



# Medios y públicos en WhatsApp: interacciones, problemas locales y correlación de las agendas en un grupo experimental de emisión-recepción\*



Yánder Castillo Salina\*\*  
Viviana Muñoz Zúñiga\*\*\*  
Sheyla Lageyre López\*\*\*\*

Recibido: 2022-12-04 • Enviado a pares: 2023-01-22  
Aprobado por pares: 2023-06-17 • Aceptado: 2023-09-20  
<https://doi.org/10.22395/angr.v23n45a09>

## Resumen

Desde su surgimiento, WhatsApp ha extendido las posibilidades de las instituciones mediáticas para conectar con los públicos. La sistematización de la literatura revela que las experiencias internacionales apuestan principalmente por su utilización como herramienta para la distribución de informaciones (funcionalidad de "emisión") y, en menor medida, como

- 
- \* El artículo es resultado de la colaboración entre las líneas de investigación "Dinámicas de la estructura social y las desigualdades" y "Enfoques especiales del tratamiento periodístico desde las ideologías profesionales y las prácticas productivas específicas", desarrolladas respectivamente por el Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños y el Departamento de Periodismo, de la Universidad de Oriente (Cuba).
- \*\* Doctor en Ciencias Sociológicas (2021), Máster en Desarrollo Cultural Comunitario (2018) y Licenciado en Periodismo (2015) por la Universidad de Oriente (Cuba). Actualmente es docente-investigador a tiempo completo del Departamento Académico de Comunicaciones, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú) y profesor invitado del Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños "Dr. José A. Portuondo", de la Universidad de Oriente (Cuba). Líneas de investigación: construcción de políticas públicas, desarrollo cultural comunitario, estudios sobre agendas sociales, problemas públicos y opinión pública. Sobre estas materias ha publicado en revistas indexadas y en libros. Ha recibido el Premio de la Academia de Ciencias de Cuba en 2019 y 2020, entre otros reconocimientos a su producción científica. Correo electrónico: ycastillos@pucp.edu.pe Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-4149-5620>
- \*\*\* Doctora en Ciencias de la Comunicación Social (Universidad de La Habana, 2018) y Licenciada en Periodismo (Universidad de Oriente, 2013). Profesora Asistente del Departamento de Periodismo en la Universidad de Oriente. Investiga los procesos de construcción y establecimiento de las agendas política, mediática y pública en Cuba. Ha publicado los resultados de sus estudios en reconocidas revistas académicas especializadas en Comunicación y Periodismo. Su trabajo ha sido premiado en múltiples eventos científicos y reconocido por la Academia de Ciencias de Cuba. Email: [vivita0805@gmail.com](mailto:vivita0805@gmail.com) Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8476-4136>
- \*\*\*\* Licenciada en Periodismo (2018) por la Universidad de Oriente (Cuba). Profesora Asistente del Departamento de Periodismo de la misma universidad. Líneas de investigación: construcción de las agendas mediáticas en contextos de desastres y catástrofes naturales. Actualmente cursa la Maestría en Estudios Cubanos y del Caribe, adscrito al Centro de Estudios Sociales Cubanos y Caribeños de la Universidad de Oriente (Cuba). Correo electrónico: [sheyla.lageyre@uo.edu.cu](mailto:sheyla.lageyre@uo.edu.cu) Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3045-5247>

canal de retroalimentación continua con los públicos (funcionalidad de "recepción-emisión"). El objetivo central de este estudio fue caracterizar la dinámica de un grupo experimental de recepción-emisión creado por un programa radiofónico cubano para interactuar con su audiencia sobre problemáticas locales. Esta experiencia no solo puede ofrecer luces para acortar la disonancia entre los medios y sus públicos en Cuba, sino para cualquier medio que apueste por mayor participación de y vínculo con los públicos. El estudio se centró en la dinámica de las interacciones y la relación entre las agendas temáticas emergentes en el grupo. Para ello se acudió a la producción teórica sobre las interacciones en la plataforma WhatsApp y a la Teoría de la Agenda Setting. El diseño metodológico fue cuantitativo. Se aplicó análisis de contenido al 100 % de los mensajes que aparecieron en dicho grupo, y una encuesta on line autoseleccionada y autoadministrada, a la cual respondió una muestra probabilística de los miembros (34 personas de 60 participantes). Los resultados evidenciaron alta interacción medio-ciudadanos y ciudadanos-ciudadanos, lo que propició correlación significativa entre la agenda propuesta por el medio y los temas de interés para los públicos.

*Palabras clave:* medios sociales; participación del público; producción radiofónica; problema social; interacción social; prensa local; plataforma digital.

## Media and Audiences in WhatsApp: Interactions, Local Issues, and Agenda Correlation in an Experimental Broadcasting-Reception Group

### Abstract

Since its inception, WhatsApp has expanded the possibilities for media institutions to connect with audiences. A review of the literature reveals that international experiences primarily utilize it as a tool for distributing information ("broadcasting" functionality) and, to a lesser extent, as a channel for continuous feedback with audiences ("reception-broadcasting" functionality). This study mainly intended to characterize the dynamics of an experimental reception-broadcasting group created by a Cuban radio program to interact with its audience on local issues. This experience can not only shed light on how to reduce dissonance between media and their audiences in Cuba, but it also can be beneficial for any media outlet seeking greater audience participation and engagement. The study focused on the dynamics of the interactions and the relationship between the emerging thematic agendas in the group. To do this, theoretical production on interactions on the WhatsApp platform and the Agenda Setting Theory were used. The methodological design was quantitative. Content analysis was applied to 100% of the messages that appeared in the group, and a self-selected and self-administered online survey was conducted, to which a probabilistic sample of the members responded (34 out of 60 participants). The results showed high interaction between the media and citizens, as well as between citizens themselves, which fostered a significant correlation between the agenda proposed by the media and the topics of interest to the audiences.

*Keywords:* social media; audience participation; radio production; social issue; social interaction; local press; digital platform.

# Medios y públicos en WhatsApp: interacciones, problemas locales y correlación de las agendas en un grupo experimental de emisión-recepción

## Resumo

Desde a sua criação, o WhatsApp expandiu as possibilidades para as instituições de mídia se conectarem com o público. Uma revisão da literatura revela que as experiências internacionais o utilizam principalmente como uma ferramenta para distribuir informações (funcionalidade de "transmissão") e, em menor escala, como um canal de feedback contínuo com o público (funcionalidade de "recepção-transmissão"). O principal objetivo deste estudo foi caracterizar a dinâmica de um grupo experimental de recepção-transmissão criado por um programa de rádio cubano para interagir com seu público sobre questões locais. Essa experiência pode não apenas esclarecer a redução da dissonância entre a mídia e seu público em Cuba, mas também ser benéfica para qualquer meio de comunicação que busque maior participação e envolvimento do público. O estudo concentrou-se na dinâmica das interações e na relação entre as pautas temáticas emergentes no grupo. Para isso, foi utilizada a produção teórica sobre interações na plataforma do WhatsApp e a Teoria do Agenda Setting. O desenho metodológico foi quantitativo. A análise de conteúdo foi aplicada a 100% das mensagens que apareceram no grupo, e uma pesquisa on-line auto-selecionada e auto-administrada foi realizada, com respostas de uma amostra probabilística dos membros (34 de 60 participantes). Os resultados mostraram alta interação entre a mídia e os cidadãos, bem como entre os próprios cidadãos, o que promoveu uma correlação significativa entre a agenda proposta pela mídia e os tópicos de interesse do público.

*Palavras-chave:* mídia social; participação do público; produção de rádio; questão social; interação social; imprensa local; plataforma digital.

