

Políticos cubanos en X: prácticas comunicativas y agendas políticas *versus* agenda pública de temas nacionales

Yánder Castillo Salina*

<https://orcid.org/0000-0003-4149-5620>

<https://ror.org/00013q465>

ycastillos@pucp.edu.pe

Viviana Muñoz Zúñiga

<https://orcid.org/0000-0001-8476-4136>

<https://ror.org/03kqap970>

vivita0805@gmail.com

Fecha de finalización: 2 de diciembre de 2025.

Recibido: 3 de diciembre de 2025.

Aceptado: 24 de abril de 2026.

Publicado: 7 de septiembre de 2026.

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2026.1503.mun>

Resumen

Aunque el uso de X (Twitter) por los actores políticos para comunicar sus agendas no es reciente, poco se conoce sobre este fenómeno en contextos autoritarios. Esta investigación analizó la comunicación en X de seis actores políticos cubanos, considerando tres elementos generalmente abordados por separado en la investigación internacional: las prácticas de comunicación, la correlación entre las agendas políticas y, entre estas últimas y la agenda pública de temas nacionales. Se implementó un diseño cuantitativo. Mediante análisis de contenido se determinaron las prácticas de comunicación y las agendas políticas. La agenda pública de temas nacionales se obtuvo a partir de cuestionarios. Para establecer las correlaciones se utilizó el coeficiente de Spearman. Los hallazgos muestran que la comunicación de los políticos cubanos en X se caracteriza por el uso del lenguaje formal, del plural como recurso retórico, por interacciones inexistentes con los ciudadanos, el posicionamiento de *hashtags* comunes



y el *retuiteo* con cuentas del ámbito estatal. Las agendas políticas presentan una composición temática homogénea orientada al reforzamiento institucional, priorizándose asuntos como la conmemoración de efemérides, las actividades gubernamentales y la política exterior. No obstante, sus correlaciones fueron mayoritariamente bajas. La agenda pública de temas nacionales presenta temas crónicos para la vida cotidiana de los ciudadanos y sus correlaciones con las agendas políticas fueron muy bajas y nulas. El contraste de estos hallazgos con los de otros contextos políticos autoritarios revela estrategias comunes, diferenciadoras de la comunicación política en X en el mundo occidental democrático.

Palabras clave: X, Twitter, agenda política, agenda pública, autoritarismo, prácticas comunicativas.

Cuban Politicians On X: Communicative Practices And Political Agendas versus Public Agenda of National Issues

Abstract

Although the use of X (Twitter) by political actors to communicate their agendas is not recent, little is known about this phenomenon in authoritarian contexts. This study analyzed the communication of six Cuban political actors on X, considering three elements that are generally addressed separately in international research: communicative practices, correlations among political agendas, and the relationship between these agendas and the public agenda of national issues. A quantitative design was implemented. Content analysis was used to identify communicative practices and political agendas. The public agenda of national issues was obtained through questionnaires. Spearman's rank correlation coefficient was used to establish correlations. The findings show that Cuban politicians' communication on X is characterized by the use of formal language, the plural as a rhetorical device, the absence of interaction with citizens, the use of common hashtags, and the retweeting of content from accounts linked to the state sphere. Political agendas display a homogeneous thematic composition oriented toward institutional reinforcement, prioritizing commemorations, governmental activities, and foreign policy. However, correlations among these agendas were predominantly low. The public agenda of national issues comprises chronic issues affecting citizens' everyday lives, and its correlations with the political agendas were very low or null. Comparing these findings

with those from other authoritarian political contexts reveals common strategic patterns that differentiate political communication on X in these contexts from that observed in Western democratic systems.

Keywords: X; Twitter; political agenda; public agenda; authoritarianism; communicative practices.

Políticos cubanos no X: práticas comunicativas e agendas políticas versus agenda pública de temas nacionais

Resumo

Embora o uso do X (Twitter) por atores políticos para comunicar suas agendas não seja recente, ainda se sabe pouco sobre esse fenômeno em contextos autoritários. Esta pesquisa analisou a comunicação de seis atores políticos cubanos no X, considerando três elementos geralmente tratados de forma separada na pesquisa internacional: as práticas comunicativas, as correlações entre as agendas políticas e a relação entre estas e a agenda pública de temas nacionais. Foi implementado um desenho quantitativo. Por meio da análise de conteúdo, foram identificadas as práticas comunicativas e as agendas políticas. A agenda pública de temas nacionais foi obtida por meio de questionários. Para estabelecer as correlações, utilizou-se o coeficiente de correlação de Spearman. Os resultados mostram que a comunicação dos políticos cubanos no X é caracterizada pelo uso da linguagem formal, do plural como recurso retórico, pela inexistência de interação com os cidadãos, pelo uso de hashtags comuns e pelo retuíte de conteúdos provenientes de contas vinculadas ao âmbito estatal. As agendas políticas apresentam uma composição temática homogênea orientada ao reforço institucional, priorizando assuntos como a comemoração de efemérides, as atividades governamentais e a política externa. No entanto, as correlações entre essas agendas foram predominantemente baixas. A agenda pública de temas nacionais é composta por questões crônicas que afetam a vida cotidiana dos cidadãos, e suas correlações com as agendas políticas foram muito baixas ou nulas. A comparação desses achados com os de outros contextos políticos autoritários revela padrões estratégicos comuns que diferenciam a comunicação política no X nesses contextos daquela observada nos sistemas democráticos ocidentais.

Palavras chave: X; Twitter; agenda política; agenda pública; autoritarismo; práticas comunicativas.

Introducción

La comunicación de los actores políticos con los ciudadanos se ha adaptado a las plataformas digitales, las cuales componen hoy una parte esencial de la esfera pública. Su principio subyacente sigue siendo el mismo: incidir sobre la opinión pública, sobre las agendas de los medios y fomentar el apoyo a iniciativas políticas (Rasul et al., 2025). X (otrora Twitter) es la red social más utilizada con estos fines. Con cerca de 586 millones de usuarios mensuales (Resourcera, 2026), los actores políticos son especialmente activos en la plataforma (Fruhstorfer et al., 2025). La mencionada característica, unida a las tendencias hacia la polarización de los debates, ha contribuido a que se consolide como el *social media* más politizado. Diversos estudios describen una notable influencia de sus “hilos virales” sobre el curso de la política. (Pérez-Curiel et al., 2020; Rojas-Andrés et al., 2022).

Se ha corroborado que el uso de X por figuras políticas está marcado por la personalización del discurso, en un intento de humanizarse frente a las audiencias para “conectar” con ellas (Rizakis, 2023; Kaplún y Martínez, 2024). Al mismo tiempo, se posicionan agendas políticas particulares en la esfera virtual (Su, 2023). Las investigaciones sobre estas dinámicas no siempre han encontrado prácticas de comunicación verdaderamente interactivas por parte de los actores políticos, como correlato de los discursos basados en la personalización (Lava-Santos e Ibáñez-Cuquerella, 2024). Varias investigaciones (Arman y McClurg, 2024; Barrios-Rubio, 2024; Gilardi et al., 2022) advierten resultados dispares sobre el proceso de construcción de las agendas de los políticos en X, tomando en cuenta sus influencias sobre los debates públicos en línea y fuera de ella y cómo son afectadas las estrategias políticas por otras agendas presentes en el ecosistema digital.

Entre las tendencias más relevantes del estudio sobre los usos de X por actores políticos se encuentra la profundización sobre casos específicos, elegidos tanto por su relevancia en términos geopolíticos, como por sus narrativas polémicas o innovadoras en la red social (Pérez-Curiel, 2020; Casero-Ripollés, 2021; Theocharis et al., 2023). Destacan en este camino investigaciones sobre mandatarios como Macron (Rizakis, 2023); Trump (Zhang et al., 2024) y Bukele (Ruiz-Alba y Mancinas-Chávez, 2020). También se abordan múltiples actores de sistemas políticos nacionales (Lava-Santos e Ibáñez-Cuquerella, 2024) y regionales (Rivas-de-Roca et al., 2025; Fruhstorfer et al., 2025). Otras líneas se centran en análisis comparativos (Iturregui-Mardaras et al., 2021)

y *hashtags* durante momentos de elecciones o crisis (Xu y Ding, 2025). Un enfoque más reciente profundiza en cómo las figuras e instituciones políticas de contextos autoritarios, tales como Irán, China o Rusia, utilizan la plataforma para comunicar sus agendas, promoviendo el contraste de los resultados con los hallazgos producidos en las “democracias occidentales” (Zhang et al., 2024; Litvinenko, 2023).

En esta última línea, se ha encontrado que en dichos contextos se asume con reserva a los *social media* y, especialmente, a X (Martínez-Acebal, 2022). Se ha descrito que el uso de la plataforma ha perseguido afianzar la política exterior de los estados y promover una imagen de cohesión social de las naciones o instituciones a las que representan (Guo et al., 2023; Kulichkina et al., 2025). Hasta donde alcanzó la revisión de la literatura, en estos escenarios no se ha profundizado en las relaciones que puedan darse entre las prácticas de las figuras políticas en X y las correlaciones entre la agenda política comunicada en sus cuentas y la agenda de los ciudadanos de sus naciones. Cabe resaltar que los tópicos mencionados han sido abordados de forma independiente en el “mundo occidental democrático”.

La relación entre los intereses políticos y de los ciudadanos se ha estudiado desde teorías como la Agenda Setting. La agenda política resulta la menos tratada en el campo (Castromil et al., 2020). Durante la pasada década se encontraron correlaciones moderadas entre la agenda de figuras políticas en X con la agenda pública de temas nacionales de sus países (Pérez-Curiel et al., 2020). Se remarcó una discreta tendencia a que los actores políticos configuraran su agenda a partir de las propuestas de campaña y ciertos temas del debate público, mientras la balanza se inclinó a sus propias agendas en periodos no electorales. Investigaciones más recientes describen una bifurcación de las agendas de partidos, figuras políticas y los medios de alto consumo en la esfera digital (Gilardi et al., 2022; Arman y McClurg, 2024).

