

*Itinerario teórico y condicionamientos
sociopolíticos para un proyecto de cambio del
modelo cubano de prensa*

Theoretical itinerary and sociopolitical conditioning for a
project to change the Cuban press model

Liena María Nieves Portal

Semanario *Vanguardia*

Resumen: El objetivo propuesto recae en determinar las formas de participación social promovidas desde el semanario *Vanguardia* para la construcción de la agenda temática dedicada a los jóvenes, en aras de transformar la política editorial de los medios de prensa como vía de sustentación para una comunicación legítima, democratizadora, participativa e interactiva. Los resultados expuestos revelan las incongruencias existentes entre la agenda pública y la agenda temática del medio (67,3% de los casos), evidenciando desconocimiento respecto a las problemáticas sociales que generan intereses informativos específicos.

Palabras clave: política editorial, comunicación, participación social.

Abstract: The proposed objective is to determine the forms of social participation promoted by the *Vanguardia* weekly for the construction of the thematic agenda dedicated to young people, in order to transform the editorial policy of the press as a way of sustaining a legitimate, democratizing communication, participatory and interactive. The results presented reveal the inconsistencies between the public agenda and the thematic agenda of the newspaper (67,3% of the cases), revealing ignorance of the social problems that generate specific informational interests.

Keywords: editorial politics, communication, social participation.

INTRODUCCIÓN

La investigación comunicológica en Cuba ha proseguido un itinerario similar, aunque históricamente fracturado por un antes y un después del primero de enero de 1959, al de otras naciones de América Latina. Sin embargo, la retardada indagación teórica en derredor de esta ciencia —o disciplina de las ciencias sociales, de acuerdo a la ambivalencia de criterios que hasta hoy prevalecen— ubican a la isla a la zaga de temáticas cardinales como los estudios de recepción, la construcción de la agenda mediática y la aplicación de enfoques horizontales, alternativos, participativos y democratizadores (Lerner, 1958; Schramm, 1964; Freire, 1970, 1973, 1983, 1994; Berrigan, 1977, 1979; MacBride, 1980; Mowlana & Wilson, 1987) en la comunicación de masas.

En 1927 Harold D. Lasswell publicó el libro *Propaganda Techniques in the World War*, hecho que constituyó el punto de partida para la inauguración de los cimientos teóricos de la *Mass Communication Research* (MCR). La nueva corriente mantendría una posición instrumentalista y sesgada por el funcionalismo norteamericano, lo cual caracterizó todo estudio de la MCR referente a los efectos de los medios de comunicación sobre las audiencias.

Menos de una década después, el enfoque funcional-economicista signó el interés de dueños y patrocinadores por analizar el impacto de la publicidad en la radio y la prensa impresa, justificado bajo la finalidad de determinar hábitos de consumo, las tendencias en la opinión política de los cubanos y los *ratings* de audiencia de los espacios más populares, una línea que se mantuvo hasta finales de la década del cincuenta.

Más tarde, con el advenimiento del proceso revolucionario y la reestructuración total del sistema mediático, la refundación del campo científico de la comunicación en Cuba (Saladrigas & Olivera, 2011) tardaría más de diez años.

Ente 1970 y 1989, la Psicología emergió como la disciplina rectora —teórica y metodológicamente— de las investigaciones sobre medios, a lo cual se sumarían los estudios de audiencias dirigidos por el Centro de Investigaciones del Instituto Cubano

[150]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

de la Radio y la Televisión (CIS del ICRT), así como el nacimiento y asunción de perspectivas propias.¹

Sin embargo, mientras que en la Mayor de las Antillas la investigación comunicológica aún no trascendía la orientación al estudio de los efectos y el funcionalismo típico de los inicios de la MCR, Jesús Martín Barbero traía al ruedo de las ciencias sociales una categoría que revolucionó la producción científica en derredor de la comunicación de masas. Con su viraje de *los medios a las mediaciones* (1987), Martín Barbero fijó la futura ruta analítica al describir el poder de la audiencia y su función protagónica en la configuración de su propio mundo, con lo cual supera la fase de los estudios de mensajes en tanto soportes de la «ideología de la dominación».