## Introducción

La utilización de redes sociales por parte de los medios de comunicación para la difusión informativa constituye una práctica de larga data (Valeriani y Vaccari, 2018). Durante la última década el uso de los *social media* se incluye con mayor frecuencia entre las estrategias mediáticas para interactuar directamente con los públicos, fomentando así flujos de comunicación cada vez más bidireccionales (Boczek y Koppers, 2020). La revisión de la literatura sobre este particular ha evidenciado vertiginosas transformaciones generadas por el cambio continuo de los algoritmos y la actualización de las plataformas (Noscué *et al.*, 2019).

En esta línea, la incursión en los servicios de mensajería tales como WhatsApp gana adeptos por su capacidad para sostener intercambios entre productores de los medios de comunicación y los públicos, durante los tres momentos de la difusión informativa (antes, durante y después). Los estudios revisados (Noscué *et al.*, 2019; Pessoa, 2021; Flores, 2016; Fares, 2018; Dodds, 2019; Bonete, 2020; De la Cruz, 2020 y Nizah y Bakar, 2021) se enfocaron en los usos informativos dados a WhatsApp y, en menor medida, en las dinámicas de la retroalimentación de los medios con los públicos, entendidos los últimos como sujetos activos con posibilidades de emitir criterios y compartir ideas a partir de la difusión informativa o por iniciativa propia.

Dicho camino es explorado por el presente trabajo, el cual se ubica entre los primeros estudios sobre los usos de WhatsApp por parte de los medios de comunicación en el contexto cubano. Se aborda el caso de un grupo experimental creado por el programa de radio *El Caleidoscopio*, perteneciente a la emisora local Radio Baraguá —del municipio Palma Soriano, provincia Santiago de Cuba—. El propósito del grupo durante el marco temporal estudiado (abril-julio de 2021) fue valorar la funcionalidad de la plataforma para extender la conversación sobre problemáticas locales que se desarrolla durante la emisión del programa, a un entorno más abierto a la participación y sin las restricciones temporales de la programación analógica. Se escogió a WhatsApp por consenso entre los participantes asiduos del programa y por ser una plataforma digital de uso extendido en Palma Soriano, según un sondeo realizado por el Departamento de Investigaciones Sociales de la estación radiofónica. El grupo en WhatsApp lleva también por nombre *El Caleidoscopio*.

Es importante resaltar que toda la experiencia de *El Caleidoscopio* forma parte de un proyecto que ha pretendido validar en la práctica un modelo mediático participativo desde la radio local de Palma Soriano, a fin de fomentar la deliberación pública sobre problemáticas locales y, con ello, fortalecer el desarrollo comunitario (Castillo y Martínez, 2022). Esta experiencia constituye una alternativa al modelo de comunicación centralizado y propagandístico que persiste en el país (García, 2013), a pesar de que

las recientes políticas proyectan su transformación hacia fundamentos participativos (Partido Comunista de Cuba, 2018).

Ya que se pretende lograr una interacción constante entre emisor y audiencia, el grupo de WhatsApp *El Caleidoscopio* se clasifica como "de recepción-emisión" (Fares, 2018). Partiendo de las características y fines de este grupo experimental y de los propósitos de la experiencia comunicacional de la que forma parte, la investigación tuvo tres objetivos específicos: i) caracterizar las interacciones en el grupo, ii) caracterizar las relaciones entre las agendas temáticas emergentes y, iii) determinar las valoraciones de los participantes sobre las dinámicas del grupo.

El estudio se articula desde el paradigma de la interacción en redes sociales virtuales. Desde esta perspectiva, la intermediación técnica (algoritmos, dispositivos, transmisión de datos, interfaz) adquiere centralidad por su capacidad estructurante de la comunicación (Beltrán, 2021). Al respecto, la interfaz (o serie de interfaces) sintetiza ese escenario en que los individuos tienen existencia virtual y a partir del cual interactúan con otros sujetos reales o virtuales, condicionados por las posibilidades técnicas. Estas imponen un modo de habitar y un particular modo de hacer (Scholari, 2004), en un espacio multimodal en el que se conjugan recursos del lenguaje, de la cultura y de la técnica (Beltrán, 2021).

De ahí que el marco teórico de la investigación partió del análisis de las condiciones técnicas de WhatsApp y el uso dado por los medios de comunicación a esta plataforma para interactuar con los públicos. Los estudios recuperados sobre este objeto (entre ellos; Batra, 2016; Flores, 2016; Fares, 2018; Dodds, 2019; Bonete, 2020; De la Cruz, 2020 y Nizah y Bakar, 2021), fueron sustanciales para construir los instrumentos de trabajo de campo. Tanto estos instrumentos como la concepción metodológica que se siguió fueron validados por su implementación en una pesquisa precedente (Muñiz *et al.*, 2023).

Por su parte, para caracterizar la emergencia de los temas y correlacionar las agendas del espacio radiofónico de *El Caleidoscopio* y de los ciudadanos participantes en el grupo, se acudió a la Teoría de la Agenda Setting. Esta perspectiva tiene probada efectividad para estudiar la transferencia de asuntos prominentes entre medios y públicos como fenómeno de la construcción social de la realidad (Aruguete, 2015). Por tanto, los aportes de esta investigación no solo se enmarcan en el campo de la interacción entre los medios y su audiencia en servicios de mensajería como WhatsApp, sino también en ofrecer luces respecto a la relación entre las agendas mediática y pública en dicha plataforma y, específicamente, en grupos constituidos para la re-orientación entre medios y públicos (o de "recepción-emisión" —Fares, 2018—).

En la primera parte del artículo se reflexiona sobre la interacción entre medios y públicos a través de WhatsApp y, posteriormente, se profundiza en la implementación de la Teoría de la Agenda Setting aplicada a este servicio de mensajería. Más adelante se describe el caso que se aborda y la metodología de la investigación. Finalmente, se presentan los resultados y las conclusiones.

## 1. Marco teórico

### 1.1. WhatsApp como plataforma de interacción entre medios y públicos

En los últimos años, los dispositivos móviles han transformado las rutinas de producción, los canales de distribución y las formas de consumo de la información (Bonete, 2020), de manera que los *media* se convierten en un servicio multiplataforma adaptado a las necesidades del usuario (Aguado y Castellet, 2013). Además de las aplicaciones, el uso de las redes sociales móviles ha favorecido esta relación más directa y participativa con la audiencia, ya que permiten la transmisión y recepción de noticias en tiempo real, el desarrollo de estrategias SoLoMo (Social, Local y Móvil) y explorar las posibilidades de narrativas transmedia (Pessoa, 2021).

WhatsApp proporciona condiciones de comunicación que favorecen una interacción más selectiva con usuarios claramente definidos, con prestaciones como conocer quiénes han leído los mensajes y en qué momento, tiempos limitados para la visibilidad de los estados publicados, entre otras (Valeriani y Vaccari, 2018). De esta manera, los medios pueden dimensionar de modo más eficaz las audiencias que estarán expuestas a sus mensajes, lo cual ha sido validado como una oportunidad para diseñar comunicaciones estratégicas (Dodds, 2019; Boczek y Koppers, 2020).

Bilton (2014) concluye que implicar a la audiencia de forma activa en un periodismo colaborativo, introduciéndola en el proceso de *gatekeeping*, constituye una ventaja de estas plataformas para el crecimiento y la fidelización de los públicos. A lo anterior se añade las posibilidades de que se generen grandes historias periodísticas en la que los participantes propicien giros inesperados (Batra, 2016). Por su parte, Angeluci *et al.* (2017) evidenciaron que las audiencias pueden llegar a incidir en el contenido de los medios, estableciéndose nuevas rutinas de producción periodística más o menos horizontales según el caso.

