

Condiciones contingentes en el establecimiento de la agenda mediática sobre temas internacionales en Cuba. Casos *Granma* y Noticiero Nacional de Televisión

Viviana Muñoz Zúñiga
Universidad de Oriente (Cuba)
Rafael Ángel Fonseca Valido
Universidad de Oriente (Cuba)
Yánder Castillo Salina
Emisora Radio Titán (Cuba)

Resumen

La presente se enmarca dentro del paradigma de la teoría de la agenda *setting*, y es la primera aproximación a la influencia mediática respecto a temáticas no experienciales en Cuba. Para ello estudia las informaciones internacionales presentadas por medios de amplia recepción en la ciudad de Santiago de Cuba: el periódico *Granma* y el Noticiero Nacional de Televisión. La perspectiva metodológica es mixta explicativa secuencial y el tipo de muestreo es probabilístico aleatorio simple. Los métodos empíricos utilizados fueron el coeficiente de correlación *rho Spearman*, observación participante y no participante, cuestionario, escala de actitud tipo *Likert*, grupos de discusión, revisión documental y análisis de contenido cuantitativo. El estudio es transversal y los resultados encontraron niveles de influencia mediática bajos y moderados, contrario a lo descrito por la teoría en la arena internacional para temas no experienciales; lo cual encuentra explicación en la influencia de las condiciones contingentes en el proceso de establecimiento. El estudio encontró un marcado conflicto entre lo experiencial- no experiencial (nacional-internacional) que trasciende a la mediación de las restantes condiciones contingentes. Se estructura en tres partes: la composición de las agendas mediática y pública, sus correlaciones y la influencia de las condiciones contingentes.

Palabras clave: establecimiento de la agenda, agenda *setting*, temas no experienciales, correlación de agendas.

Artículo recibido: 06/10/15; **evaluado:** entre 22/10/15 y 10/12/15; **aceptado:** 18/12/15.

Introducción

La incidencia mediática en nuestra comprensión del mundo ha sido objeto de investigación en el ámbito de la comunicación de masas desde las primeras décadas del siglo xx. Pero ¿pueden realmente decirnos sobre qué pensar? Esta pregunta inspiró una teoría dentro de las investigaciones sobre comunicación a principios de la década de los setenta: la agenda *setting*.

Desde entonces sus estudios han profundizado en los múltiples procesos que componen la relación entre medios, públicos y políticos, y su desarrollo en contextos sociales específicos.

A pesar de que las investigaciones sobre agendación se han difundido en diversos escenarios internacionales, solamente 20 estudios han emprendido el contexto comunicativo cubano, todos realizados a partir del 2010 (Gallego y Rosabal, 2010; Colunga, 2011; entre otros). El abordaje de la relación medios-públicos desde la agenda *setting* abre el espectro hacia su comprensión integradora y multidisciplinaria, sin embargo, la aplicación de esta teoría deja un amplio abanico por estudiar. En este sentido, los valores correlativos encontrados entre las agendas mediática y pública demuestran empíricamente la poca influencia de los medios en el establecimiento de los temas sobre los que se debe pensar y debatir, y de sus pautas valorativas (Gallego y Rosabal, 2010). Lo anterior indica una problemática latente en el sistema de medios cubano. Este divorcio entre las agendas mediática y pública ha sido corroborado para los temas del orden experiencial, es decir, que los individuos vivencian cotidianamente sin que los investigadores hayan profundizado en sus condicionantes. Sin embargo, la influencia de los medios en temas de tipo no experiencial es una materia que permanece inexplorada en el escenario comunicativo nacional, dotado de características singulares.

El presente estudio se adentra en esta cuestión tomando como punto de partida las noticias internacionales presentadas por medios de amplia recepción en la ciudad de Santiago de Cuba: el periódico *Granma* y el Noticiero Nacional de Televisión, en tanto este tipo de informaciones integran el orden no experiencial por antonomasia en el país; y constituye uno de los primeros acercamientos a esta temática tan importante para el trabajo de los medios cubanos. Consideramos importante tomar como asidero algunas investigaciones previas desarrolladas por Julio García (2013) en su obra póstuma *Revolución, socialismo, periodismo* y el trabajo realizado por Lourdes Stusser (2007) acerca de la opinión pública en Cuba.

En ese sentido, planteamos como problema de investigación: ¿Cómo influyen las condiciones contingentes en la correlación entre las agendas mediáticas del Noticiero Nacional de Televisión y del periódico *Granma*, y la agenda pública de los habitantes del municipio Santiago de Cuba respecto a temáticas internacionales durante los meses de enero a marzo de 2015? Para responder a este interrogante, trazamos como objetivo general: Explicar la influencia de las condiciones contingentes en la correlación entre las agendas mediáticas del Noticiero Nacional de Televisión y el periódico *Granma*, y la agenda pública de los habitantes del municipio Santiago de Cuba respecto a temáticas internacionales durante los meses de enero a marzo de 2015.

Revisión teórica

La agenda *setting* hace referencia a la transferencia de relevancia temática entre distintas instituciones o actores sociales (McCombs, 2006), aunque la mayor parte de las investigaciones se han concentrado en la relación entre los medios de comunicación, las personas y los políticos o instituciones. Estos conjuntos de temas son denominados metafóricamente *agenda*.

