

Construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba. Propuesta de modelo sobre el funcionamiento de la agenda política

Construction of the media agenda in Santiago de Cuba.

Model proposal on the effectiveness of the political agenda

VIVIANA MUÑIZ ZÚÑIGA, RAFAEL FONSECA VALIDO Y
RUSLÁN GUERRA MARZO¹

La presente investigación propone un modelo que permita medir la agenda política en Santiago de Cuba, en relación con la agenda mediática; un camino inexplorado en el país. Así mismo, se determinan los procesos de construcción de la agenda en los medios de prensa provinciales de Santiago de Cuba, y los factores tanto internos como externos que inciden en el proceso.

PALABRAS CLAVE: Agenda política, construcción de la agenda, agenda mediática, Cuba, mediaciones.

This research proposes a model that will allow for the measurement of the political agenda in Santiago de Cuba, with regard to the media agenda, an as of yet unexplored field in the country. Likewise, the construction processes of the agenda in the provincial press outlets of Santiago de Cuba are determined, as well as the internal and external factors that have an impact on the process.

KEY WORDS: Political agenda, construction of the agenda, media agenda, Cuba, mediations.

¹ Universidad de Oriente, Cuba.

Correos electrónicos: vivita@uo.edu.cu, fonseca@uo.edu.cu y ruslangm@uo.edu.cu

Av. Patricio Lumumba s/n, C.P. 90100; Santiago de Cuba, Cuba.

INTRODUCCIÓN

Los investigadores McCombs y Shaw (1972) formularon en la década de los setenta del pasado siglo una teoría que explica cómo los medios de comunicación, y más específicamente las noticias, influyen en nuestras prioridades temáticas. Conocida como *agenda setting*, dicha teoría plantea entre sus postulados la capacidad de los medios de comunicación para fijar el orden de los temas prioritarios para las personas, y el poder sobre la valoración cualitativa de las noticias. A lo largo de sus más de 40 años de desarrollo ha atravesado por distintas fases, que comenzaron por los estudios de la transferencia de la relevancia de objetos (primer nivel de agenda), atributos (segundo nivel de agenda), las condiciones contingentes, y el efecto de agenda entre medios, que a su vez está contenido en la construcción de la agenda mediática.

Esta última representa una línea desarrollada a partir de los años ochenta y noventa, momento en que comenzaba a estudiarse, como cuarta fase de la teoría de la agenda setting, la agenda building (construcción de la agenda mediática), referida a la influencia de otros actores—principalmente políticos— en la fijación de la agenda de los medios. Según Cervantes (2001) fue considerada como “un paso atrás”, pues los investigadores “centran su atención en la fase previa a la transferencia de la agenda para estudiar su construcción dentro de los medios de comunicación” (p. 15). Esto evidentemente no quiere decir que la teoría haya retrocedido en su desarrollo, sino que desde el punto de vista teórico fue necesario recurrir a la génesis de la agenda mediática como componente esencial en el proceso de transferencia de temas.

Además, Cervantes (2001) considera que el proceso de construcción de la agenda mediática no debe concebirse alejado de la sociología de la producción de noticias, y del modelo de jerarquía de influencias (Shoemaker & Reese, 1994), que unido al modelo de las capas de la cebolla de McCombs (2006) permiten analizar a fondo los diferentes factores que inciden en la relación entre la agenda política y la mediática.

La consonancia entre la agenda mediática y la pública ha sido hasta ahora un camino investigativo fructífero en Cuba con más de una decena de estudios de pregrado realizados hasta el momento (Colunga, 2011; Gallego & Rosabal, 2010, entre otros), no siendo así en el caso

de la correlación entre la agenda política y la agenda mediática, cuya dinámica no se ha descrito en profundidad. La determinación y estudio de la primera constituye aún una asignatura pendiente desde el punto de vista teórico-metodológico en la Isla.

PERTINENCIA DEL ESTUDIO

La pertinencia de este objetivo viene dada por las particularidades del sistema político cubano y su relación con la agenda mediática. Es preciso tener en cuenta que la influencia extramediática de las fuentes de información políticas e institucionales en los medios nacionales y provinciales se manifiesta con características específicas, debido a que el trabajo periodístico se rige por una política informativa elaborada por el Partido Comunista de Cuba (PCC) como órgano rector de la prensa cubana, en la que profundizaremos posteriormente. Dicha política podría considerarse como “la traducción de la agenda del sistema político a la prensa” (García Luis, 2013, p. 15) hallándose incidida transversalmente por el compromiso de los periodistas cubanos con la revolución, la relación fuente/periodista, la responsabilidad de éstos con la audiencia, la superación profesional y la transmisión de una información crítica, objetiva y profunda.

El autor García Luis (2013) señala en un texto que consideramos medular en la explicación de la relación entre el sistema político y los medios en Cuba, que “se percibe con claridad que los medios, en nuestro caso, son parte del sistema político y que prevalece, como regla, una relación unívoca –de dependencia– entre éste y la prensa” (p. 119). Esta particularidad es muy importante a la hora de valorar la influencia de la agenda política en la mediática.

Por otro lado, una gran parte de los estudios sobre construcción de la agenda –detallados por Vara (2001)– se han realizado en escenarios electorales, algo que resultaría poco operativo en las provincias cubanas porque en el país no se llevan a cabo campañas de ese tipo, con las características que poseen en el nivel internacional.

Una investigación que pretenda determinar los procesos de construcción de la agenda en los medios cubanos debe necesariamente tomar en cuenta estas peculiaridades, ya que la relación entre la agen-

da política y la agenda mediática no se da al margen de un contexto sociopolítico, el cual influye en la naturaleza de ese intercambio.

Por ello es preciso elaborar un modelo que explique el funcionamiento de la agenda política en Santiago de Cuba en relación con la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales. Además, consideramos que dadas las características similares que posee el funcionamiento del sistema de prensa territorial cubano, los resultados aquí presentados podrían tener una extensa aplicación en el resto de las provincias cubanas.

METODOLOGÍA

En el presente estudio se pretende elaborar un modelo que explique el funcionamiento de la agenda política en Santiago de Cuba respecto de la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales. Este propósito está fundamentado en la necesidad de explicar el funcionamiento de la agenda política en las provincias como elemento metodológico para realizar estudios sobre agenda setting en Cuba. Para ello fue necesario realizar tres pasos previos a la elaboración del modelo:

1. La determinación del proceso de construcción de la agenda mediática en los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba.
2. La demarcación de las correlaciones entre objetos y atributos de las agendas política y mediática.
3. La caracterización de las condicionantes que inciden en el proceso de conformación de las prioridades temáticas de dichos medios.