El estudio de Bonete (2020), ha comprobado que la literatura científica de carácter empírico sobre el tema es muy reciente. Hasta el momento, se han abordado tipos de coberturas mediáticas puntuales (Pessoa, 2021) y el uso que algunos medios hacen de estas aplicaciones en contextos electorales, de protestas o de debate público (Angeluci *et al.*, 2017; Dodds, 2019; Boczek y Koppers 2020).

El uso de WhatsApp como plataforma de interacción entre medios y públicos fue sistematizado por Fares (2018) a partir de investigaciones disponibles en línea. Partiendo de estos resultados y del estudio empírico de las experiencias en España, se definieron tipos de grupos en los que se vinculan medios y públicos en la plataforma, a saber: de emisión, de recepción, de emisión y recepción.

Los grupos de emisión son aquellos pensados por los medios para compartir contenidos diversos que en buena medida son creados para WhatsApp, tales como infografías, emoticonos o listados de noticias con enlaces que dirigen al lector a otras páginas informativas. En los grupos de recepción, por su parte, se comparten contenidos y se esperan las reacciones y comentarios de las audiencias. Los grupos de emisión y recepción están pensados para la interacción continua con la audiencia, donde tiene singular importancia los datos que esta aporta para la construcción y evolución de las historias periodísticas. (Fares, 2018)

La investigación de Fares (2018) concluye que son los medios locales los que apuestan en mayor grado por grupos de interacción bidireccional con las audiencias (recepción y emisión-recepción). Mientras, los grupos exclusivamente de emisión son utilizados en mayor medida por medios nacionales/globales y por otros que, siendo nativos digitales, los usan como puente para redirigir a los internautas a sus páginas. Un seguimiento más reciente en España (Bonete, 2020), confirma que la utilización de WhatsApp por 11 medios digitales resulta más discreta. Las funciones más utilizadas son las de compartir contenido para enlazar al lector con otras páginas y, solo en dos casos, interpellarle para recibir opiniones. A pesar de ello, se observó que en los grupos analizados no se bloquean los mensajes hacia los medios (Bonete, 2020).

Los comportamientos descritos coinciden con otras experiencias en el contexto internacional. De acuerdo con Dodds (2019) y Boczek y Koppers (2020) se ha comprobado que una buena parte de los mensajes compartidos por medios en los grupos persiguen una función informativa o de dirección a otras web —fundamentalmente la versión digital de los medios—, aunque existe consenso en la literatura revisada para este estudio (Angeluci *et al.*, 2017; Bonete, 2020; Pessoa, 2021) en que por sus características, la plataforma cuenta con capacidades ventajosas para propiciar la re-actualización con las audiencias.

Lo comentado en esta sección del artículo resulta relevante para la comprensión del efecto de *agenda setting* a través de WhatsApp, pues la definición de temas prominentes para los públicos continúa siendo una de las funciones más importantes de la comunicación masiva en la actualidad (Ardévol *et al.*, 2020).

## 1.2. La agenda setting y la relación entre medios y públicos en WhatsApp

La Teoría de la Agenda Setting se enfoca en la transferencia de asuntos prominentes entre medios y audiencias (McCombs y Valenzuela, 2014). Se inserta entre las teorías funcionalistas de la comunicación, al comprobar que los medios y la política actúan como selectores de los temas de prominencia social. El estudio de esta tesis se ha profundizado en cinco fases que extienden el dominio inicial del establecimiento de la agenda pública (*agenda setting*), hacia la construcción de la agenda de los medios, la agenda política y el proceso en el entorno digital (Aruguete, 2015).

Se ha identificado que la *agenda setting* posee tres elementos importantes para su estudio: las agendas mediáticas, que son las prioridades establecidas por los medios en forma de listado temático; la agenda pública, que son cuestiones que la gente considera importantes; y la agenda política, como los asuntos que los actores políticos consideran vitales (Gallego y Rosabal, 2013). Las investigaciones apuntan a que la fijación de la agenda es predecible, basado en las características de los medios de comunicación, los problemas y las personas (Castillo, *et al.*, 2021).

La transferencia de relevancia entre las agendas funciona en tres niveles que resumen las tesis de la teoría. El primer nivel explica la transmisión de temas generales u objetos (*issues*), que constituyen asuntos de alta permanencia en los listados temáticos. El segundo nivel explica la transferencia de subtemas o características específicas de esos objetos y su valoración (positiva, neutra o negativa) en dos dimensiones respectivas: sustantiva y afectiva. Un tercer nivel explica la transferencia de asuntos interconectados entre sí (Ardévol, *et al.*, 2020). Las agendas mediáticas están limitadas a unos pocos temas generales, mientras que la agenda pública tiende a abarcar menor cantidad de asuntos que las primeras (Aruguete, 2015).

Si bien la Agenda Setting es una de las llamadas "teorías clásicas de los medios", ha demostrado ser aplicable al vertiginoso entorno digital, aunque no desprovista de adaptaciones a ese escenario (Castromil *et al.*, 2020). En sentido general, se ha comprobado que si bien los medios tradicionales determinan sobre qué hablar y los encuadres de las tematizaciones, las redes sociales realizan una tarea de re-contextualización "mediante una asignación de atributos amplia que generaría la comunidad, dando argumentos y razones para construir una imagen mucho más nítida del tema y del propio actor, también político" (López, *et al.*, 2020, p.27).

El estudio de WhatsApp ha evidenciado influencias importantes de los grupos sociales en el establecimiento de la opinión pública y la definición del voto en contextos electorales (*agenda melding*) (Nizah y Bakar, 2021). Otras investigaciones (Wanja y Muna 2021; Flores, 2016; Cabrera y Camardo, 2019), corroboran también su importancia para la construcción de consensos respecto a problemáticas acuciantes como el

delito y la delincuencia, lo cual conduce al trazo de acciones específicas para ambas partes y, en algunos casos, a la modificación de la agenda mediática.

Por su parte, Cruz *et al.* (2017), al estudiar medios de proximidad geográfica en España, encontraron que el uso de esta plataforma y de otras como Telegram, persigue no solo la apertura de canales de interacción y participación de los públicos, sino su utilización como estrategia para reforzar contenidos y difundir noticias. Ello alude a una intención de reforzar la función de establecimiento de la agenda pública y confirma el planteamiento de Pessoa (2021) y De la Cruz (2020) respecto a que la dinámica de relación entre las agendas en este tipo de plataforma evidencia las transformaciones de la práctica periodística al nuevo contexto digital.

Aunque los estudios revisados sobre el fenómeno de *agenda setting* en WhatsApp también son recientes, los resultados apuntan a una relevancia creciente de esta plataforma para la definición social de la opinión pública. Más aún, para instituir nuevas relaciones entre los actores de la comunicación, contribuyendo a moldear nuevas estructuras de construcción social de la realidad.

### 1.3 El Caleidoscopio: una experiencia mediática diferente en el contexto cubano

Los hallazgos fundamentales de la Teoría de la Agenda Setting confirman que las prioridades de los medios de comunicación guardan estrecha relación con lo que el público considera importante (McCombs y Valenzuela, 2014). Sin embargo, esta conclusión se corresponde principalmente con países cuyo sistema comunicativo está compuesto por diferentes tipos de gestión mediática. No es este el caso cubano.