Los porqués tras los hábitos de consumo y la percepción de los receptores como entes activos y mediados por un complejo sistema psicosocial, constituyen algunas de las aportaciones más reveladoras del investigador español, con quien coincidirían, en tiempo y contribuciones, otros imprescindibles del pensamiento contemporáneo como Néstor García Canclini, Guillermo Orozco, Paulo Freire, Mario Kaplún, Manuel Martín Serrano, Armand y Michelle Mattelart, Juan Díaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, Francisco Gutiérrez, Joao Bosco Pinto, Frank Gerace, Fernando Reyes, etc.

No obstante, la equiparación hecha por Martín Barbero del consumo como productor de sentido, colocó el «listón» más alto. El énfasis en su dimensión constitutiva supone una concepción de los procesos de comunicación como espacios para la creación de identidades y la conformación de comunidades (Sunkel, 2002).

[...] yo parto de la idea de que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través

¹ Amén de las insuficiencias en el orden teórico, el profesor, periodista e investigador Enrique González-Manet, desarrollaría varios estudios sobre economía política de medios. Años después, en su libro *Globalización, medios de comunicación y dominación cultural* (1997), plantea que las transformaciones en los medios de comunicación pueden resultar positivas o no, en dependencia de la aplicación de políticas públicas oportunas y adecuadas, capaces de preservar y fortalecer un desarrollo independiente (Margarit, 2003).

del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida. (Citado por Sunkel, 2002: 5)

En tanto, el educador brasileño y experto en comunicación Paulo Freire, consolidaba una audaz perspectiva sobre la educación al proponer como antítesis su «pedagogía del oprimido» — en abierta divergencia con el mantenimiento del *status quo* del subyugado, el inmovilismo social y la antidemocracia — lo cual inspiró la necesidad de ejecutar una revisión profunda del modelo clásico de comunicación. Incluso, los norteamericanos Wilbur Schramm, Everett Rogers y Daniel Lerner — principales teóricos de la Comunicación para el Desarrollo — compartieron dicho presupuesto y ampliaron la búsqueda hacia una comunicación horizontal o alternativa.

Así llegaron los noventa y Cuba mantuvo el desfase de antaño en el campo de la investigación comunicológica. La peor crisis económica de la era post revolucionaria impuso la contracción de toda actividad mediática, aunque expandió los campos de la mercadotecnia y la comunicación organizacional (Saladrigas & Olivera, 2011). La depresión de la producción científica autóctona forzó entonces al ejercicio investigativo a posesionarse sobre referentes ajenos al contexto cubano, mas enriquecedores y heterogéneos, lo cual expresa, no obstante, una de las insuficiencias mayúsculas que perduran hasta el momento.

No obstante, la perspectiva de una comunicación que paulatinamente desplace el modelo verticalista tradicional no ha pasado desapercibida para los investigadores cubanos. Prácticamente durante sesenta años, la política del sistema mediático nacional se basó en la percepción e implementación de la radio, la televisión y la prensa impresa como instrumentos estratégicos del Partido Comunista de Cuba (PCC) para la dirección científica de la sociedad, dada su función educativa, normativa, modificativa y orientadora de la conducta humana (citado por Pazos, 2011).

Sin embargo, la asunción institucional de la comunicación de masas como un proceso unidireccional y excluyente — en el sentido de la excorporación de los públicos como solución a la dicotomía entre la agenda mediática y la agenda pública, etc. — ha suscitado tanto interés como encarnizados cuestionamientos académicos respecto a la existencia en Cuba de medios comunitarios genuinos, así como su viabilidad real. A la par, y aunque

[152]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

el apremio de incorporar un enfoque democratizador al modelo nacional de prensa ya ha sido descrito en tesis doctorales y otros trabajos de investigación, la inexistencia de una política de comunicación propia, el intervencionismo frecuentemente inmoderado de los organismos rectores (PCC, ICRT) en la construcción de la agenda mediática, la retardada conversión de los medios como «símbolo legítimo y legitimado por la opinión pública» (García, 2013) y la disyunción entre el discurso formal, reproductivo y externo y las necesidades comunicativas de los públicos, sabotea la posibilidad de encontrar en la prensa una vía potenciadora para el crecimiento personal, el reconocimiento social y la aprehensión de la realidad circundante.

