UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas

FH
Facultad de
Humanidades

Departamento de
Periodismo

TRABAJO DE DIPLOMA

Mediaciones en la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*

Autor: Osdany Meriño González

Tutora: Lic. Liena María Nieves Portal

Santa Clara, junio de 2019
Copyright©UCLV

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas

FH
Facultad de
Humanidades

Journalism Academic
Departament

DIPLOMA THESIS

Title: Mediations in the conformation of the thematic calendar of the page "Juveniles" of the publisher *Vanguardia*

Author: Osdany Meriño González

Thesis Director: Lic. Liena María Nieves Portal

Santa Clara, June, 2019
Copyright©UCLV

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

Atribución- No Comercial- Compartir Igual

Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419

DEDICATORIA

A mis padres, porque por ellos soy.

AGRADECIMIENTOS

Las tesis, por lo general, tienen toda una página de agradecimientos, la mía no cumple este requisito.

Gracias a tod@s l@s que compartieron su amistad conmigo durante estos cinco años, a profesores, amigos, y a los no tanto.

Espero los que se sientan identificados lo hagan, para ellos...se les quiere.

Fin de los agradecimientos.

RESUMEN

La presente investigación, desde una perspectiva comunicológica, caracteriza las mediaciones en la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia* durante el primer trimestre de 2019. Para ello, se utiliza una propuesta teórica que parte de los estudios de emisores, mediaciones, así como la Teoría de la *Agenda Setting*. Se asumen los métodos bibliográfico-documental y etnográfico, además de las siguientes técnicas: revisión bibliográfica, observación participante, entrevistas semiestructuradas y grupos focales, a través de los cuales la investigación queda triangulada metodológicamente. El resultado fundamental del estudio devela que la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" se basa, principalmente, en los criterios e inquietudes de los periodistas que forman su equipo de redacción, pues el público no emplea suficientemente las vías de retroalimentación para proponer temas de su interés.

ABSTRACT

The present investigation, from a perspective comunicologycal, characterizes the mediations in the conformation of the thematic calendar of the page "Juveniles" of the publisher Vanguard during the first trimester of 2019. For it, a theoretical proposal is used that leaves of the studies of originators, mediations, as well as the Theory of the Agenda Setting. The methods bibliographical-documentary and ethnographic are assumed, besides the following ones technical: bibliographical revision, participant observation, interviews half structured and focal groups, through which the investigation is triangular methodologically. The fundamental result of the study exposes that the conformation of the thematic calendar of the page "Juveniles" it is based, mainly, in the approaches and the journalists' restlessness that form their writing team, because the public doesn't use the feedback roads sufficiently to propose topics of his interest.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO I: MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA **5**

1.1 De los primeros estudios de emisor hasta las investigaciones de la *Agenda setting* 5

1.2 Postulados de la *Agenda setting* 6

1.3 Mediaciones en el funcionamiento de los medios 10

1.3.1 Factores estructurales-organizativos que influyen en la conformación de la agenda temática **13**

1.3.2 Factores externos que influyen en la conformación de la agenda temática .. **14**

1.3.3 Fases de la conformación de la agenda temática. Recogida de la información **18**

CAPÍTULO 2: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS PARA ESTUDIAR LAS MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA **23**

2.1. Definición y operacionalización de las categorías analíticas del estudio 23

2.2 Métodos y técnicas 26

CAPÍTULO 3: UN *VANGUARDIA* MÁS JUVENIL **28**

3.1 La editora Vanguardia 28

3.2 Una página para los jóvenes 30

3.3 El medio donde se encuentra enclavado *Vanguardia.* Características demográficas, económicas y sociales. 33

CAPÍTULO 4: RESULTADOS INVESTIGATIVOS **35**

4.1 Factores estructurales-organizativos mediadores en la conformación de la agenda temática 35

4.2 Factores externos mediadores en la conformación de la agenda temática 38

4.3 Mecanismo de retroalimentación entre el público y los periodistas 41

4.4 Etapas de la conformación de la agenda temática: recolección y selección de la información 44

CONCLUSIONES **52**

RECOMENDACIONES **53**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **54**

ANEXOS **59**

INTRODUCCIÓN

Transmitir información al público y hacerlo de una manera efectiva constituye una máxima de los medios de prensa. Para este propósito, los contenidos que ofrezcan deben adecuarse a la realidad de su audiencia y tener en cuenta sus criterios.

La conformación de la agenda temática de los medios de prensa resulta un proceso complejo en el que median diversos elementos. Debe tener en cuenta una serie de factores estructurales-organizativos, así como externos, que les permitan contener tanto los temas de su interés, como los del público.

Los mecanismos de retroalimentación que se establecen desempeñan un papel importante en la efectividad y el alcance del mensaje transmitido. Ante esta realidad los medios asumen el reto de elaborar una agenda temática matizada por la incorporación de los públicos como elemento decisor.

No solo para lograr una correcta transmisión de la información resulta indispensable el vínculo entre la agenda de los medios y la agenda de los públicos, sino para atraer a los receptores hacia los contenidos propuestos por el órgano de prensa. Por lo tanto, constituye un reto conformar una agenda temática a partir de los intereses de la audiencia.

El proceso de construcción de la agenda mediática resulta complejo, incluso desde la teoría en constante revisión, por los componentes y niveles que posee, y por la trascendencia social de los contenidos que se generan diariamente. Los medios de comunicación determinan lo noticiable, guían la opinión pública, ofrecen temas sobre los que debatir y pensar, informan o desinforman, al limitar en cierto modo la capacidad del receptor para interesarse por los hechos o asuntos excluidos de su agenda. La visión parcializada que tenga la audiencia de su contexto se condiciona, además, por la selección temática, jerarquización, supresión o censura, y posterior publicación de contenidos periodísticos.

En Cuba, las investigaciones sobre el emisor no enfocan con frecuencia sus análisis en la conformación de las agendas, sino que dedican más tiempo al estudio de sus rutinas productivas. Dominar las características de la construcción de las agendas mediáticas permite a los medios analizarse desde adentro y reestructurar prácticas productivas en función de un mayor reflejo de los intereses de la audiencia, en correlación con el acontecer mediático.

Reflejar las inquietudes de los públicos debe constituir una máxima para los medios de prensa. Los jóvenes, como uno de los sectores poblacionales fundamentales de la sociedad, están signados por las constantes inquietudes, carencias y dudas propias de su generación. Ofrecerles materiales de su interés y que contribuyan a su formación, así como otorgarles protagonismo en la conformación de la agenda temática de las empresas periodísticas, debería ser una práctica ininterrumpida.

A esta dinámica no escapa la editora *Vanguardia*, órgano oficial del Partido Comunista de Cuba (PCC) en Villa Clara. La marcada necesidad de sumar lectores estimula el empleo de vías de comunicación que motiven la participación de la juventud villaclareña, y del público en general, en la conformación de la agenda temática del medio. Para lograr este objetivo, el semanario dispone de la página "Juveniles", donde encuentran cabida contenidos nunca antes tratados en un medio provincial.

Determinar qué factores median en la conformación la agenda temática de "Juveniles", por erigirse como la única plana de su tipo en Cuba destinada por completo a los jóvenes, constituye una máxima para el estudio. A partir de dicha premisa, la investigación asume la siguiente **pregunta de investigación:** ¿Qué factores median en la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*, durante el primer trimestre de 2019?

Para dar respuesta a la interrogante se proponen los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Caracterizar las **mediaciones** en la **conformación de la agenda temática** de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*, durante el primer trimestre de 2019.

Objetivos específicos:

1. Describir los factores estructurales-organizativos que median en la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*, durante el primer trimestre de 2019.
2. Identificar los factores externos que median en la conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*, durante el primer trimestre de 2019.

3. Caracterizar el uso de las vías de retroalimentación entre los periodistas de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia* y el público durante el primer trimestre de 2019.
4. Caracterizar la recogida y selección de la información de los contenidos que conforman la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*, durante el primer trimestre de 2019.

La Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV) cuenta con múltiples investigaciones sobre el emisor, pero la presente investigación constituye la primera de su tipo en analizar la mediación en la conformación de la agenda temática. Ocurre de igual manera en el medio objeto de estudio, y en particular, con la página "Juveniles".

El estudio tiene como antecedentes inmediatos las tesis de licenciatura en Periodismo *Viaje al centro de la agenda. Influencias en la construcción de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales en Santiago de Cuba*, de Viviana Muñiz Zúñiga (2013, Facultad de Comunicación de la Universidad de Oriente); y *Conformación de la agenda mediática del Noticiero Cultural durante el primer trimestre de 2017*, de Laura Liset Valdés González (UCLV), así como otras investigaciones nacionales de la autoría de José Raúl Gallegos (2011, 2015, 2016) y María Antonieta Colunga (2011). Estos precedentes ayudan a conocer presupuestos y dinámicas relacionados con la construcción de la agenda mediática.

La investigación resulta viable pues se dispone del material bibliográfico y de consulta pertinente para su realización. Además, el colectivo de la editora *Vanguardia*, y en especial de la página "Juveniles", se muestra en total disposición para ser estudiados.

El CAPÍTULO I: MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA, respalda conceptualmente las etapas por las que transita el proceso de conformación de la agenda y las mediaciones en el mismo. En el CAPÍTULO 2: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS PARA ESTUDIAR LAS MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA, se esboza la metodología utilizada, además de la operacionalización de las categorías analíticas y otras particularidades del trabajo de diploma. El CAPÍTULO 3: UN *VANGUARDIA* MÁS JUVENIL, aborda las principales características de la editora *Vanguardia* y de la página "Juveniles" desde su surgimiento hasta la actualidad. Por su parte, el CAPÍTULO 4: RESULTADOS INVESTIGATIVOS, recoge los principales resultados que derivan de la investigación, y

esclarece cada uno de los factores que median en la conformación de la agenda temática de la página “Juveniles”. De esta manera, el estudio devela que la construcción de la agenda de la plana se basa, principalmente, en los criterios e inquietudes de los periodistas que forman su equipo de redacción, pues el público no emplea suficientemente las vías de retroalimentación para proponer temas de su interés. Para completar el ciclo investigativo, el estudio integra conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos

CAPÍTULO I: MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA

1.1 De los primeros estudios de emisor hasta las investigaciones de la *Agenda setting*

Durante los comienzos del siglo pasado las investigaciones sobre comunicación centraron sus esfuerzos en determinar la influencia de los mensajes en los receptores, teniendo al público como mero destinatario de los contenidos emitidos por los medios. A mediados del siglo XX, la norteamericana *Mass Communication Research* se legitima como una corriente de análisis teórico, cuyo centro de interés reside en los efectos sociales, culturales y psicológicos que provocan los contenidos de los medios de difusión masiva.

El interés por estudiar a los medios de comunicación al interior de sus lógicas productivas y contenidos, sirve de base a una nueva perspectiva, conocida en Estados Unidos como *Media Sociology* e incorporada a las investigaciones hispano-americanas como "sociología de la producción de mensajes" (Lozano Rendón, 1996, p. 58).

La sociología de la producción de mensajes o sociología de las noticias encuentra su génesis en las investigaciones de los estadounidenses Robert E. Park (1940) y Walter Lippmann (1922). Sus ideas incipientes sobre la noticia como reconstrucción de la realidad devienen línea matriz para los estudios actuales sobre la producción informativa.

Los teóricos Berger y Luckman (2003) y otros estudiosos más contemporáneos como Jesús Martín Barbero (1991), Miguel Rodrigo Alsina (1993) y María Elena Hernández (1995) , convergen en el postulado de que los *mass media* construyen la realidad social. Por ello, constituye una preocupación —para las investigaciones inmersas en este campo de estudio— analizar el interior de las empresas periodísticas.

No obstante, Alsina (1993) considera una falacia que los medios de comunicación construyan la realidad sin tomar en cuenta la interacción con la audiencia. Incluso Hernández (1997) asegura que los mensajes de las empresas periodísticas "no son resultado de voluntades individuales, sino de procesos sociales" (p. 217), entendidos como "las rutinas de producción, los procesos de recolección de la información, los procesos de selección y edición de las noticias, y la relación fuentes reportero" (p. 223).

Ante la multiplicidad de acontecimientos que componen nuestra realidad, los medios de comunicación reconfiguran la concepción que tenemos del mundo a través de las noticias divulgadas diariamente.

Desde inicios del siglo XX, los estudios comunicológicos analizaron la relación entre medios y opinión pública. A finales de la década de 1960 los estudios arrojan que los medios tienen efectos cognitivos de largo plazo sobre las audiencias.

Dicho paradigma de investigación de los efectos no se enfoca en casos individuales, según Neumann (como se citó en Wolf, 1987), sino en cobertura global de todo el sistema de los media centrada en determinadas áreas temáticas; los datos no son extraídos de entrevistas al público, sino de metodologías integradas y complejas; por último, ya no se estudiará la observación y estimación de los cambios de actitud, ahora se centra la atención en la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social.

> Cambia en primer lugar el tipo de efecto, que ya no corresponde a las actitudes, valores y comportamientos del destinatario, sino que es un efecto cognoscitivo. En segundo lugar, cambia el marco temporal: ya no efectos puntuales, derivados de la exposición a cada mensaje, sino electos acumulativos, sedimentados en el tiempo (Wolf, 1987, p. 158).

La tendencia a analizar los procesos productivos de los medios de prensa y sus periodistas, consolidó el desarrollo de una nueva área de estudio vinculada a la sociología de la producción de mensajes. Los teóricos estadounidenses Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) proponen una de las teorías más representativas de este campo investigativo, aunque se halle en constante perfeccionamiento y tenga aun limitaciones teóricas: la *agenda setting* o "establecimiento de la agenda".

1.2 Postulados de la *Agenda setting*

Los fundadores de esta teoría, Maxwell McCombs y Donald Shaw, se enfocaron en la incidencia del contenido mediático ―impreso y audiovisual― en la conformación de la imagen que todas las personas tienen de su realidad. Del particular, expresa:

> como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo

> que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Shaw, 1979, p. 96)

Este mismo autor plantea que la hipótesis de la *agenda setting* o estableciendo la agenda sostiene que los media no procuran persuadir. Los media, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir. Agrega, "el presupuesto fundamental de la *agenda setting* es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media" (p. 101).

Las investigadoras Hilda Saladrigas y Margarita Alonso (2002), así como Bernard Cohen (1963), concuerdan con las apreciaciones de Shaw (1979). Estos autores explican que los medios no dicen a la gente lo que debe pensar, sino en torno a qué tema deben pensar algo.