La agenda opera en dos niveles básicos: el de objetos y atributos. El primero de ellos se refiere a los asuntos que se ubican en la agenda temática por un periodo de tiempo prolongado, o sea, que mantienen una presencia regular. Los atributos son las cualidades —sustantivas y afectivas— que definen al objeto o el tema general; es decir, los subtemas que vertebran al objeto, y las valoraciones —positivas, neutras y negativas— que se emiten acerca de este (McCombs, 2006; Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004; entre otros).

El también llamado efecto de fijación de la agenda se expresa como una consecuencia de la difusión de temáticas desde los medios, las cuales son incluidas por el público en sus listas de temas importantes. En este proceso, que se inicia una vez que los medios incluyen un tema en su parrilla informativa, las agendas mediática y pública se complementan e interdeterminan (Dearing y Rogers, 1996; Vidal, 2006; Lang y Lang, 1981).

La configuración de la agenda pública como resultado de la difusión mediática de noticias es una consecuencia probada en algunos casos (Casermeiro, 2004; Rodríguez, 2004). Sin embargo, la fijación temática no es una transferencia rígida y unidireccional, en tanto existen factores que pueden determinarla al exterior del proceso. Los factores que modifican el establecimiento de agenda han sido denominados como “condiciones contingentes” (McCombs, 2006) y agrupados de formas disímiles. De acuerdo con las características de la presente investigación se organizó su análisis atendiendo a tres grupos de variables (factores):

1) Factores relativos a los medios:

a) Tipo de temas: Según la teoría de la agenda *setting* los temas pueden ser experienciales o no experienciales. Los primeros mantienen una posición cercana a los individuos, se viven en carne propia, ya sea a través de la experiencia directa o de la comunicación interpersonal. Los segundos, por el contrario, se encuentran distantes del conocimiento y de la vivencia cotidiana de los sujetos.

b) Tipo de medios: Soporte audiovisual, radial, impreso o digital en que se socializa información noticiosa a las masas. En el presente estudio solo se analizarán dos tipos, el periódico *Granma* (impreso) y el Noticiero Nacional de Televisión (Estelar) (audiovisual).

2) Condiciones psicológicas y de la conducta:

- c) Necesidad de orientación: Grado de incertidumbre psicológica o duda que motiva a los individuos a la búsqueda de información actualizada con el propósito de comprender el entorno físico y mental que lo rodea (Casermeiro, 2004; Vara, 2001).
 - d) Comunicación interpersonal: Nivel de la comunicación humana en el que ocurre intercambio de información a través del lenguaje.
 - e) Credibilidad del medio: Proporción en que los individuos perciban como creíble o confiable el contenido mediático.
 - f) Magnitud de uso mediático: Frecuencia en que los individuos deciden exponerse a los medios de comunicación.
 - g) Interés por las noticias internacionales: Inclinación cognitiva y/o afectiva que orienta y motiva la atención individual hacia las informaciones internacionales difundidas o no en medios de comunicación.
 - h) Cantidad de temas agendados: Cantidad de temas que los individuos asumen como relevantes en un periodo determinado.
 - i) Fuentes para adquirir la información: Canales de comunicación utilizados por las personas para adquirir determinado tipo de información.
- 3) Factores sociológicos:
- j) Variables demográficas: Conjunto de características que relacionan grandes y/o pequeños grupos de individuos al interior o exterior del grupo respecto a su educación, edad, sexo, ocupación, etcétera.

Metodología

La presente investigación se desarrolla desde una perspectiva metodológica mixta, lo cual permitirá un análisis más riguroso y abarcador al integrar datos cuantitativos y cualitativos obtenidos a partir de métodos empíricos provenientes de ambas tradiciones (Pole, 2009). Se implementó un diseño mixto explicativo secuencial guiado por teoría (Hernández *et al.* 2010). Se dividió en dos etapas de recolección de datos por separado (primero los cuantitativos y luego los cualitativos) e integradas en fases posteriores.

Los datos fueron recogidos durante los meses de enero, febrero y marzo de 2015, periodo en el cual se evaluaron las agendas mediáticas anteriormente descritas y la agenda pública. La investigación se ampara en tres métodos fundamentales. El método dialéctico-materialista se utilizó para comprender el objeto de estudio como parte de un sistema sociocultural que es el resultado de su devenir histórico. El método de análisis-síntesis permitió deducir, establecer y

comprender conexiones entre grandes volúmenes de información. Por último, el método hermenéutico facilitó la interpretación de los datos arrojados por las técnicas de investigación aplicadas. Asimismo, se emplearon técnicas como el análisis de contenido para la determinación de las agendas mediáticas; se realizó una encuesta para determinar la agenda pública en el municipio Santiago de Cuba; y se correlacionaron ambas agendas utilizando el coeficiente de Spearman (1).

Para realizar las correlaciones se evaluaron en todas las agendas analizadas 17 objetos y 70 atributos en la dimensión sustantiva, que son el producto de una prueba piloto realizada al instrumento del análisis de contenido y de una revisión bibliográfica a estudios de agenda previos —sobre temas experienciales— (Gallego y Rosabal, 2010; Colunga, 2011, entre otros).

De igual manera, se realizaron grupos de discusión en distintos lugares del municipio durante el mes de febrero, a fin de lograr un acercamiento a las percepciones del público sobre el objeto de investigación y profundizar en las cuestiones fundamentales en la que se enmarca el estudio. Su realización en distintos sitios y con diversos sectores sociales posibilitó la búsqueda de opiniones heterogéneas y ricas. Los grupos estuvieron integrados por una cantidad de entre cinco y diez personas. Además, se utilizó la observación participante, que estuvo orientada a dos fases diferentes de la investigación: el análisis de las agendas mediáticas y sus relaciones con la agenda pública, y las condiciones contingentes.