La educación política, ciudadana y moral no se adquiere por vía catequística, sino ante todo mediante experiencias vitales significativas del individuo (Cardona, 2000: 56), lo que señala, en cuanto a los medios, que se debe brindar al receptor de los mensajes el espacio para ser un participante activo en la construcción de sentido.

No hay verdadera influencia educativa y formativa sin el ejercicio del albedrío moral de la persona, de su capacidad de opción y decisión, lo que significa, para los medios, la necesidad de ofrecer una visión problémica, dialógica y lo más pluralista posible de los temas de la sociedad. (García, 2013: 87)

La situación problémica expuesta hasta el momento justifica que el objetivo general del presente estudio se proponga determinar las formas de participación social promovidas desde el semanario Vanguardia para la construcción de la agenda temática dedicada a los jóvenes, en aras de transformar la política editorial de los medios de prensa como vía de sustentación para una comunicación legítima, democratizadora, participativa e interactiva.

El vínculo entre los medios de comunicación, la ciudadanía y la esfera pública, constituye uno de los principios referenciales de la democracia contemporánea. La participación de las audiencias en los medios de comunicación estructura formas simétricas y equitativas de acceso y representación en la vida pública de las naciones, amén de simplificar el paso de

las personas, del rol de objetos al de sujetos, aun y cuando el proceso no está exento de contradicciones sociopolíticas.

Formas y niveles de la participación en comunicación

Alonso *et al.* (2015) proponen que la participación constituye el modo en que funcionalmente resulta posible la acción colectiva del grupo como sujeto de la actividad, por lo que suele adjetivársele a partir de la esfera concreta de la vida social en que tiene lugar; por ejemplo, se habla de participación política, económica, laboral, electoral, industrial, cultural, etc. El calificativo de «popular» se le otorga siempre que el pueblo se involucre en ella, algo que en el caso cubano se ha visto reducido al trueque del concepto real por el de asistencia.

La participación se define como directa o indirecta desde la perspectiva de las formas en que se realiza: en el primer caso, referente a la intervención de todos, y en el segundo, a cuando se designan representantes para que tomen parte en su nombre en la actividad.

Desde una perspectiva *societal*, la participación se produce de diversos modos, por lo que se habla de la participación universalista (todos participan desde una condición social común, como el hecho de ser cubanos) y la particularista (establece una diferenciación en la condición desde la que ocurre: campesino, intelectual, obrero, etc.).

También se distinguen como niveles: la participación como oferta-invitación (en que la gente toma parte en la ejecución de las decisiones que toman otros; se considera como pseudo participación ya que constituye una forma de manipulación y captación de la gente para que hagan lo que conviene al que convoca); participación como consulta (cuando se solicitan sugerencias o se alienta a que la gente exprese sus puntos de vista sobre lo que se va a hacer o se está haciendo); participación como delegación (cuando se delegan facultades de decisión o se cede a las personas involucradas la gestión de algunas acciones); participación como influencia (se expresa en la capacidad y posibilidad que tienen algunas organizaciones para influir mediante propuestas o presionando acerca de lo que se debe hacer); la cogestión o trabajo en común (cuando se establecen mecanismos de co-decisión de modo

[154]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

que las decisiones se toman de manera conjunta y la ejecución es compartida) y la autogestión (donde cada uno interviene directamente en la toma de decisiones conforme con los lineamientos generales establecidos conjuntamente entre las personas involucradas e implica también el control operacional de todo cuanto se realiza. Se trata de gestionar por uno mismo y gestionar según las propias normas, siempre que ello no afecte a los legítimos intereses de los otros y al conjunto de la sociedad). (Citado por Alonso *et al.*, 2015: 4)

En un sentido político, la participación se define como un fin en sí, como vía de fortalecimiento de las democracias, mas, desde el punto de vista ético, el cambio de rol de las personas –de objetos de prácticas externas a sujetos activos– implica la reivindicación de sus derechos como decisores en los asuntos vinculados a sus condiciones y calidad de vida.