En Cuba los medios se subordinan editorial y económicamente a instituciones estatales y organizaciones políticas y de masas. La política informativa es construida y supervisada por el Partido Comunista de Cuba, siendo el modelo de prensa centralizado y con marcado corte propagandístico (García, 2013). Ello ha generado consecuencias negativas para la representación mediática de los intereses de la ciudadanía (García, 2013; Muñoz y Castillo, 2017). Esta configuración de la comunicación pública determina en gran medida la escasa relación temática entre las agendas de medios y audiencias, tanto en el escenario mediático tradicional (analógico) como en el digital (Gallego y Rosabal, 2013; Muñoz y Castillo, 2017; 2018).

Aunque en los últimos años se han propuesto desde la ciencia alternativas para una gestión editorial participativa de los medios en el país (De la Noval, 2018; Castillo, 2020; Nieves, 2021), a tono con una reciente Política de Comunicación Social (Partido Comunista de Cuba, 2018), se ha evidenciado que un cambio real de las problemáticas descritas del modelo de prensa y su carácter centralizado-propagandístico, trasciende el carácter regulatorio y estructural de la comunicación,

e implican una transformación a nivel de la cultura y la práctica social. Recientes estudios (Serguera y Senén, 2021; Muñiz, *et al.*, 2023) confirman la persistencia de marcadas discontinuidades en las relaciones entre la política, la representación mediática y los encuadres de la realidad por los públicos.

Entre las propuestas desde la ciencia y la práctica comunicacional para fomentar la participación social desde los medios se encuentra *El Caleidoscopio*, un programa de radio que forma parte de la Revista Informativa *Con Todo* de la emisora Radio Baraguá, perteneciente al municipio Palma Soriano (provincia Santiago de Cuba). Es un espacio que surgió para probar una alternativa de modelo comunicacional dialógico entre los ciudadanos y los diferentes actores sociales del municipio sobre los problemas locales y así fortalecer el desarrollo comunitario (Castillo, 2020).

Tras su primera salida al aire en junio de 2018, fue creciendo en audiencia y participación de la ciudadanía. Una sistematización realizada tras 1 año y 6 meses (Robert, 2019) corroboró que el espacio se posicionó como un escenario de encuentro y reflexión social indispensable en el municipio. Un estudio realizado más adelante (Castillo y Martínez, 2022) comprobó que los índices de escucha y participación tuvieron continuo incremento entre 2019 y el primer trimestre de 2021. A partir de estos resultados, el grupo gestor decidió extenderlo a las redes de interacción móvil, escogiéndose a WhatsApp para la realización de un periodo de prueba.

El grupo creado llevó también por nombre *El Caleidoscopio*. Se invitó a oyentes habituales y se permitió compartir libremente el enlace de unión durante 15 días. Durante el periodo experimental (abril-julio de 2021), estuvo compuesto por 39 personas activas en la conversación, aunque llegó a contar con 60 miembros.

El grupo estuvo administrado y moderado exclusivamente por el conductor de *El Caleidoscopio* como representante de la experiencia comunicacional, cuya función fue moderar los debates, registrar los temas emergentes y las propuestas de acuerdo suscitadas. En consonancia con el papel asumido en las dinámicas del espacio en la radio local, no se limitaron las capacidades del moderador del grupo para emitir criterios y hacer propuestas por iniciativa propia.

Para la dinámica del grupo no se puso limitación a los temas específicos siempre y cuando se respetaran las reglas que fueron determinadas por consenso entre los participantes. Estas fueron: i) ceñirse al propósito de dialogar sobre problemas locales; ii) utilizar un lenguaje cordial; iii) respetar el criterio ajeno, y iv) en la medida de lo posible, aportar soluciones a las cuestiones planteadas.

La agenda de las conversaciones se construyó exclusivamente a partir de las sugerencias hechas por los públicos de *El Caleidoscopio* en la radio local y por los participantes

del grupo de WhatsApp durante las conversaciones. Esta estructura comunicacional se diferencia del modelo de construcción de las agendas de los medios en Cuba, ya que no se subordinó a las instituciones estatales, la dirección de la estación de radio o a los temas propuestos desde el Partido Comunista de Cuba.

## 2. Metodología

### 2.1. Elementos generales del diseño de investigación

La investigación planteó como objetivos caracterizar la dinámica de las interacciones y las relaciones de las agendas temáticas emergentes en el grupo de WhatsApp *El Caleidoscopio*; así como determinar las valoraciones de los participantes del grupo sobre las dinámicas propiciadas en el mismo. Para ello se distinguió entre los actores de la comunicación presentes en las conversaciones: públicos y el representante de la experiencia comunicacional *El Caleidoscopio*. La ficha del análisis de contenido muestra (tabla 2) los indicadores que dimensionan las variables centrales del estudio, conceptualizadas a continuación:

*Agenda*: listado de temas abordados por el medio de comunicación (agenda mediática) y el público (agenda pública) en las dinámicas conversacionales. Se operacionaliza en "objetos" y "atributos" (sustantivos y afectivos).

*Dinámicas de la conversación en el grupo*: forma en que se organiza la dialógica respecto a los temas de conversación. Se estudiaron las dimensiones:

- Elementos formales de la comunicación: variables relacionadas con la unidad discursiva que se analiza.
- Función de los actores de la comunicación dentro del grupo: roles que asumen los actores en el proceso de la conversación.
- Interacción entre los miembros del grupo: formas en que ocurre la relación e interacción entre los sujetos en la plataforma.
- Elementos formales del grupo: elementos generales del comportamiento del grupo en los procesos de la interacción.

Se aplicó un diseño cuantitativo de tipo transversal descriptivo, basado en análisis de contenido, correlación entre las agendas y encuesta. Estos métodos empíricos son consecuentes con los estudios de la Teoría de la Agenda Setting y de los servicios de mensajería instantánea (Fares, 2018; Bonete, 2020). Los indicadores se elaboraron en concordancia con las particularidades de WhatsApp y el caso *El Caleidoscopio*. Se estudió el periodo de abril a julio de 2021. La tabla 1 muestra las tareas científicas e hipótesis que guiaron el trabajo de campo.

TABLA 1. Tareas e hipótesis de la investigación

No.	Tarea	Hipótesis
1.	Determinar la composición de la agenda del público y la propuesta por el moderador en el grupo.	<b>H1:</b> Las agendas muestran composición temática similar a nivel de objetos y atributos sustantivos. Ha: $\rho > 0$ Ho: $\rho < 0$
2.	Correlacionar las agendas del público y la propuesta por el moderador en el grupo.	<b>H2:</b> La correlación entre las agendas presenta valores entre altos y muy altos. Ha: $\rho > 0$ Ho: $\rho < 0$
3.	Caracterizar las dinámicas de interacción en el grupo.	<b>H3:</b> Las dinámicas de interacción en el grupo se caracterizan por un lenguaje formal a través de textos y en menor medida el uso de <i>stikers</i> , enlaces y audios. Ha: $\rho > 0$ Ho: $\rho < 0$ <b>H4:</b> La principal función de la comunicación en el grupo es la informativa, lo que propicia una moderación activa del representante de la experiencia <i>El Caleidoscopio</i> . Ha: $\rho > 0$ Ho: $\rho < 0$
4.	Determinar las valoraciones de los actores de la comunicación (moderador y participantes) respecto a las dinámicas del grupo.	<b>H5:</b> El enfoque crítico sobre los temas que se abordan y la horizontalidad de interacción propician valoraciones positivas de las dinámicas del grupo. Ha: $\rho > 0$ Ho: $\rho < 0$

Fuente: elaboración propia.

## 2.2. Instrumentos para la recogida de los datos

### 2.2.1. Análisis de contenido

Para dar cumplimiento a las tareas se elaboró una ficha de análisis de contenido, a fin de determinar la frecuencia de las variables y sus indicadores en las dinámicas del grupo. En este periodo se generaron en el grupo 72 mensajes, los cuales fueron analizados en su totalidad. Si bien pudiera parecer un número bajo de mensajes, debe considerarse que el estudio corresponde a un marco experimental en que se pretendió explorar las posibilidades de la plataforma para extender los debates sobre problemas locales sostenidos en la versión de *El Caleidoscopio* en la radio municipal.