Para determinar la agenda pública, a través de las encuestas se escogió una muestra probabilística aleatoria simple. En este sentido, se tomó como universo los 506 592 habitantes del municipio Santiago de Cuba, según los datos brindados por la Oficina Nacional de Estadística e Información del Censo de Población en el año 2012. De esta cantidad se excluyeron las personas menores de 18 años, mayores de 70 y los discapacitados mentales. La muestra estuvo integrada por 271 sujetos, con un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 5 %. Los criterios de exclusión fueron establecidos a partir de los resultados de las pruebas piloto, fundamentalmente del cuestionario, pues esta técnica resulta la primordial para establecer una de las variables a correlacionar: la agenda pública.

Resultados y discusión

Correlación entre la agenda mediática del Noticiero y de *Granma* y la agenda pública

A nivel de objeto, las agendas mediáticas del Noticiero y del *Granma* integraron los mismos asuntos, salvo religión que solo estuvo en la primera. La agenda del Noticiero encuadró un total de

17 objetos que agruparon 484 menciones; y la agenda del *Granma* estuvo integrada por 16 objetos con un total de 562 menciones. De los diez primeros asuntos de la agenda del Noticiero (conflictos, relaciones internacionales, funcionamiento interno de naciones, procesos políticos, terrorismo, eventos, historia, problemas sociales y terrorismo), solamente ciencia y tecnología y salud no coincidieron entre esos rangos en la agenda del *Granma*. A pesar de que los objetos mencionados coincidieron en los diez primeros rangos de las agendas, es importante señalar que su relevancia fue indistinta.

De acuerdo con lo expuesto, existen diferencias puntuales en la jerarquización de los objetos en cada una de las agendas que se manifiestan en el resultado de su correlación.

La agenda pública de informaciones internacionales del municipio Santiago de Cuba entre enero y marzo de 2015 estuvo compuesta por 15 objetos que agruparon 799 menciones. Los asuntos agendados coinciden en su totalidad con los de las agendas mediáticas analizadas, por lo que puede afirmarse que existe concordancia entre los temas que las personas consideran relevantes y los destacados por los medios.

En este sentido la agenda pública analizada acaparó en los tres primeros objetos un total de 563 menciones que representan el 70,5 % del total. El resto de los asuntos no superó las 40 menciones y representaron entre todos solo el 29,5 % de la agenda. El objeto más destacado dentro de la agenda pública fue relaciones internacionales, mencionado por 224 personas y que representó el 28 % de la agenda. El asunto se dividió en cuatro atributos sustantivos entre los cuales las relaciones entre Estados Unidos y Cuba fue el más relevante con 215 menciones; este atributo representa el 96 % del objeto y el 26,9 % de la agenda pública. Los atributos afectivos más destacados en el tema coincidieron con los de la dimensión sustantiva descrita, en la que se encuadró el 77,7 % desde la pauta valorativa de positiva, contrario al 21,4 % de los neutros y al 0,9 % de los negativos.

Por otra parte, el coeficiente de Spearman reveló una correlación de objetos muy baja (+0,193) entre la lista de asuntos destacados por el *Granma* y los temas relevantes para los individuos. En cambio la correlación entre la agenda del Noticiero y la agenda pública devino alta con un valor de +0,673**.

Correlación entre la agenda mediática general y la agenda pública

Existe una tendencia en autores cubanos (Valido, 2012; Cabrera, 2014) de calcular la correlación entre las agendas mediática y pública solo a nivel de objetos. Quedarse en este margen implica entender solo una fracción del establecimiento. Aunque hipotéticamente se encuadraran los mismos asuntos y su jerarquía fuera muy similar entre las agendas, los atributos sustantivos y

afectivos pueden no coincidir o tomar direcciones inversas. La fijación de temas, por tanto, solo puede demostrarse a través del análisis cuali-cuantitativo de los resultados de las correlaciones entre objetos y atributos en su conjunto.

Se conformó una agenda mediática general a partir de la sumatoria de las agendas del Noticiero y el periódico *Granma*. En este sentido, la correlación entre los objetos presentes en la agenda mediática general y la agenda pública mostró un valor moderado de +0,406. Este índice se explica en el rango de los objetos en las agendas. Los temas generales enfatizados por los medios, salvo religión y solidaridad internacional, fueron destacados en la agenda pública, por tanto existe influencia. Sin embargo, el resultado correlativo indica ciertas diferencias en la relevancia de los objetos para los individuos respecto a los medios. Las principales diferencias (entre tres o más rangos) ocurrieron entre los objetos: ciencia y tecnología, funcionamiento interno de naciones, eventos, procesos políticos, historia, problemas sociales y economía.

Un caso equivalente sucedió en la dimensión sustantiva de los atributos, cuyo valor correlativo fue bajo (+0,348). Los resultados estadísticos expuestos evidencian que a pesar de que los medios definieron los objetos y atributos sustantivos sobre los que se debía pensar, diferentes factores mediaron en la reinterpretación de su relevancia por el receptor.

Por otra parte, los atributos afectivos abarcan tres categorías de actitud distintas, por lo que establecer correlaciones en su conjunto sería metodológicamente incorrecto. Los atributos neutros mostraron un índice de correlación bajo con un resultado de +0,276. Este resultado se opone al de los negativos cuyo valor de +0,579 indica un nivel asociativo moderado entre las agendas. La correlación entre los positivos, por otra parte, fue alta (+0,662**).