La hipótesis, según Wolf (1987) señala la divergencia existente entre la cantidad de informaciones, conocimientos, interpretaciones de la realidad social aprehendidas de la media y las experiencias de primera mano, personal y directamente vividas por los individuos.

> Ha ido creciendo en las sociedades industriales de capitalismo maduro, ya sea a causa de la diferenciación y de la complejidad sociales, ya sea también por el papel central de los mass media, la presencia de secciones y paquetes de realidad que los sujetos no experimentan directamente ni definen interactivamente a nivel de vida cotidiana, sino que viven exclusivamente en función de o a través de la mediación simbólica de los medios de comunicación de masas (Grossi, 1983, p. 225).

Al poner el acento en esta creciente dependencia cognoscitiva de los media, la hipótesis de la *agenda setting* postula un impacto directo, aunque no inmediato sobre los destinatarios, que se configura a partir de dos niveles: a) el orden del día de los temas, argumentos, problemas, presentes en la agenda de los media; b) la jerarquía de importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el orden del día. (Wolf, 1987, p.89)

McCombs y Shaw (1972) señalan que los medios no solo consiguen transferir la prioridad de determinados temas, sino que también se transmite la primacía que los medios otorgan a determinados rasgos, cualidades o atributos de los temas. Es decir, los medios resaltan o esconden aspectos y elementos particulares de las cuestiones con el subsiguiente impacto en la agenda pública.

La síntesis de esta primera propuesta teórica de McCombs y Shaw (1972) propone una explicación sobre cómo se conforma la opinión pública o por qué unas informaciones captan más la atención del público que otras. Sin embargo, los enfoques posteriores sobrepasan esta primera significación del papel de la agenda.

Por su parte, McCombs (1992) enumera las cuatro etapas transitadas por la teoría desde su formación y las compara metafóricamente con las capas de una cebolla. Como superación de la propuesta inicial (primera capa), la *agenda setting* concibe orientar al público respecto a la realidad social (segunda capa), en dependencia de las características personales de la audiencia. Posteriormente, a raíz de un cambio en su dimensión, los *issues*[1] o temas pasan a ser secundarios y las imágenes construidas sobre dichos temas, destacan en orden de importancia (tercera capa).

En la cuarta etapa "ocurrió un giro hacia la conformación de las agendas mediáticas a través de la pregunta ¿quién fija la agenda de los medios? la cual amplificó la teoría a todo el proceso de la comunicación" (Vara, 2011, p.27). La presente investigación se enmarca en esta etapa para determinar los factores que median en la conformación de la agenda de la página "Juveniles".

McCombs (2006) afirma que la más reciente fase de investigación (quinta etapa) estudia con más exactitud las consecuencias del proceso de establecimiento de agenda en las actitudes y opiniones de los individuos. Existe un vínculo estrecho de la teoría con otras disciplinas como la Psicología, la Sociología y las Ciencias Políticas. En esta etapa pueden delimitarse subcampos en la investigación que relaciona los efectos de la transferencia de los temas con el contexto sociocultural y psicológico individual y grupal.

De esta forma, los estudios se han centrado en la medición de tres agendas fundamentales: la de los medios, en la cual se analizan, de forma cuantitativa y cualitativa, tanto los temas que son presentados como su relevancia en el propio medio; la política[2] y fuentes institucionales, la cual se refiere a los temas que son presentados y discutidos por las

[1] Las investigaciones realizadas sobre agenda setting contienen un número considerable de anglicismos en su teoría debido a la escasa traducción de términos importantes al español. Los *issues* constituyen temas incluidos en los distintos tipos de agendas, particularmente en la agenda de los medios. Raquel Rodríguez (2004) los define como "temas que forman parte de la agenda, (…) los acontecimientos «de siempre» que más preocupan a la sociedad, tales como la política, sanidad o economía" (p. 30).

[2] La agenda política incluye la influencia de las fuentes externas, principalmente políticas, en el proceso de construcción de la noticia (McCombs y Shaw, 1972)

instituciones, grupos y personajes políticos. Por último, la agenda pública[3] la cual consiste en la medición de los temas y la importancia de los *issues* existentes en la opinión pública o audiencias. Algunas investigaciones (Rodríguez, 2004 y Silva, 2015) han indagado en la transferencia temática entre agendas de otros grupos sociales, comunidades universitarias y religiosas.

La influencia de la agenda de los medios sobre la agenda del público ha constituido el objeto de investigación fundamental de la teoría en sus casi cinco décadas. Los investigadores cubanos Viviana Muñiz Zúñiga y Yánder Castillo Zamora (2017) plantean que se han probado (y en menor medida refutado) tres ideas fundamentales: los individuos, por lo general, incluyen o excluyen de su conocimiento lo que los medios incluyen o excluyen de su parrilla informativa; según sea la forma en que los medios presentan un tema, cómo lo enfatizan, así la audiencia le atribuirá importancia; y los medios pueden establecer cómo relacionar los temas entre sí.

La determinación de la agenda pública a partir del contenido mediático se conoce como establecimiento de la agenda. Los autores Rodríguez (2004) y Muñiz et. al. (2016) concuerdan en que, aunque en sus inicios su comprensión se concebía en sentido unidireccional, en la actualidad se entiende como un proceso en el cual ambas agendas se complementan e interdeterminan. La compresión del establecimiento de la agenda se ha extendido a partir de diversos giros epistemológicos y metodológicos, fases de estudio, ampliamente referenciados en sistematizaciones sobre la teoría, como Casermeiro (2003), McCombs (2006) y Castro (2014).

El investigador mexicano Macedo García (2015) plantea que el establecimiento de la agenda es la capacidad de los medios de comunicación de indicar a sus audiencias cuáles son los temas que son importantes, por lo que estos deben ser abordados y discutidos tanto en los media como en la población.

Los medios de comunicación establecen principalmente los temas que se discutirán en la agenda de las personas y en la agenda política, de ahí la importancia de la agenda mediática. El profesor Martín Llaguno (2002) subraya que:

> el paradigma de los efectos, considera a los medios como instituciones influyentes en el establecimiento de prioridades sobre asuntos públicos, bien para la opinión

[3] La agenda pública, a decir de Dearing y Rogers (como se citó en Rodríguez, 2004), constituye "el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo" (p. 20)

> pública, bien para los políticos, y el paradigma de la ‘definición’, que considera que, al hacer la reconstrucción y la jerarquización de los problemas sociales, los medios de comunicación son objeto de influencias endógenas (o internas al diario) y exógenas (las agendas de otros medios, las de los promotores de información y la propia opinión pública) (p.41).

Los investigadores Canel, Llamas y Rey (como se citó en Macedo, 2015, p. 92) plantean que “los medios de difusión transfieren al público tanto la percepción de los ‘temas’ o ‘problemas’ sobre los cuales se ha de fijar la atención como su propia importancia relativa o ‘prominencia’ dentro de la propia agenda”. La identificación de los *issues* que presentan los media se lleva a cabo a través del análisis de contenido del o los medios por analizar, “el número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado” (Macedo, p. 93), y otras muchas variables cualitativas periodísticas utilizadas por los medios, lo que permite proporcionar una mayor o menor importancia a lo publicado.

La agenda informativa tiene un poderoso efecto estructurador en las percepciones de la audiencia, pero a su vez ella misma es un indicador de las poderosas influencias que hay detrás de su creación. Factores estructurales-organizativos y externos a la empresa periodística median en la conformación de su agenda temática, además, otros elementos relacionados con las rutinas productivas del medio confluyen en su elaboración.

1.3 Mediaciones en el funcionamiento de los medios

La comunicación de masas ha devenido objeto de estudio desde el siglo XX. Si bien en su comienzo se veía de forma unidireccional, en la actualidad resulta imposible comprenderla como un hecho aislado que puede descomponerse. El teórico colombiano Jesús Martín Barbero (1987), manifiesta la necesidad de pensarla y analizarla desde el conjunto de mediaciones que la determinan.

Aunque en las últimas décadas, el análisis de la mediación constituye una de las principales rutas de estudio en el campo de la investigación en comunicación, aún existe una dispersión teórico-metodológica respecto a estos estudios. Varios son los autores que plasman sus consideraciones al respecto.

El académico español Manuel Martín Serrano (1993) entiende a la mediación como “la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por

medio de un sistema de orden" (p. 76). El autor propone un modelo que permite estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia, pues comprende, en su análisis, el ideal que se forman los hombres sobre las cosas sin obviar el intercambio constante establecido entre "entidades materiales, inmateriales y accionales" (Martín Serrano, 1993, p. 21).

Con su propuesta, Martín Serrano supera el concepto tradicional de emisor, al considerar que, en el acto comunicativo, la categoría más abarcadora resulta la de mediador, concebido como "actor que participa, en todo o en parte, en la selección, organización, evaluación de la información que se le ofrece a otro en un producto comunicativo" (1993, p. 230).

Martín Serrano (1993) reconoce dos mediaciones fundamentales: la mediación estructural y la mediación cognitiva. La primera asociada a la capacidad de los medios, entendiéndolos como dispositivos de comunicación, para conformar su apreciación de los hechos sociales, y la segunda se refiere a la habilidad de los medios para conferir una determinada orientación a sus contenidos.

La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias. Por tanto, en ocasiones será preciso que la mediación cognitiva llegue a transformar esa concepción del mundo. "La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio adopta" (Martín-Serrano, 1993, p. 135).

La profesora cubana Nora Gámez Torres (2007) asegura que Jesús Martín Barbero redimensiona la concepción de mediación presentada por Serrano, pues con su propuesta desplaza el foco de interés del rol de los medios en la construcción social de la realidad hacia el análisis de aquellos procesos o instancias que ayudan a explicar el complejo entramado mediático contemporáneo. Martín Barbero (1987) declara que:

> En lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para buscar después sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión (p. 233).

Aunque resultan relevante los aportes de Martín Barbero, su corpus teórico no logra llenar los vacíos conceptuales que, en materia de mediaciones, adolecen los estudios de emisores;

pues, como ha señalado el estudioso mexicano Guillermo Orozco Gómez (1993), Barbero no ahonda en una definición muy elaborada de las mismas, más allá de las deconstrucciones de los mensajes mediáticos, sino que se limita a reconocer que las mediaciones provienen de las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión, privilegiando, además, los estudios de recepción por sobre los de emisor.

Gámez (2007), a partir del análisis crítico de las propuestas teóricas anteriormente mencionadas, define la mediación como:

> Un proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales. Como proceso estructurante, dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación (pp. 208-209).

A partir del repaso conceptual de las mediaciones, la presente investigación asume los criterios de Manuel Martín Serrano para definir dicha categoría analítica.

En este sentido, los investigadores norteamericanos Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994) proponen un modelo que profundiza en el análisis de los factores externos e internos que afectan el contenido privilegiado por las organizaciones periodísticas. Dicho modelo integra de manera jerárquica el nivel ideológico, el extramedios, el de la organización, el de procedimientos y el individual.

Según el modelo de influencias propuesto por Shoemaker y Reese (1994), el ideológico constituye el nivel macro al englobar a los demás niveles, pues dado su carácter de fenómeno social, la ideología filtra todas las esferas de la relación y condiciona la producción periodística según los poderes hegemónicos. En el nivel extramedios, sitúan a aquellos agentes reguladores externos de diversa índole, entre los que se encuentran las fuentes de información, las fuentes de ingresos (anunciantes y audiencias), otras instituciones sociales como empresas y gobierno, el ambiente económico y la tecnología.

Al interior de la organización influyen las estructuras y objetivos de la institución, sus lógicas económicas, las relaciones entre propiedad y política, jerarquías editoriales, así como dispositivos para establecer el control y los límites que este impone en la construcción del mensaje.

1.3.1 Factores estructurales-organizativos que influyen en la conformación de la agenda temática

Los medios de comunicación, al interior de sus organizaciones, articulan estrategias para ajustar el flujo informativo y el quehacer de los periodistas. Desde el inicio hasta el final del proceso productivo establecen instancias administrativas y organizacionales para lograr una estabilidad en el sistema.

Para Pérez (como se citó en Villegas, Vargas, Paz, Hernández y Ramos, 2014), la organización es un sistema virtual construido de sentidos en el que los miembros de la entidad se relacionan consistentemente no con la organización real, viva, sino con el constructor virtual que está mediado por estructuras de lenguaje, además de otras mediaciones históricas y culturales.

Estas regulaciones internas, según García (2013) radican, de forma tangible, en las políticas informativas de cada medio, en las cartas editoriales. Las condiciones del centro del trabajo, el salario, la remuneración y estímulos que recibe el periodista, el ambiente social del trabajo también son cuestiones internas que ejercen significativa influencia en la asimilación de las responsabilidades de cada parte implicada.

El estudio de Shoemaker y Reese (1994) dedica un apartado a la organización de los medios en el procesamiento de la información. Estos investigadores plantean que al igual que las personas, las organizaciones desarrollan modelos, hábitos y formas de hacer las cosas. De ahí la importancia de que los medios encuentren maneras de recolección y evaluación de su materia prima.

Uno de los instrumentos de las empresas periodísticas para obtener una estructuración se conoce como manual de estilo. Gaye Tuchman (1983) señala que este ayuda a conformar las rutinas profesionales y de organización pues representa “una convención y una guía para la escritura de noticias que fija la identidad del medio y que, dado su carácter de norma básica, tiene un claro componente de obligatoriedad” (p. 163)

Sobre el particular, según Roger Ricardo Luis (2006), se entiende que, además de las concepciones que cada periodista tenga sobre su profesión y su misión social, su trabajo se determina por la regulación interna o política editorial del medio que resulta

> un cuerpo normativo de obligado referente para la labor periodística en que se plasman los puntos de vistas institucionales respecto al entorno, doctrina, creencia e

> intereses políticos, económicos y sociales que dice representar y de lo cual se infiere, obviamente, la influencia que ejercen los procesos de la regulación externa (párr. 31).

Además de las normativas funcionales al interior de las redacciones relativas a la organización del trabajo, la selección y definición de las coberturas, y los criterios de construcción del producto comunicativo.

Respecto a la validez de la política editorial, el profesor cubano Julio García Luis (2004) declara que formalmente no resulta necesaria la existencia de un documento, modelo, o acontecimiento como punto de referencia para fijar la política informativa, pues este debe ser resultado de la práctica y las estrategias rutinarias. "Existe una estrategia informativa planteada en grandes líneas, pero la experiencia y creatividad profesional de periodistas y directivos en decisiones unilaterales o conjuntas, indican cómo debe ser el seguimiento de cualquiera de estos tópicos" (p. 32).