El análisis de contenido (tabla 2) se apoyó en la herramienta Chat Analyzer, cuyas ventajas permitieron determinar los "roles de los usuarios" y los "elementos formales del grupo". El resto de indicadores se determinó por implementación manual. El instrumento fue testeado en un estudio precedente (Muñiz *et al.*, 2023).

TABLA 2. Análisis de contenido aplicado

Medio de comunicación:		
Composición del grupo:		
Administradores:		
Miembros:		
Cantidad de intervenciones totales:		
<i>Elementos del análisis</i>	<i>Variables</i>	<i>Definición operacional</i>
	Herramientas para la comunicación	Texto, audio, imagen, enlace, video
	Temas generales y específicos en las agendas mediática y pública	Objetos Atributos sustantivos y afectivos Flujo temático (quién propone los temas)
Elementos formales de la comunicación	Roles de los usuarios	<i>Influencers</i> Los que más publican Los que inician conversaciones Los que concluyen conversaciones Los que utilizan palabras más singulares Los que utilizan mayor cantidad de caracteres El que utiliza mayor cantidad de emoticonos
	Lenguaje utilizado en el grupo	Formal/ Informal
	Función informativa	Se publican textos/imágenes informativas provenientes de medios oficiales. Se sugiere el tratamiento mediático o la discusión grupal sobre un tema
	Función de intervención grupal	Moderación de los administradores Moderación de los miembros entre sí
Función de los actores de la comunicación dentro del grupo	Función de consejería	Se ofrece algún consejo a los miembros del grupo Se exige un comportamiento determinado por parte de un miembro a otro
	Función de aceptación-agradecimiento grupal	Un miembro del grupo agradece públicamente a otro por una acción/información brindada
	Función verificativa	Se solicita la verificación de un trabajo periodístico
	Función resolutive	Se exige la solución a un problema planteado Se exige la intermediación de los periodistas para resolver el problema Se exige la intermediación de una institución social u actor gubernamental Se ofrece solución al problema planteado

Interacción entre los miembros del grupo	Ejercicio de la crítica	A políticos/gobernantes A instituciones A personas naturales
	Bromas y chistes	Se utilizan bromas para comentar un tema específico
	Respeto entre miembros	Los miembros se respetan entre sí
	Satisfacción grupal	Los miembros expresan su agradecimiento al grupo por alguna acción

Fuente: elaboración propia.

### 2.2.2. Correlación entre las agendas a nivel de objetos y atributos

Una vez determinados los objetos y atributos en cada agenda, se calculó su correlación a partir del coeficiente *rho* Spearman. Este estadístico es una medida de asociación lineal entre variables (agenda del moderador/agenda del público) que compara los rangos del orden de cada grupo de indicadores. Su magnitud muestra el grado de asociación entre las variables seleccionadas (Muñiz y Castillo, 2018).

El resultado del coeficiente oscila entre -1 y 1, que indican una relación negativa perfecta y una positiva perfecta, respectivamente. Para el caso de la medición correlativa entre las agendas, el estudio se adscribe al criterio de Gallego y Rosabal (2013), quienes consideran solo los valores positivos, ya que los negativos o iguales a cero, indican en cualquier caso ausencia de correlación.

### 2.2.3. Encuesta

Los resultados del análisis de contenido se complementaron con una encuesta a los miembros del grupo, aplicada durante enero de 2022. El instrumento se configuró en la plataforma de Google Forms, lo que facilitó su procesamiento automático.

Los indicadores pesquisados fueron la opinión de las audiencias sobre las dinámicas del grupo acerca del desempeño moderador, en tanto representante de la experiencia comunicacional *El Caleidoscopio* (temas propuestos, enlaces compartidos, actitud respecto al resto de los participantes y desempeño del moderador, en tanto representante de la institución mediática) y el grado de interés hacia los temas compartidos. De igual forma, el cuestionario posibilitó indagar sobre la contribución de los participantes a la conformación de la agenda temática debatida en el grupo.

Por otro lado, la encuesta se aplicó al moderador del grupo para conocer sus criterios como representante del proyecto comunicacional *El Caleidoscopio*. Los datos provistos posibilitaron su contrastación con las observaciones emitidas por el público.

### 2.3. Muestra

De acuerdo con su tipología, cada instrumento de levantamiento de datos implicó un tipo de muestreo específico. El análisis de contenido consideró el 100 % de los mensajes que se compartieron durante el periodo estudiado.

Por su parte, el cuestionario se implementó de forma autoseleccionada y autoadministrada. Para ello, se compartió su enlace en el grupo, acompañado de una demanda de cooperación. Se recopilaron 34 respuestas, que representan una muestra probabilística con un 5 % de margen de error y un 95 % de nivel de confianza respecto al universo de sujetos presentes en el grupo (universo-población= 60 miembros). El número de respuestas coincide casi en su totalidad con la cantidad de personas activas en la conversación en el periodo (39 sujetos activos).

### 2.4. Aspectos éticos

Se siguieron las normas éticas internacionales para la investigación científica y la protección de datos personales. En un primer momento se explicó tanto a los miembros del grupo como a la institución mediática los objetivos del estudio y se solicitó su consentimiento para participar en el mismo.

Se expuso el carácter anónimo de la investigación, dejando claro que no se requerirían datos personales e información confidencial, así como el compromiso de proteger cualquier información sensible revelada por el análisis de contenido a los mensajes compartidos en el grupo, tales como nombres de usuarios, números de teléfonos o fotografías que permitieran advertir la identidad de las personas.

Un total de 49 participantes (81 % de los miembros) expresó su anuencia para la realización del estudio con estas condiciones. Aunque 11 participantes no lo hicieron explícitamente, tampoco manifestaron su desacuerdo, por lo que se asumió su conformidad con los términos establecidos.

## 3. Resultados

### 3.1. Composición de las agendas y su correlación

El análisis de contenido permitió determinar los objetos y atributos priorizados en la conversación por las agendas pública y mediática durante los cuatro meses evaluados. En ambos casos, los tres asuntos con mayor cantidad de menciones por ambas agendas fueron la COVID-19 (54,0 % en la agenda del público y 35,7 % en la del representante de la experiencia comunicacional), la situación económica del país (20,6 % y 28,6 %, respectivamente) y las comunicaciones (9,5 % y 21,4 %), como muestra la tabla 3.

TABLA 3. Objetos priorizados por las agendas analizadas

Objetos	Agenda del público		Agenda del representante de <i>El Caleidoscopio</i>	
	No.	%	No.	%
Comunicaciones	6	9,5	3	21,4
Conectividad	2	3,2	0	0,0
COVID-19	34	54,0	5	35,7
Tarea ordenamiento	5	7,9	0	0,0
Política	3	4,8	0	0,0
Situación económica del país	13	20,6	4	28,6
Tormenta Tropical Elsa	0	0,0	2	14,3
Total	63	100,0	14	100,0

Fuente: elaboración propia.

Entre los temas mencionados por la agenda pública, que no aparecieron en los abordados por el representante de *El Caleidoscopio*, figuran la tarea ordenamiento (7,9 %), la conectividad (3,2 %) y la política (4,8 %). En tanto, el representante de *El Caleidoscopio* trató el tema de la tormenta tropical Elsa (14,3 %), que azotó el país en el mes de julio de 2021. Las diferencias mencionadas para los temas que no son priorizados en ambas agendas confirman solo en parte la Hipótesis 1.