Desde el punto de vista comunicológico y, hasta el momento, la producción científica de la Dra. en Ciencias de la Comunicación Susana Herrera Damas, constituye el referente más preciso en cuanto al análisis y la determinación de las formas en que incide la participación de la audiencia en la programación radial y televisiva y en la agenda temática de las publicaciones impresas –aunque en este particular no realice distinciones, a pesar de las lógicas divergencias en los códigos comunicativos–. Sus investigaciones sobre la participación de los oyentes en varias radioemisoras juveniles de España constituyen el prototipo más próximo a nuestro estudio, aunque la diferencia en cuanto a soportes comunicativos evidencia varias dicotomías en el tratamiento del tema, una problemática común en la investigación comunicológica cubana.

Sin embargo, con su propuesta metodológica, la investigadora logra establecer un conjunto de fórmulas participativas o formas operativas, como las denominó, para dinamizar la comunicación mediática a través de la intervención de los destinatarios en la actividad, contenido y funcionamiento de los medios y en los mensajes que se construyen a partir de dicha intervención.

Según la autora, existen dos parámetros para la clasificación y exposición de las fórmulas participativas: a) el grado de incidencia de la intervención del público en la publicación

y programación de los medios y b) la iniciativa o procedencia de la intervención.

El primer parámetro se refiere al grado de incidencia de la intervención del público en el contenido final de los medios, ya sea en la publicación (para los medios impresos), o en la programación, en el caso de los audiovisuales. Desde esta perspectiva, se clasifican como fórmulas participativas directas y fórmulas participativas indirectas.

Las fórmulas directas, permiten un acceso prácticamente inmediato del lector, oyente o espectador al medio, solo mediatizado por las rutinas productivas que se empleen en cada caso. La presencia del receptor en el resultado final del producto periodístico es mayor ya que es este quien expresa personalmente su punto de vista [...]. Las fórmulas participativas indirectas suponen una presencia menos inmediata del lector/oyente/espectador en el medio y su presencia queda sujeta a una mayor mediación profesional para estructurar lo aportado por la audiencia, no solo en la última etapa del proceso comunicativo, sino en la misma configuración y diseño de las publicaciones y emisiones. (Herrera, 2003)

El segundo parámetro de clasificación apunta a la iniciativa y procedencia de la intervención, y en este particular la autora aclara que, aunque la realización idónea de todas las fórmulas participativas depende de la intervención activa del público, en la práctica, la Administración, los medios y la sociedad —actuando a título individual o de forma colectiva— pueden promover dicho procedimiento de manera específica.

Con ello se da por sentado que la participación de las audiencias en la determinación de la agenda temática no puede concebirse como un proceso meramente espontáneo, sino que precisa de una planificación, convenida con los periodistas y los medios de comunicación, así como de dispositivos permanentes que la promuevan; exige, asimismo, del amparo legal e institucional para que sea legítima y trascienda al marco del formalismo, algo que en Cuba aún pende de los hilos de la burocracia.

En América Latina, Mario Kaplún (el teórico sobre temas de participación y comunicación en el continente), Juan Díaz Bornenave, Paulo Freire y Luis Ramiro Beltrán (comunicólogo especializado en el área de la comunicación participativa), no

[156]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

solo emprendieron y promovieron la sistematización de las primeras experiencias de lo que en la década del sesenta llamaron «comunicación para el desarrollo», sino que en su crítica al verticalismo y el carácter economicista y etnocéntrico de los entonces llamados «programas extensionistas» en el continente, avistaron la oportunidad de encauzar un modelo comunicativo basado en el paradigma de la participación.