Los valores expuestos concluyen en que en el periodo estudiado se estableció la agenda de atributos negativos y positivos, contrario a los neutros. Los efectos dispares producidos por cada tipo de atributo se deben a determinadas condiciones cognitivas, como sugirieron la observación, las encuestas y las técnicas grupales. Los resultados de las encuestas, así como la observación (participante y no participante), sugieren que las personas que seleccionaron la dimensión neutra lo hicieron en buena medida por no tener un criterio definido sobre el tema, lo cual revela desconocimiento y/o desinterés sobre este. De igual forma, los resultados de los grupos de discusión indican que las dimensiones negativa y positiva tienen mayor posibilidad de lograr efectos de fijación, pues es más probable que se preste atención a estas dimensiones y sean asimiladas con más facilidad ya que tienen mayor probabilidad de establecer implicaciones emocionales.

Presumiblemente, existe una representación mental en los individuos de que los medios solo encuadran informaciones positivas para lo nacional y negativas para lo internacional, a pesar de que en el periodo estudiado los atributos afectivos hayan mostrado un comportamiento diferente.

Lo antes dicho apunta hacia que los asuntos encuadrados en las categorías positivo y negativo presentan mayores posibilidades de establecerse en la mente de las personas como relevantes, pues dejan menos espacios al juicio crítico de los individuos.

Condiciones contingentes en el proceso

Factores relativos a los medios de comunicación

Tipo de temas

La tesis sobre la alta correlación establecida por los temas no experienciales ha guiado la articulación metodológica y conceptual de la presente investigación (McCombs, 2006). La principal tendencia en esta cuestión se manifiesta en el conflicto entre lo experiencial y lo no experiencial, que, acorde con la investigación, se particulariza en lo nacional (a nivel de nación, provincia, municipio)-internacional. Este conflicto no solo ocurre en los receptores, sino a ambos lados del proceso comunicativo. La observación de los medios estudiados reveló concordancia con lo descrito sobre las funciones adicionales impuestas a los dos tipos de informaciones (Castro, 2009; Stusser, 2007; García, 2013): con lo nacional se pretende reforzar las fortalezas del sistema político-social, evitando el trato de sus disfuncionalidades; mientras que con lo internacional sucede lo contrario. Lo observado sugiere que desde la práctica productiva de los emisores, lo internacional pretende legitimar como positivo el contexto político-social nacional. Además, los medios también se inclinaron a resaltar entre las noticias internacionales, las que guardaron una relación más directa con el entorno nacional.

Lo anterior se ejemplifica en los objetos y atributos que componen la agenda mediática general. Excepto en ciencia y tecnología, los restantes siete primeros asuntos (y otros de menor importancia en la agenda) abordaron entre sus aspectos cuestiones influyentes en la realidad cubana como el bloqueo contra Cuba (conflictos), los diálogos de paz para Colombia (Conflictos), las relaciones Estados Unidos-Cuba (relaciones internacionales), procesos políticos latinoamericanos (procesos políticos), entre otros.

A pesar de que el estudio de las agendas mediáticas reveló el tratamiento de una mayor cantidad de informaciones neutras y positivas, se pudo constatar inclinaciones negativas de trasfondo en un número considerable de informaciones en ambos tipos. Las características expuestas sobre el tratamiento mediático de las noticias internacionales han sido asimiladas en el ideario de los receptores santiagueros. Varios individuos compararon la relación entre las noticias internacionales y las nacionales con la historia de "la bella" (lo nacional) y "la bestia" (lo internacional). Siguiendo esta pauta, a la funcionalidad descrita de las informaciones

internacionales como legitimadores de los valores positivos de la realidad nacional y su intención de influir en la construcción favorable de la opinión pública respecto a esta, se ha decidido nombrar esta particularidad como fenómeno de la bella y la bestia. Del lado de los receptores parece existir también una subordinación de lo internacional a lo nacional. Los individuos mencionaron como más relevantes en las encuestas asuntos estrechamente vinculados a su realidad cotidiana.

Por otra parte, al solicitar en las encuestas a los individuos una explicación sobre su interés para este tipo de noticias (internacionales), figuraron tres ideas repetidas. El 21,2 % (65 personas) de los encuestados expuso su inclinación porque "nos afecta de alguna forma"; mientras que el 4,6 % (14 personas) y el 2,9 % (9 personas) cree que las informaciones internacionales le "permiten comparar la realidad nacional con la del resto del mundo" y "mantenerse alerta ante cualquier situación que pueda incidir en nuestro contexto", respectivamente. Los grupos de discusión arrojaron resultados similares en todas las sesiones.

Efectos producidos por los medios de acuerdo con su tipología

Observaciones realizadas en el periodo intermedio de la medición de las agendas (mes de febrero) revelaron que el espacio televisivo tiende a producir efectos en el público más inmediatos que el *Granma*. El análisis de contenido y las encuestas mostraron que varias informaciones tratadas de forma repentina en la televisión, como determinados desastres y actos terroristas, empezaron a preocupar a las personas a los pocos días de su aparición. En tanto, el tratamiento de estos temas en el periódico fue más retrasado, apareciendo en la agenda pública incluso antes que en el órgano de prensa. El *Granma*, contradictoriamente a los resultados de las correlaciones analizadas, presenta mayores posibilidades para fijar los temas, pues los individuos recurren a sus páginas en busca de profundizar la noticia y de mayores datos para su comprensión. Los efectos producidos por cada medio son una cuestión cuyo estudio no había sido abordado en el escenario comunicativo nacional. Los resultados expuestos solo muestran comportamientos generales para la tipología temática (asuntos internacionales) y el periodo estudiado. Su generalización dependerá de investigaciones futuras.