Sin embargo, la correlación entre las agendas del representante de *El Caleidoscopio* y sus audiencias arrojó un resultado perfecto (1,00) para el nivel de los objetos, pues sobrepasa los valores correlativos esperados por la Hipótesis 2.

A nivel de atributos sustantivos se apreció una diferencia más marcada. Las audiencias priorizaron la cantidad de casos de COVID-19 diariamente (27,0 %), las medidas gubernamentales tomadas durante la pandemia (9,5 %), el abastecimiento de productos en moneda nacional (6,3 %) y el desarrollo local (6,3 %). En este último caso, se hizo referencia a varios ejemplos de trabajo comunitario, proyectos de desarrollo existentes en el municipio y a sus posibilidades de generar un cambio positivo en las condiciones de las problemáticas sobre las que se dialogó.

El representante de *El Caleidoscopio* priorizó la vacunación anti-COVID-19 (21,4 %) y el abastecimiento de productos en moneda nacional (14,3 %); sin embargo, hubo 11 atributos que formaron parte de la agenda pública que no encontraron un correlato en la agenda del representante de *El Caleidoscopio*. Entre ellos figuran la cantidad de contagios por COVID-19, los centros de aislamiento creados por el gobierno para combatir la propagación de la enfermedad, las colas (filas) para comprar productos, la gestión del gobierno cubano y la labor de los profesionales de la salud. En este caso,

la correlación entre ambas agendas a nivel de atributos sustantivos fue baja (0,35), con lo cual se incumple la Hipótesis 2 para este nivel.

Muchos temas que fueron abordados por las audiencias se encuentran determinados por el contexto del país y del territorio. Preocupaciones como el alza de casos de COVID-19 en el municipio, la situación económica marcada por el alto índice de la inflación, la carestía de los productos y la compra de estos en moneda libremente convertible fueron asuntos de amplio debate a nivel público. La rotura de varias termoeléctricas que provocó la ocurrencia de cortes de electricidad, la escasez de productos de primera necesidad en el contexto local, entre otros.

El análisis de estos asuntos indica un matiz experiencial y materialista de los temas sometidos a debate por la ciudadanía. Estas características son compartidas por los temas de la agenda del representante de *El Caleidoscopio* (véase la tabla 3). El comportamiento de los atributos afectivos reveló que el 86,3 % de las menciones del público corresponden al encuadre negativo, lo que indica que la agenda adquiere un carácter de problematicidad. Mientras, el 62,1 % de los temas propuestos por el representante de *El Caleidoscopio* se presentan desde el punto de vista neutral y el 22,0 % desde el enfoque negativo.

### 3.2. Elementos formales de la comunicación

Entre las formas de comunicación utilizadas por el público y el moderador del grupo, se emplearon en mayor medida los textos (93,7 % el público y 71,4 % el moderador), seguido por los enlaces (3,2 % el público y 28,6 % el moderador) y los audios (3,2 % el público, estando ausentes en el moderador), lo que valida la Hipótesis 3. Por su parte, los roles de usuarios fueron los siguientes (se asignaron iniciales al azar para proteger la identidad de las personas):

- Influencers: @B
- Los que más publican: @B
- Los que inician conversaciones: @F
- Los que concluyen conversaciones: @B
- Los que utilizan palabras más singulares: @B
- Los que utilizan mayor cantidad de caracteres: @S
- El que utiliza mayor cantidad de emoticonos: @F

Se destaca que el usuario @B es el moderador de los debates, lo que explica los roles en los que tiene una mayor incidencia.

El lenguaje utilizado fue mayormente formal (63,5 %), aunque se empleó en ocasiones el matiz informal para dirigirse a otros miembros (36,5 %), con lo cual se cumple la Hipótesis 3. A continuación se muestran ejemplos de diálogos informales:

FIGURA 1. Uso del lenguaje informal



Fuente: grupo de WhatsApp.

Como muestra la figura 1, los emoticonos fueron utilizados para reforzar elementos en la conversación, como forma no verbal de expresión de ideas.

### 3.3. Función de los actores de la comunicación dentro del grupo

Respecto a las funciones de los actores de la comunicación se determinó lo siguiente:

Función informativa:

- Solo el 36,5 % de los mensajes publicados por las audiencias hicieron referencia a textos o imágenes informativas provenientes de medios oficiales del Estado cubano, a diferencia del 57,1 % de lo que publicó el moderador en el grupo.
- En el 50,8 % de los mensajes publicados por las audiencias se alude al tratamiento mediático o la discusión grupal sobre una problemática en específico. De igual manera ocurrió en el 50,0 % de los mensajes del moderador.

#### Función de intervención grupal:

- El administrador moderó en todas las ocasiones los temas que propuso al debate, y el 42,9 % de los temas compartidos por él fueron moderados en algún momento por miembros del público.

#### Función de consejería:

- El 22,2 % de las audiencias ofreció algún consejo a otros miembros, el 19,0 % lo hizo a instituciones, y el 9,5 % al medio de comunicación. En tanto, el 21,4 % de las veces el moderador ofreció algún consejo a las instituciones y a otros miembros.
- El 38,1 % de las audiencias exigió un comportamiento determinado por parte de las instituciones de la provincia, al igual que el 28,6 % de las intervenciones del moderador del grupo. Ello revela que ambos actores sociales demandan que las autoridades del municipio respondan a las inquietudes planteadas.

#### Función de aceptación-agradecimiento grupal:

- El 6,3 % de las audiencias agradeció a otro miembro por una acción/información brindada, en tanto otro 6,3 % lo hizo al moderador. Por su parte, el moderador realizó un 28,6 % de las veces agradecimientos a otros miembros del grupo.

#### Función verificativa:

- Ningún miembro solicitó u ofreció la verificación de alguna información compartida.

#### Función resolutive:

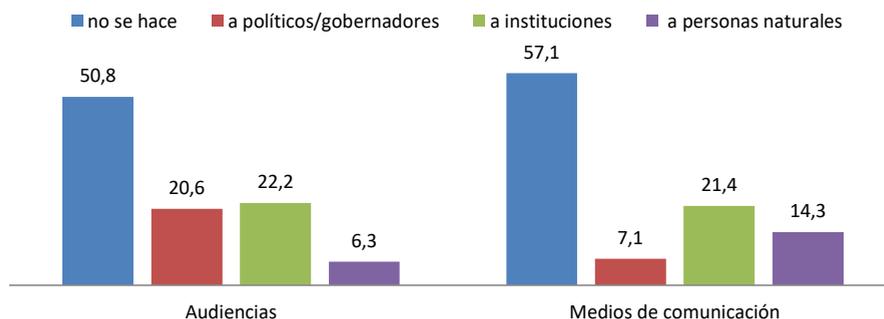
- En el 31,7 % de sus intervenciones, las audiencias exigieron a las instituciones del municipio que solucionaran algún problema planteado, al igual que el moderador un 14,3 % de las veces; en tanto, el 1,6 % de las ocasiones las audiencias lo hicieron directamente al moderador del grupo. El 15,9 % de los públicos participantes exigió la mediación de periodistas ante algún problema planteado.
- En el 20,6 % de los casos se ofreció solución a cuestiones planteadas.

Lo expuesto valida y trasciende la Hipótesis 4, ya que, si bien la función informativa es central en la dinámica del grupo, se evidenció la moderación activa tanto del representante de *El Caleidoscopio* como de otros participantes (42,9 % de las veces). Este indicador, de conjunto con la forma en que se manifestó el resto de funciones explicitadas en este apartado, indica una estructura horizontal de la comunicación en el grupo, lo cual fue confirmado por los resultados del cuestionario.