La inserción de un documento regulador con estas características, remarca las disfunciones reconocidas por el propio García Luis (2004), discursos plagados de repeticiones, monotonía, similitudes de lenguaje, y asociados por la audiencia a políticas oficiales sobre hechos trascendentes. De ahí la necesidad de que "la integración de individuos a un cierto tipo de *habitus* no se realice a partir de la imposición de normas, sino espontáneamente y sin orden aparente" (Cervantes, 1995, p. 106).

Más allá de los aspectos organizativos, las condiciones de trabajo alcanzadas en los medios resultan determinantes en el proceso productivo. De este contexto deriva la importancia de medir la estructura íntegra de las redacciones, más allá de sus salas. Regular la distribución del personal disponible, los recursos técnicos y logísticos, tributa a un engranaje mayor.

1.3.2 Factores externos que influyen en la conformación de la agenda temática

En el contexto de la producción informativa median instituciones, fuentes, presiones políticas, creencias e, incluso, otras empresas periodísticas. Como consecuencia, el proceso de construcción de la realidad resulta influenciado por el entorno social.

Estas mediaciones que repercuten en las prioridades de la agenda mediática son precisadas como regulaciones externas o factores externos. Alonso y Saladrigas (2006) los identifican como "entidades, instancias, organismos o personas pertenecientes a diversas esferas de la vida social, política, económica e ideológica, las cuales pueden llegar a tener una incidencia

notable durante el proceso productivo" (p. 130).

El profesor Ricardo Luis (2006) define a las entidades, organizaciones y directivos como aquellas influencias, controles o presiones que reciben los medios de comunicación por parte de agentes ajenos a su estructura organizativa. El afán de los agentes externos a los medios por participar en los procesos de elaboración del mensaje pasa por la necesidad de mantener la observación sobre los contenidos en función de garantizar la presencia de intereses que atañen a percepciones ideológicas dominantes, estrategias políticas, económicas, fundamentalmente (Ricardo Luis, 2006, párr. 30).

Para García Luis (2004), "los sistemas de medios forman parte del sistema político de la sociedad y contribuyen en modo directo a su legitimación" (p. 46). Esto determina que las dinámicas productivas de los medios de comunicación se establezcan a partir de presupuestos externos.

Sin embargo, se debe evitar el control excesivo pues, en ocasiones, a decir del propio García Luis (2004), se evidencia un intercambio de roles entre periodistas y fuentes. "Los contenidos más importantes son elaborados fuera del medio, con técnicas no periodísticas. Ese es el caso de las notas oficiales" (p. 85).

La relación medios-fuentes institucionales establece una fina línea en cuanto a los roles de cada quien como actores del proceso comunicativo. Quien facilita la información transmite su ideología política dominante e incluso puede tomar el papel de censor en la construcción del mensaje.

> El reportero asignado a una fuente desarrolla un grupo alternativo de referencia con el que empieza a identificarse, al menos en parte. Aun el reportero que conscientemente se resiste a los compromisos que debe desarrollar en el curso de dicha interacción social continuada, es forzado a realizar alguna negociación implícita al menos con algunos de sus informantes más importantes (Roshco, 1975 como se citó en Cervantes, 1995, p. 111).

Además de ese vínculo meramente informativo entre reporteros y fuentes, se establecen otras dependencias y mediaciones. Para Fishman (1983) y Gaye Tuchman (1983), el organizar las coberturas con apoyo en boletines, conferencias de prensa, reuniones de *background*, conlleva a que el reportero reproduzca esquemas a partir de las interpretaciones de los acontecimientos del informante.

En este sentido, Fontcuberta (1993) reconoce el acomodamiento de los periodistas respecto a su relación con las fuentes institucionales. Las declaraciones no requieren de contraste con otras fuentes, pues los informantes presumen de alta credibilidad y el periodista tampoco va en busca de la información, sino que los gabinetes de comunicación se la suministran.

En los gabinetes de comunicación, Txema Ramírez (s/f) advierte un intercambio de roles, pues estos desempeñan habitualmente el papel que corresponde al emisor dentro del proceso comunicativo. Para el investigador vasco, la selección de la noticia ya no es un mecanismo exclusivo únicamente de las organizaciones informativas, dado que las fuentes tienen la capacidad de condicionar dicho proceso.

"Estos se han convertido, además, en algo habitual en las tertulias periodísticas. A diario llegan a los medios de comunicación decenas de comunicados, informes y convocatorias de ruedas de prensa. Muchas llegan incluso sin previo aviso" (Ramírez, s/f, p. 1).

La compenetración con las fuentes puede resultar adversa, a decir de Alonso y Saladrigas (2006). Las autoras declaran poca representación de las fuentes no institucionales, un número limitado de fuentes y siempre del mismo tipo, así como la imposibilidad de interpretaciones diversas. Como consecuencia, se simplifica el trabajo de los periodistas y, con ello, se reduce el espectro de informaciones.

Este contexto, en estrecho vínculo con los gabinetes de comunicación, constituye un peligro en cuanto a la relación de los periodistas con sus fuentes. Lo anterior no significa que los factores externos medien solo en los actores comunicativos. Manuel Martín Serrano (1993) reconoce otros componentes que se ven afectados como los instrumentos de la comunicación (apropiación de medios por personas o entidades públicas, estatales o privadas), las expresiones de la comunicación (silenciamiento y censura), y en las representaciones de la comunicación (deformación ideológica de la realidad, manipulación y falseamiento).

El poder de dar forma a los contenidos no procede únicamente de los medios, sino que está compartido por una serie de instituciones de la sociedad, es decir, el gobierno, los anunciantes, las relaciones públicas, las fuentes de información, los grupos de presión, e incluso otras organizaciones mediáticas (Reese, 1999, p. 62).

En tal sentido, Shoemaker y Reese (1994) establecen criterios valiosos sobre la incidencia de la tecnología y la competencia entre medios. Estos teóricos aseveran que cada organización informativa actúa como una fuente para los demás. “Los periodistas leen, miran y escuchan las noticias de su propia organización y de la competencia, y cuando una nota se divulga primero en un medio, puede ser obtenida rápidamente por los demás” (p. 194).

El contexto anterior genera un clima de competencia entre los medios. Aquí interviene la labor de los editores con el fin de crear propuestas diferentes a las de la competencia y de este modo aumentar la diversidad de informaciones disponible para la audiencia (Shoemaker y Reese, 1994).

A decir de Reese (1999), los *mass media* funcionan relacionados estructuralmente con otras instituciones encargadas de influir en el contenido de los medios. Esas relaciones pueden ser coercitivas, pero mayormente de común acuerdo. La mayor preocupación de este contexto radica en la autonomía de la prensa, pues los medios deben evitar dependencias de otras instituciones sociales.

Asimismo, la tecnología también constituye un factor mediador. El contenido de los medios puede verse afectado por la adquisición de avances tecnológicos en la agilización de las prácticas periodísticas, así como la relación de los emisores de noticias con sus públicos.

Julio García Luis enfoca el análisis de los factores externos hacia las especificidades del escenario comunicativo en Cuba. El referido autor concluye que: “el contexto cubano, en particular, se ajusta a los factores externos provenientes de la política centralizada que dictamina el Partido Comunista de Cuba (PCC), subordinando los contenidos publicados a la misma” (García, 2004, p. 48).

La manera en que el sistema social establece normas de ordenamiento que regulan a los sujetos involucrados en la comunicación resulta estricta. Para Ricardo Luis (2006), los actos de control, que a la vez resultan relaciones de intercambio, pasan por tres tipos de regulaciones: la interna, la externa y la autorregulación.

Con el fin de lograr un correcto engranaje en las empresas periodísticas, García Luis (2004) señala la pertinencia de correlacionar la regulación con la autorregulación, esta última con mayores posibilidades para lograr calidad y eficacia en los mensajes. A su vez, estas deben distinguirse de la censura y la autocensura.

> Si la censura cabalga sobre el poder coercitivo de limitar o cercenar las acciones socialmente legitimadas del ejercicio periodístico, la autocensura hunde sus raíces en la censura continua; es decir, cuando los periodistas van descubriendo los derroteros por los cuales su trabajo profesional se hace menos susceptible a la censura y con ello soslayar aquellos asuntos que, a partir de ciertos criterios evaluativos externos, son acuñados como polémicos, escabrosos, peligrosos, inoportunos, complicados, inaceptables y, por tanto, no publicables (Luis, 2006, párr. 35).

Los medios de prensa se someten diariamente a una diversidad de regulaciones internas y externas, censuras y autocensuras marcadas por las dependencias económicas, políticas, tecnológicas que se generan al interior de sus organizaciones. Su condición como responsables de llevar las informaciones al público, se sustenta en la capacidad de dar respuestas a las inquietudes y necesidades de estos, haciéndoles partícipes de la conformación de su agenda temática.

1.3.3 Fases de la conformación de la agenda temática. Recogida de la información

Los medios planifican una serie de temas que son abordados en sus ediciones. Dichos asuntos conforman la agenda mediática, no antes de atravesar una serie de fases para su construcción.

En el proceso productivo, la teoría identifica fases o etapas para estudiar las rutinas profesionales. El criterio más generalizado sobre las etapas de la producción noticiosa lo sistematiza Mauro Wolf (1987), al declarar la recogida, la selección y la presentación de la información.

La recogida de información constituye el primer elemento a tomar en cuenta para que un hecho se convierta en noticia. Según los teóricos Tuchman (1983) y Alsina (1993), al determinar qué acontecimiento se incluye en la agenda del medio interviene una negociación, una especie de burocracia compleja diseñada para controlar la red de noticias. Por su parte, Stella Martini (2000) sustituye esos procesos negociadores en el periodismo por una triangulación que incluye al medio, al público y a las fuentes facilitadoras del acontecimiento.

La fase de recogida del material informativo se organiza hacia el interior de cada medio en consecuencia con los valores noticia que presenta un hecho. Así consideran a un suceso

clasificable en la agenda del periodista o del medio para valorar su posterior publicación. Al definir esta primera fase de las rutinas productivas, Wolf (1987) señala que está influenciada por la necesidad de disponer de una afluencia constante y segura de noticias, de cara a poder confeccionar el producto exigido.

El uso de fuentes estables, entendidas por la investigadora cubana Livia Reyes (2006) como "todo objeto o sujeto que genere, contenga, suministre o trasfiera información" (p. 8), constituye un elemento distintivo en esta fase, pues los periodistas necesitan de ellas para dar credibilidad al hecho noticioso.

Sin embargo, a decir de Wolf (1987), esta etapa inhibe al reportero de estar "a la caza" de la noticia, haciéndolo dependiente de las fuentes que, en la mayoría de los casos, resultan ser las agencias y las instituciones. Según el teórico italiano, este fenómeno confiere pasividad a la producción de noticias, en tanto los profesionales acomodan su quehacer a una planificación para desarrollar la mayor cantidad de materiales periodísticos.

Por otra parte, los hechos seleccionados tienen una planificación anticipada debido al plan de coberturas confeccionado en los medios. Al determinar con anterioridad los sucesos que iniciarán el ciclo de producción informativa, se evitan sesgos en los contenidos del medio. Estos elementos propician la construcción del dietario, el cual está conformado por:

(…) la agenda que enumera, día a día, los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad en gran parte se da por descontada. Se trata evidentemente de acontecimientos previstos con tiempo, fijados en agenda con antelación: en su mayoría por tanto son hechos pertenecientes a la esfera político-institucional-administrativa o judicial (Wolf, 1987, p. 143).

Respecto al establecimiento del dietario, Ricardo Luis (2006) señala la capacidad de esta planificación para limitar las acciones de otros, seleccionando los temas de su interés de forma favorable a sus intereses. Por ello, lo considera "un ejercicio de selección y jerarquización entre diferentes cuestiones que distintos grupos pretenden promover como temas políticos y noticiosos" (párr. 44).

Wolf (1987) considera que la primera fase de las rutinas productivas opera simultáneamente al proceso de estructuración del trabajo en las instituciones periodísticas. La fluidez de la etapa mencionada resulta proporcional a la accesibilidad del medio a recursos como el transporte. La recogida de datos depende de condiciones materiales y del

flujo constante de sucesos para garantizar la disponibilidad de materia prima necesaria en el desarrollo del producto comunicativo.

La mayoría de las veces, la información procede de fuentes estables que suministran datos de fácil incorporación a las rutinas productivas del órgano de prensa. De este modo, los periodistas subordinan su quehacer a los datos provenientes de dichos suministros de información.

Resulta perceptible la imbricación entre los valores/noticia y la recogida del material, pues de esa combinación procede la estructura del trabajo periodístico una vez que el reportero conoce el tema, define el enfoque, género y la forma de escribir, en correspondencia con su posible inclusión en determinado espacio del medio.

1.3.3.1 Selección de la información

Según Wolf (1987), a través de la fase de selección el medio define el material publicable, en coherencia con sus propios intereses. A partir de ahí, jerarquizan los trabajos teniendo en cuenta los criterios de relevancia asumidos por la empresa periodística y determinan el despliegue y la extensión del producto comunicativo a publicar.

"No puede explicarse la selección solo como elección subjetiva del periodista (aunque sea profesionalmente motivada), sino que hay que verla como un proceso complejo, que se desarrolla a lo largo del ciclo productivo" (Wolf, 1987, p. 276).

A decir de la investigadora Ana María Lalinde (1992), la selección supone un periodo de prueba para el periodista, en tanto este evalúa los acontecimientos que deben ser publicados. La autora reconoce a esta etapa de la rutinización como el momento clave de la construcción de la realidad periodística y el ideal para consolidar las ideologías profesionales.

La forma en la cual el periodista percibe los hechos lleva implícita códigos éticos, formación política, religiosa y cultural, todo ello en combinación con las normas reguladoras del medio en el que se desempeña. Más específicamente, están presentes las concepciones de los periodistas sobre su función y papel. De ello se desprende la definición de roles ante la sociedad, avalado por el cuerpo doctrinal que valida su proceder. (Ricardo, 2008)

Disímiles factores condicionan el proceso selectivo de los *media*. Las agendas, los tipos de temas e incluso los gustos del editor por un hecho particular figuran entre los elementos que

contribuyen a la variabilidad de este proceso. “No se puede sobreentender que las noticias simplemente llegan, se seleccionan y se publican” (Tuchman, 1979, como se citó en Alsina, 1993, p. 64)

En este momento del proceso de conformación de la agenda temática entran en juego los factores subjetivos. Aquellos actores decisores de lo que se publica o no, discriminaran las informaciones para su posterior publicación.

