

Agenda-setting y percepciones sobre el VIH/Sida en poblaciones universitarias limeñas: la gran influencia de la información periodística.

Irene Cristobal Ponce

Teléfono : 5364129/ 991161710
E-mail : velvets22@hotmail.com

RESUMEN

Este estudio presenta en el marco de un escenario mediáticamente protagonizado y dentro de un enfoque preventivo, la influencia de los periódicos sobre la agenda y sobre las percepciones respecto al VIH/Sida de los estudiantes de una universidad estatal. En primer lugar, la influencia de los periódicos se estudiará en cuanto al establecimiento de agenda o agenda-setting, es decir a la transferencia de los componentes de la agenda de VIH/Sida de los periódicos a la agenda de los estudiantes. Esto para conocer cómo influye en los alumnos que los periódicos traten con mayor o menor frecuencia sobre asuntos relacionados con el VIH/Sida.

Sin embargo, la influencia de los medios no queda allí. Por ello, en segundo lugar, se estudiará la influencia de la información de los periódicos sobre las percepciones de gravedad y las percepciones del riesgo de contraer una infección por VIH/Sida.

Palabras Clave:

Agenda-setting, agenda, establecimiento de agenda, percepción de gravedad, percepción de susceptibilidad, tema, VIH/Sida.

EL PROBLEMA DEL VIH/SIDA Y LOS UNIVERSITARIOS

La alta incidencia de casos de VIH/Sida en la población, especialmente en la juventud peruana, repercute en todas las clases sociales y cruza todas las audiencias. Actualmente, aunque se han logrado progresos científicos sustantivos en la prolongación de la vida de las personas con VIH/Sida, se depende de acciones preventivas para disminuir o evitar la propagación de esta epidemia. Se sabe que la única forma de prevención es el cambio de comportamiento. Sin embargo, lo que se cree y percibe afecta la manera en que se actúa. En concordancia con estas consideraciones, las percepciones son elementos clave para la adopción de conductas preventivas. De todos los departamentos del Perú, Lima es el que tiene mayor índice de casos de VIH/Sida, (13 883 casos).¹ Se sabe además que la mayoría de las personas adquiere la infección entre los 16 y 24 años de edad y que el 70% de los casos corresponde a adultos jóvenes en su mayor etapa productiva.² Si bien las estadísticas indican que la mayoría de la población peruana tiene alguna información sobre esta infección, también indican que tiene una baja percepción de riesgo.

¹ Según las estadísticas en *Situación del VIH/Sida en el Perú*. Boletín Epidemiológico Mensual enero 2007 de la Dirección General de Epidemiología (DGE) del Ministerio de Salud (MINSA), los casos acumulados y notificados del 1983 al 2007 suman 47 410. El mismo boletín en enero del año 2008 señala que los casos de VIH y Sida suman 51 529; es decir, que en el último año el número de personas que padecen este mal se ha incrementado en 4 119. Vale resaltar que únicamente se trata de casos notificados, por lo que se cree que esta cifra es mucho menor que la real.

La cifra de casos en Lima corresponde a las estadísticas de la DGE para enero del año 2008.

² Según el informe de la Asociación Vía Libre, *Situación del VIH/SIDA en el Perú al año 2005*, a la fecha, el 70% de los afectados tiene entre 20 y 39 años de edad.

Es en este contexto de avances y carencias en el que la cobertura periodística de los medios de comunicación como dadora de conocimientos y condicionadora de percepciones juega un papel vital ya que satisface el derecho a la información de cada vez más personas que se ven involucradas en el problema. Pero, ¿hasta qué punto se puede hablar de un aporte informativo-preventivo de los medios de comunicación? El estudio del papel preventivo de los medios nos lleva al estudio de su influencia sobre las audiencias, lo cual es una tarea ardua, ya que son ciertamente habituales las alusiones a la influencia mediática, no obstante, estas alusiones son con frecuencia abstractas, indefinidas y no detalladas.

Por otro lado, es insoslayable que el tema del VIH/Sida ha sido y sigue siendo muy estudiado en poblaciones adolescentes como también en grupos tradicionalmente denominados 'de riesgo' (los cuales son trabajadoras(es) sexuales y farmacodependientes) más no en poblaciones universitarias. Sin embargo, es precisamente en la etapa universitaria donde la población etariamente más representativa a nivel nacional, con más acceso a la cultura e información establece la mayoría de sus relaciones sociales, afectivas y académicas. Estas últimas consideraciones, enmarcadas en la complejidad que implica la influencia de los medios de comunicación, nos llevan a una pregunta general que es la motivación de este estudio: ¿Cómo influye la información periodística acerca del VIH/Sida de los periódicos sobre los estudiantes universitarios? Debido a su gran representatividad en Lima y en el Perú, este estudio se desarrolló en el ámbito de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y el universo se delimitó a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas (FLCH) y a la Facultad de Ciencias Matemáticas (FCM). Ambas facultades fueron elegidas tanto por sus orientaciones académicas distintas como por su volumen poblacional, lo que permite establecer contrastes y enriquecer las conclusiones.