Condiciones psicológicas y de la conducta

Cantidad de objetos agendados

De forma general, 231 personas escribieron entre 1 y 3 menciones lo que representa el 75,2 % del total de encuestados. Lo expresado confirma el criterio de McCombs (2006) de que los individuos por lo general solo agendan entre 1 y 3 objetos, a pesar de que el número puede ascender a 9, como lo corroboró el 0,3 % de las personas.

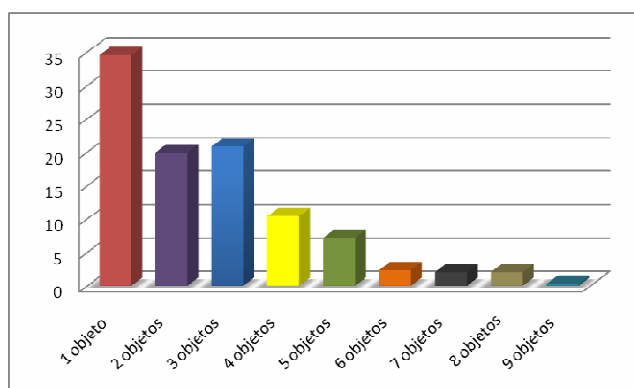


Gráfico 1 Cantidad de objetos agendados en cuanto a temas internacionales (Fuente: elaboración propia).

Esto puede vincularse con el hecho de que los tres primeros asuntos de la agenda pública hayan tenido una diferencia cuantiosa respecto a los situados en rangos inferiores (entre el tercero — procesos políticos, con 154 menciones— y el cuarto —economía, con 40— existe una diferencia de 114 menciones). Resulta importante exponer que la observación de los temas y su relevancia fueron diversos en el criterio de los individuos, lo que evidencia la importancia de agenda intrapersonal en la conformación de la agenda pública; y más allá, la pugna de los temas para colocarse como relevantes en esta última. Según revelaron los grupos de discusión, los temas internacionales pasan por determinados filtros personales para su ubicación en la agenda intrapersonal. Estos filtros resultan distintos en cada uno de los individuos y pueden ser desde orientaciones axiológicas hasta el interés por el tipo de noticia.

Las técnicas grupales y la observación de las encuestas sugieren una relación entre la exposición a los medios y la cantidad de asuntos agendados. Al parecer, los individuos con menor exposición tienden a destacar menos objetos internacionales que aquellos con mayor consumo. Las variables demográficas, por su parte, no mostraron diferencias entre la cantidad de objetos agendados y los grupos analizados.

Fuentes para adquirir la información internacional

Los resultados de los grupos de discusión y las encuestas apuntan que las personas tienden a informarse sobre el acontecer internacional por la emisión estelar del Noticiero y el *Granma*. Esto demuestra que los medios estudiados causaron algún efecto en la agenda pública, hecho que se

refuerza en que, tanto objetos como atributos, se encontraron en la agenda mediática general. A pesar de que el *Granma* y el Noticiero Nacional de Televisión constituyeron las fuentes principales, no se pueden obviar otros medios y espacios informativos de amplia recepción como la Revista *Buenos Días*, el Noticiero Al Mediodía y la Mesa Redonda. También el Noticiero Nacional de Radio figuró entre los expuestos, así como el periódico *Juventud Rebelde* y sitios digitales como Cubadebate y CubaSí. En sentido general, las fuentes descritas por los individuos para adquirir informaciones internacionales sumaron 17. A pesar de la multiplicidad de agendas influyentes en la conformación de la agenda pública de temas internacionales, se mostraron determinados comportamientos en los individuos que refuerzan la participación determinante de los medios estudiados en la fijación temática. En este sentido, un número menor de individuos (9 personas) mencionó en las sesiones grupales como fuente alternativa a familiares y amigos residentes en el extranjero o cumpliendo misión internacionalista. Esta fuente se utiliza con frecuencia para contrastar la información provista por los medios cubanos y Telesur.

Uso del Noticiero y el *Granma*

Los resultados de las encuestas indicaron que la exposición de las personas al *Granma* y al Noticiero Nacional de Televisión es desigual.

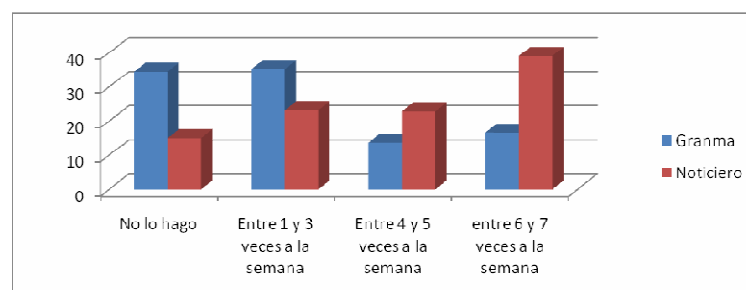


Gráfico 2 Frecuencia del consumo de los medios (Fuente: elaboración propia).