Por su parte, un estudio desarrollado en Colombia (Alvarado-Vivas et al., 2020) advirtió disonancias sustantivas entre temas y dinámicas de discusión pública en X y los asuntos que preocupan directamente a los ciudadanos. Según los resultados, solo el 20% de los *tuits* hacían referencia a asuntos relacionados con la agenda pública nacional. Resultados similares se han documentado en otras regiones del mundo (Macagno, 2022; Theocharis et al., 2023), lo que refuerza la desconexión entre los temas discutidos en X y los intereses más amplios de la ciudadanía (Alvarado-Vivas et al., 2020).

En el caso de Cuba, país con un modelo político y comunicacional autoritario (Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025), el estudio de la comunicación de actores políticos en los *social media* y sus correlatos con las agendas públicas *online* y *offline* se encuentra en despunte. Hasta el momento, las plataformas más estudiadas han sido Facebook y WhatsApp (Muñiz-Zúñiga et al., 2023; Castillo-Salina et al., 2025), coincidiendo con las que más tráfico de usuarios tienen. El estudio de X es incipiente. Se ha centrado en etiquetas particulares utilizadas por figuras políticas (Pérez-Fumero, 2015); en comportamientos ciudadanos en torno a los debates públicos (Cogo y Santos, 2021); y en el escrutinio de cuentas como la del mandatario cubano (Ramos, 2022; Martínez-Acebal, 2025). A pesar del bajo tráfico de usuarios desde Cuba en X, los estudios han corroborado que las estrategias de comunicación de las principales figuras políticas cubanas se han diseñado para la plataforma, siguiendo tendencias internacionales (Ramos et al., 2022).

Ante el estado de la cuestión en el espectro internacional y en Cuba, este estudio plantea como pregunta de investigación: ¿Qué características tienen: (1) la comunicación en X de las figuras políticas cubanas, (2) la relación entre las agendas políticas comunicadas en la plataforma y (3) la relación de dichas agendas políticas con la agenda pública de temas nacionales?

Se abordaron las cuentas más activas de los actores políticos vinculados al nivel central del Estado cubano, con participación sistemática en la construcción y circulación de la agenda política en la plataforma. En este marco, se incluyó la cuenta de Lis Cuesta, esposa del mandatario cubano. Aunque Cuesta no ocupa un cargo formal de decisión dentro de la estructura estatal, ha desempeñado un papel visible en la proyección pública de la agenda gubernamental en X. Durante el periodo analizado, mantuvo una actividad constante en la red social, en la que logró una significativa repercusión en el debate sobre Cuba en la plataforma.

Es preciso considerar que los estudios de la agenda pública en Cuba han comprobado que los temas relevantes para los ciudadanos no siempre encuentran espacio en la comunicación pública tradicional y digital debido a las brechas tecnológicas y al clima de censura (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017). Esto ha condicionado profundas desarticulaciones entre las distintas agendas sociales en el entorno *offline* (Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025) y digital del país (Castillo-Salina et al., 2023), lo que ha impulsado a la ciudadanía a encontrar vías alternativas a

la esfera pública formal para canalizar sus preocupaciones. Lo señalado indica que el caso cubano podría reproducir las diferencias entre los flujos temáticos discutidos en X y las preocupaciones que componen la cotidiana para los ciudadanos residentes en el territorio nacional (confróntese Alvarado-Vivas et al., 2020). Para evitar este sesgo, se decidió utilizar el método tradicional de encuesta *offline* para determinar la composición de la agenda pública de temas nacionales.

Se eligió la provincia de Santiago de Cuba como caso representativo para caracterizar la agenda pública de temas nacionales, a partir de criterios de relevancia y viabilidad metodológica. En términos demográficos, constituye la segunda provincia más poblada del país después de La Habana, con 988 655 habitantes, lo que equivale al 9.8% de la población nacional (Oficina Nacional de Estadística e Información, 2023). Por su peso económico, político y cultural, es considerada la segunda capital de la nación, condición que le otorga una posición significativa en la dinámica política y social del país (Feinberg, 2019). Por otro lado, investigaciones previas han constatado que la agenda pública de Santiago de Cuba presenta elevada congruencia con la de otras regiones del país, tanto en los temas que componen la agenda como en su jerarquización (Castillo-Salina et al., 2023). Estas condiciones avalan la pertinencia de su selección, basada en investigaciones precedentes con diseños metodológicos similares (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017; Castillo-Salina et al., 2025).

Se plantearon los siguientes objetivos específicos:

OE1: Identificar las prácticas de la comunicación en X de figuras políticas cubanas.

OE2: Delimitar la composición de las agendas políticas de las cuentas estudiadas y sus correlaciones.

OE3: Caracterizar la agenda pública de temas nacionales de la provincia Santiago de Cuba.

OE4: Correlacionar las agendas políticas analizadas y la agenda pública de temas nacionales de Santiago de Cuba.

Prácticas de comunicación de los actores políticos en X y su relación con las agendas públicas

Con el avance de las tecnologías de la información, la vida social ha pasado de ser un ámbito influenciado por los medios de comunicación a convertirse en un espacio intervenido por ellos (Mitchelstein et al., 2020). En este escenario, X ha resultado

relevante para la comunicación entre políticos y ciudadanos. Se ha comprobado que el uso de la plataforma depende de factores como las intenciones de los políticos de interactuar con sus públicos, sus estrategias discursivas y sus capacidades técnicas, económicas y culturales para aprovechar sus potencialidades (Pérez-Curiel, 2020).

No obstante, la literatura sobre las prácticas de comunicación de los actores políticos en X tiende a analizar dimensiones específicas sin integrarlas en una perspectiva común. La sistematización de estos estudios permitió distinguir tres dimensiones analíticas recurrentes: una discursiva, vinculada al tipo de lenguaje, los recursos retóricos y la personalización; una interactiva, asociada a los niveles de bidireccionalidad con los públicos; y una estratégica-tecnológica, relacionada con el uso de *hashtags*, *retuits*, recursos multimedia e hibridación mediática.

En el plano discursivo, a escala global se han descrito correlaciones sustantivas entre las prácticas de comunicación en X de los actores políticos y el carácter populista y personalizado de los discursos (Mangerotti et al., 2021; Chavero, 2021). Un análisis comparativo del uso de X por figuras populistas como Jair Bolsonaro (Brasil), Donald Trump (EUA) y el exvicepresidente italiano, Matteo Salvini, comprobó que la comunicación se concentró en tácticas discursivas como falacias, ataques personales, victimización, y el empleo de un lenguaje emotivo para manipular la percepción del público, más que en una interacción directa con los mensajes y debates suscitados en sus publicaciones (Macagno, 2022). Investigaciones sobre otras figuras que habitualmente usan este tipo de retóricas confirman que la respuesta de los actores políticos a los *retuits* y comentarios de los usuarios es mínima o nula, predominando una conversación unidireccional (Su, 2023; Kaplún y Martínez, 2024).

Los estudios describen que el lenguaje de los políticos tiende a oscilar entre registros formales e informales en función de las estrategias comunicativas adoptadas (Rivas-de-Roca et al., 2025). El lenguaje formal se asocia a estructuras discursivas institucionales, uso de terminología técnica, referencias normativas y apelaciones a la legitimidad del Estado, siendo frecuente en contextos donde la comunicación cumple funciones de legitimación y reafirmación del orden político (Rasul et al., 2025; Ruiz-Alba y Mancinas-Chávez, 2020). El lenguaje informal es habitual en contextos polarizados. De ahí que se caracterice por expresiones coloquiales, emotividad y uso estratégico de la confrontación con adversarios (Chavero, 2021).

Respecto a la dimensión interactiva, se señala que las tecnologías digitales a menudo son explotadas como mecanismos para promocionar las propuestas de políticas, aplicando una lógica propagandística basada exclusivamente en la compartición viral (Rojas-Andrés et al., 2022). Esta orientación estratégica se sustenta en las propias funcionalidades de la plataforma, tales como la posibilidad de comunicar mensajes cortos, añadir recursos multimedia, referenciar otras páginas, generar menciones, *hashtags* y *retuits*, así como seguir las métricas de la conversación, si bien esto último se ha limitado en los últimos años (Casero-Ripollés, 2021).

Precisamente, en el plano estratégico-tecnológico, el uso de X por partidos y figuras políticas en el contexto occidental se ha orientado principalmente a la difusión de propuestas y programas electorales (Lava-Santos e Ibáñez-Cuquerella, 2024). Esta concepción “difusiva” de la plataforma explica, en buena medida, el hecho de que durante las campañas electorales la interactividad entre políticos y ciudadanos sea, incluso, prácticamente inexistente (Ramos et al., 2022; Theocharis et al., 2023). Otras funciones atribuidas a X por los políticos son la hibridación entre nuevos y antiguos medios de comunicación -lo que usualmente implica las menciones a los medios tradicionales aliados- y la participación y movilización -que se propone involucrar a los individuos con las campañas y las propuestas políticas, si bien ello no necesariamente implica interacciones con los usuarios- (Casero-Ripollés, 2021; Kaplún y Martínez, 2024).

Según Lagares-Díez et al. (2021), la investigación sobre el uso de las redes sociales por los partidos revela además un “uso poco profesional e intuitivo de X, sin potencial viral y con muy baja aceptación por las comunidades” (pp. 21-22). Otros estudios (Iturregui-Mardaras et al., 2021; Rivas-de-Roca et al., 2025) destacan la falta de un diseño específico de campaña, lo que demuestra el desconocimiento de las pautas de consumo de las redes sociales por parte de los partidos, reproduciendo lógicas que usualmente se emplean de manera *offline*. Se ha observado que los textos tienden a apoyarse de imágenes, menciones y etiquetas relacionadas al tema político en cuestión (Rasul et al., 2025).

Las condicionantes descritas intervienen no solo en los modos de interacción en X, sino en la forma en que se construyen y retroalimentan las agendas sociales en la plataforma. Según la tesis clásica de la teoría de la Agenda Setting, los temas tratados por los medios (agenda mediática) influyen en la percepción de su importancia para los

ciudadanos (agenda pública) (McCombs y Shaw, 1972; Rodríguez-Díaz y McCombs, 2023). A partir de la cuarta etapa de la teoría, se incluyó la agenda política como factor sustantivo para comprender cómo se producen los contenidos mediáticos (Castromil et al., 2020). Este objeto se expandió rápidamente al análisis del papel de otras agendas en la constitución de los temas de interés político y en cómo estos afectan el curso de la agenda pública (Gilardi et al., 2022). Con el nuevo ecosistema digital, la agenda política se ha vinculado al modelo de “agenda setting en red” o NAS Model (Su, 2023), desde el cual se ha demostrado que las agendas en línea, independientemente de su naturaleza, se conforman a partir de conexiones reticulares, lo que propicia dinámicas moderadas de establecimiento de las agendas, al producirse en un entorno de alta mediación.