Precisamente en este particular se sustenta la comunicación participativa y horizontal, paso previo para estimular la «concientización» del pueblo (citado por Barranquero & Sáez, 2010), entendida como estrategia sustancial en la mejora de su calidad de vida en todos los ámbitos.

Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y solo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar. (Citado por Martínez-Salanova, 2006)

Sin embargo, ni la metodología de Susana Herrera Damas, ni las concepciones de una comunicación para el desarrollo, participativa o democrática de Beltrán, Gumucio o Kaplún, se enfocan particularmente en los medios impresos (periódicos, revistas y suplementos). La carencia histórica de mecanismos permanentes que fomenten la retroalimentación e interactividad entre emisores y receptores —prácticamente (mal) asumida como particularidad de la prensa escrita— ha contribuido a velar una necesidad latente en el periodismo.

La reveladora publicación, en el 2004, del libro *Revolución, Socialismo, Periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI* —texto que resume la tesis doctoral en Ciencias de la Comunicación de Julio García Luis— advertía respecto a la inoperancia de un modelo de prensa «que mira menos hacia la opinión pública que hacia otros lados», lo cual contradice no

solo las enseñanzas de la Sociología de la Cultura, sino las más elementales nociones sobre gobernabilidad, psicología social, democracia y participación ciudadana.

La prensa cubana no requiere un poder separado, sino una parte del poder único existente en la sociedad; una parte si se quiere, pequeña, pero que pueda representar algo así como la sal para todos los demás componentes del poder popular y revolucionario.

[...]. Poder expresado en la personalidad ética, jurídica y económica del órgano de prensa, y de la institución que este pueda representar en cada caso, para actuar en nombre de la opinión pública como sujetos directos del diálogo con el Partido, el Estado, el Gobierno y las organizaciones sociales.

Poder para dar voz al pueblo, a los trabajadores, y servir de canal activo de diálogo entre la base y la sociedad política.

Poder, en fin, de contrapartida revolucionaria y vehículo para ello de la opinión pública. (García, 2013: 180-181)

La reducción del sistema mediático nacional a mero instrumento propagandístico e informativo (no comunicativo), implica el obviar las cualidades de la prensa, en cualquiera de sus soportes, como vehículo democratizador y nexo seguro entre la sociedad y su sistema político. La relación vertical de la prensa con el poder político, la administración directa de algunas áreas de los medios por parte de dependencias del PCC, la absorción y traslado a los aparatos del Partido de parte de la autoridad y competencias de los medios (García, 2013), entre otros factores, abonan la pertinencia de readecuar el sistema institucional a fin de garantizar su funcionalidad.

A los medios en la revolución socialista les corresponde ser factor activo de desalienación social, y su funcionamiento democrático debe propender a ese objetivo. El empleo de los medios con un enfoque humanista, emancipador, participativo, favorece el determinismo dialéctico que potencia el papel de la subjetividad en la vida social. La relación unívoca entre el sistema político y los medios, sin embargo, puede fomentar una relación también unívoca entre estos y la sociedad, que podría debilitar la capacidad

[158]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

dialógica para el intercambio humano y la vinculación activa a la realidad. (Citado por Pazos, 2011: 38)

La disfuncionalidad de un modelo de prensa en su momento transgresor, aunque subsumido durante décadas en una labor más política que comunicativa, no solo ha dado al traste con la visión emancipadora de una sociedad en crecimiento, sino que abrió la brecha entre la psicología social del cubano – terreno donde nacen y se comparten los temas de la agenda pública– y los productos comunicativos que habitualmente se emiten o publican en los medios.