La observación participante en la realización de las encuestas y los resultados de los grupos focales mostraron que la accesibilidad constituye uno de los principales factores que inciden en el consumo mediático. Algunas personas manifestaron no leer el *Granma* debido a que sus informaciones no satisfacen los intereses informativos, o bien se mantiene una actitud poco favorable respecto al periódico o su contenido. Las inconveniencias expuestas se corroboran en los índices de consumo arrojados por las encuestas. Resulta significativo que de las 307 personas encuestadas, 106 (34,5 %) hayan manifestado no consumir nunca el periódico, este número solo es superado por los 108 (35,2 %) individuos que lo leen entre 1 y 3 veces a la semana. La frecuencia de uso del Noticiero Nacional de Televisión también guardó relación con el consumo.

Solamente 46 personas, que equivalen al 15 % del total, manifestaron no consumir nunca el noticiero. Las razones argüidas ante este comportamiento redundan en los factores de credibilidad, la insatisfacción de los intereses informativos y la actitud hacia las noticias internacionales. Contrario al *Granma*, el factor que más posibilita el consumo del Noticiero Nacional de Televisión es su accesibilidad de acuerdo con el horario en el que se transmite y que en casi todas las casas existe un dispositivo de televisión.

Comunicación interpersonal

Las dinámicas grupales y la observación participante revelaron que 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. A pesar de ello, los resultados de las encuestas apoyan que existe un nivel de diálogo significativo sobre temáticas internacionales. Esta afirmación se corrobora en que el 29,0 % (89 personas) confirmó que siempre comenta este tipo de asuntos y el 63,2 % (194 personas) mostró una frecuencia un tanto menor al seleccionar la opción a veces. Solamente 24 personas manifestaron que nunca o casi nunca conversan sobre estos asuntos. A pesar de que, como evidencian los resultados estadísticos expuestos, sí existe un nivel importante de comunicación interpersonal respecto a temáticas internacionales, el hecho de que la mayor cantidad de personas haya marcado la opción a veces, indica que existen temas más relevantes para someter a discusión, como demuestran las dinámicas grupales. De las cuestiones internacionales se tiende a hablar con más intensidad sobre aquellas que afectan directa o indirectamente la realidad del país o sobre las que Cuba tiene una participación activa.

Además, en las respuestas ofrecidas en las encuestas de por qué interesan las informaciones internacionales, varios individuos manifestaron su consumo exclusivamente como cultura general y para tener una opinión en las conversaciones. Los temas más recurrentes de la comunicación interpersonal concordaron con los tres más destacados de la agenda pública, por lo que puede afirmarse que existe una relación significativa entre la relevancia de los objetos agendados y lo que la gente comenta en los espacios públicos.

Interés por las noticias internacionales

La relación entre lo nacional y lo internacional trasciende, incluso, al 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 también depende

de las expectativas que sean capaces de generar los medios, de acuerdo con las gratificaciones en el público. Varias personas coincidieron en que la cobertura de los asuntos internacionales es insuficiente, o bien, no se tratan de la mejor forma. El descontento por el tratamiento de los temas internacionales afecta negativamente la atención hacia las noticias, la orientación de los intereses y, a la larga, a la fijación de la agenda. Lo expuesto coincide con la teoría, pues el interés se relaciona con el establecimiento de agenda, si los individuos se exponen a los medios de noticias con la finalidad de saciarlo (Vara, 2001: 70). Esto se manifiesta también en el descontento por la cobertura de asuntos desde encuadres negativos, a pesar de que, como se demostró en la composición de las agendas mediáticas, estos no han sido los más frecuentes en el periodo estudiado.

Los resultados de las técnicas permitieron comprobar la existencia de un sentimiento de compromiso social, que orienta el interés de los individuos hacia las informaciones internacionales. Este hecho se expresa en que el 81,8 % de las personas encuestadas manifestaron su interés hacia estos asuntos. Entre las respuestas escritas como justificación, figuró como la más importante la necesidad de mantenerse informado (58,6 %). Sobre esta cuestión, las dinámicas grupales revelaron que mantener altos grados de información resulta un valor indispensable para una gran parte de los individuos.

La segunda causa escrita corrobora de igual forma 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 (21,2 % de los encuestados). Además, el interés por las noticias internacionales está relacionado con la necesidad de información. Los temas seleccionados como más interesantes por los individuos en los grupos de discusión tuvieron grandes índices de coincidencia con aquellos señalados en las encuestas hacia los que existe mayor necesidad de orientación.

Actitud hacia las informaciones internacionales

La actitud de los individuos hacia las informaciones internacionales está estrechamente vinculada a la gratificación de sus intereses y expectativas. Los individuos, al referirse a este tipo de informaciones, tienden a no distinguir entre la que presenta uno u otro medio. El valor estadístico de la actitud de los individuos respecto a las informaciones de los medios estuvo entre ni favorable ni desfavorable (a partir del 60 %) y favorable (a partir del 80 %), al reunir el *Granma* un 66,4 % y el Noticiero Nacional de Televisión el 67 % de los puntos posibles. Estos resultados indican que la actitud hacia las informaciones internacionales presentadas por los medios estudiados no es del todo positiva, lo cual constituyó un mediador potencial en la forma en que se asimiló el contenido mediático durante el marco temporal de la investigación y, consecuentemente, en los valores

correlativos arrojados. La actitud hacia la tipología de temáticas abordadas explica y complementa las particularidades mostradas por el factor credibilidad.