Las investigaciones que han abordado las relaciones entre los intereses de las figuras políticas con las agendas públicas de temas nacionales se han desarrollado mayormente en países democráticos y con altos grados de desarrollo. Concluyen que, en ciertas condiciones, tales como la información viralizada, los públicos/usuarios pueden establecer partes consustanciales de la agenda política y de los medios en X (Qiaoan y Teets, 2020; Zhou y Zheng, 2022). También se han descrito influencias importantes de las agendas políticas sobre los debates públicos en periodos electorales, cuestión que se asocia con los tipos de discurso (personalización, retóricas populistas, etcétera) y las estrategias de campaña (Lagares-Díez et al., 2020; Gilardi et al., 2022). Se ha comprobado que, para comprender el establecimiento temático de los debates políticos en la plataforma, resultan claves variables como los usos, prácticas y tipo de estrategias retóricas asumidas (Iturregui-Mardaras et al., 2021). ¿Pero qué pasa en contextos diferentes a la democracia occidental?

En general, la investigación en regímenes autoritarios señala que los líderes políticos utilizan los *social media* para mantener el poder y controlar la información, como mecanismo de control de la disidencia y para institucionalizar su autoridad (Martínez-Acebal, 2022). Estos propósitos estratégicos inciden tanto en las prácticas de comunicación, en sus planos discursivo, interactivo y estratégico-tecnológico, como en la configuración de las agendas políticas que se posicionan en la plataforma, orientándolas hacia la legitimación del régimen y la proyección de una imagen cohesionada en el ámbito nacional e internacional (Litvinenko, 2023). No obstante, la literatura ha abordado de manera fragmentada estas dimensiones, analizando por separado las estrategias discursivas, los patrones de interacción o la composición

temática de las agendas, siendo menos frecuente el examen integrado de cómo se articulan entre sí en el uso de X.

La revisión de la literatura encontró que el caso de China resulta uno de los más abordados. El uso de X por actores e instituciones políticas de ese país pretende construir una imagen diferenciadora de occidente. Para ello, la agenda en X se enfoca hacia los asuntos globales, en detrimento de los temas relevantes de carácter interno. El estudio de Tran (2023) sobre la comunicación de la embajada china en Francia y su entonces embajador, Lu Shaye, encontró que los marcos afectivos de los asuntos fueron en su mayoría neutrales, centrados en promover los atractivos turísticos del país. Se destaca que estos marcos correspondieron a una etapa diplomática basada en la conciliación, tras tensiones con el gobierno francés. Los hallazgos evidencian además que la cuenta de X de la institución diplomática y su principal figura política cimera frecuentemente *se retuiteaban* entre sí, así como a las cuentas de medios de comunicación de dicho estado, promoviendo la respuesta de China al COVID-19 (Tran, 2023).

Estrategias similares son aplicadas por las figuras e instituciones políticas de Rusia. Repnikova (2022) encontró que estas se enfocan tanto en la diferenciación respecto a occidente como en promover el nacionalismo. Además, su estrategia es estructurada, lo cual genera prácticas de replicación exclusivamente entre las cuentas, medios y actores que participan de esta. Por su parte, los hallazgos de Casas (2024) evidenciaron que en Irán las figuras políticas condicionan sus prácticas para evitar ser censurados en X, aunque el estudio no profundizó en la causa de estas restricciones. Otro análisis del caso iraní reveló un enfoque similar al de China y Rusia para incidir sobre temas de relevancia diplomática en el Oriente Medio, a partir de la utilización de desinformación y *bots* para diseminar mensajes (Kermani, 2025).

Sobre la relación entre las agendas políticas y pública en X en este tipo de contextos no se encontraron investigaciones. En un marco más amplio, se ha revelado que las agendas de actores políticos en redes sociales se concentran en el control de la imagen de los regímenes y sus figuras en el espectro internacional. Mientras tanto, las agendas públicas de temas nacionales son más heterogéneas, al integrar preocupaciones que van desde las condiciones de vida, como en los casos de Cuba y Venezuela (Vara-Horna et al., 2024), hasta asuntos postmaterialistas como la protección ambiental y el reclamo por falta de libertades, como se ha encontrado en Rusia y China (Repnikova,

2022; Otlán et al., 2023). Diversas investigaciones señalan que en estos contextos las modificaciones de la agenda política a partir de los intereses públicos acontecen en situaciones excepcionales, tales como las crisis sanitarias o las protestas intensas (Xu y Ding, 2025; Zhou y Zheng, 2022; Otlán et al., 2023; Vara-Horna et al., 2024).

Usos de X con fines políticos en Cuba, ¿qué se sabe al respecto?

En Cuba, la comunicación política en X es un campo de estudio incipiente. Investigaciones realizadas por Pérez-Fumero et al. (2015) y Méndez et al. (2022) enfatizan en la necesidad de caracterizaciones sistemáticas de las dinámicas de discusión política y su influencia sobre el ecosistema mediático y la opinión pública.

En el país, el uso político de la plataforma ha estado caracterizado por la participación de usuarios especializados en comunicación y política, principalmente comunicadores institucionales, periodistas y funcionarios de la esfera política y gubernamental (Alonso y Fonseca, 2022), lo que para algunos especialistas ha propiciado una “falsa participación de los cubanos en X” (Cogo y Santos, 2021). El programa Periodismo Digital Avanzado “Ciber-Mambí”, que comenzó en 2010 y fue desarrollado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí de conjunto con el Departamento Ideológico del Comité Central del Partido Comunista de Cuba, priorizó el uso de X en todas las provincias cubanas y fomentó el aumento de profesionales de la prensa y comunicadores de varias instituciones en dicha red social (Ramos et al., 2022). Entre 2011 y 2014, la actividad en la plataforma aumentó exponencialmente, identificándose 614 *tuiteros* cubanos (Pérez-Fumero et al., 2015). Este número es significativo, si se considera la falta de conectividad en Cuba en ese momento y la preferencia por otros social media (principalmente, Facebook).

A partir de 2017, comenzó a incrementarse el número de usuarios no vinculados al ámbito estatal, aunque para ese entonces su crecimiento entró en una etapa de desaceleración del ritmo de crecimiento debido a la popularidad de Facebook. Sin embargo, la plataforma mantuvo una audiencia dividida entre aquellos relacionados con la institucionalidad y quienes la utilizaban para confrontar políticamente al gobierno. (Ramos, 2022).

La mayoría de las cuentas pertenecientes a los principales actores políticos de Cuba fueron creadas entre enero y diciembre de 2018, coincidiendo con la implementación del programa gubernamental de informatización de la sociedad, lo que impulsó la incorporación de ciudadanos a las redes sociales (Ramos, 2022). En este

marco se estableció un vínculo entre X y los *blogs* personales creados por cubanos interesados en expresar sus opiniones desde la Isla. Esto dio origen a un segmento de la red identificado con la etiqueta *#Cuba* (Alonso y Fonseca, 2022).

Recientemente, las confrontaciones políticas en la plataforma se han hecho más evidentes a partir de las protestas sociales ocurridas entre el 11 y el 13 de julio de 2021, cuando se registró un incremento del 27% de usuarios cubanos activos en X (Alonso y Fonseca, 2022). A inicios de 2023 se registraron 7,97 millones de usuarios de Internet en el país, lo que representa una penetración del 71,1 % de la población (Statista, 2023). De esta cantidad, 6,69 millones (el 84%) eran usuarios activos de redes sociales (Statista, 2023). Aunque Facebook dominó con creces las derivaciones de tráfico web desde los social media (96,51%), otras plataformas como Pinterest (2,53%) y YouTube (0,44%) superaron la cuota de X (0,26%) (Statista, 2023).

Los estudios sobre los usos de X por políticos cubanos describen que la plataforma se utiliza para compartir videos con escasa edición y para reproducir la propaganda oficial, lo que no implica una participación ciudadana efectiva. Al respecto, *hashtags* como *#SomosContinuidad* son presentados como una prueba de la desconexión de figuras políticas con la realidad cubana que pide cambios, especialmente en materia económica. En la dimensión discursiva, la literatura reporta una tendencia al uso de lenguaje formal, acompañado de errores frecuentes en la redacción y de un escaso dominio de los códigos comunicativos específicos de las redes sociales (Cogo y Santos, 2021: 23; Méndez et al., 2023).

La cuenta del actual mandatario, Miguel Díaz-Canel, ha sido analizada por Ramos (2022). El estudio señaló que, si bien el mandatario consideró el escenario de interacción de la plataforma como un espacio de diálogo, las temáticas predominantes en las cuentas *@DiazCanelB*, correspondiente al perfil personal del presidente, y *@PresidenciaCuba*, cuenta institucional de la Presidencia, se concentran frecuentemente en celebraciones de hitos históricos y otros temas coyunturales, enfocados exhortativamente en mantener la confianza en la gestión gubernamental.

Más recientemente, Martínez-Acebal (2025) examinó la comunicación de Miguel Díaz-Canel en X durante diversas crisis políticas y sociales. Se identificó un uso estratégico del *social media*, orientado al control narrativo y a la minimización del riesgo político. El estudio evidenció que, aunque el mandatario evita referencias explícitas a “crisis” o “riesgo”, sus mensajes reconocen implícitamente la gravedad de

los acontecimientos, adaptando las estrategias discursivas según la naturaleza del evento y subrayando la función dual de la plataforma como espacio de control estatal y contestación ciudadana.

Materiales y métodos

Se implementó un diseño de investigación cuantitativo de tipo exploratorio-descriptivo, desarrollado en dos fases. En la primera, se analizaron las cuentas de figuras políticas cubanas en X, determinándose las prácticas de comunicación política, las agendas políticas comunicadas y sus correlaciones. En la segunda, se determinó la composición de la agenda pública de temas nacionales de la provincia Santiago de Cuba y su correlación con las agendas políticas.

