

COMUNICACIÓN COLECTIVA

Y SALUD EN MADRID

1. INTRODUCCIÓN

La teoría del establecimiento de la agenda permite sostener, al menos tentativamente, que investigando qué asuntos preocupan más a los políticos, cómo desempeñan su trabajo los periodistas y cuál es el contenido de las noticias que publican, y estudiando la agenda de los principales temas que preocupan al público debería encontrarse una “lógica” que hiciera coincidir los temas sustanciales de las respectivas agendas. Se establecería una especie de “continuo” en las cuestiones que más interesan a cada uno de los agentes. Esa “lógica” queda sustentada en la “transferencia de relevancia”, idea clave del modelo de fijación de agendas (McCombs, 2006).

La investigación empírica que aquí se propone se circunscribe a los temas relacionados con la salud, lo que ya de antemano la sitúa en una línea secundaria dentro de la investigación de la agenda *setting*, dado que la mayoría de los trabajos que sigue esta tradición científica abordan aspectos electorales y/o político-partiditas. El marco geográfico de referencia será Madrid.

Se ha diseñado un método basado en el principio de la “triangulación”, que asume el uso de varias técnicas para el estudio de un mismo objeto. Así, se ha trabajado con herramientas cuantitativas como la encuesta y cualitativas como los grupos de discusión. Para el análisis de los contenidos de los diarios se ha tomado como guía la experiencia de 10 años de recogida, codificación y estudio de las noticias de salud que lleva a cabo el Informe Quiral, informe anual sobre noticias biomédicas que elaboran conjuntamente la Fundación Vila Casas y la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

Todas las mediciones que aparecen en la investigación se han llevado a cabo durante los primeros meses de 2007. El análisis de contenido de los periódicos se ha realizado en febrero y marzo. En abril se reunió a los 4 grupos de discusión y, justo después, y matizando el cuestionario según los resultados de los *focus groups*, se hizo el trabajo de campo de la encuesta telefónica.

2. INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVOS

Esta investigación pretende, como primer objetivo, estudiar cuantitativamente la cobertura informativa de los temas de salud relacionados con Madrid, tanto en la prensa de pago como en la gratuita en los meses de febrero y marzo de 2007. Los 8 diarios seleccionados fueron *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* (estos 4 primeros de pago) y *20 Minutos*, *Metro*, *Qué* y *ADN* (gratuitos).

De manera análoga se analizarán las opiniones de los responsables de la cobertura de los acontecimientos de salud de los diarios analizados. A la luz de la teoría del *gatekeeping*, incorporada al modelo extendido de fijación de la agenda temática, los aspectos que sean reseñables para estos profesionales consultados tienen una consecuencia práctica a la hora de seleccionar y editar las noticias que se publican en los diarios para los que trabajan (Mc Quail y Windahl, 1997).

El interés por conocer las opiniones de los lectores de la prensa analizada es otro de los objetivos de esta investigación. Interesa tanto la opinión pública cuantitativa medida en forma de encuesta como los discursos de fondo que subyacen a estos datos, que se han recogido mediante el método cualitativo de los grupos de discusión. A pesar de que la agenda *setting* obligaría solamente a reseñar lo cuantitativo, el estudio de los discursos abre horizontes que las cifras mostrencas dejan ocultos.

Finalmente, el objetivo último de este emprendimiento es comprobar o refutar que, según afirma la teoría de la agenda *setting*, se va transfiriendo la relevancia de los asuntos de salud entre las agendas de los políticos, de los medios y la llamada “agenda pública” o agenda de la audiencia.

2.2 PROBLEMAS CIENTÍFICOS

Asumiendo que los problemas científicos tienen que ser mensurables, de posible solución y deben remitir a los objetivos y estar planteados en forma de pregunta, a continuación se referirán los cinco interrogantes a los que esta investigación está obligada a responder:

1. ¿Qué temas de salud dominaron en febrero y marzo de 2007 en los 8 periódicos seleccionados para su estudio?
2. ¿Qué aspectos de la realidad sanitaria madrileña son más relevantes para los periodistas que se encargan de la cobertura de las noticias de salud?
3. ¿Cuáles son los *issues* de salud más importantes para la población madrileña?
¿Qué discursos subyacen detrás de las respuestas a la pregunta anterior?
4. ¿Se identifican o no los temas de salud que los políticos y periodistas consideran más relevantes, con los que más publican los diarios y con los que la gente asume como principales?