En la fase de selección se tienen en cuenta valores/noticia para determinar lo que será, o no, publicado. Los criterios resultantes de este proceso determinan la jerarquización del material periodístico de acuerdo con los intereses del medio. “La selección del material que llega a la redacción constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticias” (Golding-Elliot, 1979, como se citó en Wolf, 1987, p. 275).

La pluralidad de juicios acerca de la clasificación de los valores/noticia puede resumirse en los criterios que ofrece Mauro Wolf (1987). Para el teórico las características más importantes que deben ser consideradas son: en un primer grupo, los indicadores referidos al contenido de los acontecimientos, los cuales denomina criterios sustantivos e incluye el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable, la cantidad de personas implicadas en el hecho, el impacto sobre la nación, el interés social y la importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación. En un segundo grupo, el autor relaciona aquellos aspectos relativos al producto informativo, dentro de los que figuran la disponibilidad o medida en que el acontecimiento es accesible al periodista, la brevedad y la novedad.

En último grupo, Wolf (1987) distingue los criterios relativos al medio de prensa. Dentro de este apartado destaca: la capacidad de ajustar la noticia a las especificidades del medio, la frecuencia o tiempo que requiere el acontecimiento para adquirir sentido y el formato entendido como límites espacio-temporales que caracterizan el producto informativo. Este autor añade además criterios relativos al público y a la competencia.

Para Stella Martini (2000) los valores noticia de mayor importancia son: la novedad, originalidad, imprevisibilidad e ineditismo, evolución futura de los acontecimientos, importancia y gravedad, proximidad geográfica del hecho a la sociedad, magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, jerarquía de personajes implicados e inclusión de desplazamientos. La presente investigación concuerda y asume el criterio de Martini; y

considera pertinente agregar como criterios indispensables dentro de los valores noticia: veracidad, actualidad e interés colectivo.

CAPÍTULO 2: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS PARA ESTUDIAR LAS MEDIACIONES EN LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA

La presente investigación, inscrita dentro de los estudios de emisores, responde a la perspectiva cualitativa, que permite obtener información para interpretar y comprender la conformación de la agenda mediática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*.

Dicho enfoque favorece, además, estudiar la realidad en su contexto habitual e interpretar los fenómenos en relación con las personas implicadas.

Desde la variante comunicológica, se trata de un estudio de emisor con carácter descriptivo, debido al interés por caracterizar la mediación del público joven santaclareño en la conformación de la agenda mediática de la página seleccionada, a partir de cada uno de las fases que intervienen en su construcción. Dicha investigación, desde el carácter empírico, se realiza con una finalidad aplicada.

2.1. Definición y operacionalización de las categorías analíticas del estudio

En correspondencia con la pregunta de investigación, se asume como categoría analítica las mediaciones en la conformación de la agenda temática.

Se comprende mediaciones como "todo lo que limita lo que se dice y la forma de decirlo, por medio de un sistema de orden" (Martín Serrano, 1993, p. 76); entendiendo "lo que se dice y la forma de decirlo" como la conformación de la agenda temática; y esta última resulta un proceso complejo y multidireccional de la producción periodística que está mediado por la organización interna del medio de prensa, sus procedimientos en la dinámica productiva, los elementos extramediáticos, además de por los mecanismos de retroalimentación de los periodistas con el público.

Partiendo del criterio de autores como García Luis (2004), Shoemaker y Reese (1994), Ricardo Luis (2006) y Alonso y Saladrigas (2006), los factores externos se entienden como constricciones provenientes de instancias ajenas al medio de prensa que establecen una relación de interdependencia con este y condicionan la actividad periodística. Entre los agentes que participan de esta relación con la prensa se encuentran el sistema político, las indicaciones del Buró Político del Comité Central del PCC y del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC, y el público.

Los factores estructural-organizativos se entienden como las mediaciones institucionales que tienen que ver con la estructura, organización y normas de funcionamiento interno del

medio. Articulan las lógicas de producción, las relaciones laborales, la censura y autocensura, las técnicas asociadas con la infraestructura técnica del medio, su disponibilidad y uso.

Las vías de retroalimentación se toman como aquellas formas, mecanismos, espacios o dispositivos habilitados para que los periodistas intercambien criterios con el público.

Las fases de conformación de la agenda temática, partiendo de los postulados de Wolf (1987), constituyen las diferentes etapas por las cuales atraviesa este proceso. Cuenta con tres momentos, aunque la presente investigación contempla los dos iniciales, debido a que el estudio prescinde de dicha etapa para la consecución de sus objetivos.

La fase de la recogida de los materiales noticiables está influenciada por la necesidad de disponer de una afluencia constante y segura de noticias, de cara a poder confeccionar el producto exigido. La etapa de selección se enfoca hacia la inclusión, exclusión y, más tarde, a la jerarquización del material informativo que confluye en las redacciones, teniendo en cuenta los valores noticia legitimados por el órgano de prensa.

A partir de las definiciones conceptuales precedentes, la categoría y las subcategorías se operacionalizan de la siguiente forma:

1. Mediaciones en la conformación de la agenda temática

1.1 Factores estructurales-organizativos

1.1.1.1 Censura y autocensura

1.1.1.2 Condiciones de trabajo

1.1.1.2.1 Relaciones laborales

1.1.1.2.2 Condiciones de las redacciones

1.1.1.2.2.1 Recursos técnicos y logísticos

1.1.1.2.2.1.1 Cantidad de computadoras

1.1.1.2.2.1.2 Teléfonos celulares

1.1.1.2.2.1.3 Grabadoras

1.2 Factores extramediáticos que influyen en la conformación de la agenda temática

1.6.1 Indicaciones del Buró Político del Comité Central del PCC

1.6.2 Indicaciones del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC

1.6.3 El público

1.6.4 Otros medios

1.3 Vías de retroalimentación entre periodistas y el público

1.3.1 Correos electrónicos

1.3.2 Cartas

1.3.3 Llamadas telefónicas a los periodistas

1.3.4 Mensajes de texto

1.3.5 Encuentros personales

1.4 Fases de la conformación de la agenda temática

1.4.1 Recolección de la información

1.4.1.1 Fuentes

1.4.1.1.1 Documentales

1.4.1.1.2 No documentales

1.4.1.1.3 Personales

1.4.1.1.4 Confidenciales

1.4.1.1.5 Expertos

1.4.1.1.6 Institucionales

1.4.1.2 Dietario

1.4.1.2.1 Tiempo de antelación con que se prevén los acontecimientos

1.4.1.2.2 Inserción de las noticias de último minuto

1.4.1.3 Componentes de la política editorial que median la construcción de la agenda temática

1.4.1.3.1 Organización del trabajo

1.4.1.3.2 Selección y definición de las coberturas

1.3.1.3.3 Criterios de construcción del producto comunicativo

1.4.2 Selección de la información

1.4.2.1 Aplicación de los valores noticias

1.4.2.1.1 Temporalidad

1.4.2.1.2 Espectacularidad

1.4.2.1.3 Ineditismo

1.4.2.1.4 Veracidad

1.4.2.1.5 Interés colectivo

1.4.2.1.6 Evolución futura de los acontecimientos

1.4.2.1.7 Importancia y gravedad

1.4.2.1.8 Proximidad geográfica del hecho a la sociedad

1.4.2.1.9 Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados

1.4.2.1.10 Jerarquía de personajes implicados

2.2 Métodos y técnicas

El presente estudio desarrolla varios métodos y técnicas que permiten recoger y procesar la información durante el proceso de investigación.

En la elaboración del corpus teórico del estudio, se recurre al método bibliográfico-documental —con su técnica, la revisión bibliográfica-documental— para recapitular los principales aciertos y desaciertos de la *agenda setting*, además de determinar los factores mediadores en la conformación de la agenda mediática. Los presupuestos teóricos sistematizados a partir del empleo del método bibliográfico-documental confieren mayor veracidad y solidez a los resultados del estudio.

Como soporte fundamental para la obtención de los resultados de la investigación, se aplica el método etnográfico, con la utilización de elementos descriptivos, lo cual resulta provechoso para el trabajo del investigador. Mediante la implementación de sus técnicas se conoce el modo de vida de una unidad social, en este caso, de los periodistas de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia*.

Con la etnografía se persigue la descripción analítica de la cultura y composición del espacio estudiado. Al decir de Sandoval (2002), el investigador se transforma en un agente activo para el proceso de cambio, contribuye a la crítica y mantiene la actitud de aprender en la situación del proceso investigativo. La pertinencia de este método para el presente trabajo de diploma radica en integrar al investigador a la unidad de estudio, la página "Juveniles". De este modo se logran percibir las dinámicas productivas del medio comunicativo, así como los factores mediadores en su proceso de construcción de la agenda mediática.

De las técnicas del método etnográfico, se recurre a la observación participante con el fin de detectar las interioridades del medio comunicativo desde las prácticas habituales de los

propios periodistas. Al insertarse en las prácticas cotidianas, el investigador desde sus propias vivencias, puede emitir una serie de juicios que le permiten describir los comportamientos, incidencias y experiencias de los protagonistas, así como registrar sistemáticamente, a través de las notas de campo, las situaciones que inciden en la conformación de la agenda temática durante el período de tiempo escogido para la investigación. Se realizan, además, entrevistas semiestructuradas a los periodistas de la página "Juveniles" para conocer las interioridades del colectivo y las prácticas más frecuentes a la hora de conformar la agenda temática de dicha plana, así como el contexto en que surge. Se toma un grupo focal para centrar la atención en su comportamiento durante la investigación.

Para la observación en la página "Juveniles" de la editora Vanguardia se determinó un período de tiempo comprendido durante el primer trimestre de 2019 (del 7 de enero al 30 de marzo), por constituir un espacio temporal con comportamiento típico, al margen de celebraciones y eventualidades nacionales que pudieran influir en la cotidianidad del quehacer productivo de los medios.

CAPÍTULO 3: UN *VANGUARDIA* MÁS JUVENIL

3.1 La editora Vanguardia

Luego del triunfo revolucionario del 1ro de enero de 1959, se inició un proceso de transformación y radicalización en el campo de la comunicación y los medios de difusión masiva. El 9 de agosto de 1962 surge el periódico *Vanguardia*, como parte de la estrategia de crear órganos de prensa oficiales que respondieran a la Revolución en las provincias.

Vanguardia, se convierte en el medio impreso de la provincia de Las Villas y circula diariamente con un formato de ocho páginas, excepto los lunes, con un precio de cinco centavos.

La plantilla estaba integrada por compañeros que no tenían una formación académica de periodismo. "El colectivo de redactores no tenía una acabada formación académica basada en las técnicas de redacción periodísticas. Eran jóvenes interesados en aprender y algunos otros que fueron estudiantes de la escuela privada de periodismo Severo García, antes del año 1959". (como se citó en Pérez, C. y Heredia, L, 2012)

Con la entrada en vigor de la nueva división político-administrativa en 1976, *Vanguardia* pasó a ser el periódico de la actual provincia Villa Clara. Esto significó la reducción del alcance territorial del diario. Sin embargo, mantuvo su frecuencia y número de páginas. La nueva división territorial propició la aparición de nuevas provincias (Cienfuegos y Sancti Spíritus) y nuevos órganos de prensa (5 *de Septiembre* y *Escambray*, respectivamente).

En la actualidad, el semanario *Vanguardia* continúa como el órgano oficial del Comité Provincial del Partido Comunista Cuba (PCC) y desde marzo de 2012, la dirección del periódico recae en Marelys Concepción Díaz.

Las páginas uno y ocho responden a un perfil informativo. La dos recoge los géneros de opinión o editorial. La tres, está dedicada a temas juveniles ―antes de 2013 su espacio estaba ocupado por contenidos históricos—. La cuatro y la cinco se destinan a trabajos de fondo, como reportajes y entrevistas. En la seis y siete, se publican trabajos relacionados con la cultura y el deporte, respectivamente.

La página 1 es la portada donde se muestran las informaciones más importantes de la semana, las ilustraciones del colectivo de *Melaíto*. La 2 está destinada a artículos de opinión y comentarios. La página 3, "Juveniles" –"Veraniles" durante julio y agosto– cuenta con variadas secciones y reportajes dedicados a los jóvenes.

Las 4 y 5 muestran reportajes y entrevistas a personalidades destacadas o a sucesos relevantes dentro de la provincia, y contiene la sección "Razones" que refleja temáticas de salud. La página 6 está dedicada a la cultura y anuncia la cartelera de la semana en la sección "Collage". La 7, por su parte, dedica su espacio a lo más relevante del deporte villaclareño. Mientras que la página 8 está destinada a un resumen informativo, con las secciones "A la vista" y "Flashazos" que abordan temas complejos de la realidad villaclareña en los ámbitos de la vida socioeconómica y política de la provincia, y constituyen las únicas secciones fijas de interacción con los lectores.

Constituye una publicación sabatina y posee una tirada de 45 200 ejemplares. Puede ser adquirido por la población al precio de 20 centavos. Presenta un formato tabloide y llega a los 13 municipios de Villa Clara, incluida la capital provincial, Santa Clara.

Ya desde finales de la década del 90 del pasado siglo, la editora se convierte en una de las iniciadoras del periodismo digital y del proceso de informatización de la prensa en Cuba, con la creación del *Quipus news* por parte del grupo Chasqui de la UCLV.

A partir de ese momento el sitio web de la institución ha incrementado paulatinamente el posicionamiento de sus contenidos en internet y el número de seguidores en redes sociales. Además de los temas abordados en la edición impresa, la "web" amplía su espectro con una mayor diversidad de hechos relevantes de la realidad villareña y cubana.

La plantilla actual es de 21 periodistas que —aunque solo 18 ejercen la profesión en la redacción, el resto ejecuta funciones de dirección — "aseguran la cobertura informativa de la provincia" M. Concepción Díaz, (comunicación personal, 4 de diciembre del 2018). De este núcleo 11 son jóvenes y de ellos 5 fungen como adiestrados.

Hoy en día el cierre informativo se efectúa los jueves por cuestiones relacionadas con las reparaciones en el poligráfico. Esto restringe las informaciones que aparecen los sábados en el periódico e impone retos a los periodistas, asegura la directora del medio.

Vanguardia se reinventa para adecuarse a las dinámicas informativas actuales, para acercarse a sus públicos y conformar una agenda temática que refleje los intereses del pueblo de Villa Clara.