Esa secuencia de hallazgos permitió establecer la estructura del modelo que proponemos en el presente estudio.

El asumir un diseño mixto permite —a través de la obtención de datos cuantitativos y cualitativos— realizar un análisis integrado y arribar a conclusiones más enriquecedoras partiendo de la triangulación de procedimientos. Se utilizaron métodos como el de análisis/síntesis e inductivo/deductivo, además de diferentes técnicas como la investigación bibliográfico/documental que posibilitó recopilar información sobre la construcción de la agenda mediática en Cuba; la observación

participante, a través de la cual se pudo recabar información de la realidad partiendo de lo observado, y la entrevista a informantes clave, lo que permitió establecer el comportamiento y el criterio de los entrevistados respecto de las mediaciones que intervienen en la construcción de la agenda. Así mismo, se realizaron encuestas a periodistas en los medios seleccionados y un análisis de contenido, cuya muestra abordaremos posteriormente.

Para el procesamiento de los datos se hicieron cálculos de porcentajes y la comparación entre ellos. También se utilizó el coeficiente de correlación por rangos de *Spearman*, una medida de correlación (asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas, cuyos resultados oscilan entre los límites +1 y -1. El valor 0 indica que no existe relación entre las variables, en tanto el valor +1 señala que existe una correlación perfecta positiva, y -1 una correlación negativa perfecta (conocida también como inversa).² El coeficiente fue calculado utilizando el SPSS (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales), versión 11.5.

El estudio se subdividió en dos etapas de recolección de datos:

Primera etapa (2013)

Esta fase determinó cómo se construye la agenda mediática en los tres medios de prensa provinciales; se evaluó la correspondencia entre objetos y atributos de la agenda política y la agenda mediática, y se establecieron los factores internos y externos que inciden en el procedimiento.

Para definir el proceso de construcción de la agenda mediática se realizaron observaciones participantes en reuniones, encuentros del PCC con los medios, y otras actividades que permitiesen delimitar criterios comunes, como entrevistas a funcionarios del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC (E. Labrada, comunicación

² Algunos estudios de agenda setting en Cuba (Colunga, 2011; Gallego & Rosabal, 2010) refieren que como los valores negativos indican una correlación inversa (cuando crece X decrece Y), esto significa en el caso de las agendas que existe una relación distante, por lo que solo se toman los valores positivos. Los autores de este estudio estamos de acuerdo con dicho planteamiento, ya que permite discernir mejor la relación entre agendas.

personal, 15 de febrero, 2013; J. G. López, comunicación personal, 20 de enero, 2013); además fueron encuestados y entrevistados los periodistas y directores de los tres medios provinciales de Santiago de Cuba.

Las agendas de los medios que integran el estudio se conformaron a partir de los contenidos publicados en los trabajos periodísticos sobre temas provinciales divulgados durante los meses de enero, febrero y marzo del año 2013.

Dichos temas fueron seleccionados a partir de investigaciones que se desarrollaron en Cuba sobre la agenda mediática en relación con la agenda pública (Colunga, 2011; Gallego & Rosabal, 2010, entre otros), teniendo en cuenta que no existen investigaciones previas que aborden la transferencia temática desde la agenda política hacia la agenda de los medios en el país. Debido a los objetivos de la investigación se consideró pertinente excluir del análisis las temáticas culturales y deportivas, que al no constituir temas prioritarios en la agenda pública, no son priorizados por la agenda mediática (Colunga, 2011; Gallego & Rosabal, 2010).

Así, se evaluaron 24 objetos presentes en las agendas mediáticas de los tres órganos de prensa provinciales: la emisora radial (CMKC Radio Revolución), el periódico semanal (*Sierra Maestra*) y el telecentro (Tele Turquino). Del primero y segundo medios se tomaron 100% de los trabajos periodísticos que pertenecieran a dichos objetos: del programa informativo diario “Reportes” (184 trabajos) y de las publicaciones del semanario (73 trabajos), así como de los espacios informativos de telecentro (124 trabajos), durante el periodo de tiempo mencionado.

Para el análisis de contenido se contabilizaron en una tabla la cantidad de menciones para cada objeto.³ En el caso de los atributos se procedió de forma similar, especificando la cantidad de alusiones sustantivas (los subtemas específicos de cada objeto) y afectivas (positivas, neutras y negativas).

³ Para la determinación final de las prioridades en las agendas mediáticas se tomaron en cuenta la cantidad de menciones, el espacio en líneas y el tiempo en minutos, así como la aparición en titulares; características que coinciden (Casermeiro, 2004; Gallego & Rosabal, 2010).

Con estos datos se conformó una agenda mediática completa en la que se cruzaron los resultados del análisis de contenido realizado a las agendas de los medios por separado. La agenda política se obtuvo a través de un análisis de contenido a los planes temáticos mensuales que el PCC enviaba a los medios, y a las reuniones semanales del PCC provincial con los periodistas.

Segunda etapa (2014)

Partiendo de los resultados de la primera etapa se realizó la propuesta del modelo para profundizar en el proceso de construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba. Luego, se analizó la agenda del periódico semanal *Sierra Maestra* en distintos periodos de tiempo, siempre tomando 100% de los trabajos periodísticos publicados para demostrar la temporalidad de las dimensiones del modelo.

CONSIDERACIONES TEÓRICAS

La agenda building y la sociología de la producción de noticias

Para Rodríguez (2004) la agenda política:

Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública (p. 22).

Esta autora refiere que:

No son muchos los estudios de *Agenda Setting* que se han centrado en esta agenda debido a su complejidad, ya que son numerosas las variables que hay que tener en cuenta. Por el contrario, es más frecuente ver el proceso a la inversa (p. 22).

Para los políticos, los medios de comunicación aparecen como el principal vehículo –más barato, rápido y masivo– para llegar al público con sus mensajes, desplazando en este rol al papel que alguna vez jugaron los partidos políticos (Porath, 2007). En este sentido Gans (1979)

explica que la relación entre fuentes políticas y medios se asemeja a un tango, en el que es difícil decidir cuál de los actores lleva el paso en determinado momento.

Gomis (1991) y Grossi (citado en Alsina, 1993) hacen referencia a los intereses bilaterales entre agendas a partir de la función del sistema político como productor/suministrador de hechos noticiosos; señalan que las agendas, programas y planes de los órganos políticos están trazados en función de promover sus intereses, por tanto motivados por la información pública.