METODOLOGÍA

La pertinencia de desarrollar una investigación sociológica que vincula las rutinas de producción y difusión de contenidos en el único periódico local de la provincia, a las formas de participación de los jóvenes en la constitución de la agenda temática –como mediadoras entre el discurso periodístico y las necesidades informativas de este grupo etario– justifica la selección de una **población** que resolvemos focalizar en el rango de edades de 14 a 29 años (sin que se establezcan dimensiones referidas a los niveles de instrucción), y localizados específicamente en el municipio de Santa Clara.

Dicha elección geográfica se adecua a las estadísticas sociodemográficas que se manejan y ratifican desde el 2009, a nivel nacional y territorial, las cuales determinan que el índice de urbanización de los jóvenes residentes en Villa Clara asciende al 75,8% del total.² El criterio para adoptar en la investigación una muestra probabilística de la población a analizar, se ajusta a los parámetros explicitados por José Ignacio Ruiz Olabuénaga en el volumen *Metodología de la Investigación Cualitativa* (1999).

Los indicadores que se proponen para operacionalizar la categoría participación, de acuerdo a las particularidades de esta investigación, se establecen a partir de los siguientes parámetros:

² Para ampliar esta información puede consultarse: *Cuadernos de estudios de población y desarrollo* Número 2. Caracterización sociodemográfica de los jóvenes cubanos. Centro de Estudios de Población y desarrollo. Edición 2009.

- Formas de expresión de la participación entre los lectores jóvenes del periódico *Vanguardia* (real o formal).
- Formas de promoción a través de la política editorial del periódico *Vanguardia* (participación como oferta-invitación, consulta, delegación, influencia, cogestión o autogestión).
- Condiciones bajo las que se produce la participación de los lectores jóvenes del periódico *Vanguardia* (personales, procesuales, sociales, políticas y casuales).
- Incidencia de la participación en la construcción de la agenda temática de la página *Juveniles*, cuantificada en tres niveles: alta, media y baja.

La investigación, de tipo explicativa, se inserta en el paradigma dialéctico por su visión emancipadora y comprometida con la transformación del estado de cosas y el desarrollo espiritual y material de la sociedad y los individuos. Su enfoque cualitativo sustenta la elección metodológica que a continuación detallamos.

Métodos teóricos: Analítico-sintético, inductivo-deductivo, e histórico-lógico

Métodos empíricos: Análisis de documentos oficiales, observación participante, encuestas, entrevistas cualitativas y dispositivos grupales.

Según quedó explicitado, el presente estudio se inserta como parte de la formación doctoral de la autora, lo cual justifica la cuantía de sus resultados, aún preliminares, aunque indicativos de varios de los porqués que se habrán de develar paulatinamente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las encuestas se aplicaron en esta fase a un total de 110 jóvenes de entre 14 y 29 años (58 hembras y 52 varones; estudiantes de preuniversitario, de la enseñanza superior, obreros, cuentapropistas y desvinculados laborales, residentes en el Consejo Popular Centro, de Santa Clara). El análisis cuantitativo de las mismas revela que el 65,4% de las hembras y el 67,9% de los varones coincide en la cualidad formal de sus formas habituales de participación en los medios de comunicación.

En cuanto al comportamiento por sexos puede observarse en la siguiente figura:

[160]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>



Figura 1: Formas de participación de los jóvenes en la construcción de la agenda temática de *Vanguardia*. (Fuente: elaboración propia)

En cuanto a las formas de promoción de la participación de los lectores para la construcción de la agenda mediática del semanario *Vanguardia*, el mayor por ciento del total de jóvenes de ambos sexos (71,30%) apunta a la participación como oferta-invitación,³ mientras que el restante 28,7% coincide en la participación como consulta.⁴ Respecto a las condiciones bajo las que se produce la participación del público juvenil en el periódico villaclareño, las encuestas ofrecen criterios divergentes: el 81% del total concuerda en cuanto a las condicionantes sociales,⁵ mientras que el restante 19% se considera marginalizado dentro del discurso del medio.⁶

La incidencia de la participación juvenil en la construcción de la agenda temática —materializada en el tratamiento periodístico a intereses específicos— se mueve en una curva sinuosa: el 70,8% la califica como media, el 25,2% como baja y solo el 4% la valora en el rango de alta, lo cual explica el hecho de que el 67,3% de los encuestados no considera representadas, y por ende, satisfechas, sus necesidades informativas.