3.2 Una página para los jóvenes

Con la idea de renovar el perfil editorial del periódico surge en el verano de 2014 una página dedicada a los jóvenes: *Veraniles*. Esta página ocupó la tercera plana del semanario, anteriormente reservada a temas históricos

"Nos dimos cuenta que realmente el público joven estaba muy alejado de las páginas de *Vanguardia* y nos damos a la tarea, aprovechando la juventud de los periodistas del colectivo, de crear una propuesta atractiva a los jóvenes" M. Concepción Díaz, (comunicación personal, 4 de enero del 2017).

La idea surgida para el verano, llamó la atención de los lectores villareños. Por su aceptación pasó a tener un espacio fijo dentro de la tirada de *Vanguardia*, con el nombre de "Juveniles". La página cuenta con un núcleo de jóvenes periodistas que escriben varias secciones encaminadas a satisfacer los gustos y curiosidades de los lectores. De las cuatro ediciones que se publican, generalmente, al mes, dos están centradas a las secciones y otras dos a *Sexeando* (primera semana) y el reportaje (tercera semana), intercalándose cada una de ellas, asegura Leslie Díaz Monserrat (Comunicación personal, 10 de diciembre del 2016).

En Farándula trata informaciones del mundo del cine, curiosidades de artistas o famosos del mundo. Claudia Yera Jaime, quien redacta asiduamente la sección plantea que "los temas van de acuerdo a la serie o telenovela de moda, siempre y cuando tengan detrás de sí una historia interesante, y alejándonos de la banalidad que caracteriza a los asuntos de farándula" (C. Yera Jaime, comunicación personal, 4 de diciembre del 2018).

Sexeando, por su parte, aborda temas de la sexualidad. Según la periodista Liena María Nieves Portal (L. Nieves, comunicación personal, 18 de diciembre de 2016), encargada de la sección, es una de las más leídas y la vez más controversiales por los contenidos abordados. A partir de febrero de 2019 esta sección incorporó un nuevo formato. "Se incorporan secciones —dentro del *Sexeando*—, *Mundosex, ¡No me lo vas a cree*r!, y *Sexo al Derecho*. "Buscamos hacer la página más dinámica, refrescante e interesante", informa la periodista redactora del espacio.

> Hemos decidido variar el formato, la forma clásica de presentar la sección porque cuando llevas años con la misma forma de hacer, imagina 12 secciones en el año, aun cuando hay mucho movimiento noticioso en esos temas, los contenidos se

hacen más difíciles porque ya muchos se han tratado (L. Nieves Portal, grupo focal, 3 de junio de 2019).

Ojo crítico surge como una sección especializada en la crítica audiovisual. En ella, la periodista y encargada de la página Leslie Díaz Monserrat analiza, desde un punto de vista crítico, la serie, telenovela o película (de producción nacional o extranjera), así como, los videos clips de moda en el escenario televisivo cubano.

Otra de las secciones, *Punto digital*, goza de gran aceptación. Se centra en temas tecnológicos novedosos, curiosos, que sean de interés para el público cubano; informaciones del mundo digital y consejos de mantenimiento y cuidado de los dispositivos móviles. La periodista Miriam Elisa Peña afirma que los contenidos de la sección deben estar en la palestra pública, principalmente de Cuba.

Dentro de los apartados más jóvenes de la página se encuentra *A puro talento*[4]. La periodista Laura Seco Pacheco destaca que "busca visualizar la labor de jóvenes villaclareños que se destaquen en alguna actividad" (L. Seco Pacheco, comunicación personal, 22 de noviembre de 2018).

Pensando en ti, por su parte, "es una sección muy necesaria. Ese pequeño espacio de intercambio es muy gustado por los jóvenes, es una manera de hacer amistades, de comunicarse con el medio y sentirse partícipes de la dinámica del periódico" M. Concepción Díaz, (comunicación personal, 4 de enero del 2017). Por su parte, la encargada de "Juveniles" reconoce que ha sido muy polémica desde su salida a la luz. "se ha cuestionado hasta qué punto un semanario debe tener una sección de saludos como si fuera la radio, sin embargo, es una especie de "gancho" para atraer al público"(Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Quincenalmente, *Sexeando* alterna con las demás secciones y con reportajes de investigación. "Intentamos introducir en la página estos reportajes de investigación que abordan temas muy polémicos o tabúes para la sociedad cubana… el cuentapropismo, la emigración, la prostitución masculina…" (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 4 de enero del 2017)

A principios de 2019 "con el objetivo de refrescar los contenidos de la página" (L. Díaz Monserrat, comunicación personal, 31 de enero del 2019) se introducen nuevas secciones.

[4] Esta sección ya no salía al momento de finalizar la presente investigación.

Planeta Friki—al momento de finalizada la presente investigación la sección dejó de realizarse—se dedica a profundizar en las peculiaridades y rasgos de la cultura friki. Por su parte, *Tengo la palabra*, en manos de Yinet Jiménez Hernández, "se encamina a desentrañar los orígenes y el empleo de palabras típicas de los campos cubanos, usadas en la calle, dichos y dicharachos, de ´cubanismos´ tan usados en nuestro país" (Y. Jiménez Hernández, comunicación personal, 20 de febrero de 2019). La propia Jiménez Hernández, graduada en Filología, agrega:

> Este tipo de tópicos no es frecuente en los periódicos. Valía la pena tocar el tema desde una arista más jocosa para aceptar a los lectores a algunos fenómenos lingüísticos y aterrizarlos a la manera de ser del cubano, a su cotidianidad (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Sección pensada para el joven villaclareño, *Entre nos* refleja los quehaceres de las nuevas generaciones de Villa Clara. "Visitamos escuelas, centros de trabajo, centros productivos donde sean protagonistas los jóvenes de la provincia" (E. Moreno Gimeranez, comunicación personal, 2 de mayo de 2019).

La selección de los temas tratados en "Juveniles" son el resultado de las propias inquietudes de los jóvenes, "en parte, surgen gracias a la colaboración de los lectores a través de correos electrónicos, cartas, llamadas y sugerencias de los estudiantes en las escuelas o que se nos acercan" (L. Díaz Monserrat, comunicación personal, 21 de diciembre del 2016).

Desde las primeras ediciones de Juveniles "la página ha ido rompiendo los estereotipos de lo que debe ser el periodismo de provincia, aunque no siempre ha sido un periodismo crítico, pero sí de entretenimiento, también muy necesario, pues forma parte de las necesidades informativas de los lectores" (Díaz Monserrat, Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Agrega que, "la página 3 es una oportunidad para todos los jóvenes que llegan al periódico para que puedan desarrollarse, hacer un reportaje, para realizarse como periodistas".

La directora de la editora, Concepción Díaz concluye: "Tenemos que ser una vía para educar a los jóvenes y que estos se sientan identificados y reflejados a través del medio" (comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

El colectivo de la página se encuentra integrado por jóvenes periodistas del Vanguardia. Sus redactores son: Leslie Díaz Monserrat, Liena María Nieves Portal, Miriam Elisa Peña

López, Claudia Yera Jaime, Yinet Jiménez Hernández, Laura Seco Pacheco, Liliet Barreto y Enrique Moreno Gimeranez.

3.3 El medio donde se encuentra enclavado *Vanguardia.* Características demográficas, económicas y sociales.

El público de Vanguardia en el municipio de Santa Clara, capital de la provincia Villa Clara, residen en una urbe con una extensión territorial de 668,82 km²; que limita al noreste con Cifuentes, por el noroeste con Camajuaní, al este con Placetas, al sureste con Manicaragua y al suroeste con Ranchuelo.

Según Informe de la Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI) en Villa Clara, al cierre del año 2018, el municipio de Santa Clara tiene un total de 246856 habitantes, agrupados en su mayoría (223987) en la zona urbana, de ellos 120499 hombres y 126357 mujeres. La creciente solicitud de fuerza de trabajo en empresas, industrias e instituciones y la proliferación del trabajo por cuenta propia ha influido en la migración del campo, y se ha reducido así a 21483 la cifra de habitantes en zonas rurales. Santa Clara posee una población de entre 15–35 años de 196862 personas, de ellos 94415 son hembras y 102457 varones.

La salud y la educación constituyen sectores de prioridad en Villa Clara. En la capital provincial se ubican las principales instituciones del Minsap[5] y el Mined[6]. En Santa Clara la cifra de personal facultativo de salud asciende a los 3 278 de ellos: 1 035 son médicos de familia, 528 estomatólogos, 130 farmacéuticos, 3 326 personal de enfermería y auxiliares, 3 818 técnicos y auxiliares. Estos profesionales laboran en 281 unidades de asistencia médica repartidas en 7 hospitales, de ellos 3 clinicoquirúrgicos (“Arnaldo Milián Castro”, el oncológico “Celestino Hernández” y el Hospital Militar “Comandante Manuel Fajardo Rivero”), también el cardiocentro “Ernesto Che Guevara”, el ginecobstétrico “Mariana Grajales”, el pediátrico “José Luis Miranda” y el Hospital Psiquiátrico. Además, se brindan servicios médicos en otras 274 instituciones como policlínicos, clínicas dentales, hogares maternos y consultorios médicos de la familia (ONEI, 2017).

En la capital provincial, coexisten 126 centros de enseñanza, 74 de educación primaria, 32 de nivel medio (15 secundarias básicas, nueve preuniversitarios, siete politécnicos y el

[5] Ministerio de Salud Pública
[6] Ministerio de Educación

Instituto Superior Pedagógico “Félix Varela”18 que gradúa estudiantes de enseñanza media y superior), además de tres Escuelas Profesionales de Arte y una Escuela Integral de Deporte Escolar, siete de enseñanza para adultos e igual número de educación especial; así como dos prestigiosos centros de educación superior con la categoría de Instituciones Certificadas que otorga la Junta Nacional de Acreditación, por la calidad demostrada en la formación de profesionales: el Instituto Superior de Ciencias Médicas “Serafín Ruiz de Zárate Ruiz” y la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, polo científico-educativo de excelencia que cultiva el intelecto de jóvenes de las provincias centrales; además de contribuir a la superación permanente de los recursos humanos en áreas de prioridad para el desarrollo sustentable del país y realizar una relevante actividad científica, tecnológica y cultural caracterizada por la transferencia de conocimientos y servicios de alto valor agregado que alcanzan reconocimiento en el entorno nacional e internacional como los brindados por el Centro de Bioactivos Químicos (CBQ) y el Instituto Biotecnológico de las Plantas (IBP).

Santa Clara se erige también como una de las plazas culturales más reconocidas de la Isla. Cada año eventos puntuales –como el “Festival Internacional de Teatro Magdalenas sin Fronteras”, el “Festival Nacional Longina” (de trova), “Ciudad Metal”, el “Festival de Teatro de Pequeño Formato”, la “Feria del Libro”, “Cubadisco”, la “Temporada de Artes Escénicas”, el “Salón de Artesanía”–, marcan el quehacer cultural santaclareño. De igual modo, destaca el protagonismo de prestigiosos centros como el teatro “La Caridad” que acoge artistas del patio, nacionales y foráneos y el Centro Cultural “El Mejunje”, institución insigne de la ciudad en perenne defensa de la diversidad genérica y cultural, de la identidad nacional y la canción de autor.

Estas condicionantes demográficas y socioculturales median el proceso de recepción de la página “Juveniles” de la editora *Vanguardia* en la audiencia, de ahí la relevancia de este marco referencial para el presente trabajo de diploma.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS INVESTIGATIVOS

4.1 Factores estructurales-organizativos mediadores en la conformación de la agenda temática

La conformación de la agenda temática se ve mediada por diversas mediaciones que, en mayor o menor medida, influyen en la selección de los temas, la manera de abordarlos y el segmento de público al cual van intencionados. Las condicionantes de la organización interna de los medios, las variables ajenas al medio, así como las vías de retroalimentación con los lectores, constituyen las principales injerencias en la conformación de las agendas.

La conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" de la editora *Vanguardia* se ve mediada por estos elementos que, junto con otros, convergen para elaborar la lista de temas a publicar en la plana.

La selección de los temas de la página 3 está marcada por factores estructurales-organizativos propios del medio. Dichos condicionantes forman parte de la cotidianidad productiva del órgano de prensa, de las formas de hacer de sus periodistas, así como de sus condiciones de trabajo en la redacción y las relaciones laborales entre el equipo reporteril de la página y el resto del personal del periódico.

Los contenidos de la tercera plana del semanario *Vanguardia* se dedican a los jóvenes, a satisfacer inquietudes, dudas y proponer productos actuales, "frescos" y educativos para la nueva generación de villaclareños. La periodista Leslie Díaz Monserrat, coordinadora de "Juveniles", plantea que el grueso de los contenidos es elegido por los reporteros de la página. "Cada periodista presenta el tema de su sección correspondiente para publicar en la semana. En ocasiones, durante la reunión de la página consensuamos otros tópicos que pueden abordarse en el futuro".

Precisamente este proceder permite que los factores estructurales-organizativos influyan en la selección de los temas. Es decir, la elección se ve mediada por las condiciones propias de los periodistas de la página, expresadas a través de sus inquietudes e intereses.

Por otra parte, aunque la censura o supresión de temas puede constituir un problema para los periodistas de los medios de prensa, y también para la editora *Vanguardia* —órgano oficial del PCC en Villa Clara—, en el caso de "Juveniles" no ocurre de tal manera, según aseguran sus integrantes.

> El tema de la censura no se manifiesta con frecuencia en la página: por lo general, todos los contenidos son aprobados por la dirección del periódico. Nosotros hacemos la propuesta de temas a la Dirección y en general son aceptados, asegura Díaz Monserrat.

Apoyando lo anterior, Enrique Moreno Gimeranez, jefe de Información, plantea:

> Se podría decir que la página Juveniles es la que más libertad tiene en el periódico para elegir sus temas y decidir sobre ellos. Leslie, la encargada de la página, nos presenta con anterioridad los contenidos de las diferentes secciones y nosotros los revisamos y por lo general todos se aprueban. Los periodistas tienen la libertad de escoger los temas y que sean de interés para los jóvenes (Comunicación personal, 3 de mayo de 2019).

Marelys Concepción Díaz, directora del medio de prensa, corrobora las facilidades de los redactores de la página para elegir temáticas y tratarlos de la manera que consideren más adecuada. “Ellos se reúnen y nos hacen las propuestas de temas que van a abordar trimestralmente, nos reunimos en el consejo de dirección y acordamos cuáles temas priorizamos, o deberán consultarse, porque nunca censuramos” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

Por otra parte, la autocensura tampoco resulta evidente, pues precisamente se afrontan temas poco tratados o tabúes para la sociedad, y los reporteros cuentan con autonomía para elegirlos. Además, se suma el apoyo de la dirección del medio con el fin de conformar una página del agrado de los jóvenes y con asuntos de su interés.