La agenda building, como fase de la teoría de la agenda setting, está basada en gran medida en estos postulados al estudiar la influencia de las fuentes externas, principalmente políticas, sobre el proceso de conformación de la agenda mediática, evolucionando desde el planteamiento del modelo de las capas de la cebolla (Casermeiro, 2004) que explica algunos factores que median en la relación agenda política/agenda mediática, hasta la visión del presidente como agenda setter⁴—estudios detallados por Vara (2001)—. Así mismo, investiga los diferentes elementos internos y externos que median en dicha relación. En este sentido tomamos como referencia la sociología de la producción de noticias y el modelo de jerarquía de influencias de Shoemaker y Reese (1994), pues consideramos que permite realizar la vinculación de la construcción de la agenda en los medios, además de presentar de forma jerárquica un conjunto de influencias que van desde el nivel ideológico a otros “macro”, hasta el componente individual, donde cada nivel es inclusivo del inmediato inferior.

Los investigadores (Shoemaker & Reese, 1994) aluden en el plano individual a la experiencia de los individuos que se desempeñan en el medio y tienen en cuenta los factores intrínsecos de cada trabajador. Sostienen que el conocimiento o *background* de un periodista, sus características personales, valores, actitudes políticas, orientaciones profesionales y concepciones acerca de su papel en los medios, afectarán el producto final, y esta influencia será mayor en correspondencia con

⁴ Aunque no se encontró una definición clara para este término, es posible observar que está asociado a la capacidad de determinados actores en influir notablemente en el proceso de establecimiento de la agenda mediática.

la jerarquía que tenga en la organización periodística. Por ello, consideramos pertinente incluir en este nivel elementos esenciales para el desempeño de la profesión, como la superación, referida a la intención que tiene el periodista en materia de crecimiento profesional, y la búsqueda de cursos o diplomados que lo fortalezcan en la práctica.

En el nivel de las rutinas productivas se hace referencia a la relación entre las dinámicas que caracterizan el proceso de producción de noticias al interior del medio y el contenido que llega a las audiencias (Reese, 1999). Se destacan las rutinas de los redactores, por ser las más visibles, abiertas al acceso y atención de los investigadores.

Así mismo, el nivel organizacional se refiere al nivel de complejidad del medio como empresa que posee límites y objetivos definidos; se compone de partes interdependientes y sus miembros –estructurados en forma burocrática– realizan funciones especializadas en determinados puestos. Además se hace alusión a la procedencia de los individuos que en él se desempeñan y a las características de sus directivos.

Por otra parte, el nivel extramediático contiene la influencia del contexto social en el que se desenvuelve un medio, la zona geográfica a la que brinda cobertura y las relaciones con los informadores; aspectos todos que determinan el accionar de la organización informativa. Aquí se incluyen las fuentes de ingreso (anunciantes y audiencias), otras instituciones sociales (empresas o gobierno), el ambiente económico y la tecnología.

El nivel ideológico concentra a todos los demás, por lo que representa un macro nivel en el modelo (Shoemaker & Reese, 1994), ya que comprende el sistema de creencias y precisamente, ideologías, que subyacen en el trabajo de los medios de comunicación. Como puede advertirse, en la jerarquía según la cual Shoemaker y Reese disponen los elementos que influyen en el proceso de producción de noticias y en los contenidos que reciben las audiencias, se deja bien claro que el contenido de los medios es el resultado de la intervención de actores y prácticas mediáticas, y no un reflejo exacto de la realidad objetiva. Se considera que la imbricación entre las teorías que sustentan la agenda building y los presupuestos planteados desde la sociología de la producción de noticias permite crear una base teórica para la caracterización de las influencias ejercidas por las mediaciones en el proceso de

construcción de la agenda en los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba.

MEDICIÓN DE LA AGENDA POLÍTICA EN ESTUDIOS PRECEDENTES

Walgrave y Van Aelst (2004) reflexionan sobre las opciones para medir la agenda política, insistiendo en que se debe discernir:

Qué nivel de gobierno será analizado, en torno a qué asunto, qué actor político—ya que cada uno posee sus propias reglas y su lógica—, cuál será el indicador de notoriedad o importancia, y, qué período de tiempo será analizado —período electorales o no electorales— (Petrone, 2009, p. 4).

Según Walgrave y Van Aelst (2004) entre estos elementos “la notoriedad es concretamente primordial, pues remite a la diferenciación entre la agenda política simbólica y sustancial” (pp. 7-8). Los estudios que tuvieron en cuenta el primer caso encontraron una relación alta, a diferencia de los que investigaron el segundo caso.

Estos autores emplearon diferentes materiales para determinar la agenda política, los cuales consideramos importante mencionar dada la inestable y aún insuficiente metodología para determinar la agenda política en Cuba, de forma tal que estos planteamientos sirvan como base para nuestro modelo. Entre los más utilizados figuran: los pronunciamientos públicos del presidente, el contenido de discursos, las menciones en las sesiones del congreso o en las actas de comisiones, los manifiestos de partidos, entre otros (Walgrave & Van Aelst, 2004).

RESULTADOS

Primera etapa: construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba

Proceso de construcción de las agendas mediáticas. Para determinar cómo se construye la agenda mediática en los medios provinciales santiagueros se llevó a cabo una observación participante a la dinámica

de funcionamiento de los medios estudiados respecto del PCC, lo cual se cotejó con entrevistas realizadas a periodistas y a funcionarios que trabajan con la prensa en la organización (E. Labrada, comunicación personal, 15 de febrero, 2013).

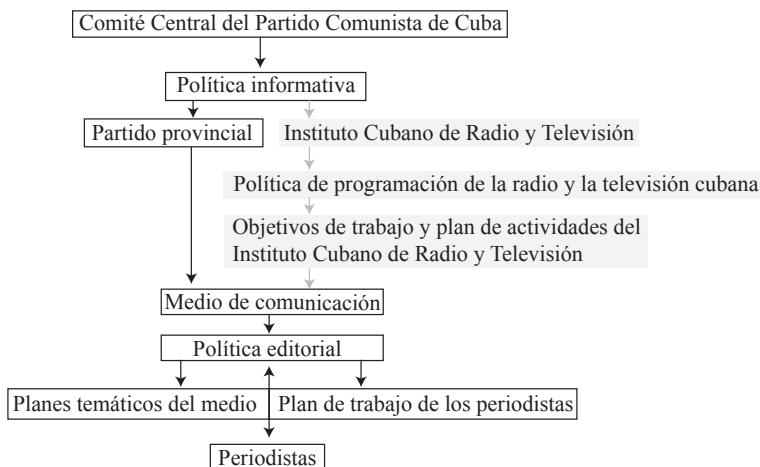
El proceso de construcción de la agenda para la prensa impresa, la radio y la televisión provinciales comenzó por el Buró Político del Comité Central del PCC, encargado de trazar los objetivos anuales del trabajo político-ideológico, a través de los cuales se encamina todo accionar de las organizaciones y el Estado cubano.