Credibilidad de la información

La pérdida de credibilidad en el tratamiento de las informaciones nacionales ha afectado en gran medida la posición más o menos verídica con que se asume el tipo de noticias estudiadas. Lo anterior quedó demostrado en varias sesiones de los grupos de discusión. En sentido general, la información de los medios resulta creíble para la mayor cantidad de personas. En la encuesta, al referirse a la causa de por qué no se considera importante las noticias internacionales presentadas por los medios, solamente el 1,3 % (4 personas) expresó abiertamente no confiar, en términos de veracidad, en el contenido mediático. Sin embargo, esta confiabilidad se presenta a medias, pues en muchos casos se exterioriza el criterio de que en la calle existen rumores que preocupan al público, pero que los medios no tratan. Esta falta de cobertura a determinados temas tiende a influir en la actitud de los individuos hacia la credibilidad de los medios estudiados, pero no a inhibirla.

Varias personas en las sesiones de grupo coincidieron en que, amén de que ponían en duda el contenido de los medios, “no se tiene otra fuente para contrastar la información y no queda otra que creérsela y conformarse con lo que les dan en la televisión”. Lo expresado refuerza la influencia significativa de los medios formales de comunicación para el establecimiento de la agenda de temas no experienciales. Pero esto no quiere decir que los individuos muestren sentimientos de resignación al contenido de los medios, pues muchos manifestaron que quisieran “tener acceso a otras fuentes para contrastar la información”.

Necesidad de orientación

La aplicación de la encuesta permitió determinar los temas sobre los cuales estuvo centrada la necesidad de orientación en el periodo estudiado. Los resultados relacionaron un total de 22 categorías y temáticas específicas; a continuación se muestran los más mencionados.

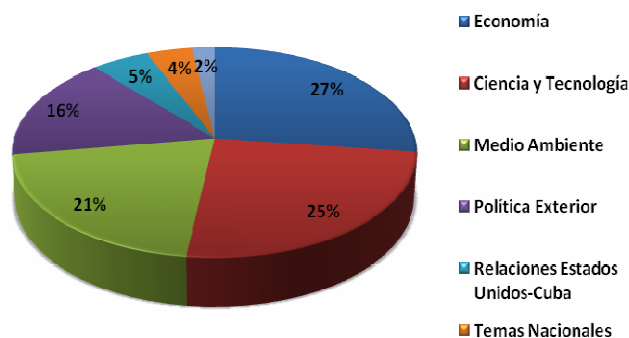


Gráfico 3 Temas sobre los cuales se tiene mayor necesidad de orientación (Fuente: elaboración propia).

En los temas mencionados puede afirmarse que la necesidad de orientación jugó un papel importante en su posicionamiento en la agenda pública. Al preguntar por qué se presentan vacíos cognoscitivos en los temas, existió una tendencia a relacionarlo con la manera en que pueden afectar la realidad nacional. Esto confirma la idea de que por lo general se tiene mayor interés, se conversa y se necesita orientación sobre los asuntos internacionales que puedan repercutir en el entorno experiencial de los individuos. En esta variable existió también una tendencia a enfocar temáticas que puedan cubrir la necesidad de evasión de los individuos (ciencia tecnología, 24,8 %, cultura 1,6 % y deporte 1,6 %), hecho que fue sugerido en las sesiones grupales y que demuestra la visión lúdica con que el público asume la información internacional. Resulta importante exponer en este tema que, a pesar de que la pregunta implementada especificó que solo se podían escribir temas internacionales, el 4,2 % de las personas escribió temas nacionales por “no necesitar información internacional, sino nacional, que es la que más le interesa a la población”, como sintetiza una de las respuestas.

De igual forma, el 6,2 % de los encuestados manifestó no necesitar ningún tema. En esta cuestión se mostraron dos respuestas fundamentales: la primera indica que los medios satisfacen todos los intereses y expectativas, y la segunda, que las noticias internacionales no interesan. En cambio, el 5,5 % manifestó que los medios debían profundizar en todas las categorías.

Variables demográficas

Varios autores afirman que las variables demográficas resultan menos importantes que las relacionadas con la conducta y las actitudes en el efecto de agenda *setting* (Casermeiro, 2004; Vara, 2001; Rodríguez, 2004). Sin embargo, en este estudio encontramos resultados que contradicen las generalizaciones de que las mujeres resultan más influenciables que los hombres (López-Escobar *et al.* 1996), cuya explicación solo es posible a través de la comprensión de las particularidades que intervinieron en la fijación de los temas. En este sentido, la correlación entre la agenda pública de los hombres y la agenda mediática general mostró una asociación entre objetos moderada (+0,454); en tanto, las mujeres acusaron un valor correlativo bajo (+0,359). En los grupos de discusión se pudo comprobar que parece existir un trasfondo cultural, que mantiene el ideal de que los hombres siempre deben estar informados como condición inherente a su masculinidad. Esta tendencia es más usual en personas mayores de 30 años. Al 64,8 % de los hombres le interesan las noticias internacionales para estar informados, en cambio, esta tendencia fue marcada por el 54,6 % de las mujeres. Si bien las diferencias estadísticas no resultan muy significativas los grupos focales sugieren que las mujeres muestran interés por este tipo de

noticias como cultura general (2,7 % de las encuestadas) y como evasión de las informaciones nacionales (0,5 % de cuestionario).

De igual forma que el uso de los medios, la comunicación interpersonal evidencia que las mujeres hablan menos sobre asuntos internacionales que los hombres. El 33,5 % de los hombres manifestó en las encuestas conversar siempre sobre estos temas, frente al 25,9 % de las mujeres. La mayor cantidad de las mujeres manifestó conversar a veces (65,9 %).