Elementos generales del diseño de investigación

Para desarrollar el estudio se escogió el periodo de enero a julio de 2022 por corresponder a una etapa de incremento de la conversación digital sobre Cuba a escala nacional e internacional, como consecuencia del estallido social del 11 de julio de 2021.

Las variables de la investigación fueron:

a) Prácticas de la comunicación política en X: formas en que se expresan y circulan las ideas políticas en la plataforma. En correspondencia con el marco teórico, las operacionalizaciones abarcaron tres dimensiones analíticas:

- Dimensión discursiva: comprendió el tipo de discurso y los recursos retóricos empleados. El discurso fue operacionalizado como formal (*tuits* que incluyeron terminología institucional, saludos protocolares o citas de normativas, sin presencia de emoticonos ni expresiones coloquiales) o informal (*tuits* con expresiones coloquiales, emojis o abreviaturas, estilo descuidado o presencia de humor). Asimismo, se codificaron recursos retóricos adaptados de Chavero (2021) y Montaña (2024), tales como personalización (autorreferencias o énfasis en datos biográficos del emisor), uso del plural (aquellos *tuits* que utilizaron pronombres inclusivos que asocian al líder con la comunidad o el partido), analogía y comparación (se identificaron expresiones que vincularon dos elementos en un mismo *tuit*), apelación a la autoridad (*tuits* que apelaron a la autoridad de instituciones, expertos normativas etc., para legitimar el discurso), metáforas (se codificaron las unidades textuales que emplean

recursos comparativos implícitos) y preguntas retóricas (se registraron los *tuits* que contienen signos de interrogación sin acompañarse de una respuesta o llamada explícita a la acción). Se registraron además errores en la redacción de los *tuits* como indicador de profesionalización discursiva (omisión de letras; mal empleo de siglas; mal uso de mayúsculas y minúsculas; repetición de palabras o ideas; mal empleo de tildes y signos de puntuación).

- Dimensión interactiva: incluyó el análisis de las interacciones, a partir de los *likes* y las respuestas a los comentarios de los usuarios.
- Dimensión estratégico-tecnológica: abarcó el uso de etiquetas, recursos multimedia (imágenes, videos y enlaces) y el origen del contenido publicado, distinguiendo entre contenido propio y contenido *retuiteado*.

b) Agendas: temas que adquieren relevancia para los actores sociales en un periodo específico. Se analizó el primer nivel de la agenda, correspondiente a los “objetos”. Estos últimos, son temas generales y estables a lo largo del tiempo, cuyo estudio permite apreciar la estructura y macro dinámicas de las agendas (Rodríguez-Díaz y McCombs, 2023). Los tipos de agendas analizadas fueron: agenda política en X, entendida como los temas que abordaron los políticos en sus cuentas, y agenda pública de temas nacionales, que incluye los asuntos que los individuos consideran relevantes para el país.

c) Correlación de las agendas: grado de asociación lineal entre las agendas estudiadas.

Se plantearon las siguientes hipótesis:

H1: La comunicación de las figuras políticas cubanas en X se caracteriza por el uso de *hashtags* comunes, del plural como recurso retórico, por una alta proporción de contenido *retuiteado*, un bajo uso de recursos multimedia y por la presencia de errores en la redacción.

H2: Las agendas políticas presentan una similar composición y jerarquización de asuntos, lo que propicia correlaciones altas entre ellas.

H3: Las agendas políticas y la agenda pública de temas nacionales presentan diferencias en su composición temática y en la jerarquización de los asuntos, lo que condiciona que sus correlaciones sean bajas.

Construcción de las muestras

Para la selección de las cuentas se identificó inicialmente un universo de 17 perfiles oficiales en X correspondientes a miembros del nivel central del Estado cubano. Entre noviembre y diciembre de 2022 se realizó un seguimiento exploratorio con el fin de evaluar su actividad. A partir de este procedimiento se seleccionaron las seis cuentas que registraron el mayor número de publicaciones semanales y de interacciones por parte de los usuarios, independientemente del cargo ocupado (ver Tabla 1).

Para el análisis de las cuentas y la selección de los *tuits* se determinó una muestra representativa siguiendo el método de “semana construida”. Este método, cuya pertinencia ha sido ampliamente discutida por Téramo (2009), consiste en seleccionar un día de la primera semana del período analizado, seguido por el segundo día de la segunda semana, y así sucesivamente hasta completar una semana calendario. La técnica permite recopilar una muestra aleatoria del contenido mediático, ampliando el espectro de selección (Téramo, 2009). Ha sido particularmente útil para el estudio del ecosistema digital cubano (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017), contexto en que la carencia de recursos como el acceso a herramientas de recopilación de datos a gran escala y la limitada velocidad y acceso a internet, dificulta la construcción de grandes muestras. Se evaluaron dos semanas construidas correspondientes a los primeros seis meses del año 2022. La Tabla 1 muestra información de las cuentas analizadas y de la cantidad de *tuits* seleccionados.

Tabla 1. Cuentas seleccionadas para el estudio y cantidad de *tuits* analizados

Actor político	Usuario	Cargo que ocupa	<i>Tuits</i> analizados
Miguel Díaz-Canel Bermúdez	@DiazCanelB	Presidente de la república y primer secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba	116
Manuel Marrero Cruz	@MMarreroCruz	Primer ministro	377
Lis Cuesta	@LisCuestaCuba	Cónyuge del presidente	82
Betsy Díaz Velásquez	@BetsyDazVelzqu2	Ministra de Comercio Interior	221
Marta Elena Feitó	@MartaEFeito	Ministra de Trabajo y Seguridad Social	138
Manuel Sobrino Martínez	@ManuelSobrinoM	Ministro de la Industria Alimentaria	94
Total			1028

La agenda pública sobre problemas nacionales se determinó de forma clásica a partir de una encuesta *offline* a una muestra de la población escogida. Del universo de personas residentes en la provincia Santiago de Cuba, solo se consideraron aquellas comprendidas en el rango etario de 25 a 70 años, por ser el segmento poblacional más extenso (Oficina Nacional de Estadística e Información, 2023). La población del estudio consideró 629.550 habitantes. Se fijó un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, límites válidos para las ciencias sociales (Hernández et al., 2014). La muestra constituida fue de 385 personas.

Se implementó un muestreo no probabilístico con distribución proporcional por municipios, priorizando aquellos con mayor densidad poblacional dentro de la provincia (Palma Soriano, San Luis, Contramaestre, Mella, Santiago de Cuba). Los instrumentos se aplicaron en espacios de alta concurrencia de personas, tales como terminales de ómnibus y plazas centrales, con el objetivo de maximizar la diversidad de perfiles sociodemográficos. Esta estrategia limita la generalización estadística estricta de los resultados; no obstante, permite aproximar tendencias temáticas de la agenda pública, como han demostrado otros estudios en el país (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017). Los encuestadores fueron personas entrenadas para el levantamiento de los datos, con experiencia precedente en la recogida de la agenda pública en la provincia.

Técnicas de investigación

1. Análisis de contenido: se implementaron dos modelos. El primero se enfocó en la determinación de los temas de la agenda política, mientras que con el segundo se delimitaron las prácticas de la comunicación política en las cuentas de X. Dichos instrumentos fueron contruidos siguiendo estudios precedentes en el país y en el espectro internacional (Alonso y Fonseca, 2022; Ramos et al., 2022; Chavero, 2021; Montaña, 2024). Se validaron mediante una prueba piloto durante dos semanas previas al inicio de la investigación. La codificación fue realizada por la coautora de este artículo.

2. Encuesta: implementó la tradicional pregunta Gallup sobre el Problema Más Importante (PMI) para determinar la agenda pública de temas nacionales a partir de temas agregados por las personas, con la siguiente variación: *En su opinión, ¿cuáles han sido los temas más relevantes para el país durante los últimos seis meses?* Este tipo de encuesta ha sido implementada por estudios precedentes que confirman su

pertinencia en Cuba (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017; Castillo-Salina et al., 2023).

3. Coeficiente de correlación de rho Spearman: este estadístico, tradicionalmente utilizado por los estudios de contrastación de agendas desde la Agenda Setting (Rodríguez y McCombs, 2023), es una medida de “correlación para variables en un nivel de medición ordinal, de tal manera que las unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías)” (Hernández et al., 2014: 322). Los resultados varían entre -1 (correlación negativa perfecta) y 1 (correlación positiva perfecta), donde el cero indica ausencia de correlación y los resultados negativos (entre 0 y -1) revelan correlaciones inversas. Se asumió la escala de interpretación de Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina (2017), que considera correlaciones muy altas (≥ 0.800), altas (entre 0.600 y 0.799), moderadas (entre 0.400 y 0.599), bajas (entre 0.200 y 0.399), muy bajas (entre 0.1 y 0.199) y nulas (≤ 0).

Cuestiones éticas

La investigación se basó en la información pública de las cuentas de X, por lo que no se requirió aprobación para la realización del estudio. Las encuestas incluyeron una demanda de cooperación en la que se explicó el objetivo de investigación, que no se requerían datos de naturaleza privada, y que la participación tenía carácter estrictamente voluntario.

Análisis de los resultados

Prácticas de comunicación de los actores políticos cubanos en X

El análisis de contenido evidenció que la comunicación en X de los actores políticos estudiados se caracterizó por el uso del lenguaje formal en el 100% de los *tuits* analizados. Este tipo de lenguaje ha sido asociado a la proyección de legitimidad y autoridad (Rizakis, 2023). Esto último guarda relación con el hecho de que los recursos discursivos más frecuentes fueran el uso del plural (49% de los *tuits*) y la personificación (35% de los *tuits*); otros, como la metáfora (9% de los *tuits*) y la apelación a la autoridad (7% de los *tuits*) resultaron menos habituales. Ello tiene antecedente en la retórica de Fidel Castro, quien constantemente esgrimía la primera persona del plural y el llamado a la acción: una fórmula discursiva usada para sumar a las personas y fortalecer el principio colectivista de la Revolución, la cual se ha asentado culturalmente en el campo político cubano (Baden et al., 2023). Por otra parte,

se constató que las cuentas de los actores políticos no interactuaron a partir de *likes* o comentarios a las respuestas de otros usuarios en las publicaciones analizadas.