Para esta primera parte del estudio, realizada en el año 2013, los objetivos del trabajo político-ideológico se aprobaron durante la primera Conferencia Nacional del PCC, efectuada en el año 2012. Estas directrices macro conforman la política informativa⁵ –base programática de la prensa cubana– y se trazan en las instancias nacionales del PCC. Dicha política es la que dirige la labor de los medios cubanos en todos los niveles, desde el punto de vista temático, al proponer líneas generales de trabajo que luego son adaptadas a los intereses y formatos de cada medio de comunicación.

La política informativa es adecuada por los niveles de provincia y municipio, y finalmente concretada o readecuada por la dirección del medio y los colectivos periodísticos en cada órgano de prensa. En el caso de la radio y la televisión, el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) conforma a partir de esta política general la llamada Política de Programación para Radio y Televisión. Este documento sirve de base a otro, “Objetivos de trabajo y plan de actividades del Instituto Cubano de Radio y Televisión”, el cual contiene algunas coberturas a realizar por los periodistas, así como actividades dirigidas a los cuadros del PCC, directivos y responsables de acometer diversas tareas organizativas. Esta parte del procedimiento la resaltamos en tono gris en la Figura 1, lo cual permite visualizar el proceso de construcción de las

⁵ La política informativa no está contenida en un solo documento que resuma su grado de alcance, sino que es producto de directrices generales –cuyas bases fueron establecidas desde el Primer Congreso del PCC en 1975– que sirven de guía para el trabajo de la prensa, aunque se modifique la forma en que se aplica y las herramientas para hacerlo.

FIGURA 1
 PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA EN
 LOS ÓRGANOS DE PRENSA PROVINCIALES DE SANTIAGO DE CUBA



Fuente: Elaboración propia.

Los directores de cada medio reciben dichos documentos y adaptan estas líneas generales a las características y objeto social de cada uno, conformando la política editorial.⁶ A partir de este punto se trazan los planes temáticos mensuales del órgano y se confeccionan los planes de trabajo de los periodistas, quienes participan en el proceso enviando sus propuestas.

El plan temático mensual del órgano y el plan de trabajo de los periodistas son documentos que contienen las coberturas o trabajos periodísticos a realizar durante un mes determinado. En él aparecen los intereses de los periodistas en función de los comunicados de prensa y las orientaciones de las fuentes de información, así como los contenidos

⁶ Definida por tres elementos esenciales: el perfil editorial del órgano, la carta de estilo y la planificación temática; todo ello sobre la base de la política informativa.

que provienen del público directamente. Aunque pudiera parecer complejo, este proceso de construcción de la agenda en los medios estudiados funciona de forma rápida y organizada, permitiendo incluir entre las prioridades asuntos que son de interés –sobre todo para las fuentes de información– como se constató a través de las técnicas utilizadas.

Según las entrevistas a los periodistas y el análisis que se realizó partiendo de la observación participante, podemos decir que la política informativa y las adecuaciones realizadas posteriormente proporcionan los objetos a los medios de comunicación; los temas más importantes a colocar en la agenda. Además, en varias ocasiones, también procuran los atributos en sus dimensiones –sustantiva y afectiva–, al destacar determinados rasgos de un objeto por encima de otros, así como la necesidad de una valoración positiva del mismo.

Relación entre objetos y atributos en la agenda política y las agendas mediáticas. Según el análisis de contenido realizado a los planes temáticos mensuales que el PCC envió a los medios y las reuniones semanales que se sostuvieron con los periodistas, los objetos que encabezaron la agenda política fueron agricultura (13.4%), gobierno y administración (12.1%), industria (8.9%), defensa civil (8.3%), educación (6.4%) e higiene comunal (5.7%). La Tabla 1 –jerarquizada según los objetos de la agenda política– muestra como éstos aparecen entre los 12 primeros de los 24 totales que figuran en la agenda mediática general, obtenidos a través de la sumatoria de las tres agendas de los medios provinciales estudiados. La correlación entre los objetos de la agenda política y la agenda mediática general resultó alta (0.66),⁷ lo que denota la transferencia de temas desde la primera hacia la segunda. Se observa también la cantidad de menciones por objetos que conforman las agendas de los tres medios estudiados de manera separada, así como la agenda mediática general.

Aunque todos los objetos de la agenda política estuvieron presentes en la mediática, no figuraban en el mismo orden de prioridad en ambas, lo que demuestra que cada medio tiene la libertad de colocar entre los asuntos primeros de su agenda la temática que considere oportuna.

⁷ Esta correlación es significativa en el nivel 0.01 bilateral.

TABLA 1
 OBJETOS DE LA AGENDA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PROVINCIALES
 DE SANTIAGO DE CUBA DURANTE 2013

Objetos	Agenda política		Tele Turquino		<i>Sierra Maestra</i>		Emisora CMKC		Agenda mediática general	
	Menciones	Porcentaje	Menciones	Porcentaje	Menciones	Porcentaje	Menciones	Porcentaje	Menciones	Porcentaje
Agricultura	21	13.4	12	9.7	1	1.4	18	9.8	31	8.1
Gobierno y administración	19	12.1	5	4.0	5	6.8	10	5.4	20	5.2
Industria	14	8.9	11	8.9	4	5.5	15	8.2	30	7.9
Defensa civil	13	8.3	6	4.8	4	5.5	7	3.8	17	4.5
Educación	10	6.4	11	8.9	5	6.8	26	14.1	42	11.0
Higiene medioambiental y comunal	9	5.7	7	5.6	6	8.2	8	4.3	21	5.5
Gastronomía y servicios	8	5.1	8	6.5	5	6.8	10	5.4	23	6.0
Historia	8	5.1	15	12.1	7	9.6	15	8.2	37	9.7
Vivienda y construcción	8	5.1	4	3.2	1	1.4	7	3.8	12	3.1
Economía	7	4.5	2	1.6	6	8.2	11	6.0	19	5.0
Organizaciones de políticas y de masas	7	4.5	10	8.1	6	8.2	14	7.6	30	7.9
Política	6	3.8	9	7.3	7	9.6	5	2.7	21	5.5