³ Las personas toman parte en la ejecución de las decisiones de otros; se considera como pseudo-participación, ya que constituye una forma de manipulación y captación de la gente para que hagan lo que conviene al que convoca.

⁴ Cuando se solicitan sugerencias o se alienta a que las personas expresen sus puntos de vista sobre lo que se va a hacer o se está haciendo.

⁵ De tipo estructural (relacionadas con el nivel cultural, la edad y la ocupación de este sector generacional) y político, referente a las características del sistema sociopolítico nacional y los valores que promueve y privilegia en la juventud cubana.

⁶ Jóvenes desocupados priman entre los que manejan este criterio.

CONCLUSIONES

La insuficiencia histórica de estudios sistemáticos de lectoría promovidos por los medios de comunicación y el Departamento Ideológico del PCC en cada provincia; los vacíos teóricos resultantes de la carencia de una producción científica autóctona en materia de ciencias de la comunicación; la inexistencia de mecanismos permanentes que desde nuestro modelo de prensa promuevan la interactividad, la retroalimentación y la participación de los receptores en la construcción de la agenda temática, así como la prorrogada aprobación de una ley de prensa que, entre otras acciones, precise finalmente los espacios de poder de los *mass media*, acentúan las brechas entre la labor del sistema mediático oficial y las necesidades informativas de los públicos, lo cual se expresa en la invisibilización del *otro* y en la incapacidad de solventar los intereses del público juvenil en el discurso periodístico de *Vanguardia*.

La novedad de una investigación que toma como línea de arranque a las ciencias sociológicas y se afianza sobre los procesos de comunicación de masas, contribuirá de manera significativa al establecimiento de simetrías entre los mecanismos de participación social y las potencialidades de los lectores jóvenes en la configuración de la agenda temática del semanario villaclareño. Favorecerá, asimismo, el perfeccionamiento de las políticas de comunicación —La Ley de Prensa aún no se ha aprobado— para el sistema comunicacional cubano, y no solo en el caso específico de los medios impresos. Deberá repercutir, por tanto, en la reorganización del proceso editorial y productivo a partir de la asunción de los principios de una prensa más democrática, dialógica y participativa.

«Nadie es, si se prohíbe que otros sean», dijo Mario Kaplún. Su sentencia, humanista y emancipadora, quizás se ajusta al momento actual como nunca antes en la historia de la prensa cubana.

REFERENCIAS

ALONSO, J. *et al.* (2015). *Actores e indicadores del desarrollo local-comunitario*. Informe de investigación. Santa Clara: Centro de Estudios Comunitarios.

[162]

Islas, núm. 189; UCLV, enero-abril de 2018.

<http://islas.uclv.edu.cu>

- BARRANQUERO, A. & SÁEZ, CH. (2010). «Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación». [En línea] Disponible en <https://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf> [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- BELTRÁN, L. R., (1993). «Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años». En Infoamérica.org [En línea] Disponible en http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- BELTRÁN, L. R., (2005). «La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Un recuento de medio siglo» en Infoamerica.org. [En línea] Disponible en http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- BONILLA, J.I. (2007). «Lo público en los medios. Reflexiones sobre comunicación, política y ciudadanía». En Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. [En línea] Disponible en http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/Lo_p%C3%BAblico_en_los_medios.pdf [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- CABALLERO, M. T. & GARCÍA, Y. (2004). *El trabajo comunitario: alternativa cubana para el desarrollo social*. Camagüey: Ediciones Ácana y Universidad de Camagüey.
- DEL RÍO, M. (2002). Participación popular en el proceso de toma de decisiones públicas en el ámbito local comunitario en Cuba. Su régimen jurídico. Tesis de Doctorado en Derecho. Universidad de La Habana.
- DOMÍNGUEZ, M.I, REGO, I. & CASTILLA, C. (2014). *Socialización de adolescentes y jóvenes. Retos y oportunidades para la sociedad cubana actual*. Cuba: Editorial Ciencias Sociales.
- GALLEGO, J. & ROSABAL, A. (2012). «Las cartas sobre la mesa. Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma». [En línea] Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v32n62/v32n62a07.pdf> [Accesado el día 15 de abril de 2017].