Para sumar lo anterior, esta investigación³ se concentró en el estudio de la influencia de la información periodística acerca del VIH/Sida sobre los lectores universitarios de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas y de la Facultad de Ciencias Matemáticas de la UNMSM en dos aspectos: en primer lugar sobre su agenda, considerando a esta como el conjunto de los asuntos y preocupaciones más importantes sobre VIH/Sida, y en segundo lugar sobre sus percepciones. La influencia de los periódicos se estudia en cuanto al establecimiento de agenda o efecto de *agenda-setting*; es decir, en cuanto a la transferencia de los componentes de la agenda de VIH/Sida de los periódicos a la agenda de los estudiantes. Esto se realiza para conocer cómo influye en los alumnos que los periódicos traten con mayor o menor frecuencia sobre el tema del VIH/Sida y sobre los asuntos relacionados con él. Sin embargo, la influencia de los medios no queda allí. Por ello, subsecuentemente esta investigación estudia la influencia de la información de los periódicos sobre las percepciones de susceptibilidad y las percepciones de gravedad de contraer una infección por VIH/Sida, las cuales son vitales para movilizar un cambio de comportamiento. Finalmente, se estudia la vinculación del establecimiento de agenda con estas percepciones de la población universitaria.

Esta investigación se enmarca en el área de la Comunicación en Salud y muestra los resultados de la aplicación por primera vez en el Perú de los conceptos, metodologías y

³ Este documento presenta los principales aspectos de la investigación de tesis para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social sustentada por la autora el 2008.

supuestos de la Teoría del Establecimiento de Agenda o *Agenda-Setting*. Esta teoría, ampliamente aplicada en diversos países, es una de las más sólidas y consistentes en el campo de efectos de los medios de comunicación sobre las audiencias. Así también se aplican los conceptos del Modelo de Creencias en Salud (MCS). Este último modelo considera las percepciones como base para el cambio de comportamiento, única forma de prevenir el VIH/Sida. A través de este análisis se pudo obtener nuevas luces acerca del papel de los medios en la prevención que permitan acciones futuras encaminadas a una respuesta más efectiva ante esta epidemia.

ÁMBITOS TEÓRICOS, METODOLOGÍA Y RECOLECCIÓN DE DATOS

La Teoría de la Agenda-Setting

Se recurre a la Teoría de la *Agenda-Setting* —expresión anglosajona inicialmente acuñada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972—⁴ porque permite explicar la relación causa-efecto entre la cobertura de noticias sobre VIH/Sida de la prensa limeña y las prioridades temáticas de los estudiantes investigados; así como los alcances preventivos que pueda tener esta relación de causalidad. Esta es una teoría sobre la influencia de los medios de comunicación y supone la transferencia de los temas más relevantes de los medios de comunicación hacia las principales preocupaciones de la audiencia. Maxwell McCombs señala pertinente que “la presunción o hipótesis central es que los temas enfatizados por los medios de comunicación, posteriormente llegan a ser considerados por el público como importantes. En otras palabras, la agenda de los medios establece la agenda del público. Se trata entonces de una teoría acerca de la transmisión de las representaciones e imágenes que los medios hacen del mundo a las representaciones mentales que se forma la audiencia. De acuerdo a esta teoría, la metodología comprende dos niveles de análisis según una óptica cuantitativa, en primer lugar del medio y en segundo lugar de la audiencia o público.

El Modelo de Creencias en Salud (MCS)

El Modelo de Creencias en Salud propone que las acciones de un individuo están basadas en sus percepciones. El MCS señala asimismo que el componente comunicacional e informativo es necesario para estimular en las personas la adopción de comportamientos preventivos (Ituarte *et al.*, 1993, p. 565). Concordando con esta afirmación, la información periodística proporciona tópicos de relevancia y conocimientos sobre VIH/Sida a los lectores. En consecuencia, lo que las personas saben y perciben afecta la manera en que actúan. Es preciso acotar que de los elementos básicos que conforman el MCS se han tomado dos: la percepción de gravedad y la percepción de riesgo o susceptibilidad. Ello se debe a que según este modelo, el cambio de comportamiento o acción preventiva se desencadena por estas dos percepciones. Cabrera. Et Al. señala que “Primero uno tiene que creer que la enfermedad es grave; segundo, que uno es capaz de sufrirla...”