### 3.4. Interacción entre los miembros del grupo

Como parte de la variable relacionada con la interacción entre los miembros del grupo, se evaluó el ejercicio de la crítica por parte de los actores de la comunicación en cada caso. Como se muestra en la figura 2, los miembros de *El Caleidoscopio* ejercen la crítica con frecuencia. En ambos casos, cerca del 50 % de las personas (incluyendo al moderador del grupo) han criticado a políticos y gobernadores, a instituciones y en menor medida a personas naturales, lo que valida la Hipótesis 5 para este caso.

FIGURA 2. Ejercicio de la crítica en el grupo



Fuente: elaboración propia.

El tema respecto al cual la audiencia realizó más críticas fue el de la COVID-19 (54,0 %), seguido de la situación económica del país (22,2 %) y la tarea ordenamiento (7,9 %). El moderador también realizó críticas y el 21,4 % de ellas se enfocaron en las comunicaciones, y el 14,3 % sobre la tormenta tropical Elsa.

El análisis reveló igualmente que en el grupo no se realizan bromas o chistes y que prima el respeto entre los miembros. En pocas ocasiones se expresó satisfacción con el grupo (9,5 % las audiencias y 21,4 % el moderador del grupo).

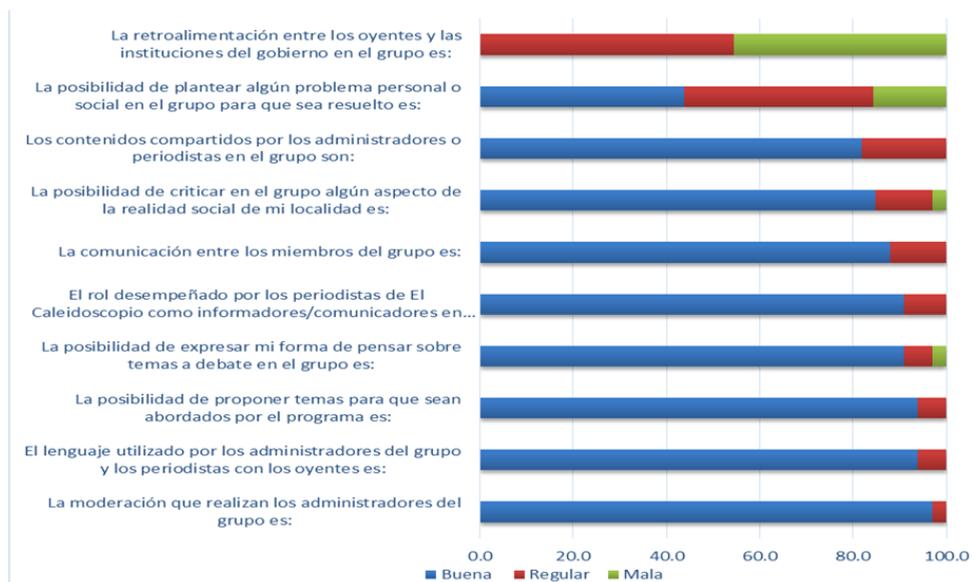
### 3.5. Valoración de los usuarios sobre el grupo

De los 33 oyentes que respondieron la encuesta, al 42,4 % le interesó debatir sobre algún tema de importancia para el municipio, al 36,4 % le motivaron los contenidos publicados por el medio de comunicación y el 18,2 % ingresó al grupo para plantear alguna queja o problema para su solución. En tanto, el moderador confirmó que el grupo fue creado para propiciar el diálogo con las audiencias del programa radial. Estos resultados confirman la Hipótesis 5.

Como se muestra en la figura 3, la mayor parte de los planteamientos de la encuesta respecto al grupo fueron calificados como positivos por parte de los públicos. Por ejemplo: la moderación (97,0 %), el lenguaje utilizado por el moderador con

los oyentes (93,9 %), la posibilidad de proponer temas para que fueran abordados por el programa (93,9 %), el rol desempeñado por el moderador como informador/comunicador (90,9 %) y la posibilidad de expresar la forma de pensar sobre temas a debate (90,9 %).

FIGURA 3. Opiniones de las audiencias sobre el grupo



Fuente: elaboración propia.

Los aspectos destacados como negativos fueron la retroalimentación entre los participantes y las instituciones del gobierno en el grupo (45,5 %), y la posibilidad de plantear algún problema personal o social para que sea resuelto (15,6 %). Ello se debe a que en el grupo no participan actores gubernamentales o políticos de la localidad que puedan dar respuesta o responsabilizarse con soluciones a las problemáticas y soluciones planteadas. El moderador explicó en el cuestionario que el grupo no estuvo restringido para ellos. En tanto, la posibilidad de criticar aspectos de la realidad del municipio fue valorada como buena por el 84,8 % de los encuestados.

El 51,5 % de los públicos opinó que la moderación del grupo debe permanecer como está, y el 45,5 % dijo que se deben realizar pequeñas mejoras. El 100 % de los encuestados calificó al moderador como empático: comprende los criterios planteados por los oyentes y le da seguimiento informativo. Respecto a los temas compartidos en el grupo por el moderador, el 93,9 % de las audiencias cree que son interesantes y útiles, frente al 6,1 % que piensa que ocasionalmente son de interés público.

Por otra parte, el moderador del grupo señaló que los temas centrales del debate son en su mayoría los que deciden las audiencias, y que el medio los improvisa sobre la marcha. También señaló que la totalidad de los temas tratados son de interés público, lo que concuerda en buena medida con lo expresado por las audiencias.

Lo planteado corrobora la Hipótesis 5.

#### 4. Conclusiones y discusión

El estudio del grupo de WhatsApp *El Caleidoscopio* reveló que existe una correlación perfecta a nivel de los objetos (1,00) entre la agenda pública y la compartida por el moderador del grupo, en tanto representante de la experiencia comunicacional. Sin embargo, para el caso de los atributos sustantivos la correlación fue baja.

Se evidenció que las líneas de conversación aluden a problemáticas emergentes por iniciativa de cualquier participante, mientras que solo en una tercera parte responde a noticias o informaciones compartidas en el grupo. Se observó que las funciones de crítica a actores políticos, gubernamentales, organismos e instituciones locales, así como la posibilidad de consejería entre los miembros del grupo y de hacer recomendaciones al moderador y al programa radiofónico, posibilita interacciones continuas no solo entre el representante del proyecto *El Caleidoscopio* y la audiencia, sino entre los ciudadanos, sin que medie el moderador en todo momento.

Estos resultados evidencian horizontalidad en la relación medio-público en el grupo de WhatsApp. Si se comparan los resultados conseguidos con los de otros estudios en el país (Muñiz y Castillo, 2017; Muñiz *et al.*, 2023), se evidencia que el grupo se constituyó en una verdadera plataforma de diálogo sobre problemas públicos. También se trascienden las tendencias internacionales descritas para los grupos de emisión-recepción (Fares, 2018), los cuales no necesariamente devienen en estructuras comunicativas horizontales (Batra, 2016; Fares, 2018; Bonete, 2020).

Lo anterior corrobora la pertinencia de WhatsApp para propiciar retroalimentación entre medios y públicos, tal y como para el contexto internacional han señalado Angeluci *et al.* (2017) y Fares (2018). De igual forma, se confirman los resultados de estudios precedentes sobre *El Caleidoscopio*, confirmándose la horizontalidad de la estructura comunicacional construida en todo el proyecto (Robert, 2019; Castillo y Martínez, 2022). Sin embargo, la no vinculación de los actores gubernamentales, políticos y de las instituciones sociales en el grupo, constituye la principal limitación percibida por los públicos y el moderador para la canalización de los criterios y de las propuestas de soluciones concertadas. Lo descrito es consecuente con otros estudios en Cuba (De la Noval, 2018; Serguera y Senén, 2021).