Como muestra la figura 1, generalmente las cuentas publican contenido propio. Solo en el caso de @BetsyDazVelzqu2 se apreció una tendencia a *retuitear* el contenido de otras cuentas (94% del total de publicaciones), generalmente asociadas a instituciones gubernamentales, a otras figuras políticas cubanas y a los medios oficiales del estado. El resto de las cuentas sigue una tendencia similar respecto al contenido que *retuitea*.

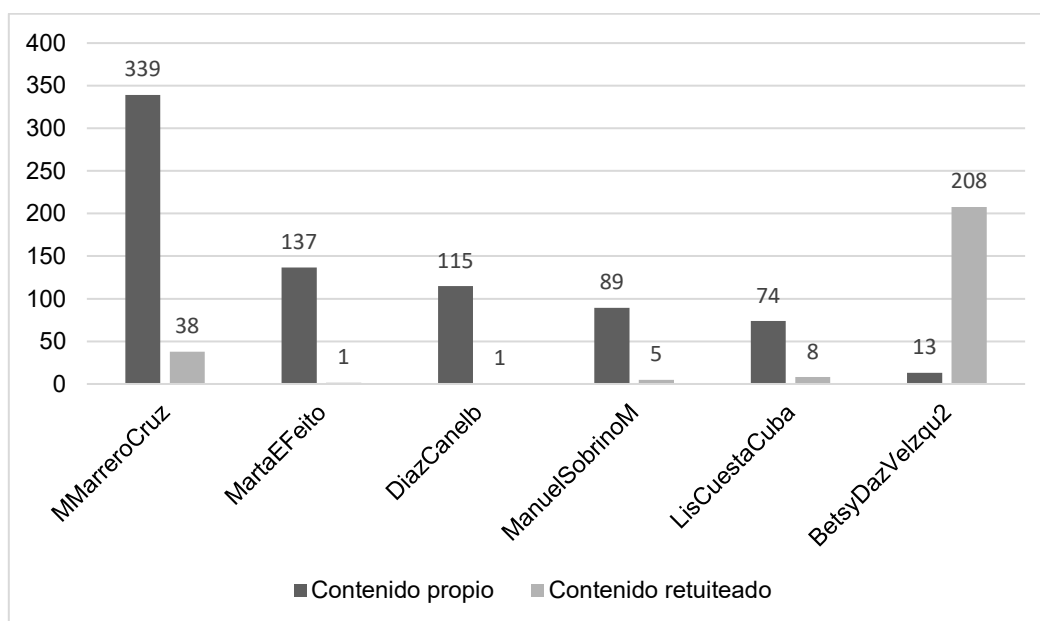


Figura 1. Contenido propio y *retuiteado*. (Fuente: elaboración propia, 2025).

La etiqueta que caracterizó el discurso durante el periodo de análisis fue #CubaViveyTrabaja (presente en el 71% de los *tuits*), seguida por #VamosConTodo (68% de los *tuits*) (Figura 2). Ambas se vincularon a otras como #CubaVive (61% de los *tuits*), #SomosCuba (53% de los *tuits*), y #FidelPorSiempre (28% de los *tuits*), *hashtags* que centraron la estrategia comunicacional seguida por las figuras políticas. El comportamiento de las etiquetas corrobora la existencia de una estrategia común en el campo sociopolítico cubano para el posicionamiento de contenido en la plataforma.

La etiqueta #TeMolestaMiAmor, empleada por Lis Cuesta, tuvo una actividad significativa en esa cuenta, y se enlazó a otras como #DeZurdaTeam, #VamosConTodo y #CubaVive, lo que indica el apoyo recibido por grupos de izquierda cubanos. Dicha etiqueta tuvo su origen en un *tuit* publicado el 10 de abril de 2022 y que fue ampliamente satirizado en los distintos social media, provocando que la cuenta de

Cuesta en X, que para ese entonces tenía poco más de 5 mil seguidores, triplicara ese número en solo tres días. En dicho trino se hacía referencia al mandatario cubano como “dictador de mi corazón”.



Figura 2. Etiquetas vinculadas a las cuentas analizadas. (Fuente: elaboración propia a partir de Talkwalker, 2025).

En general, el uso de las etiquetas estuvo caracterizado por:

1. Colocación en un mismo *tuit* de diversas etiquetas (82% del total de *tuits* analizados).
2. Utilización de etiquetas no relacionadas directamente al contenido del *tuit* (39% del total), aunque se observó variación de su escritura entre un *tuit* y otro.
3. Colocación de etiquetas excesivamente largas que solo se utilizaron una vez, lo que no permitió un seguimiento temático (38% del total). Por ejemplo:
#VamosAVerComoTocamos, *#ALaRevoluciónLaDefiendenLosRevolucionarios* y *#TodosLosDerechosParaTodasLasPersonas*.

De los recursos multimedia, las cuentas utilizaron con mayor frecuencia las imágenes y los enlaces; en menor medida se emplearon videos (Figura 3). Por su parte, @ManuelSobrinoM publicó imágenes de baja calidad o desenfocadas, mientras @LisCuestaCuba posteo imágenes variadas, que incluyeron comúnmente postales de felicitación y fotografías con personalidades.

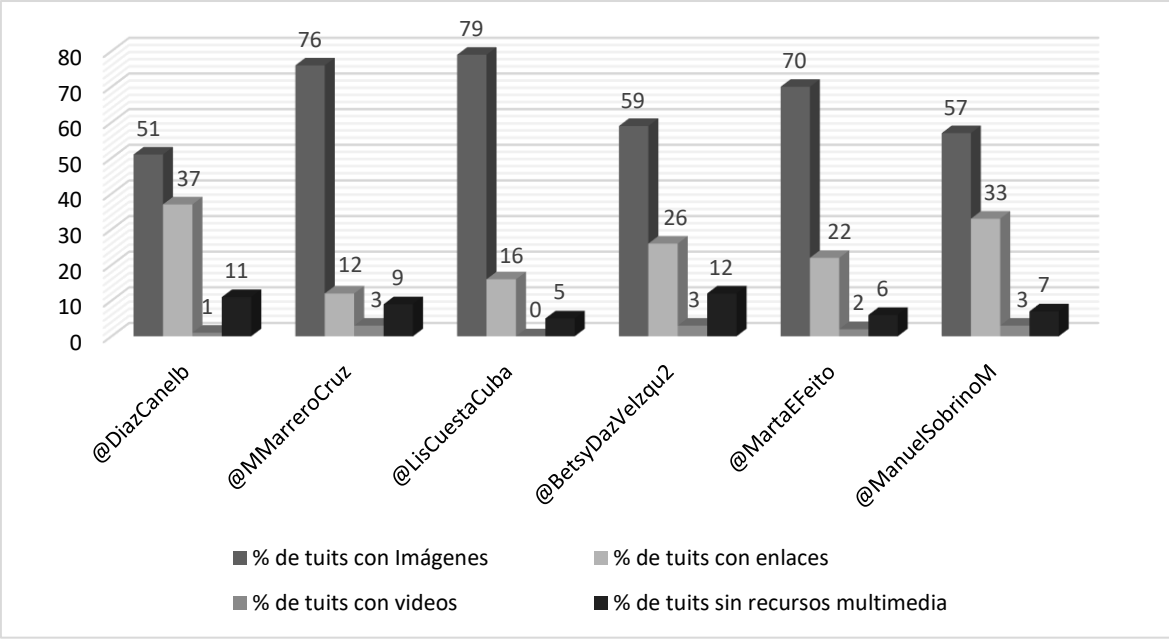


Figura 3. Uso de recursos multimedia por los políticos. (Fuente: elaboración propia, 2025).

La principal deficiencia del discurso fue el mal uso de los signos de puntuación (confróntese Tabla 2). De igual forma, se colocan siglas que no son ampliamente conocidas: OIT, SIGERH, CNA, VM.

Tabla 2. Errores en la redacción de los posts

	Siglas	Omisión de letras	Mayúsculas/minúsculas	Repetición de palabras o ideas	Gramática	Tildes	Signos de puntuación
@DiazCanelb	0	1	2	14	19	6	37
@MMarreroCruz	0	0	4	4	10	5	76
@LisCuestaCuba	1	0	2	1	5	2	36
@BetsyDazVelzqu2	8	15	4	0	7	5	37
@MartaEfeito	1	10	9	0	2	9	46
@ManuelSobrinom	0	1	1	1	6	2	22

Las deficiencias observadas denotan el descuido reiterado de las reglas formales de comunicación. La Figura 4 ilustra algunos de los *tuits* representativos de las cuentas analizadas.



Figura 4. *Tuits* representativos de las cuentas analizadas. (Fuente: elaboración propia, 2025).

Lo descrito confirma la Hipótesis 1 en su totalidad. Las prácticas de comunicación encontradas se corresponden con los hallazgos de otros estudios sobre prácticas comunicativas de actores políticos locales y funcionarios del sistema de comunicación estatal, tales como periodistas y comunicadores institucionales (Muñoz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017; Castillo-Salina et al., 2025). Ello indica que las figuras políticas estudiadas reproducen en sus cuentas de X una cultura de comunicación coherente con el modelo comunicacional vertical y propagandístico del país (Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025). No resulta casualidad entonces que las prácticas comunicativas que se han expuesto se enfoquen principalmente a la política exterior, posicionando como su corolario a la condena al embargo comercial y financiero de los Estados Unidos sobre Cuba (también conocido como bloqueo).

Composición de las agendas políticas de las cuentas analizadas y sus correlaciones

Como se observa en la Figura 5, existe una línea temática homogénea en las cuentas analizadas. Los temas con mayor incidencia fueron: actividades políticas (reuniones, recorridos, actos y celebraciones políticas); conmemoración de efemérides; política exterior; trabajo de las instituciones; y felicitaciones. Estos temas evidencian

una comunicación política orientada a fortalecer la imagen de la gestión institucional y del sistema político cubano, lo cual se corresponde con el carácter propagandístico de la comunicación pública cubana (Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025; Martínez-Acebal, 2025). Se evidenció la publicación exclusiva de enlaces y *hashtags* acompañados de fotografías, lo que dio a estas etiquetas y enlaces una función tematizadora.

