (pp. 215-240). Ecuador: Ciespal.
- WANTA, W.; GOLAN, G. y LEE, C. (2004). Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364-377.
- WEAVER, D. (1991). Political Issues and Voter Need for Orientation. *Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, 131-139.
- WEIMANN, G. y BROSIUS, H. B. (2016). A new agenda for agenda-setting research in the digital era. *Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs*, 26-44.
- WINTER, D. G. (1980). An exploratory study of the motives of southern African political leaders measured at a distance. *Political Psychology*, 75-85.
- ZHU, J. H. (1992). Issue competition and attention distraction: A zero-sum theory of agenda-setting. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69(4), 825-836.
- ZUCKER, H. (1978). *The Variable Nature of News Media Influence*. Communication Yearbook 2, Transaction Books, New Brunswick: New Jersey.

Para citar este artículo: Muñiz Zúñiga, V.; Castillo Salina, Y. y Caballero Heredia, D. (2018). La bella y la bestia del periodismo cubano. Los temas experienciales y no experienciales en la formación de la agenda pública. *index.comunicación*, 8(1), 149-178.