El equipo de “Juveniles” destaca por su juventud y profesionalidad. Durante el tiempo de observación el investigador pudo apreciar que se manifiestan las buenas relaciones de amistad y cordialidad entre sus integrantes. Incluso, comparten momentos de recreo fuera del horario laboral. Aunque el colectivo de periodistas es mayoritariamente joven —menores de 35 años—, interactúan con espontaneidad con otros de mayor edad, así como con el resto del personal periodístico.

La periodista Miriam Elisa Peña López reconoce haber enfrentado inconvenientes en los primeros pasos de la página. “En un inicio tuvimos malas relaciones porque no fuimos entendidos, sobre todo por los periodistas de más edad. No comprendían la necesidad de

esta página ni su enfoque. Fuimos acusados de querernos vanagloriar, sufrimos muchas incomprensiones" (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

De igual modo se establecen vínculos de intercambio con los dirigentes del medio, tanto en reuniones oficiales como en espacios informales, dígase pequeños encuentros que también sirven para transmitir informaciones.

En la Redacción de la editora se cuenta con las condiciones de infraestructura necesarias para realizar la labor periodística. Un total de siete computadoras, todas con conexión a Internet, se reparten entre los reporteros del medio. En los momentos que confluyen mayor cantidad de periodistas en la redacción constituye una necesidad turnarse para utilizarlas, aunque ya la mayoría utiliza sus *laptops* personales. No obstante, por lo general los redactores de las secciones trabajan desde sus casas, dado que la mayoría cuenta con conexión ADSL[7] (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) o Nauta Hogar.

El tema de la transportación no es decisivo para cubrir los temas de las secciones. "Generalmente, las conformamos apoyados en fuentes de Internet, como revistas y sitios especializados en la temática a desarrollar, sobre todo, para las secciones En Farándula y Punto Digital", apunta Díaz Monserrat (Comunicación personal, 31 de enero de 2019).

> En el caso de los reportajes, sí es necesario ir a las instituciones o visitar lugares para realizar entrevistas a expertos y otras fuentes. En muchas ocasiones tratamos de hacer las entrevistas que necesitaremos para otros trabajos, por ejemplo, cuando se visitan escuelas, recogemos declaraciones de los muchachos (L. María Nieves Portal, comunicación personal, 20 de enero de 2019).

En la investigación y la observación participante se constata el papel decisivo de los factores estructurales-organizativos para conformar la agenda temática de la página "Juveniles". Destacan la libertad de decisión de los periodistas favorecida por la política del medio de prensa de no censurar los contenidos de la plana; así como las buenas condiciones de trabajo, sobresaliendo las relaciones laborales entre los integrantes del equipo reporteril, y también con el resto del personal del periódico. Precisamente, este clima de cordialidad y camaradería facilita los intercambios para decidir los temas de las secciones, además de crear lazos de confianza e identificación.

[7] Es un tipo de tecnología de línea de abonado digital (DSL). ADSL es una tecnología de acceso a Internet de banda ancha.

Estas mediaciones intramediáticas constituyen las más influyentes a la hora de elaborar el plan temático, las que protagonizan el proceso de conformación de la agenda temática de la tercera plana del *Vanguardia*, aunque no son las únicas.

4.2 Factores externos mediadores en la conformación de la agenda temática

Los factores externos juegan también un importante rol en la construcción de la agenda temática de la página "Juveniles". Junto a las mediaciones internas de la editora Vanguardia, conforman un entramado que condiciona la selección de temas a publicar en dicha plana.

Al contrario de las directrices que funcionan para el resto del periódico, las indicaciones del Buró Político del Comité Central del PCC y del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC no influyen en la agenda temática de esta página. Así lo confirma su coordinadora: "el Partido no tiene que ver en ningún momento con la elección de los temas que desarrollamos, somos el equipo y la dirección del semanario quienes decidimos qué publicar y cómo hacerlo" (L. Díaz Monserrat, comunicación personal, 31 de enero de 2019).

En el mismo sentido, Marelys Concepción Díaz, directora de Vanguardia, enuncia el influjo del PCC sobre la elaboración del plan de coberturas. "El Partido no es quien decide la política editorial del medio ni establece la agenda temática, sino que dispone un grupo de coberturas de obligatorio cumplimiento. Así que "Juveniles" no se ve mediado en ningún momento por sus indicaciones".

Sin embargo, sí reconoce que existe un estrecho vínculo entre las indicaciones del organismo político y el público en aras de elaborar una agenda efectiva.

> La agenda temática de Vanguardia está muy relacionada con las necesidades informativas de los lectores y las prioridades trazadas por el PCC. Si no existe esta correspondencia, realmente no estás respondiendo a las necesidades del público, aunque exista una segmentación del público particular que se toma en cuenta (Concepción Díaz, comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

Durante el periodo de observación se evidenció una falta casi total de mediación del público joven villaclareño para conformar la agenda temática de la plana, con la excepción de la sección *Pensando en ti*. Pese a que los periodistas del equipo plantean que reciben sugerencias de temas por parte de los jóvenes vía correo electrónico, en la práctica, la

mayoría de los contenidos son propuestos por los propios reporteros. Las temáticas son el resultado de las propias inquietudes de los periodistas y del resto de los jóvenes del medio que colaboran aportando ideas y sugerencias.

Así lo reconoce Nieves Portal (Grupo focal, 3 de junio de 2019), "Juveniles es un ejercicio de esfuerzo intelectual de este grupo de periodistas porque el 97% del contenido, para no ser absoluta, sale de nuestro colectivo".

Cabe señalar que la edad de los reporteros del equipo de la página puede constituir un factor condicionante en la selección y enfoque de los temas. Sus integrantes sobrepasan los 25 años, por lo tanto, su percepción de las realidades puede divergir de las de un público más joven. Este elemento ciñe la manera de ver y enfocar los temas de la plana, sus puntos de vistas marcados por una mayor experiencia pueden ser opuestos al de los lectores jóvenes.

Por su parte, Miriam Elisa Peña aprecia la falta de participación de los jóvenes, no por causa de la inefectividad de los mecanismos de intercambio, sino en un fenómeno más complicado que escapa a su alcance.

> El segmento al que va enfocado la página no lee Juveniles, una gran parte de los jóvenes ni siquiera conoce de su existencia. No es que la página no refleje lo que ellos quieren, sino que al no tener hábitos de leer el periódico no saben ni siquiera que existe. Los jóvenes de la educación superior son los que mayormente nos siguen (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Para Díaz Monserrat, dicha conducta está marcada por el propio desarrollo de la sociedad cubana, con un marcado crecimiento hacia la informatización y un dominio creciente de la población de las herramientas y soportes digitales. "Ocurre otro fenómeno, el público al que está dedicada la página es nativo digital y no leen los periódicos, por lo tanto, es necesario conquistarlo a través de los medios digitales y ahí no tenemos un amplio desarrollo" (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

La anterior afirmación es evidente pues la página "Juveniles" no tiene una identidad en las redes sociales, ni siquiera un espacio dentro de la edición web de Vanguardia. Algunos de sus contenidos se publican como reportajes en la edición digital, mientras el resto de las secciones no encuentran cabida.

“Solo se suben el reportaje y *Sexeando* como trabajos sueltos, no formando parte de la página. El resto de las secciones no se publican en la web del periódico” (L. Nieves, comunicación personal, 3 de mayo de 2019).

Dicho elemento constituye un desaprovechamiento del espacio digital del medio, en lo que respecta a la página. Esta puede ser una vía efectiva para aumentar la visualización de los contenidos de “Juveniles” y facilitar la interactividad de los lectores con el órgano de prensa y en especial con los periodistas de la plana. De la misma manera, acercaría los temas a los jóvenes, un sector de la población cada vez más unido a la tecnología y las redes sociales.

La interactividad entre los periodistas y el público, no solo al específico que va dirigida la página, sino todos los segmentos poblacionales y etarios en general, constituye la manera adecuada de conformar una agenda de temas que se sustente sobre los intereses y necesidades informativas de sus públicos. En el caso de la “3”, este intercambio idílico no se cumple de una manera efectiva capaz de ser la pieza fundamental en la conformación de la agenda. Por dicho motivo el equipo de redactores fomenta los debates entre todos los integrantes de la página y los demás jóvenes del medio.

> Tenemos una forma proactiva de hacer Juveniles porque debatimos las cosas de unos y de otros. Todos los compañeros del periódico, no solos los integrantes de la página, aportan ideas. Lograr globalmente esa interactividad interna sería la Meca, porque así el público participaría en la construcción de esta agenda (L. Nieves Portal, grupo focal, 3 de junio de 2019).

La incidencia de otros medios en la conformación de la agenda temática no es relevante para el presente estudio. En ningún momento se aprecia la ocurrencia de este comportamiento.

Como resulta evidente, los factores externos, pese a la influencia en algunas secciones, no constituyen elementos de peso en la conformación de la agenda temática de “Juveniles”. Desempeñan un papel secundario, al margen de los componentes estructurales-organizativos.

Pero de lo anterior se desprende un elemento a remarcar, la página “Juveniles” destaca por la independencia del resto del periódico y de las principales condicionantes de este en relación con las mediaciones del Buró Político del Comité Central del PCC y del

Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC. Dicha plana conforma una agenda temática mediada principalmente por las condiciones estructural-organizativas del medio y rectorada por su equipo de periodistas.

4.3 Mecanismo de retroalimentación entre el público y los periodistas

Cada medio de prensa establece una serie de mecanismos de intercambio con sus públicos para recibir criterios, comentarios y sugerencias que les permitan constatar la efectividad del discurso empleados, además otorgarle un grado de participación necesario para conseguir la identificación con el órgano. De estos dependerá, en gran medida, la imbricación entre su agenda temática y los intereses, y necesidades comunicativas de su audiencia.

La editora *Vanguardia* facilita el intercambio con sus lectores a través de varias vías de comunicación. La directora de la institución plantea que reciben las opiniones de los lectores a través del correo electrónico, de cartas, mensajes de texto y llamadas a los propios periodistas y los directivos del periódico.

Específicamente, a través de la dirección de correo electrónico juveniles@vanguardia.cu, se recepcionan las opiniones y propuestas del público a la página "Juveniles".

"Los jóvenes nos envían sus consideraciones sobre los temas publicados, además de proponernos otros de su interés", expresa Díaz Monserrat (Comunicación personal, 31 de enero de 2019).

Aunque la periodista, en un principio, refiere lo anterior, reconoce que "la agenda temática en el periódico *Vanguardia*, y la de "Juveniles" con sus peculiaridades, no se construye teniendo en cuenta al público, se construye con los temas que nosotros los periodistas consideramos que les puedan interesar y son parte además de la agenda política" (Díaz Monserrat, grupo focal, 3 de junio de 2019).

Un mecanismo de retroalimentación a todas luces efectivo en el inicio de la página, resultó la iniciativa de promover encuentros e intercambios con estudiantes, algo que hoy en día ya no se realiza. "Cuando comenzó la página visitábamos las escuelas para conversar con los jóvenes, pero eso quedó en el camino porque no tenemos maneras logísticas de movernos a los centros educativos todos los meses", reconoce Díaz Monserrat.

De acuerdo con esta idea, Concepción Díaz apoya la utilidad de dichos intercambios con los jóvenes, para tenerlos en cuenta como partícipes del medio.

> Han sido muy efectivos los encuentros de los reporteros con los jóvenes en sus propios centros de trabajo, de estudio y de recreación. A mi consideración, debemos sistematizarlos. Esta es la manera de que se vean reflejados en el periódico porque, de lo contrario, sería imponer temas que nosotros pensamos que le puedan interesar, y no los que en realidad son (Comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

Además, los reporteros alegan recibir las opiniones de amigos y personas cercanas sobre las publicaciones, así como inquietudes y sugerencias de diferentes tópicos.

Díaz Monserrat informa que la página "Juveniles" comenzó como un intento de atraer al público joven a través de la publicación de sus mensajes. Sin embargo, aunque ocasionalmente sí se reciben correos y cartas con propuestas concretas de temas a tratar, lo más frecuente es que solo se comunican para emitir su opinión sobre trabajos ya publicados, o para enviar saludos y felicitaciones.

Destinada para el intercambio, para recibir sugerencias y diseñada como un espacio donde el público plasma sus criterios, la sección *Pensando en ti* recibe numerosos mensajes de los lectores. Aunque no cumple a cabalidad las directrices de su creación, es la que más evidencias de participación ofrece.

"Los lectores envían sus correos para hacer nuevas amistades, felicitar a familiares y amigos", agrega Díaz Monserrat. Para Liena María Nieves, en el caso de esta sección las vías de retroalimentación son efectivas, aunque exiguas: "… está cumpliendo el rol para el que se creó, pero ello no es suficiente para construir una agenda" (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Aunque no se aprecian los mensajes para sugerir temas para el resto de las secciones y los reportajes, la concurrencia de correos es considerable. Se evidencia el interés de la audiencia en ver reflejados su nombre, número telefónico y correo electrónico en la plana del periódico.

Miriam Elisa Peña López plantea que el público se limita a mandar saludos porque esa es la manera más efectiva de verse contenidos en el mensaje. "No se consideran reflejados en temas específicos, sino en la sección *Pensando en ti*, a través de los saludos. Son los menos los que escriben para dar una opinión sobre lo ya publicado" (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Las periodistas achacan la baja participación de los lectores y la inefectividad de estos mecanismos a un fenómeno más profundo que la mera inefectividad de las herramientas de intercambio, el poco interés de la población de verse reflejados en un semanario que ni siquiera leen. Además, los medios de comunicación en el país no han creado en sus públicos el hábito de participar en la conformación de sus agendas temáticas. Nieves Portal asegura: "No existe una cultura de decir ¿por qué no escribes sobre esto? Ocurre, pero son casos aislados" (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

El equipo de la página reconoce la poca eficacia de los mecanismos establecidos para el intercambio frecuente, pero destaca que, al menos, el público se comunica con ellos para compartirles sus impresiones o historias personales relacionadas con algunos de los trabajos publicados. Aunque no se alcanza el verdadero objetivo de lograr la participación actica de los lectores en la conformación de la agenda temática, constituye un medio de intercambio que pudiese tener el protagonismo requerido de emplearse correctamente. "Juveniles no logra una interacción efectiva su audiencia, pero al menos es una forma de comunicarse con ellos". (L. Díaz Monserrat, grupo focal, 3 de junio de 2019).