Existe una tendencia a sobredimensionar las felicitaciones en algunas cuentas, como es el caso de @LisCuestaCuba. Establecer este tema como prioridad, unido a la excesiva divulgación de actividades gubernamentales, tales como recorridos o actos políticos, limita el debate público en torno a los asuntos que se relacionan con la actividad de los ministerios y la proyección de la vida política cubana.

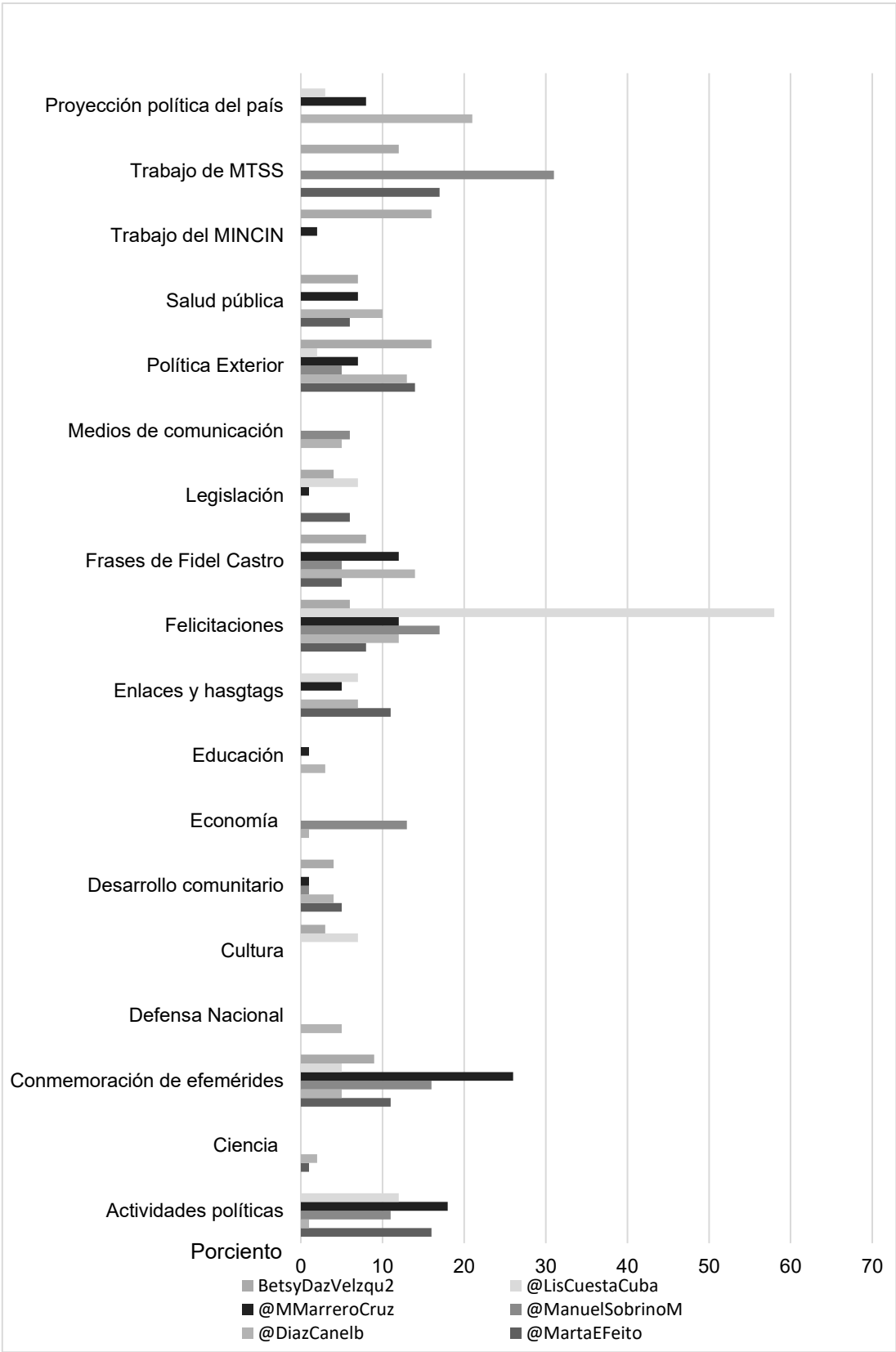


Figura 5. Comparación entre las agendas políticas analizadas. (Fuente: elaboración propia, 2025).

Tendencialmente, la correlación entre las distintas agendas políticas no es significativa, lo que contradice en parte la Hipótesis 2. Estos hallazgos evidencian que, aunque la composición temática de las agendas es similar, se sigue una estrategia heterogénea para la jerarquización de los asuntos. Al respecto, las correlaciones más significativas (0.71) se encontraron entre @MartaEFeito y @MMarreroCruz; y entre @MartaEFeito y @BetsyDazVelqu2 (0.60). Las cuentas de @MartaEFeito y @DiazCaneIB, por su parte, tuvieron una correlación moderada (0.54) (Tabla 3).

Tabla 3. Correlaciones entre las agendas políticas

Usuarios	@BetsyDaz Velqu2	@MartaEFeito	@ManuelSob rinoM	@DiazCane IB	@MMarre roCruz	@LisCue sta
@MartaEFeito	0.60 (alta) *	-	-	-	-	-
@ManuelSobrinom	-0.19 (nula) **	-0.45 (nula) **	-	-	-	-
@DiazCaneIB	0.15 (muy baja) **	0.54 (moderada) *	0.06 (muy baja) **	-	-	-
@MMarreroCruz	0.22 (baja) **	0.71 (alta) *	0.07 (muy baja) **	0.33 (baja) **	-	-
@LisCuestaCuba	-0.23 (nula) **	-0.27 (nula) **	0.20 (baja) **	-0.55 (nula) **	0.14 (muy baja) **	-

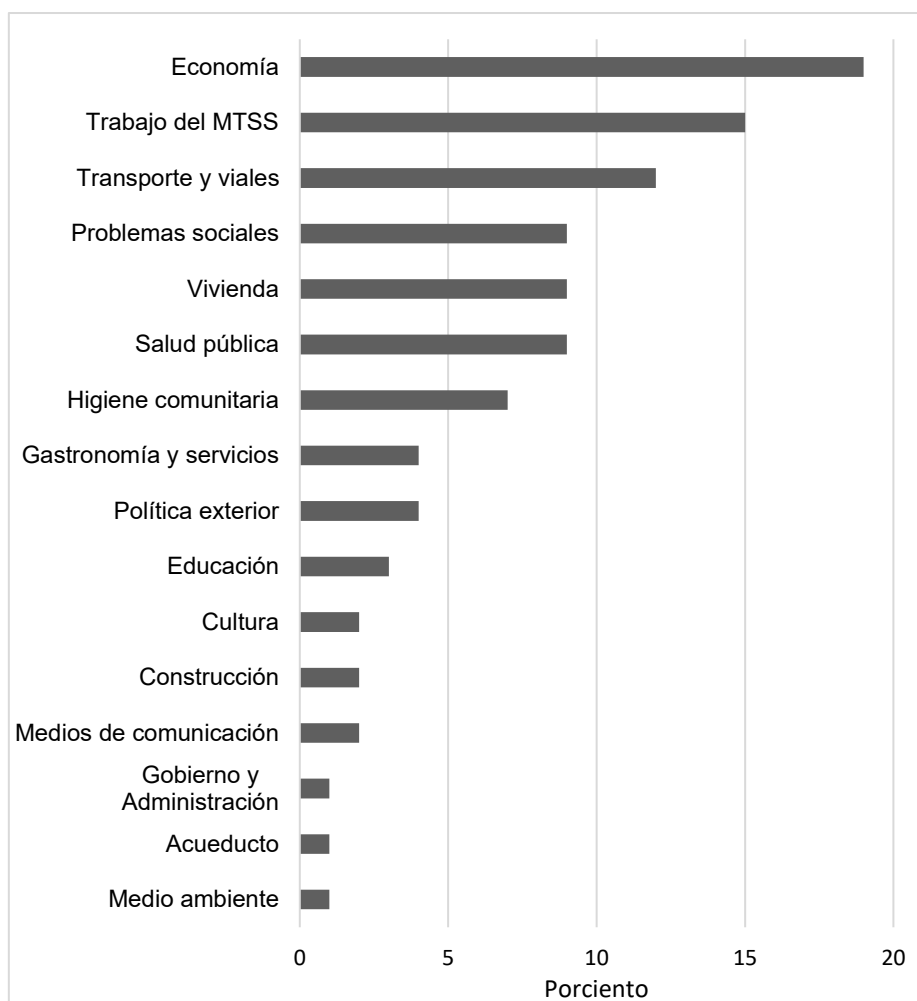
(**) Las correlaciones son significativas para un 0.05 bilateral.

(*) Las correlaciones son significativas para un 0.01 bilateral.

Los datos de la Tabla 3 muestran dos aspectos relevantes. En primer lugar, no existe una estrategia de contenidos consolidada para establecer una agenda política uniforme entre las cuentas analizadas. En segundo lugar, la línea temática seguida es conservadora, apegada a las prácticas del modelo nacional de comunicación y su carácter propagandístico (Muñoz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017), lo que guarda relación con lo descrito en otros regímenes autoritarios (Tran, 2023; Kermani, 2025).

Composición de la agenda pública de temas nacionales y su correlación con la agenda política

La agenda pública de temas nacionales estuvo compuesta por 16 objetos. Los tres más relevantes fueron la economía, el trabajo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, y transporte y viales. Una relevancia intermedia obtuvo salud pública, vivienda, problemas sociales, higiene comunitaria, política exterior y gastronomía y servicios (Figura 6).



Estudios precedentes sobre el tema (Castillo-Salina et al., 2023) han demostrado que estos asuntos no provienen mayoritariamente de la cobertura mediática, como propone la tesis clásica de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972; Rodríguez-Díaz y McCombs, 2023), sino de la experiencia cotidiana de los individuos; y que coinciden con las problemáticas a las que estos se enfrentan en un contexto de crisis económica y social. Ello explica la disociación encontrada al correlacionar la agenda pública de temas nacionales y la agenda política comunicada en las cuentas de X, ya que estas últimas se enfocan en brindar una imagen apologética de la realidad nacional (Tabla 4).