En cuanto a la ocupación, los resultados mostraron aún menos diferencias que entre los sexos. Una de las observaciones más importantes radica en la comunicación interpersonal: los jubilados, amas de casa y cuentapropistas tienden a hablar en mayor medida que los estudiantes y trabajadores, como se muestra en el gráfico siguiente.

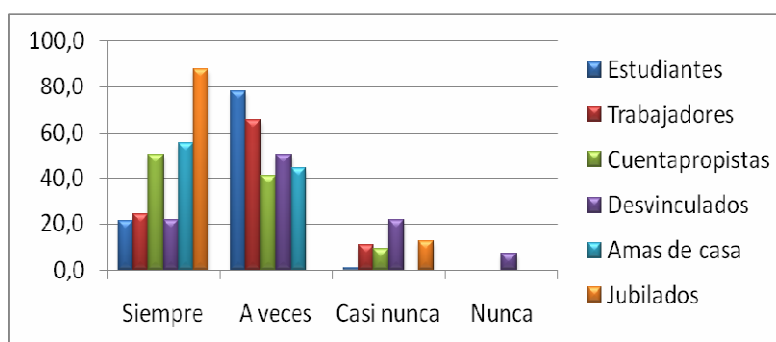


Gráfico 4 Frecuencia de la comunicación interpersonal según la ocupación (Fuente: elaboración propia).

En cuanto al nivel educacional, los resultados de las encuestas arrojaron que en un porcentaje discreto a las personas con mayor grado educativo (preuniversitario y universitario), les interesa más las informaciones internacionales que a los grupos restantes. Por último, en cuanto a la edad, las particularidades encontradas mostraron solamente ciertas dicotomías en el comportamiento del grupo entre 18 y 25 años respecto a los restantes. Las encuestas mostraron que el grupo mencionado tiende a conversar menos que los restantes sobre las temáticas estudiadas. A pesar de eso el 80,3 % manifestó haberlo hecho recientemente.

Conclusiones

Las agendas mediáticas de *Granma* y el Noticiero Nacional de Televisión entre enero y marzo de 2015 estuvieron compuestas casi en su totalidad por los mismos objetos y atributos. Las diferencias fundamentales entre las dos agendas radican en la jerarquización de los asuntos y los aspectos, hecho que demuestra su valor correlativo moderado. A pesar de estas diferencias en la

relevancia de objetos y atributos sustantivos, parece existir un mismo patrón para encuadrar los atributos afectivos. El agudo conflicto entre lo nacional y lo internacional (como particularización de la dicotomía experiencial y no experiencial) en ambos lados del proceso comunicativo afectó la asimilación de las temáticas internacionales. Este conflicto se manifiesta como mediador en la mayoría de los factores condicionantes del establecimiento.

Puede afirmarse que las condiciones contingentes en su conjunto mediaron en los valores correlativos presentados entre la agenda mediática del periódico *Granma* y el Noticiero Nacional de Televisión con la agenda pública durante el periodo estudiado. Como se profundizó en el presente informe, el establecimiento de la agenda de asuntos internacionales, aún y cuando constituyan temas no experienciales, no es un proceso unidireccional desde los medios. La operatividad de las condiciones contingentes en la fijación temática explica la influencia limitada de los medios analizados en el público.

Notas

(1) Las correlaciones marcadas (**) son significativas a nivel 0.01 bilateral

Bibliografía

- 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), Cuba: Universidad de La Habana.
- Casermeyro de Pereson, A. (2004), *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires* [en línea]. Buenos Aires: Educa. <<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/educa/medios-elecciones-agenda.pdf>>. [Consulta: 17 de noviembre de 2015].
- Castro Morales, Y. (2009), *Una nueva versión del mito del ying y el yang. Un estudio sobre la construcción del discurso periodístico sobre temas nacionales e internacionales del periódico Granma*, (Tesis de Licenciatura), Cuba: Facultad de Comunicación, Universidad de la Habana.
- 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.

- Dearing J. y E. Rogers (1996), *Communication Concepts 6: Agenda-setting*, Thousand Oaks.
- García, J. (2013), *Revolución, socialismo, periodismo*, La Habana: Pablo de la Torre.
- Hernández, R. (2010), *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Lang y Lang (1981), *Watergate: An exploration of the Agenda-Building process*, en Wilhoit, G. y de Bock, H. (eds.), CA, pp. 447-468. *Mass Communication Review Yearbook*, 2, Sage, Newbury Park.
- López-Escobar, E.; Llamas, J.; F. Rey (1996), "La agenda entre los medios: primero y segundo nivel", en *Comunicación y Sociedad*, Pamplona, vol. IX, n.º 1 y 2.
- McCombs, M. (2006), *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Barcelona: Paidós.
- Pole, K. (2009), "Diseños de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas", *Renglones*, n.º 60, pp.37-42.
- Rodríguez, R. (2004), "Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria", *Observatorio Europeo de Tendencias Sociales*, España.
- Rosabal y Gallego (2010), *Las cartas sobre la mesa. Un estudio sobre la relación entre la agenda mediática y la pública en Cuba: el caso Granma*. (Tesis de Licenciatura), Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Stusser, L. (2007), *De eso no se habla. Acerca de las representaciones sociales de la opinión pública en Cuba*, (Tesis de Licenciatura), Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- 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), Cuba: Universidad de La Habana.
- 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 la agenda building*, (Tesis Doctoral), Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra Pamplona.
- Vidal, J. (2006), *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Editorial Pablo de la Torre.