Durante el periodo de observación participante se confirma a los correos electrónicos como la principal vía de retroalimentación entre la audiencia y los periodistas. Constituye el medio de mayor y más fácil acceso para los lectores, impulsado por la generalización del uso del correo "nauta" en los móviles, la inmediatez y también por el bajo costo de los mismos en comparación con los mensajes de texto.

La investigación arroja la insuficiente presencia de "Juveniles" en la web de Vanguardia y el pobre trabajo para fomentar la inserción de sus contenidos en la misma. Debido a la poca presencia de los trabajos de la página en el sitio web del periódico y de no contar con un espacio propio para publicar todas las secciones, se desaprovecha una plaza de intercambio idóneo para los jóvenes, el medio digital. Los comentarios sobre las publicaciones pueden constituir una fuente ideal en la cual basarse los periodistas de la plana. Una población cada vez más conectada a Internet, y jóvenes nacidos en la era digital, reciben mejor los contenidos por esta vía que a través de la edición de papel.

El equipo reporteril reclama la creación de un subsitio donde publicar todos los contenidos de la página 3 del *Vanguardia* de papel. De esta manera los lectores tendrían la posibilidad

de plasmar sus criterios sobre las temáticas publicadas, y serviría de foro de intercambio permanente.

En el periodo de observación no se apreciaron otros mecanismos de retroalimentación efectivos. Por esta razón compete al medio fomentar los espacios de intercambio con los lectores de Villa Clara en todos los sectores de la sociedad, visitas a centros educacionales, laborales y otros espacios de socialización juvenil para conocer de primera mano sus verdaderas necesidades comunicativas.

Por su parte, el equipo de "Juveniles" continúa con la difícil tarea de elaborar contenidos capaces de atraer al público de manera instructiva, acercándose lo más posible a sus intereses, y convirtiendo la página en una vía para educar a los jóvenes y que estos se sientan identificados y reflejados a través de ella.

4.4 Etapas de la conformación de la agenda temática: recolección y selección de la información

La conformación de la agenda temática es un proceso paulatino que atraviesa por diferentes etapas para la consecución de los productos comunicativos y se encuentra sesgada por múltiples factores condicionantes de su realización. Si se consideran dichos elementos, el proceso se enmarca en rutinas ya establecidas por los periodistas y el medio.

La recolección de la información constituye el momento inicial del proceso de conformación de la agenda temática. Se apoya en la mayor cantidad de fuentes posible, en pos de otorgarle mayor veracidad a los trabajos. Contempla los requerimientos del dietario establecido; además, depende de las pautas de la política editorial del medio de prensa y en particular la de la página "Juveniles". De este modo se garantiza que el producto comunicativo satisfaga los intereses de un público harto exigente.

La periodista Liliet Barreto Hernández dice que "algunos de los reportajes que tocan temas más sensibles utilizan fuentes confidenciales, personas que cuentan sus historias de vida de manera anónima. Piden que no se develen sus identidades" (Comunicación personal, 29 de enero de 2019). Agrega que es frecuente utilizar fuentes cercanas como familiares o amigos con historias sustanciales para el contenido del trabajo.

Por su parte, las declaraciones de los expertos resultan fundamentales, pues constituyen una voz autorizada en problemáticas más importantes por su connotación y, por supuesto, le

otorgan la validez y veracidad necesarias. Es frecuente emplear informaciones de expertos de publicaciones de revistas o sitios especializados.

> En el formato anterior del *Sexeando*, que consistía en desarrollar un reportaje con un tema central, se consultaban especialistas, estudios publicados en sitios como Infomed o revistas científicas reconocidas. Cuando se trata de extrapolar esos fenómenos a la realidad cubana cuesta mucho trabajo, pues se conocen, pero no se han investigado; entonces es indispensable remitirse a artículos de la prensa internacional (Nieves Portal, comunicación personal, 20 de enero de 2019).

El actual formato de la sección ha requerido nuevas especificidades, reconoce la periodista. "Con la nueva *Sexeando* se consultan en Internet sitios especializados en estos temas de sexualidad. Por ejemplo, *El País*[8] tiene un subsitio maravilloso, muy actualizado; *BBC*[9] también y *Cubadebate*, ocasionalmente, realiza este tipo de trabajos. *Cubahora*, con Mileyda Menéndez, periodista de JR que realiza *Sexo sentido*, es un buen ejemplo" (Nieves Portal, comunicación personal, 20 de enero de 2019).

De acuerdo con las declaraciones de Yinet Jiménez Hernández, las fuentes documentales son muy importantes y necesarias para la preparación individual de cada periodista. "Las investigaciones sobre el tema son fundamentales para elaborar un reportaje capaz de informar a los lectores y aclarar todas sus posibles dudas al respecto" (comunicación personal, 25 de abril de 2019).

Refiere, además:

> En mi sección, me remito a textos de la academia. Yo, como filóloga de formación, tengo de base una serie de libros, "la Biblia del lenguaje", y los decodifico para llevar su contenido a un lenguaje más sencillo. También, existen determinadas personas que si hablamos de lenguaje cubano son sagrados y hay que remitirse a ellos. Claro, es muy importante escuchar lo que habla la gente en la calle (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Otras fuentes asiduas las constituyen las institucionales, principalmente en temas que requieren de la opinión oficial. Díaz Monserrat (Comunicación personal, 31 de enero de 2019) reconoce la importancia de estas: "Las fuentes institucionales les otorgan mayor

[8] Periódico español de alcance mundial. Uno de los más leídos en lengua castellana. La versión digital del periódico *ElPais.com* es el periódico digital en español más consultado del mundo.

[9] British Broadcasting Corporation (BBC; en español: Corporación Británica de Radiodifusión) es el servicio público de radio, televisión e internet del Reino Unido.

veracidad a los temas tratados, la oficialidad requerida por algunos de ellos". Pero alerta que, aunque presumen de alta confiabilidad, siempre es necesario contrastarlas.

La utilización de Internet como una "fuente de fuentes" se evidencia en la mayoría de las secciones, atendiendo a la credibilidad del sitio y la actualidad del mismo. Tal es el caso de *Punto digital*, su redactora Peña López (Grupo focal, 3 de junio de 2019) plantea que realiza una pesquisa por los principales sitios noticiosos y de tecnología en busca de informaciones actuales y de relevancia. A partir de ahí "elaboro una guía que me permite tomar las informaciones de estos espacios para elaborar la sección de tal manera que le sea útil y de interés al público" (Peña López, grupo focal, 3 de junio de 2019)

Las fuentes van a asegurar la triangulación de la información, dotando a los reportajes y el resto de secciones de credibilidad.

Un elemento que pudiera resultar fundamental en esta etapa es el dietario. El plan de coberturas de la página está sujeto a la planificación realizada con antelación por los periodistas y la dirección del medio. Los contenidos que serán publicados en la edición sabatina se colegian entre los redactores de las secciones para proponérselos luego a la dirección del *Vanguardia*. Marelys Concepción Díaz comenta al respecto:

> El director del medio participa en la reunión de coordinación del Buró Político del Partido que se realiza los lunes en la mañana. En el caso particular del periódico, realizamos una coordinación entre los organismos y los jefes de página, y posteriormente una reunión con todos los trabajadores que se concibe como un matutino informativo y luego como una reunión de planificación con los periodistas; se proyecta la semana de trabajo para la web y la edición impresa.

Las reuniones de planificación editorial constituyen el espacio en el cual dirección y los reporteros coordinan los temas a publicar en "Juveniles". En este espacio se da a conocer el plan de coberturas para la semana en curso, así como otras informaciones organizativas y de funcionamiento interno del medio. Concepción Díaz agrega:

> Todo está antecedido por una planificación a corto, mediano y largo plazo, a partir de los planes de trabajo que entrega cada periodista de forma trimestral, así como los intereses del medio de darle seguimiento a determinados asuntos, o algunos que nos sugieren los propios lectores (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

Liena Nieves Portal explica que para determinados momentos del año se planifican contenidos que se repiten cíclicamente. "En fechas determinadas del año como es el caso de las pruebas de ingreso o el 4 de abril, la página se planifica tratar temas relacionados con estos acontecimientos" (Comunicación personal, 2 de mayo de 2019).

Por otra parte, en la "3" no se insertan contenidos que no estén pactados con anterioridad. Sus periodistas aseguran que esto no ocurre, pues constituye una página atípica dentro del periódico, con particularidades muy remarcadas.

> En la página no se insertan contenidos de último momento. Lo que se publica se panifica con antelación. Aunque, en ocasiones extremas que ocurra un hecho de trascendental importancia o gravedad, lo que puede ocurrir es que, en última instancia, se suprima la página, se rompa", asegura Nieves Portal (comunicación personal, 2 de mayo de 2019).

La política editorial de *Vanguardia* apoya y sustenta la elaboración de contenidos noticiosos de interés para los lectores, pero no puede sustraerse de su misión como Órgano Oficial del Partido Comunista de Cuba en Villa Clara. La directora del medio reconoce que "por supuesto que la política informativa tiene en cuenta los pilares fundamentales de la política trazada por el Buró Político del Comité Central del PCC". Agrega, además, que "la política editorial puede adecuarse de acuerdo a las necesidades de cada medio de prensa. Cada vez se le da más autoridad al medio para elaborar su propia agenda de temas y su estrategia editorial".

En el caso de "Juveniles", asegura que no se rige por la misma política del resto del periódico debido a las particularidades propias de la plana, sino por una con más libertades para sus periodistas.

> Es mucho más flexible. Se ven temas actuales, más novedosos. se incorporaron secciones más refrescantes como *Sexeando*, *Entre nos*, para compartir con los jóvenes, ir a las escuelas, a los centros de trabajos donde destaquen, se vean reflejados en las páginas y sugieran materiales, alega Concepción Díaz.

Precisamente, parte de las flexibilidades del equipo de redacción de la página la constituye el presentar temas sin condicionantes previas. "Juveniles agrupa a todos los jóvenes del periódico; ellos se reúnen y nos hacen las propuestas de temas que van a abordar trimestralmente, nos reunimos en el consejo de dirección y acordamos cuáles temas

priorizaremos, cuáles se consultarán, porque nunca censuramos", concluye Concepción Díaz (Comunicación personal, 30 de mayo de 2019).

La autonomía de los reporteros de la página les otorga la posibilidad de elegir los temas sin presiones externas que medien de manera negativa la conformación de la agenda temática. Dicha ventaja les permite enfocarse en crear contenidos interesantes, actuales y provechosos destinados por completo a los jóvenes, alejados de convencionalismos y formas arcaicas de hacer el periodismo. De este modo la página "Juveniles" se enfrasca en el cometido de gustar a los jóvenes a la vez que los educan y aportan importantes conocimientos para su formación y su vida adulta en general.

Por otra parte, la etapa de selección de la información es fundamental para la elaboración de las secciones, con el objetivo de que atraigan el interés del público lector y de los jóvenes en especial. Dicha fase se encuentra marcada por la aplicación de los valores noticia para la elección de los contenidos a publicar. Cabe señalar la condición de la editora *Vanguardia*, un semanario provincial; dicha particularidad media la utilización y percepción de algunos valores noticias que pueden perder sentido, en algunos casos, debido a la frecuencia de tirada del periódico y a su carácter regional. A partir de este precepto, las diferentes secciones de la plana tienden a priorizar temáticas de interés para los villaclareños y tratar temas cercanos a la realidad de la provincia y del país, aunque no se obvian los contenidos foráneos.

Las secciones de la página "Juveniles" manifiestan principalmente una inclinación a exponer la actualidad en sus diferentes perspectivas. "*En Farándula* se apoya en la temporalidad, la espectacularidad de los personajes que aparecen en esta página. Son los protagonistas de telenovelas, películas o músicos actuales. También se busca la cercanía geográfica, el interés del público, la relevancia y las facetas desconocidas de los artistas", concluye Yera Jaime, responsable de la sección.

Otros valores noticia se toman como referencia por los periodistas para elaborar contenidos de opinión que promueven el gusto estético por diferentes facetas de los productos comunicativos.

A dicha dinámica responde *Ojo crítico*—en manos de Leslie Díaz Monserrat—. En su caso se le suman el interés colectivo y la proximidad geográfica del hecho a la sociedad, pues

constituye la crítica de la serie, telenovela, filme, o programa de televisión que se encuentra en la palestra pública.

El reportaje y *Sexeando* se basan en el ineditismo, la temporalidad, veracidad, el interés colectivo, importancia y gravedad; sin embargo, pueden prescindir de algunos de ellos pues llegan a tratar temas atemporales o fenómenos de corte universal, más allá del acontecer villaclareño. Sus temas destacan por ser poco tratados, asuntos que interesan a toda la sociedad y fundamentalmente a los jóvenes.

En el periodo de observación, dicha sección cambió su manera de concebirse. En un primer momento publicaba solo reportajes sobre sexualidad, temas que giraban sobre comportamientos sexuales, reproducción y otros. A partir de una restructuración necesaria de la página, en el mes de febrero *Sexeando* pasó a ser una sección con mayor variedad en la forma de presentar sus contenidos; ahora incluye tres secciones en la misma página. La actualidad y espectacularidad cobran un valor más protagónico, pero las temáticas sobre sexualidad continúan siendo el eje central.

La redactora de la sección, Liena María Nieves Portal, apunta:

> En el caso del *Sexeando* actual, el hecho de que *Vanguardia* sea un semanario provincial hace que algunos valores noticiables, como la cercanía, no me resulten indispensables, pues me centro en dar noticias recientes del mundo en general. Busco más lo impactante, lo prominente, lo curioso, lo que pueda afectar o interesar a más personas (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

La encargada de *Tengo la palabra*, Yinet Jiménez Hernández, reconoce no apegarse, por lo general, a los valores noticia, pero en momentos determinados esta lógica sí define sus temas.

> Muchas veces son temas atemporales, trato de trazarme una serie de tópicos. En el caso del trabajo donde tratamos el argot beisbolero, quise coordinarlo con la final de la Serie Nacional de Béisbol. O sea, el evento en sí marca, en ocasiones, la lógica de cuándo aparece el tema (Grupo focal, 3 de junio de 2019).

Por su parte, *Entre nos* cumple con uno de los principales objetivos del medio de prensa, el de potenciar los contenidos cada vez más cercanos a los lectores jóvenes para lograr la identificación de estos en sus páginas; se concibe desde la proximidad geográfica del hecho a la sociedad villaclareña. La razón de ser de la sección reside en visibilizar la labor de

jóvenes de la provincia, destacados en su área, asegura el periodista Enrique Moreno Gimeranez.