Salud pública	6	3.8	10	8.1	8	11.0	19	10.3	37	9.7
Comunicaciones	5	3.2	2	1.6	1	1.4	9	4.9	12	3.1
Trabajo y seguridad social	5	3.2	1	0.8	1	1.4	0	0.0	2	0.5
Fuerzas Armadas Revolucionarias/ Ministerio del Interior	4	2.5	5	4.0	2	2.7	4	2.2	11	2.9
Transporte	4	2.5	2	1.6	2	2.7	4	2.2	8	2.1
Acueducto	2	1.3	0	0.0	0	0.0	2	1.1	2	0.5
Flora y fauna	1	0.6	1	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3
Comercio interior	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	1	0.3
Energía	0	0.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3
Hotelería y turismo	0	0.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3
Problemas sociales	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	1	0.3
Religión	0	0.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3
Total	157	100.0	124	100.0	73	100.0	184	100.0	381	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Además, en la agenda mediática general aparecen objetos que no provienen de la agenda política, como comercio interior, energía, hotelería y turismo, y problemas sociales. La religión también figuró en los medios, aunque es considerada un *event*, que no se aborda de manera sistemática entre los temas fijos que están normalmente en la agenda, pues solo tuvo una mención por Tele Turquino.

Para evaluar la dimensión sustantiva de los objetos, se estudiaron 148 atributos que conformaban las agendas mediáticas y la agenda política en el periodo seleccionado. De esos atributos aparecieron en la agenda mediática general y la agenda política el plan turquino, la producción de cultivos varios, el trabajo de la prensa, la recuperación del huracán Sandy, los eventos científicos, los actos y ceremonias militares, la conmemoración de efemérides, la zafra azucarera y el proceso electoral en la provincia, entre otros. Es importante destacar que la transferencia de los atributos en la dimensión sustantiva ocurre principalmente cuando el objeto en cuestión tiene que ver de forma directa con conquistas sociales o logros del proyecto cubano, como la educación y salud pública. En este sentido, la correlación de la dimensión sustantiva de los atributos fue moderada (0.53),⁸ lo que denota en menor medida la transferencia de atributos en esta dimensión.

En otra dirección, aunque la dimensión afectiva se comportó de manera similar en las agendas estudiadas, los porcentajes de tratamientos positivos a asuntos socialmente más demandados –la higiene medioambiental y comunal (33.3% en la agenda mediática; 100% en la política) y la economía (42.1% en la agenda mediática; 100% en la política)– se encuentran distantes en las agendas mediática y política, donde la primera tiende a criticar lo que la segunda ensalza en ocasiones. La correlación de los atributos en la dimensión afectiva entre la agenda política y la agenda mediática general fue baja (0.22) para las menciones positivas, y nula (-0.09) para las menciones neutras. En la dimensión afectiva negativa no se pudo calcular la correlación por la ausencia de menciones de este tipo en la agenda política.

⁸ Las correlaciones 0.53, 0.22 y -0.09 son significativas en el nivel 0.05 bilateral.

La Tabla 2 muestra el porcentaje de atributos y sus menciones positivas, neutras y negativas en la agenda política y la agenda mediática general respectivamente.

Por tanto, puede decirse que la agenda política y mediática en Santiago de Cuba comparten objetos, o sea, temas generales, y atributos en la dimensión sustantiva, pero las valoraciones en ambas son distintas. Aunque la Tabla 2 nos revela porcentajes semejantes para las menciones positivas y neutras, evidentemente el orden de aparición de los objetos en este sentido no es similar.

Influencias en la construcción de las agendas mediáticas analizadas.

En cuanto a las influencias internas se determinó que:

1. *Nivel individual:* Los periodistas santiagueros consideran que esta profesión se debe esencialmente al pueblo, y que su tarea principal es informar de forma veraz y objetiva. Explican además, que la autosuperación, cuya definición abordamos en el apartado teórico, es un elemento importante en la labor que realizan, sobre todo en Internet.
2. *Nivel procedimientos de los medios:* Los periodistas desconocen en su mayoría los conceptos “política informativa” y “política editorial” –en la emisora y el telecentro– lo cual se debe a la inexistencia de un documento único que recoja las disposiciones y empleo de ambos conceptos. Por esta razón el Consejo Editorial (reunión entre los directivos del medio y los periodistas) no funciona como un espacio para el debate de ambas políticas, la sugerencia de temas y la discusión de problemas que afecten la práctica. Además, los periodistas consideran que sus propuestas de trabajo no serán tenidas en cuenta debido a que los intereses partidistas están primero, lo que propicia una marcada autolimitación.
3. *Nivel organización:* Los periodistas señalaron que se debe lograr una comunicación directivos/subordinados abierta, abogaron por la capacitación de los directivos, pues en algunos casos quienes controlan la aplicación de la política editorial no tienen la preparación suficiente para hacerlo; particularidad señalada en el caso del telecentro y en menor medida, en la emisora.

AGENDA DE ATRIBUTOS (DIMENSIÓN AFECTIVA) EN LA AGENDA POLÍTICA Y LA AGENDA MEDIÁTICA GENERAL

Objetos	Dimensión afectiva agenda política					Dimensión afectiva agenda mediática								
	Positivo	Neutro	Porcentaje	Negativo	Porcentaje	Positivo	Neutro	Porcentaje	Negativo	Porcentaje				
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje				
Acueducto	0	0.0	2	100.0	0	0.0	2	50.0	1	50.0	0	0.0	2	
Agricultura	15	71.4	6	28.6	0	0.0	21	30	96.8	1	3.2	0	0.0	31
Comercio interior	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1
Comunicaciones	5	100.0	0	0.0	0	0.0	5	11	91.7	1	8.3	0	0.0	12
Defensa civil	9	69.2	4	30.8	0	0.0	13	14	82.4	3	17.6	0	0.0	147
Economía	7	100.0	0	0.0	0	0.0	7	8	42.1	11	57.9	4	21.1	19
Educación	10	100.0	0	0.0	0	0.0	10	39	92.9	3	7.1	0	0.0	42
Energía	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1
Fuerzas Armadas	3	75.0	1	25.0	0	0.0	4	7	63.6	4	36.4	0	0.0	11
Revolucionarias/Ministerio del Interior														
Flora y fauna	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1
Gastronomía y servicios	4	50.0	4	50.0	0	0.0	8	21	91.3	2	8.7	1	4.3	23
Gobierno y administración	9	47.4	10	52.6	0	0.0	19	13	65.0	7	35.0	0	0.0	20