Por este motivo, esta investigación integró a la Teoría de la *Agenda-Setting* estas percepciones del MCS (que son en realidad componentes básicos para activar un cambio de

⁴ Esta expresión apareció por primera vez debido al estudio original de Chapel Hill, efectuado por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1968 en Estados Unidos y publicado en 1972 en el influyente artículo *The agenda-setting function of mass media*. Para mayor información véase McCombs y Shaw (1972), McCombs (2004, pp. 4-8) y Dearing y Rogers (1996, pp. 6-7). La expresión “agenda-setting” será traducida al castellano como “establecimiento de la agenda”. Cualquiera de estas expresiones podrá ser utilizada según convenga en el desarrollo de este documento.

comportamiento), en la perspectiva de que podrían ser influenciadas por la información periodística y así promover en las personas la adopción de prácticas que las prevengan de contraer una infección por VIH.

Diseño metodológico

Metodológicamente Dearing y Rogers indican que:

La agenda del medio se mide a través del análisis del contenido de los mensajes de los medios de comunicación para determinar el número de ítems acerca de un tema o temas de estudio (por ejemplo, la guerra contra las drogas). El número de ítems mide la importancia relativa de un tema en la agenda de los medios. Se presume que los individuos de la audiencia juzgan la importancia de un tema basándose en el número de mensajes de los medios de comunicación sobre ese tema a los cuales ellos son expuestos. (1996, p. 18)

Siguiendo los conceptos descritos, se presenta sumariamente el diseño metodológico empleado.

Diseño metodológico

Análisis del medio (análisis de contenido)	5 periódicos más leídos (<i>El Comercio, La República, Perú 21, Correo y Trome</i>)
Se contabilizaron 193 artículos periodísticos sobre el tema VIH/Sida que aparecieron durante dos meses en los periódicos más leídos por los estudiantes. Estos textos se clasificaron en sub temas, para formar la agenda de VIH/Sida de los periódicos.	
Resultado: Agenda de VIH/Sida de los periódicos	
Análisis del público (encuesta)	estudiantes de 1er y 5to de dos facultades
Encuesta a una muestra proporcional de 137 alumnos de las Facultades de Letras y de Ciencias Matemáticas. La agenda del público se construyó agregando las respuestas a la pregunta MIP. ⁵	
Resultado: Agenda del público sobre VIH/Sida e información sobre conocimientos, necesidades informativas e influencia de los periódicos sobre las percepciones acerca del VIH/Sida	
Correlación estadística de agendas	SPSS y Rho de Sperman
Cruce de datos encuestales y análisis de la información	

Elaboración: Propia

CONCLUSIONES FINALES

Producto de la comprobación de hipótesis se llegaron a las siguientes conclusiones:

- 1) Hay un amplio consumo de periódicos (92,7%), así como una alta lectoría del tema VIH/Sida entre los estudiantes de la muestra (80.3%). Por lo tanto, los periódicos revelan ser un medio eficaz para difundir y promover mensajes preventivos en la población

⁵ McCombs (2004, p. 19) así como Dearing y Rogers (1996, p. 45) concuerdan en que la *MIP (Most Important Problem) question* o pregunta MIP, permite medir los efectos de los medios en la conformación de la agenda del público. La *MIP question* toma la forma de: “*what do you think is the most important problem facing this country today?*” (en español: ¿Cuál crees que es el problema más importante para el país actualmente?). La pregunta MIP es actualmente aplicada, emulada, variada y complementada por investigadores de *agenda-setting* en el mundo.

universitaria analizada.