Tabla 4. Correlaciones entre las agendas políticas en X y la agenda pública de temas nacionales

	@BetsyDazVelqu2	@MartaEFeito	@ManuelSobri noM	@DiazCan elB	@MMarreroC ruz	@LisC uestaC uba
Agenda pública	-0.30 (nula) **	0.33 (baja)	0.50 (moderada) *	-0.20 (nula) **	0.01 (muy baja) **	No es posible

(**) Las correlaciones son significativas para un 0.05 bilateral.

(*) Las correlaciones son significativas para un 0.01 bilateral.

Como se aprecia, la mayoría de las correlaciones resultaron nulas, muy bajas o bajas, con coeficientes que oscilan entre -0.30 y 0.33. Solo la agenda de @ManuelSobrinoM presentó una correlación moderada (0.50) con la agenda pública de temas nacionales aunque, en este caso, solo tres objetos coincidieron en ambas agendas. En el caso de @LisCuestaCuba no fue posible calcular la correlación debido a la ausencia total de objetos coincidentes con la agenda pública de temas nacionales.

El patrón general descrito evidencia una marcada desvinculación entre las prioridades temáticas expresadas por la ciudadanía y aquellas comunicadas por las principales figuras políticas cubanas en X. Estos los resultados confirman la Hipótesis 3.

Conclusiones y discusión

El presente estudio analizó la comunicación en X de seis figuras políticas cubanas, explorando sus prácticas comunicativas en X, la composición de sus agendas políticas en la plataforma y su relación con la agenda pública de temas nacionales. En cuanto a las prácticas comunicativas, los hallazgos revelaron una comunicación en X caracterizada por la homogeneidad discursiva, a partir del uso del lenguaje formal, del plural como recurso retórico, la inexistencia de interacciones con los ciudadanos, el posicionamiento de *hashtags* comunes, el *retuiteo* de contenidos vinculados a cuentas del ámbito estatal y errores en la redacción de los *tuits*, lo que confirmó la Hipótesis 1. Respecto a las agendas políticas, si bien se constató similitud en su composición temática, las correlaciones entre ellas arrojaron valores tendenciales ubicados entre nulos y muy bajos. Este resultado evidencia diferencias significativas en la jerarquización temática, lo que niega en parte la Hipótesis 2. En relación con la agenda pública de temas nacionales, esta estuvo compuesta por temas crónicos y materialistas. Finalmente, su relación con las agendas de los políticos cubanos en X mostró una profunda desconexión correlativa, tal y como se estableció en la Hipótesis 3.

Los hallazgos coinciden en buena medida con lo encontrado en regímenes autoritarios. En estos contextos, los *social media* son utilizados principalmente para promover una imagen cohesionada del régimen, diferenciadora del modelo occidental (Litvinenko, 2023; Kermani, 2025). En el caso cubano, la comunicación de las figuras políticas en X se caracteriza por un lenguaje formal, el frecuente uso del plural y la personificación como recursos retóricos, lo que refleja una estrategia conservadora y

alineada con el modelo propagandístico de la comunicación estatal en el país (Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025). Esta homogeneidad discursiva contrasta con el uso de la personalización del discurso político como estrategia regular utilizada por políticos populistas de los países occidentales democráticos (Mitchelstein et al., 2020; Pérez-Curiel; 2020; Casero-Ripollés, 2021; Rizakis, 2023). La nula interacción con los ciudadanos y el uso limitado de recursos multimedia son consistentes también con los hallazgos en el mundo occidental democrático. Sin embargo, las dinámicas de *retuiteo* exclusivamente con otras cuentas del campo político cubano se corresponden con las prácticas de comunicación política en regímenes autoritarios (Guo et al., 2023; Kulichkina et al., 2025).

La desconexión significativa entre las agendas políticas y la agenda pública de temas nacionales en la plataforma es uno de los hallazgos más relevantes de esta investigación. La contrastación de los datos empíricos con la literatura consultada evidenció una relación entre el tipo de estrategia propagandística de los regímenes autoritarios y las prácticas de reproducción del sistema que propician la construcción de agendas políticas con cierto grado de homogenización en X (Repnikova, 2022; Otlán et al., 2023). A su vez, al estar enfocadas las agendas en la promoción de una imagen edulcorada del sistema social, la correlación con la agenda de los ciudadanos presenta una disonancia sustantiva, siendo este resultado un aporte clave para entender el fenómeno de agenda setting en los *social media* en este tipo de contextos.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos sugieren la necesidad de fomentar diálogo entre políticos y ciudadanos relativas a los asuntos de preocupación pública en Cuba, y promueven mayor transparencia de su gestión y rendición de cuentas. Esto, que implicaría la adopción de prácticas de comunicación más interactivas, sería consecuente con las actuales políticas cubanas, las cuales pretenden transformar el modelo verticalista de comunicación, aunque sin éxito notorio hasta el momento (Castillo-Salina et al., 2025; Olivera-Pérez y Marrero-Santana, 2025).

Entre las limitaciones de este estudio, los autores consideramos que a pesar de que la selección de Santiago de Cuba como caso representativo para determinar de la agenda pública de temas nacionales encuentra justificación en investigaciones previas (Muñiz-Zúñiga y Castillo-Salina, 2017; Castillo-Salina et al., 2023), dicha agenda pudiera presentar ciertas diferencias entre las diversas provincias. Aunque ello pudiera limitar en alguna medida la generalización de los hallazgos, los patrones temáticos

identificados en las respuestas ciudadanas coinciden con las prioridades de la agenda pública de temas nacionales descrita por estudios precedentes (Cogo y Santos, 2021). Ello indica una significativa consistencia de las conclusiones a las que se arribó. Asimismo, el estudio no profundizó en las prácticas de los distintos tipos de usuarios en las cuentas de los políticos, debido a limitaciones con los recursos técnicos para la extracción y procesamiento de los datos.

Futuras investigaciones pudieran ampliar la muestra utilizando muestreo sistemático o estratificado y extenderla a otras provincias. Es necesario analizar también el uso que las figuras políticas hacen de otras redes sociales, como Facebook o Instagram, a fin de obtener una visión más completa de la comunicación política digital cubana y de la relación entre las agendas políticas y públicas en las diversas plataformas. Por otro lado, podría profundizarse en las reacciones al contenido publicado por los actores políticos y desarrollarse estudios longitudinales que contrasten las variables estudiadas utilizando métodos de *big data* para recabar mayor volumen de información. Sería útil además realizar análisis comparativos con otros regímenes autoritarios y pertenecientes al modelo de “democracia occidental”, a fin de validar los patrones encontrados.

Por último, los investigadores instamos a que los futuros estudios consideren la adaptación de las metodologías utilizadas en el contexto internacional al caso cubano, ya que las condiciones de la presencia de los cubanos en los *social media* resulta singular. En este sentido, la existencia de una diáspora activa y crítica al gobierno cubano y las brechas tecnológicas y el clima de censura que enfrentan los ciudadanos residentes en el país, son condiciones que intervienen tanto en las prácticas de comunicación como en la composición de las agendas *online*.

Referencias

- Alonso, M. y Fonseca, R. (2022). Opiniones públicas en los discursos mediáticos tradicionales-oficiales en Twitter durante las consultas populares: Referendo Constitucional de Cuba en 2019. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 17(33), 104-119. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.33.80998>
- Alvarado-Vivas, S., López-López, J. y Pedro-Carañana, J. (2020). Los debates electorales en Twitter y su correspondencia con las preocupaciones ciudadanas en

- la contienda presidencial en Colombia 2018. *Signo y Pensamiento*, 39(77), 1-20.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39-76.detc>
- Arman, Z., & McClurg, S. (2024). Exploring the Relationship Between Televised Presidential Debate and Twitter: A Network Analysis of Intermedia Agenda Setting. *Communication Studies*, 75(6), 861–879.
<https://doi.org/10.1080/10510974.2024.2342062>
- Baden, D., Prakasam, N., & Wilkinson, S. (2023). Cuban exceptionalism and leader succession: the end of charismatic authority in Cuba. *International Journal of Cuban Studies*, 15(1), 71–88. <https://www.jstor.org/stable/48728271>
- Barrios-Rubio, A. (2024). El gobierno desde X: análisis del caso Gustavo Petro en Colombia. *index.comunicación*, 14(1), 255–279.
<https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Elgobi>
- Casas, A. (2024). The Geopolitics of Deplatforming: A Study of Suspensions of Politically-Interested Iranian Accounts on Twitter. *Political Communication*, 41(3), 413-434. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2306503>
- Casero-Ripollés, A. (2021). Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data. *Sustainability*, 13(5), 2851.
<https://doi.org/10.3390/su13052851>
- Castillo-Salina, Y., Muñiz-Zúñiga, V. y Legrá-Tisertt, D. (2023). Agenda Setting y etnometodología. Su complementación en un estudio de la agenda pública local. *index.comunicación*, 13(2), 173–199. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/02Agenda>
- Castillo-Salina, Y., Muñiz-Zúñiga, V. y Alfonso-Rodríguez, I. (2025). ¿Cómo informan los periodistas cubanos desde sus perfiles de Facebook? Formación de agendas y roles periodísticos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 179-193.
<https://doi.org/10.5209/emp.98701>
- Castromil, A., Rodríguez-Díaz, 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. *El Profesional de la Información*, 29(2), e290217.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.1>
- Chavero, P. (2021). Nuevos líderes, ¿nuevos discursos? Análisis en Twitter de la campaña electoral de Andrés Arauz en Ecuador (2021). *Culture, Language & Representation*, (26). <https://doi.org/10.6035/clr.2021.26.6>