Higiene medioambiental y comunal	9	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	7	33.3	14	66.7	4	19.0	21
Historia	8	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	33	89.2	4	10.8	0	0.0	374
Hotelería y turismo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1
Industria	9	64.3	5	35.7	0	0.0	14	17	56.7	13	43.3	5	16.7	30	30	30
Organizaciones políticas y de masas	6	85.7	1	14.3	0	0.0	7	21	70.0	9	30.0	0	0.0	0	0.0	30
Política	5	83.3	1	16.7	0	0.0	6	18	85.7	3	14.3	0	0.0	0	0.0	21
Problemas sociales	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	1
Religión	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	1
Salud pública	4	66.7	2	33.3	0	0.0	6	21	56.8	16	43.2	2	5.4	2	5.4	37
Trabajo y seguridad social	0	0.0	5	100.0	0	0.0	5	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	2
Transporte	0	0.0	4	100.0	0	0.0	4	7	87.5	1	12.5	0	0.0	0	0.0	8
Vivienda y construcción	8	100.0	0	0.0	0	0.0	8	10	83.3	2	16.7	1	8.3	1	8.3	12

Fuente: Elaboración propia.

Sobre las influencias externas se determinó que:

4. *Nivel extramedios*: En este aspecto se consideró la relación de los medios con el PCC, y con otras fuentes de información institucionales. En el primer caso se determinó que la orientación temática es necesaria y acertada, aunque es preciso una mejor preparación de los funcionarios que laboran con la prensa, en aras de poder comprender más las dinámicas de los medios. En cuanto a las fuentes de información precisaron que a pesar de que existen numerosas fuentes que agilizan el trabajo, persisten el silencio y el secretismo de otras que obstaculizan su obtención.
5. *Nivel ideológico*: Tanto periodistas y directivos, como muchos funcionarios del PCC que controlan su labor, están permeados por ideas congruentes con lo planteado por el profesor García Luis (2013), acerca del síndrome de “plaza sitiada”. Así lo explica García Luis (2004): “La psicología de país sitiado y en constante peligro, crea el temor de que cualquier cosa que digamos se malinterprete o sirva a esa agresión” (p. 86). Bajo este tamiz se refugian fuentes de información institucionales y los periodistas para hacer críticas en determinadas ocasiones, como se reveló en las entrevistas realizadas y en otros estudios que abordan este nivel de influencia (Gallego & Rosabal, 2010).

Segunda etapa: estructura de la agenda política

Partiendo de los resultados explicados se decidió perfeccionar el análisis acerca de la construcción de la agenda mediática, determinando los elementos que conforman la agenda política; que en el caso cubano no debe verse de forma homogénea, sino como un sistema integrado por varios factores que le otorgan un corpus operativo.

Modelo de conformación de la agenda política en Santiago de Cuba.

Para explicar el modelo que hemos diseñado, partiremos de los componentes identificados a partir de las entrevistas a funcionarios del PCC en la provincia (E. Labrada, comunicación personal, 10 de marzo, 2014) y a los periodistas de los medios seleccionados, así como el resultado de la observación participante en las reuniones y otros encuentros de la organización política con los medios en Santiago de Cuba.

De la aplicación de las técnicas determinamos tres partes que componen la agenda política en Santiago de Cuba:

1. Una agenda de temas que se transmiten por los medios de comunicación, como discursos presidenciales, plenos y asambleas del PCC en todos los niveles, y otras informaciones que provienen del alto mando en el país. A esta agenda la llamamos *agenda política mediada*.
2. Una agenda interna al PCC, que contiene las orientaciones que regulan el funcionamiento interno de la organización y que también influyen de manera directa e indirecta en el establecimiento de los temas prioritarios para las agendas de los medios. Nos referimos a documentos, procedimientos que permiten el funcionamiento del PCC, y que pueden transferirse a la agenda de los medios. A esta agenda la llamamos *agenda política interna*.
3. Una agenda “de salida” temática –y en ocasiones de entrada–, que permite canalizar las dos anteriores y que posee su propio mecanismo de funcionamiento en relación con el medio de comunicación, la agenda de fuentes⁹ y la agenda pública. A esta agenda, que es el canal principal por el cual salen los temas desde la agenda política hacia los medios, la llamamos *agenda política de afectaciones*. Este nombre se debe a que en las reuniones y en la rutina propia del trabajo de los periodistas con los políticos, las orientaciones temáticas se conocen como “afectaciones”. Las afectaciones son en realidad las coberturas periodísticas y los temas orientados por los políticos, las instituciones y el público.

⁹ La agenda de fuentes puede definirse como las prioridades temáticas que seleccionan las fuentes informativas de los hechos reales de su cotidianidad para ser difundidos. Esto quiere decir que las fuentes no informan a los medios de comunicación acerca de todo su acontecer, sino de una selección de esos temas que ameritan ser publicados (Gomis, 1991). Esta agenda incluye también las prioridades del organismo rector del medio, en el caso de la radio y la televisión, subordinadas al ICRT. Por el grado de interrelación que tienen la agenda política y la de esa institución, es posible considerarla una parte importante dentro de la agenda de fuentes.

En el modelo aparecen los temas de la agenda pública, ya que los periodistas y los funcionarios como actores sociales no se mantienen al margen del criterio del pueblo, como tampoco lo hace el PCC, el cual tiene conocimiento de la opinión pública, y la hace llegar a los medios.