Los resultados del estudio refrendan la urgencia de propiciar espacios de diálogo social sobre los problemas públicos locales en los medios cubanos. La experiencia del grupo experimental de WhatsApp *El Caleidoscopio* aporta luces para construir estructuras comunicacionales participativas en la que se propicie una verdadera retroalimentación entre medios y públicos.

## Referencias

- Aguado, J. M., Feijóo, C. y Martínez, I. J. (coords.) (2013). *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital*, 187-217. Gedisa.
- Angeluci, A., Scolari, G. y Donato, R. (2017). O WhatsApp como actante: o impacto do aplicativo interativo em redações jornalísticas. *Mediação*, 19(24), 195–214. <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/3778>
- Ardevol, A., Gil, H. y McCombs, M. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la *agenda setting* en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la información*, 29(4), e290414. <http://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Arguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Biblos.
- Beltrán, D. E. (2021). Redes sociales virtuales: la interacción comunicativa humana devenida en técnica. *Enunciación*, 26(2), 244-254. <https://doi.org/10.14483/22486798.17249>
- Batra B. (2016). News Communication Through WhatsApp. *International Journal of Informative & Futuristic Research*, 3(10), 3725-3733. [https://www.academia.edu/28071560/News\\_Communication\\_Through\\_WhatsApp](https://www.academia.edu/28071560/News_Communication_Through_WhatsApp)
- Bilton R. (2014). WhatsApp emerges as big share driver for publishers. *DigiDay UK*. <http://digiday.com/media/publi-shers-see-big-sharing-numbers-viawhatsapp/>
- Boczek, K. y Koppers, L. (2020). What ´s New about Whatsapp for News? A Mixed-Method Study on News Outlets’ Strategies for Using WhatsApp. *Digital Journalism*, 8(1), 126-144. <https://doi.org/10.1080>
- Bonete, F. (2020). Luces y sombras en el uso de WhatsApp en los diarios digitales españoles. *Hipertext.net*, (20), 87-97. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i20.07>
- Cabrera, D. y Camardo, S. (2019). El poder de los medios. Fronteras digitales para la agenda setting. *Revista Sociedad*, (39), 81-113.
- Castillo, Y. (2020). *Modelo sociológico de comunicación para la interrelación dialógica de las agendas pública, política y mediática en función del desarrollo sociocultural comunitario* [tesis de doctorado, Universidad de Oriente].
- Castillo, Y., Muñoz, V., y Martínez, A. (2021). La teoría de la agenda setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico. *Perspectivas de la comunicación*, 14(1), 231-272. <https://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/2017>

- Castillo, Y. y Martínez, A. C. (2022). Dialógica social sobre problemas públicos y desarrollo sociocultural comunitario. Sistematización de una experiencia en Cuba. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(1), 330-346. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322022000100022](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100022)
- Castromil, A. R.; Rodríguez, R. y Garrigós, P. (2020). La agenda política en las elecciones de abril de 2019 en España: programas electorales, visibilidad en Twitter y debates electorales. *Profesional de la información*, 29(2), e290217. <http://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.17>
- Cruz, M., López, X. y Lozano, L. (2017) Instant Messaging Networks as a New Channel to Spread the News: Use of WhatsApp and Telegram in the Spanish Oline Media of Proximity. En: Rocha, A., Correla, A. Adell, H., Reis, L. y Constanzo, S. (cords.) *Recent Advances in Information Systems and Technologies* (3), 64-72. Springer.
- De la Cruz, J. (2020). *La aplicación de mensajería WhatsApp y las culturas periodísticas de los reporteros de la ciudad de Latacunga*. [Bachelor Thesis, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7154>
- De la Noval, L. A. (2018). *Radio Cubana: un enfoque participativo en su producción comunicativa* [tesis de doctorado, Universidad de La Habana]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8461195>
- Dodds, T. (2019). Reporting with WhatsApp: Mobile Chat Applications Impact on Journalistic Practices. *Digital Journalism*, 7(6), 725-745. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1592693>
- Fares, F. (2018). WhatsApp y Periodismo. Análisis del uso de WhatsApp en los medios de información españoles. *Hipertext.net*, (16), 78-92. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i16.12>
- Flores, R. (2016). *Noticieros televisivos en el Perú: informaciones policiales dentro de la agenda setting 2015* [tesis de doctorado, Universidad de Lima]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6849>
- Gallego, J. R., y Rosabal, A. (2013). Las cartas sobre la mesa: Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: caso Granma. *Signo y Pensamiento*, 32(62), 98-113.
- García, J. (2013) *Revolución, socialismo, periodismo*. Pablo de la Torre.
- López, P., Castro, P. y Oñate, P. (2020). Agenda *melding* y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuadernos 112*, (1), 21-34.
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2014). *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. Oxford handbooks online.
- Muñiz, V., y Castillo, Y. (2017). La brecha entre medios y públicos en Cuba. Pautas para un diálogo necesario desde la agenda setting. *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(13), 87-111. <https://bit.ly/34Yk1Pz>
- Muñiz, V. y Castillo, Y. (2018). Estudios de agenda setting en Cuba: propuesta de metodología para un desarrollo posible. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (41), 127-155. <https://doi.org/empiria.41.2018.22607>
- Muñiz, V., Lageyre, S. y Castillo, Y. (2023). Relación entre medios y audiencias en grupos de WhatsApp en Cuba: un enfoque desde la agenda-setting. *Contratexto*, (39), 259-285. <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39.5827>

- Nieves, L. (2021). *La transformación editorial de los periódicos provinciales desde la articulación comunicación – participación* [tesis de doctorado, UCLV]. <https://acortar.link/VbAZCc>
- Nizah, M. y Bakar, A. (2021). The Use of WhatsApp on Political Marketing Agenda in Malaysia Politics. *International Journal in Business and Social Science*, 11(8), 1660-1677. [https://www.researchgate.net/publication/354563104\\_The\\_Use\\_of\\_WhatsApp\\_on\\_Political\\_Marketing\\_Agenda\\_in\\_Malaysia\\_Politics](https://www.researchgate.net/publication/354563104_The_Use_of_WhatsApp_on_Political_Marketing_Agenda_in_Malaysia_Politics)
- Noscué, M., Pauloni, S. y González, L. (2019). Prácticas socio-comunicativas y consumos culturales en WhatsApp: jóvenes universitarios argentinos en la red socio-conectiva. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 5(2), 1-21. e563. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/95656>
- Partido Comunista de Cuba (2018). *La política de Comunicación Social*. <https://acortar.link/5NGgSn>
- Pessoa, B. (2021). *Mídias sociais e eleição presidencial 2018: uma análise da dinâmica do WhatsApp na campanha eleitoral no Brasil* [tesis de doctorado, Universidad Federal de São Carlos]. <http://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14698>
- Robert, A. (2019). *El Caleidoscopio: miradas multiplicadas desde la web* [tesina de diplomado, Universidad de Oriente].
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa Editorial.
- Serguera, L. y Senén, F. (2021). *Desafíos del consenso: Comunicación*. En prensa: *Revista Alma Mater*, publicado el 18 de agosto de 2021. <https://acortar.link/18iQNO>
- Valeriani, A., y Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: a comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715-1731. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1350730>
- Wanja, S. y Muna, W. (2021) Effects of Social Media on Security-Agenda Setting in Nairobi City County, Kenya. *International Journal of Current Aspects*, 5(4), 64-77. <https://doi.org/10.35942/ijcab.v5i4.211>