En el caso particular de *Punto digital*, gana cada vez más adeptos por tratarse de temas del acontecer tecnológico del mundo y de Cuba. Por la fugacidad de los constantes adelantos que sorprenden a la población, la sección se decanta por la temporalidad de los contenidos, básicamente, consejos y curiosidades tecnológicas sobre teléfonos inteligentes y otros dispositivos electrónicos. Peña López asegura buscar contenidos que sean de interés para el público de Cuba, de la provincia, o sea, que se acerquen a nuestra sociedad. "El mundo de la tecnología se está moviendo constantemente, diariamente aparecen nuevos s*martphones*, aplicaciones y conectividad cada vez más veloz. A partir de estos adelantos investigo a cabalidad aquellos que se adecuen a la realidad cubana y puedan interesarles a los lectores" (M. Peña López, grupo focal, 3 de junio de 2019).

El estudio advierte la cercanía geográfica y la actualidad como los principales valores noticia empleados por los periodistas de la plana. Los trabajos constituyen la prueba del correcto empleo de estos valores a la hora de conformar la agenda temática de la página y para estar a tono con los intereses de la editora *Vanguardia* y de "Juveniles" de acercarse y reflejar al público joven villaclareño.

La conformación de la agenda temática de la página "Juveniles" se describe como un proceso complejo, influenciado por varios factores estructurales-organizativos y externos, y caracterizado por el papel rector de sus periodistas a la hora de su concepción.

Dicho proceso se encuentra mediado por las condiciones de trabajo de los periodistas, las relaciones laborales entre ellos y el resto del personal joven de periódico; y en menor medida por las restricciones editoriales del medio y los recursos técnicos y logísticos. A su vez, el público constituye la principal condicionante externa, aunque su participación aún resulta insuficiente como para desempeñar un rol protagónico en la construcción de la agenda de la página. A diferencia del resto de las planas de *Vanguardia*, la "3" no se rige por las indicaciones del Buró Político del Comité Central del PCC y del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC. De hecho, dicho hallazgo representa uno de los más significativos que se pudieron obtener en el desarrollo de la investigación, pues evidencia la autonomía del equipo reporteril, así como su proyección genuinamente juvenil.

Durante la investigación se constató que la vía de comunicación más recurrente entre los periodistas y el público es el correo electrónico. Pese a esto, los lectores no aprovechan todas las potencialidades de dicha herramienta para sugerir temas a tratar en la página, sino que en su mayoría solo se limitan a enviar saludos y felicitaciones a familiares y amigos. Excepcionalmente surgen intercambios de criterios sobre trabajos ya publicados.

Por su parte, los periodistas y directivos del medio manifestaron la necesidad de retomar los encuentros con los estudiantes en los centros educacionales, con los jóvenes obreros y los cuentapropistas, para conocer de primera mano sus inquietudes, gustos y necesidades y plasmarlos entonces en el discurso en "Juveniles". La diversidad sociológica de dicho grupo etario constituye, por sí sola, un escenario lo suficientemente atractivo y cambiante, merecedor de espacios que, desde la prensa, reflexionen sobre asuntos cardinales de su generación.

La conformación de la agenda temática de la página resulta un ejercicio de construcción colectiva que, pese a no conocer a profundidad los intereses de los jóvenes, intenta acercarlos a la lectura del periódico a través de contenidos actuales e interesantes, matizados por su importancia y posibilidades para crear una cultura estética diferente del consumo de medios, y dinamizar el aprovechamiento que de sus contenidos puede hacer el público.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en la investigación se pudo arribar a las siguientes conclusiones:

1. Los factores extramediáticos no influyen de manera efectiva en la conformación de la agenda temática de la página. Solo el público contribuye con la propuesta de temas esporádicamente. La participación del público joven es muy deficiente.
2. La página "Juveniles" no se rige por las indicaciones del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara, alcanzando así una autonomía que favorece la elección y tratamiento de los temas, así como la construcción de una agenda temática específica para los jóvenes.
3. Los correos electrónicos constituyen la principal vía de retroalimentación entre los periodistas y el público. Sin embargo, dicho mecanismo no aporta la efectividad requerida para conformar la agenda temática de la página "Juveniles". Solo la sección *Pensando en ti* cuenta con la participación del público para su elaboración, pues envían sus saludos y felicitaciones. Constituye esta la manera más evidente de la mediación del público en la página.
4. Los periodistas de la página y el resto de los jóvenes de periódico colegian los temas a tratar en las secciones. A falta de una mediación efectiva de los lectores, el equipo de reporteros se encarga de elegir las temáticas de la plana. Con dicho fin, la política editorial de la editora *Vanguardia* facilita el trabajo del equipo de "Juveniles".
5. Sitios y revistas especializados de Internet constituyen las fuentes de información más recurrentes por los periodistas de la página. La poca socialización de los estudios de sexualidad en Cuba —para el caso de *Sexeando*— sobre temáticas de mayor complejidad científica y sociológica, obligan a la redactora de la sección a emplear consideraciones de expertos publicadas en medios internacionales.
6. Las secciones de la página tienden a buscar contenidos cercanos a la realidad y cotidianidad de las generaciones más jóvenes de villaclareños. No obstante, se ha comprobado que resultan de gran interés para un público más heterogéneo, incluido los adultos mayores.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la presente investigación, se recomienda

1. Sistematizar estudios de recepción en la página Juveniles, con la finalidad de determinar los intereses y necesidades comunicativas reales de sus lectores meta. Proponemos que estos tengan una frecuencia anual, que involucren al Centro de Estudios de Opinión del PCC, así como a otros medios que en el territorio también contemplen una programación específica para el segmento juvenil.
2. Incentivar el interés del PCC y de la dirección de la editora Vanguardia para retomar las visitas a centros educacionales, laborales y otros espacios de socialización juvenil, tanto en las zonas urbanas como rurales de los 13 municipios villaclareños. Ello repercutirá en la credibilidad del discurso periodístico y favorecerá una aproximación genuinamente efectiva a las carencias y motivaciones de los más jóvenes.
3. Promover, desde la dirección de la editora Vanguardia, la creación de un subsitio específico para "Juveniles" dentro de la web oficial del medio (www.vanguardia.cu), con lo cual se visibilizarán todos los contenidos, se incrementaría la interacción con los nativos digitales y podría generar una comunicación más efectiva, basada en la dialogicidad y la simetría entre emisores y receptores.
4. Socializar los resultados de esta investigación, tanto en el medio de prensa como con los funcionarios del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara, en aras de involucrar a nuevos actores sociales e institucionales. Asimismo, el alcance del presente trabajo de diploma podría repercutir en otros medios con una labor similar, en términos de superación profesional y de colaboración colectiva hacia el común objetivo de perfeccionar el ejercicio del Periodismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, M., y Saladrigas, H. (2002) *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.

Alonso, M. y Saladrigas, H. (2006) *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.

Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.

Berger, P., y Luckmann, T. (2003) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.

Castillo, Y. y Muñiz, V. (2017) Los temas internacionales en la relación entremedios y públicos en Cuba: un estudio de caso longitudinal. *Perspectivas de la Comunicación*, 10 (2). 51-82

Casermeiro, A. (2003) *Los medios en las elecciones: la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Educa.

Cervantes, C. (1995) *¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? Comunicación y Sociedad, (24)*, 97–125. Recuperado de http://publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/24_1995/97-125.pdf

Cohen, B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. New Jersey, USA: University Press

Chóliz, M. (2004) *Psicología de los motivos sociales*. Recuperado de http://www.uv.es/~choliz

Dahdah, Said. (2004) Mirando al mundo desde las ventanas de un edificio: la comunicación política y sus propuestas teóricas. *Politeia*, 27(32-33). Recuperado dehttp://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0303 97572004000100001&lng=es&nrm=iso

Dirección Provincial de Cultura Villa Clara (2018) Informe Dirección Provincial de Cultura Villa Clara 2018. Villa Clara.

Fishman, M. (1983) *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Argentina: Tres Tiempos.

Fontcuberta, M. (1993) La noticia. Pistas para percibir el mundo. Barcelona. España, Editorial Paidós.

Gámez, N. (2007) *El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. Mediaciones Sociales*, 1, 195–213. Recuperado de http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0707110195A/21456

García, J. (2004) *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos.*(Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación).
Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

García, C. (1996) *Sobre el concepto de necesidad*. Recuperado de http://inicia.es/de/cgarciam/necesidades.html

Gomis, L. (1991) Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, España: Paidós

Grossi, F. (1983) LiveIli di mediazione simbolica nell'informazione di massa. *Livolsi M. (bajo la dirección de), Sociologia dei processi culturali*, Angeli, Milán, 223-236.

Hernández, M. E. (1995) *La producción noticiosa*. México DF, México: Universidad de Guadalajara.

Hernández, M. E. (1997) La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. *Comunicación y Sociedad*, (30), 209-242. Recuperado partir de http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2818.1980.tb00240.x/p

Lozano Rendón, J.C. (1996) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Recuperado de https://www.scribd.com/doc/249539509/Teoria-eInvestigacion-de-La-Comunicacion-de-Masas-Jose-Carlos-Lozano-Rendon

Lippmann, W. (1922) *The world outside and the pictures in our heads*. Illinois, Estados Unidos: University of Illinois Press.

Martini, S. (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Recuperado de http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=96

Martín Barbero, J. (1991) *Perder el objeto para ganar el proceso. Signo y Pensamiento, (18)*. Recuperado de http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/1082.pdf

Martín Barbero, J. (2008) *De los medios a las mediaciones*. La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.

Martín Barbero, J. (1987*) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Martín Llaguno, M. (2002) La función del recuerdo de los medios de difusión. Alicante, España: Monografías. Universidad de Alicante.

Martín Serrano, M. (1993) *La producción social de comunicación*. Madrid, España: Alianza Editorial.

McCombs, M. (1992) *La evolución de la agenda setting*. Recuperado de http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769909206900402

McCombs, M. (2006) *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España: Paidós.

McCombs, M., y Shaw, D. (1972) The Agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly, (36*), 24-36. Recuperado de https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20OQ%201972.pdf

Muñiz, V. et. al. (2016) Relación entre objetos y atributos de las agendas mediáticas de los órganos de prensa provinciales de Santiago de Cuba durante los años 2014 y 2015. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, número12, pp.121-136

Oficina Nacional de Estadísticas e Información (2018). Anuario Estadístico Villa Clara. Villa Clara: Oficina Nacional de Estadísticas e Información.

Orozco, G. (1993) Hacia una dialéctica de la Recepción televisiva: La estructuración de estrategias por los televidentes. *Comunicación y Política en América Latina, No. 22* (PDF). Quito: CIESPAL.

Park, R. (1940) News as a Foro of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology, (45),* 669-686. Recuperado de http://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/viewFile/17566/17548

Pérez, C y Heredia, L. (2012) *Las notas informativas de la portada de Vanguardia: un análisis de su estilo periodístico* (tesis de pregrado). Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas, Villa Clara, Santa Clara, Cuba.

Petrovski, A. (1985) *Psicología General*. Moscú, Rusia: Editorial Progreso

Ramírez, T. (s/f) *Gabinetes de Comunicación: de la seducción por la imagen a la obsesión por «aparecer». El periodismo de rutina hace más fuertes a las fuentes oficiales y más débiles a las no oficiales*. Universidad Del País Vasco. Recuperado de http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-08-ramirez.pdf

Reese, S. D. (1999) Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de «jerarquía de influencias».*Comunicación y Sociedad, 2(12).*

Recuperado de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8793/1/20100226104850.pdf

Reyes, L. (2003) *Manual de fuentes de información*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.

Ricardo Luis, R. (2006) *Detrás de la fachada*. Recuperado de http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607/pdf/30_1997/209-242.pdf

Rodríguez, R. (2004) *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria.* Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Rubio, J. M. (2009) Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología, 2009, 25* (1), artículo 01. Recuperado de http://hdl.handle.net/10481/6843

Sádaba, T., Rodríguez, Virgili, J. (2007) La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en la prensa española. *Ámbitos*, (16), 187-211. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801610

Shaw, E. (1979) Agenda-Setting and Mass Communication Theory Gazette. *International Journal for Mass Communication Studies*, XXV (2), 96-105.

Silva, E. (2015) *A influência da televisão nos debates de sala de aula: uma análise com base na hipótese de Agenda-Setting*. (Tesis de maestría). Universidade Federal de Goiás, Brasil.

Shoemaker, P. y Reese, S. (1994) *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México, México: Diana

Tuchman, G. (1983) *La producción de la noticia. Un estudio sobre la construcción de la realidad.* Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.

Vara, A. (2001) *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building*. (Tesis de doctorado). Universidad de Navarra, España.

Vidal, J. (2006) *Medios y públicos. Un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.

Villegas, E., Vargas, Y., Paz, G., Hernández, G., y Ramos, B. (2014) Alimentando a la bestia. Rutinas productivas en organizaciones e instituciones periodísticas de dos

ciudades fronterizas. Estudio de caso. *Razón y palabra*, (87). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/05_VillegasVargasPazHernandezRamos_M87.pdf

Wolf, M. (1987) *La investigación en la comunicación de masas*. Barcelona, España: Editorial Paidós

ANEXOS

Anexo #1

Grupo Focal

Fecha: 3 de junio de 2019

Hora: 2:00 pm

Lugar: Editora *Vanguardia*

Participantes (Periodistas): Leslie Díaz Monserrat
Liena María Nieves Portal
Miriam Elisa Peña López
Yinet Jiménez Hernández
Laura Seco Pacheco

Guía de preguntas:

1. ¿Cómo eligen los temas de las secciones?
2. Manejo de las fuentes en cada una de las secciones.
3. Condiciones de trabajo, relaciones laborales.
4. ¿Son efectivas las vías de retroalimentación?
5. Empleo de los valores noticias

Anexo #2

Guía de entrevista semiestructurada a periodistas de la página "Juveniles".

¿Sobre qué trata su sección? Temáticas que presenta.

¿Cómo seleccionan los temas, criterios empleados?

Organización del trabajo en la página.

¿Se evidencia la censura o la autocensura en "Juveniles"?

¿Se comunican los lectores para sugerir temas para la sección?

Anexo #3

Guía de entrevista semiestructurada a directivos de la editora Vanguardia

¿Influyen las indicaciones del Buró Político del Comité Central del PCC y del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en la conformación de la agenda temática de "Juveniles"?

Rasgos de la política editorial del medio que facilitan la conformación de la agenda temática de "Juveniles".

¿Se censuran contenidos de la página?

¿Considera efectivos los mecanismos de retroalimentación pautados en el medio de prensa?