- Cogo, D. y Santos, D. (2021). Diáspora cubana en Twitter. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 12(22), 123-157.
<https://uy.vlex.com/vid/diaspora-cubana-twitter-impactos-868388214>
- Feinberg, R. (2019). *Cuba's forgotten eastern provinces: Testing regime resiliency* (Governance Program). Brookings Institution.
<https://www.brookings.edu/articles/cubas-forgotten-eastern-provinces/>
- Fruhstorfer, A., Köker, P., & Kamenskikh, A. (2025). Presidential Activism on Social Media: Multidimensional Analysis and Empirical Examination of Presidential Twitter Use in Europe. *Political Studies Review*, 23(1), 33–49.
<https://doi.org/10.1177/14789299241285634>
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social Media and Political Agenda Setting. *Political Communication*, 39(1), 39-60.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Guo, J., Huang, X., & Fang, F. (2023). Authoritarian Environmentalism as Reflected in the Journalistic Sourcing of Climate Change Reporting in China. *Environmental Communication*, 17(5), 502-517. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2223774>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill.
- Iturregui-Mardaras, L., Cantalapiedra-González, M., Elorriaga-Illera, A. y Caneda-Portela, B. (2021). Comparativa de los temas tratados por los principales partidos políticos y sus candidatos en Twitter y sus programas electorales. Análisis de las elecciones generales de 2016 en España. *Palabra Clave*, 24(4), e2445.
<https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.4.5>
- Kaplún, G. y Martínez, M. (2024). Participación ciudadana y tecnologías digitales: entre las grietas del estado y la transformación de la política. *Estudos em Comunicação*, (38), 152-178. <https://doi.org/10.25768/1646-4974n38a09>
- Kermani, H. (2025). *Twitter activism in Iran: Social media and democracy in authoritarian regimes*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-81538-6>
- Kulichkina, A., Righetti, N., & Waldherr, A. (2025). Protest and repression on social media: Pro-Navalny and pro-government mobilization dynamics and coordination patterns on Russian Twitter. *New Media & Society*, 27(9), 5433-5454.
<https://doi.org/10.1177/14614448241254126>

- Lagares-Díez, N., López-López, P. y Mo-Groba, D. (2020). Nuevos espacios, viejas agendas: la construcción temática de los procesos electorales de Portugal y Brasil en Twitter. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 354–370. <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1909855>
- Lava-Santos, D., & Ibáñez-Cuquerella, M. (2024). 2022 Campaña andaluza de 2022 en Twitter e Instagram Discursos populistas, temáticos y de odio de los candidatos. *ICONO 14*, 22(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v22i1.2041>
- Litvinenko, A. (2023). Revolution vs reaction: the role of social media in authoritarian regimes. En Coleman, S. and Sorensen, L (Eds.), *Handbook of Digital Politics* (pp. 45-75. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377585.00012>
- Macagno, F. (2022). Argumentation profiles and the manipulation of common ground. The arguments of populist leaders on Twitter. *Journal of Pragmatics*, (191), 67-82. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.01.022>
- Mangerotti, P., Ribeiro, V., & González-Aldea, P. (2021). Populism, Twitter, and Political Communication: An analysis of Jair Bolsonaro's tweets during the 2018 election campaign. *Brazilian Journalism Research*, 17(3), 596–627. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n3.2021.1415>
- Martínez-Acebal, L. (2022). Medios sociales en Estados autoritarios: ¿nuevas direcciones en la investigación académica? *Revista de Comunicación Política*, (4), e210401. <https://doi.org/10.29105/rcp4-1>
- Martínez-Acebal, L. (2025). Redes sociales y comunicación de crisis en el autoritarismo cubano: un análisis de contenido a los tuits del presidente cubano. *Signo y Pensamiento*, 44. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp44.rscc>
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- Méndez, G., Alonso, M. y Fonseca, R. (2022). Construcción simbólica de opiniones públicas en Twitter sobre la cooperación de Cuba en contexto de crisis sanitaria por covid-19. *Palabra Clave*, 25(1), e25110. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.10>
- Mitchelstein, E., Mattasi, M., & Boczkowski, P. (2020). Minimal Effects, Maximum Panic: Social Media and Democracy in Latin America. *Social Media and Society*, 6(4), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305120984452>

- Montaño, E. (2024). ¿Democracia bajo acecho? La reelección en El Salvador y el discurso político de Nayib Bukele en Twitter. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (36), 109-135. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.36.86837>
- Muñiz-Zúñiga, V. y Castillo-Salina, Y. (2017). La brecha entre medios y públicos en Cuba. Pautas para un diálogo necesario desde la agenda setting. *Alcance*, 6(13), 89-113. <https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5606>
- Muñiz-Zúñiga, V., Lageyre-López, S. y Castillo-Salina, 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>
- Oficina Nacional de Estadística e Información. (2023). *Anuario estadístico de Cuba 2023*. ONEI. <https://www.onei.gob.cu/anuario-estadistico-de-cuba-2023>
- Olivera-Pérez, D. y Marrero-Santana, L. (2025). Predictores de la confianza en los medios nativos digitales: estudio del proyecto independiente cubano Periodismo de Barrio. *Revista de Comunicación*, 24(2). <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3765>
- Otlan, Y., Kuzmina, Y., Rumiantseva, A., & Tertytchnaya, K. (2023). Authoritarian media and foreign protests: evidence from a decade of Russian news. *Post-Soviet Affairs*, 39(6), 391–405. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2264079>
- Pérez-Curiel, C. (2020). Trend towards extreme right-wing populism on Twitter: An analysis of the influence on leaders, media and users. *Communication & Society*, 33(2), 175-192. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.175-192>
- Pérez-Curiel, C., Jiménez-Marín, G., & García-Medina, I. (2020). Influencia de agendas y estudio de framing en el marco electoral del Procés de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, (75), 27–51. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1415>
- Pérez-Fumero, E., Haber-Guerra, Y., Sánchez-Barriel, F. y Sosa-Pompa, A. (2015). Los cinco: ¿agentes, espías o héroes?: Hacia un análisis crítico del discurso de #5DaysForTheFive. *Palabra Clave*, 18(3), 859-888. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.10>
- Qiaoan, R., & Teets, J. (2020). Responsive Authoritarianism in China. A Review of Responsiveness in Xi and Hu Administrations. *Journal of Chinese Political Science*, (25), 139–153. <https://doi.org/10.1007/s11366-019-09640-z>

- Ramos, A., Acebal, L. y Galera, M. (2022). Twitter como herramienta para fomentar la participación ciudadana. El caso de los gobiernos de España y Cuba. *Correspondencias & Análisis*, (15), 9-31.
<https://doi.org/10.24265/cian.2022.n15.01>
- Ramos, R. (2022). Un estudio de análisis de contenido de los mil primeros tweets del Presidente de Cuba. *Alcance*, 10(26), 128-144.
<https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5212>
- Rasul, M., Halversen, A., & Smith, J. (2025). "When you're a star, they let you do it": Trump, Twitter, and moral disengagement. *Communication and the Public*.
<https://doi.org/10.1177/20570473251314521>
- Repnikova, M. (2022). *China-Russia Strategic Communications: Evolving Visions and Practices*. AidData. <https://www.aiddata.org/publications/china-russia-strategic-communications-evolving-visions-and-practices>
- Resourcera. (2026, 10 de febrero). X users statistics 2026: How many people use X (Twitter)? Recuperado el 21 de febrero de 2026, de
<https://resourcera.com/data/social/x-users/>
- Rivas-de-Roca, R., Domínguez-García, R., & Pérez-Curiel, C. (2025). Cross-Border Communication Strategies: An Approach to Spanish Euroregions on Twitter (X). *Journalism and Media*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010012>
- Rizakis, M. (2023). Battling to dominate the discursive terrain: how Marine Le Pen and Emmanuel Macron have framed terrorist incidents on Twitter. *French Politics*, (21), 47–80. <https://doi.org/10.1057/s41253-023-00205-4>
- Rodríguez-Díaz, R., & McCombs, M. (2023). Personal Agenda-Public Agenda Congruency: A Contingent Condition for Agenda-setting Effects. *Communication & Society*, 36(4), 191-212. <https://doi.org/10.15581/003.36.4.191-212>
- Rojas-Andrés, R., Álvarez-Peralta, M., & Diefenbacher, S. (2022). Meta-estudio acerca de las investigaciones sobre comunicación política en Twitter: tendencias metodológicas. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(18), 75-111. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.18.5>
- Ruiz-Alba, N., & Mancinas-Chávez, R. (2020). The communications strategy via Twitter of Nayib Bukele: the millennial president of El Salvador. *Communication & Society*, 33(2), 259-275. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.259-275>
- Statista. (2023). *Digital 2023: Cuba*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-cuba>

- Su, Y. (2023). Networked agenda flow between elite U.S. newspapers and Twitter: A case study of the 2020 Black Lives Matter movement. *Journalism*, 24(9), 2021-2041. <https://doi.org/10.1177/14648849221092521>
- Téramo, M. (2009). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1), 57-84.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1228>
- Theocharis, Y., Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2023). Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement. *West European Politics*, 46(4), 788-811.
<https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>
- Tran, E. (2023). Twitter, public diplomacy and social power in soft-balancing China–France relations. *Journal of Contemporary China*, 33(146), 267–294.
<https://doi.org/10.1080/10670564.2023.2193150>
- Vara-Horna, A., Asencios-Gonzalez, Z., López-Odar, D., Aguirre-Morales, M., & Cirilo-Acero, I. (2024). The Role of Subjective Well-Being in Cuban Civil Protest against the Government: A Moderated Mediation Model. *Social Sciences*, 13(1), 41. <https://doi.org/10.3390/socsci13010041>
- Xu, S., & Ding, Y. (2025). Mothers, social media and agenda-setting for high-stakes student assessment policy in Shenzhen, China. *Journal of Asian Public Policy*, 19(3), 952–967. <https://doi.org/10.1080/17516234.2025.2470498>
- Zhang, Y., Lukito, J., Suk, J., & McGrady, R. (2024). Trump, Twitter, and Truth Social: how Trump used both mainstream and alt-tech social media to drive news media attention. *Journal of Information Technology & Politics*, 22(2), 229–242.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2328156>
- Zhou, S., & Zheng, X. (2022). Agenda Dynamics on Social Media During COVID-19 Pandemic: Interactions Between Public, Media, and Government Agendas. *Communication Studies*, 73(3), 211–228.
<https://doi.org/10.1080/10510974.2022.2082504>

***Roles de autoría**

Todos los autores participaron por igual de la elaboración del trabajo, aprobaron la versión final para publicar y son capaces de responder respecto de todos los aspectos del manuscrito. Los autores manifiestan no tener conflicto de interés alguno. Se utilizó

ChatGPT (OpenAI) exclusivamente como herramienta de apoyo para la revisión de estilo y la corrección lingüística. Los autores revisaron y aprobaron todas las modificaciones y asumen íntegramente la autoría y responsabilidad por el contenido del manuscrito.

Obra bajo licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.