- 2) El VIH/Sida como tema es muy importante en la búsqueda de información de los alumnos y alumnas de la muestra. Su relevancia no está vinculada al género, ni al año de estudios de los alumnos ni a la orientación académica por las ciencias liberales o las ciencias exactas.
- 3) La influencia de los periódicos en el marco temporal analizado ha sido muy fuerte a nivel de establecimiento de la agenda de VIH/Sida o efecto de *agenda-setting*, priorizando las preocupaciones de los estudiantes de la muestra sobre este mal, señalándoles eficazmente lo que es más importante y lo que es menos. Cuanto los periódicos más traten de un asunto sobre VIH/Sida, más importante será para los alumnos.
- 4) La cobertura sobre VIH/Sida de los 5 periódicos limeños más leídos tuvo una influencia considerable tanto sobre las percepciones de gravedad como de susceptibilidad de los estudiantes. Sin embargo, esta influencia fue mayor sobre las percepciones de gravedad del VIH/Sida que sobre las percepciones de susceptibilidad o riesgo de contagio de los estudiantes investigados. De este modo, *El Comercio*, *la República*, *Perú 21*, *Correo* y *Trome*, presentan a los estudiantes una lista de preocupaciones y asuntos importantes respecto al VIH/Sida. Estas preocupaciones influyen notablemente sobre su percepción de que esta infección es grave y de lo penoso de sus consecuencias, pero tienen menores efectos en cuanto a lograr que los estudiantes se autoperciban con posibilidades de contagio, con lo cual se limitan sus posibilidades de asumir conductas preventivas.
- 5) La influencia de la cobertura periodística sobre VIH/Sida de los periódicos limeños fue menor sobre las percepciones de susceptibilidad y gravedad de las alumnas que sobre las percepciones de los alumnos de la muestra. Asimismo, la valoración de dicha información fue menor en las alumnas que en los alumnos. Subsiguientemente, la influencia de la prensa sobre la adopción de conductas preventivas también ha sido menor sobre la población femenina que sobre la población masculina. En consecuencia, las estudiantes sanmarquinas de las facultades estudiadas conforman el grupo de la muestra que ha experimentado menor influencia de la cobertura noticiosa sobre VIH/Sida. Este hecho podría encubrir una menor percepción de riesgo de contagio, así como también podría deberse a expectativas informativas más altas.
- 6) Se establece en los estudiantes una lógica de preocupación y temor que se manifiesta en un efecto fuerte de *agenda-setting*. Pero de allí no se pasa con la misma intensidad al siguiente nivel, que es la adopción de *conductas preventivas*. Esto se articula en los estudiantes con una menor percepción de susceptibilidad y una débil consolidación de las conductas preventivas que los estudiantes dicen tener.
- 7) La información sobre VIH/Sida que tienen los estudiantes analizados se rige mayormente por parámetros de cantidad más que de calidad. Son los mismos estudiantes quienes piden profundizar el tratamiento periodístico sobre la prevención del VIH/Sida, que les parece insuficiente.
- 8) Aunque no es la única ni la principal, hay una innegable gran influencia de los periódicos sobre el tema VIH/Sida en la muestra analizada. Esta investigación estudia el significativo

efecto de la cobertura periodística en los estudiantes de las facultades analizadas y confirma la tendencia global de una mayor influencia sobre la percepción de gravedad que sobre la de susceptibilidad. Sin embargo, no se puede desconocer que hay una serie de experiencias personales, así como otros medios y fuentes de información que median la influencia de los periódicos en la audiencia investigada. El VIH/Sida es un asunto complejo que tiene diversas aristas y entradas de investigación. Esta investigación presenta una de ellas.

- 9) En esta perspectiva, como un derrotero a seguir en cuanto a investigaciones para promover la calidad de vida de las personas, dada la especificidad de cada grupo humano se cita también el texto de William Smith sobre el cambio de comportamiento para prevenir el VIH/Sida:

No solamente varía la importancia de los factores para cada audiencia, sino que también varían los factores para cada comportamiento. (...) Es preciso realizar investigaciones en cada caso para ayudar a los planificadores de programas a determinar los factores que funcionan como determinantes en cada situación. (1993, p. 5)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

CABRERA A., Gustavo; Jorge TASCÓN G. y Diego LUCUMÍ C. (2001). "Creencias en salud: historia, constructos y aportes del modelo", en *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, Vol. 19, Nº 1, enero- junio, Universidad del Valle, Cali, Colombia. Revisado el 16 de octubre del 2007, 11: 30 h, disponible en <<http://guajiros.udea.edu.co/rlsp/revista%204.1.doc>>

CABELLO, Robinson (2005). *Informe situación y respuesta al VIH/Sida en el Perú al año 2005*. Asociación Vía Libre. Revisado el 20 de noviembre del 2006, 10:30 h, disponible en <www.vialibre.org.pe>

DEARING, James W. y Rogers EVERETT M. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. CA. Sage, Thousand Oaks.

DIRECCIÓN GENERAL DE EPIDEMIOLOGÍA (DGE), MINISTERIO DE SALUD (2008). *Situación del VIH/Sida en el Perú*. Lima, Boletín Epidemiológico Mensual, enero. Revisado el 31 de enero del 2008, 10:00 h, disponible en <http://www.oge.sld.pe/vigilancia/vih/Boletin_2008/enero.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE INFORMÁTICA (2007). *Encuesta Nacional Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2004-2006*. Lima.

ITUARTE, Philip; Kim WITTE; Margaret SCHNEIDER y Daniel STOKOLS (1993). "Testing the Health Belief Model", en *Communication Research* vol. 20, Nº 4, August 1993, pp. 564-586, USA, Sage Publication.

McCOMBS, Maxwell y Donald SHAW (1972). "The agenda-setting function of mass media", en, *Public Opinion Quarterly*, Nº 36, pp. 176-187.

McCOMBS, Maxwell (2004). *Setting The Agenda: The Mass Media And Public Opinion*. England, Polity Press. Cambridge.

ROGERS, Everett; James DEARING y Soonbum CHANG (1991). "AIDS in the 1980s. The agenda setting process for a public issue", en *Journalism Monographs*, Nº 126, abril 1991.

SMITH, William y Susan E. MIDDLESTADT (1993). *El marco para el cambio de comportamiento aplicado*. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID) Proyecto AIDS COM