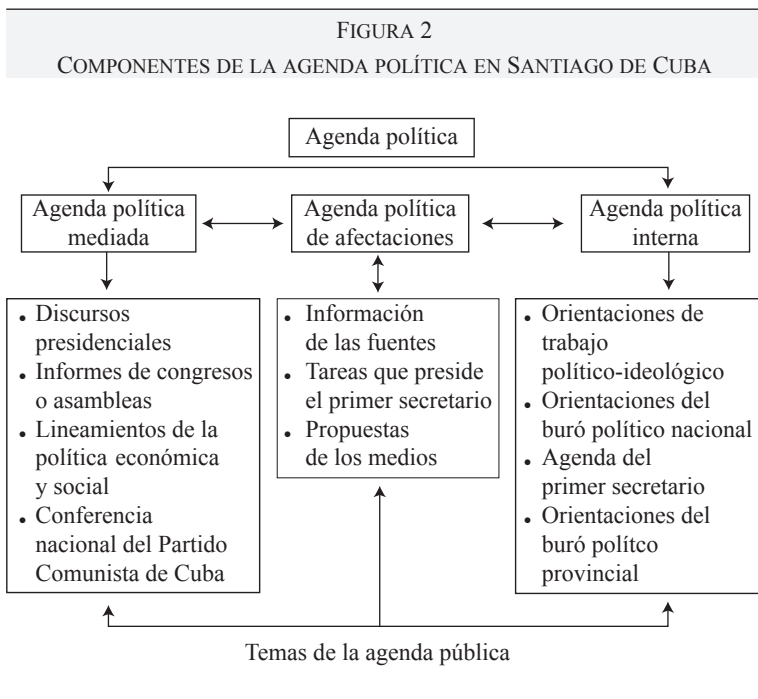
Utilizando como técnica principal la entrevista a informantes clave en el tema (E. Labrada, comunicación personal, 10 de marzo, 2014; J. G. López, comunicación personal, 5 de abril, 2014) y la observación participante, se determinó que la agenda política de afectaciones funciona a través de la siguiente estructura:

- La dirección del PCC se reúne con las fuentes o instituciones del territorio. Las fuentes le comunican las principales coberturas de la semana.
- El jefe del Departamento Ideológico hace llegar esas informaciones a los medios provinciales y corresponsales nacionales.
- Previamente esos medios envían sus propuestas temáticas trimestralmente, como producto de sus propios planes de trabajo lo cual representa un avance significativo en el proceso de construcción de la agenda.

Ese procedimiento hace posible que a los medios lleguen las coberturas y los temas semanales, en tanto, la agenda política mediada influye en determinados puntos de vista, perspectivas y en ocasiones, trabajos específicos de los productos comunicativos.

La interdependencia de esos elementos permite explicar la forma mediante la cual se establece la agenda de afectaciones del PCC que llega a los medios, como salida de lo que comprendíamos hasta ahora como agenda política. Aclaramos que solo se aplica a las provincias cubanas y al proceso de construcción de la agenda que ahí se realiza, porque en el nivel central la agenda política posee otras dinámicas de funcionamiento y salida que aún no han sido descritas.

Efectos temporales de la agenda política mediada y la agenda política de afectaciones. Luego de analizar la existencia de los tres componentes de la agenda política cabría precisar cuán acumulativos son sus



Fuente: Elaboración propia.

efectos. Para ello se comparó la influencia de la agenda política mediada respecto de la agenda política de afectaciones, considerando que la agenda política interna al PCC tiene salida en esta última.

• *Agenda política mediada:*

Para medir la duración de la agenda política mediada se seleccionaron los Lineamientos de la Política Económica y Social, aprobados en el VI Congreso del PCC, en abril de 2011, a los que se les realizó un análisis de contenido (Comité Central del Partido Comunista de Cuba, 2001).

Los lineamientos constituyeron un punto de giro en la aplicación de la política informativa, pues pasaron a ser prioritarios en los medios algunos temas que antes no ocupaban espacio. A partir de entonces

se comenzaron a implementar cambios sustanciales en la vida social y económica del pueblo cubano, y con ello, se fueron desterrando esas formas anquilosadas de hacer periodismo.

Luego se evaluó la incidencia de esta agenda durante los cinco meses posteriores al suceso en el periódico semanario *Sierra Maestra*, por constituir un medio ideal para la publicación íntegra de los discursos presidenciales, informes y otros documentos.

La correlación entre los objetos prioritarios en la agenda política mediada y la agenda mediática del periódico fue moderada (0.46),¹⁰ lo cual permitió comprobar que existe una correspondencia entre ambas. La agenda política mediada estuvo compuesta por 14 objetos: los 6 primeros fueron agricultura (16.5%), economía (15.7%), industria (9.6%), trabajo y seguridad social (9.6%), educación (8.7%) y transporte (7.0%). De estos temas, solo 4 estuvieron entre los 6 primeros, de los 14 que poseía la agenda del periódico: agricultura (15.7%), educación (14.3%), transporte (11.4%) y economía (8.6%).

Por otra parte, la Tabla 3 muestra la permanencia en el tiempo de esos temas, a pesar de su poca presencia fáctica en el medio en cuestión.

TABLA 3
PORCENTAJE DE MENCIONES DE LOS OBJETOS DE LA
AGENDA POLÍTICA MEDIADA EN EL PERIÓDICO *SIERRA MAESTRA*
DURANTE EL PERIODO DE ESTUDIO

Meses	Total de menciones	Presencia en objetos	Porcentaje	Lineamientos de la política económica y social
				Menciones en los trabajos periodísticos
Abril	72	11	15	6
Mayo	52	8	15	2
Junio	36	4	11	6
Julio	58	2	3.4	3
Agosto	37	3	8.1	0

Fuente: Elaboración propia.

¹⁰ La correlación es significativa en el nivel 0.05 bilateral.

La presencia cuantitativa en objetos no es alta, sin embargo es persistente porque luego de cuatro meses del suceso, aún los medios hablaban del tema. Este resultado no es concluyente, ya que los datos indican que la duración del efecto en la agenda mediática dependerá de la temporalidad de las proyecciones realizadas en los discursos —en el corto, mediano o largo plazo—. No obstante es evidente que la agenda política mediada permanece por un tiempo aproximado de cinco meses en la agenda mediática, aunque no exista una influencia cuantitativa notable de la primera en la segunda.

- *Agenda política de afectaciones:*

Para determinar la permanencia de la agenda política de afectaciones se realizó un análisis de contenido a las orientaciones emitidas en las reuniones del PCC con la prensa, y los planes temáticos mensuales que eran enviados por la organización partidista a los medios durante los primeros cinco meses del año 2013. En el caso de la agenda mediática, se monitorearon los trabajos publicados por el periódico semanal *Sierra Maestra* durante ese periodo.¹¹

La agenda política de afectaciones estuvo compuesta por 24 objetos, de los cuales se ubicaron en los primeros lugares: historia (19.9%), industria (9.4%), gobierno y administración (8.4%), agricultura (7.3%) e higiene comunal (6.8%). Sin embargo, solo dos de ellos estuvieron en los primeros lugares de la agenda mediática del periódico: historia e higiene comunal, ambas con un 7.4% de menciones.