- GARCÍA, J. (2013). *Revolución, Socialismo, Periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. Cuba: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- HERRERA, S. (2003). «La participación del público en los medios: análisis crítico e intentos de solución». En *Communication & Society* Vol 16 (1) (2003). [En línea] Disponible en http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=93 [Accesado el día 10 de abril de 2016].
- LIMIA, M. (1996). «Participación popular en la sociedad socialista cubana: tendencias de su desarrollo ulterior». En Dilla, H. *La participación en Cuba y los retos del futuro*. La Habana: Centro de Estudios sobre América, 56-81.
- MARGARIT, R. (enero-junio, 2003). «Los medios de comunicación en la era de la globalización, en América Latina» en *Bibliotecas*. Vol. XXI, N.º 1., 18-38. Disponible en: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/bibliotecas/article/viewFile/503/442>. [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- MARTÍNEZ-SALANOVA, E. (2004). «Mario Kaplún. Pedagogo de la educación popular» [En línea] Disponible en http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm#Homenaje_a_Mario_Kapl%C3%BA_n_ [Accesado el día 16 de abril de 2017].
- MATTELART, A. & M. MATTELART (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S. A.
- MEADOWCROFT, J. (2003). «Participación y estrategias para el desarrollo sostenible». En *Revista Instituciones y Desarrollo* N.º 14-15 (2003), 123-138. Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya, Còrsega 255, 5.º 1.ª 08036, Barcelona, España. <http://www.iigov.org>. [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- MUÑIZ, V., FONSECA, R. & CASTILLO, Y. (diciembre, 2015-marzo, 2016). «Estudios sobre Agenda Setting en Cuba (2010-2015). Tendencias generales de investigación en pregrado» en *Comunicología Cubana*. N.º 92, 1-29. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N92/Monotematico/06_MunizFonsecaCastillo_M92.pdf. [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- MUÑOZ, B., (s/f). *Sociología de la comunicación de masas*. Disponible en Biblioteca Virtual actualizada del Centro de Estudios Comunitarios (CEC) Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.

- PAZOS, A. (2011). Imaginario social del profesional de la información. Un acercamiento desde los medios de prensa impresos cubanos en los últimos 30 años. Tesis presentada en opción al Título de Licenciada en Periodismo. Cuba, Facultad de Comunicación de Universidad de La Habana.
- REBELLATO, J.L. (1997). *La participación como territorio de contradicciones éticas (primera parte)*. En Hernández, C. (comp) (2005) *Trabajo comunitario. Selección de lecturas*. Editorial Caminos, La Habana, 129-146.
- SALADRIGAS, H. & OLIVERA, D. (2011). «La investigación en Comunicación. Su lugar en Cuba». En *Redes.Com* N° 6 (2011), 343-363. <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/issue/view/7>. [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- SERVAES, J., & MALIKHAO, P. (2007). «Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?». En *Redes.Com* N° 4 (2007), 43-60. <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/issue/view/5> [Accesado el día 15 de abril de 2017].
- SOSIN, E., (2012). De puertos, capitanes y marineros. Representación del encargo social de la prensa en Cuba en directivos de medios. Tesis presentada en opción al Título de Licenciada en Periodismo. Cuba, Facultad de Comunicación de Universidad de La Habana.
- SUNKEL, G. (2002). «Una mirada otra. La cultura desde el consumo». En: *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). Caracas: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. [En línea] Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>. [Accesado el día 15 de abril de 2017].

Recepción: 12 de octubre de 2017
Aprobación: 18 de diciembre de 2017