En comparación con el porcentaje de aparición por meses de la agenda política mediada en el periódico, la agenda política de afectaciones tiene una presencia alta en la agenda mediática, con valores que se acercan o superan 50% de los temas. Por último, el cálculo del coeficiente Rho arrojó que existe una correlación moderada (+0.59)¹²

¹¹ El estudio en el mismo órgano de prensa permite comparar en distintos momentos la influencia de las agendas políticas enunciadas, realizándose además en años diferentes para que no se mezclen las agendas en la investigación.

¹² La correlación es significativa en el nivel 0.05 bilateral.

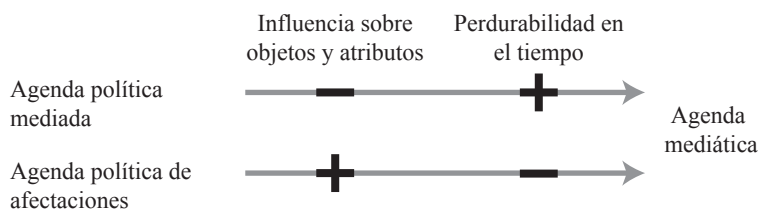
TABLA 4
 PORCENTAJE DE MENCIONES DE LOS OBJETOS DE LA
 AGENDA POLÍTICA DE AFECTACIONES EN EL PERIÓDICO *SIERRA MAESTRA*
 DURANTE EL PERIODO DE ESTUDIO

Meses	Total de menciones	Agenda política de coberturas noticiosas	
		Menciones en objetos	Porcentaje
Enero	15	7	46.7
Febrero	27	11	40.7
Marzo	27	10	37.0
Abril	27	14	51.9
Mayo	38	11	28.9

Fuente: Elaboración propia.

entre ambas agendas –mayor que en el caso precedente–, lo que confirma estos hallazgos. Además se pudo constatar que los atributos pueden permanecer en la agenda mediática hasta dos meses luego de haber aparecido en la agenda política de afectaciones, lo que demuestra su corta permanencia en el tiempo dada la inmediatez de la segunda agenda. Por tanto la agenda política de afectaciones y la agenda política mediada funcionan de manera inversa de acuerdo con la permanencia en el tiempo y la influencia cuantitativa sobre la agenda mediática.

FIGURA 3
 RELACIÓN TEMPORALIDAD/INFLUENCIA ENTRE LA
 AGENDA POLÍTICA MEDIADA, LA AGENDA POLÍTICA DE AFECTACIONES
 Y LA AGENDA MEDIÁTICA



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

La construcción de la agenda mediática funciona como un sistema de elementos o condiciones interdependientes, donde un componente afecta y condiciona en cierta medida al otro. Si bien la correlación de objetos entre la agenda política y la agenda mediática general es alta y la relación de atributos en la dimensión sustantiva es moderada, observamos que la conexión entre la dimensión afectiva es baja o nula, por lo que estamos en presencia de los mismos objetos, de subtemas medianamente coincidentes, pero de valoraciones distantes entre sí. Este elemento podría ser más explotado en las investigaciones sobre agenda setting en Cuba, donde la reciprocidad entre la dimensión afectiva de los objetos en las agendas aún no ha arrojado resultados concluyentes. Por otra parte, se conformó un modelo que explica la estructura de la agenda política para Santiago de Cuba –con amplias posibilidades de ser aplicable a otras provincias del país–, compuesto por tres elementos: la agenda política mediada, la agenda política interna, y la agenda política de afectaciones. La influencia en objetos y atributos, así como la duración en el tiempo son inversamente proporcionales en la agenda política mediada y la agenda política de afectaciones.

Es preciso que las investigaciones sobre este tema se continúen desarrollando en Cuba, ya que las respuestas al fenómeno no tienen que ser las mismas, incluso cuando los estudios se produzcan en condiciones similares. Por otra parte, no podemos perder de vista que como el epicentro de los estudios de agenda son las relaciones humanas, y los productos de éstas –la cobertura mediática y los temas que de ella se derivan y transfieren–, son interacciones sociales complejas y apegadas a un referente subjetivo significativo y cambiante. Para el análisis se debe tener en cuenta la realidad sociohistórica, cultural y política del territorio, así como a los sujetos del análisis.

Bibliografía

- Alonso, M. & Saladrigas, H. (2007). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. Cuba: Pablo de la Torriente.
- Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. España: Paidós.

- Casermeyro, A. (2004). *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Argentina: Educa.
- Cervantes, C. (2001). La sociología de las noticias y el enfoque agenda-setting. *Convergencia*, 24, 49-65.
- Cobb, R. & Elder, C. (1971). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *The Journal of Politics*, 33 (4), 892-915.
- Colunga, M. A. (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 no publicada. Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Camagüey, Cuba.
- Comité Central del Partido Comunista de Cuba. (2011). *Lineamientos de la Política Económica y Social*. La Habana, Cuba: Autor.
- Gallego, J. R. & Rosabal, A. (2010). Las cartas sobre la mesa: un estudio sobre la relación entre agenda pública y agenda mediática en Cuba: caso Granma. Tesis de licenciatura no publicada. Universidad de La Habana, Cuba.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time (Visions of the American press)*. EE.UU.: Pantheon Books.
- García Luis, J. (2004). La regulación de la prensa en Cuba. Referentes morales y deontológicos. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de La Habana, Cuba.
- García Luis, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. Cuba: Pablo de la Torre.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. España: Paidós Comunicación.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. & Stroud, N. J. (2014). Psychology of agenda-setting effects. Mapping the paths of information processing. *Review of Communication Research*, 2 (1), 68-93.

- Muñiz, C. (2007). Encuadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Salamanca, España.
- Petrone, F. (2009). *Estudios de agenda setting. Conceptos, metodologías y abordajes posibles*. Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Porath, W. (2007). Los temas de la discusión pública en las elecciones presidenciales chilenas 2005: relaciones entre las agendas de los medios y las agendas mediatizadas de los candidatos y del gobierno. *América Latina Hoy*, 46, 41-73.
- Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de jerarquía de influencias. *Comunicación y Sociedad*, 12 (2), 47-68.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid, España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Shoemaker, P. & Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje: teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.
- 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 no publicada. Universidad de Navarra, España.
- Walgrave, S. & Van Aelst, P. (2004). The mass media's political agenda-setting power: Towards an integration of the available evidence. Trabajo presentado en la American Political Science Association (APSA) Conference, Chicago IL, EE.UU.