2.3 HIPÓTESIS

Dado que los tres primeros problemas científicos planteados son descriptivos, la hipótesis que cabe hacer se refiere a la cuarta pregunta de investigación. Centrando la cuestión en la cuestión principal del trabajo, asumiendo los presupuestos de la originaria teoría de la agenda *setting* (McCombs y Shaw, 1972), y salvo errores metodológicos,

omisiones, sesgos y/o limitaciones que tuviera el diseño de este estudio, se presenta la siguiente hipótesis:

H1: Se producirá la transferencia de relevancia entre la agenda mediática y la agenda pública; lo que en términos operativos significa que los asuntos relevantes de salud hallados en el análisis de los contenidos de los diarios serán los mismos que los explicitados por los madrileños en la encuesta telefónica.

Si los planteamientos de la teoría de la agenda *setting* extendida (McCombs, 2006) son correctos, los temas coincidentes entre la agenda mediática y la pública también tendrían que estar presentes en las entrevistas realizadas a los periodistas.

3. METODOLOGÍA

El principio de la triangulación sienta sus bases en la fortaleza multiplicada del análisis cuando se utilizan para él diversos métodos de investigación para estudiar un mismo objeto, fenómeno o proceso. Los datos obtenidos con cada una de las herramientas se unen en el momento de la interpretación de los resultados, nunca en el momento de aplicar las diversas metodologías. Así, la triangulación se convierte en una estrategia a la hora de diseñar una investigación; una estrategia que tiene su máxima aplicación cuando ya se tiene el puzzle de resultados sobre la mesa del investigador.

En este estudio se han empleado métodos cuantitativos y cualitativos. Cuantitativos en el análisis de contenidos de los diarios y en la encuesta telefónica y cualitativos en las entrevistas a periodistas y en los grupos de discusión realizados a diferentes grupos de población residente en Madrid.

3.1 ANÁLISIS DE CONTENIDOS

Ya se ha indicado que se realiza basándose en la metodología del Informe Quiral. Los diarios que se han seleccionado para analizar sus noticias de salud referidas a Madrid se han escogido porque son los de más difusión, tanto en la modalidad de

periódicos de pago generalistas como en la de gratuitos generalistas. En la selección también se pensó en dividir entre gratuitos y de pago por el enorme auge que han tenido en Madrid los primeros, y con el aliciente científico de que quizá pudieran darse diferencias significativas en la cobertura de las noticias de salud entre unos y otros.

En definitiva, los diarios seleccionados fueron *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* (estos 4 primeros de pago) y *20 Minutos*, *Metro*, *Qué* y *ADN* (gratuitos). Las unidades de estudio de estos diarios que se han recogido para el análisis, aunque hasta el momento les hayamos llamado genéricamente noticias, pertenecen tanto al género informativo, como interpretativo. A diferencia del Informe Quiral, no se ha atendido al género de opinión, ni a las viñetas de humor ni a los suplementos. Igualmente, a efectos de esta investigación, la única variable relevante de las 15 que establece la metodología Quiral es el tópico o tema en el que se clasifica cada unidad de análisis. A ella nos ceñiremos.

3.2 ENCUESTAS TELEFÓNICAS (C.A.T.I.)

El cuestionario fue contestado telefónicamente por una muestra de 400 sujetos representativos de Madrid, con cuyas respuestas se pudo obtener un error máximo de $\pm 4,9$ para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigmas) y una distribución poblacional máxima de $p=q=50$. Con el objetivo de conseguir una muestra acorde a los planteamientos del estudio se establecieron varios filtros. El más importante fue que todos los encuestados tenían que seguir la actualidad a través de los medios de comunicación y, en concreto, de la prensa diaria. El trabajo de campo se realizó en la segunda quincena de abril de 2007, por lo que metodológicamente se cumple el requisito de la teoría del establecimiento de la agenda, según el cual la agenda mediática es la causa y la agenda pública la consecuencia del fenómeno estudiado.

3.3 GRUPOS DE DISCUSIÓN

Este método cualitativo fue utilizado, dentro de la estrategia de la triangulación, con el fin de conocer el discurso social que emerge de entre la población madrileña en

torno al campo de la comunicación y la salud. Los cuatro *focus groups* realizados a tal efecto en unas instalaciones que permitían a los observadores ver el transcurso de las sesiones mediante cámaras de televisión en circuito cerrado y también a través de un espejo oscuro, fueron grabados y las copias están a disposición de la comunidad académica.

Para la obtención de los grupos se decidió que, en cada uno de ellos, las muestras fueran sujetos de clase media, mitad hombres y mitad mujeres, todos residentes en Madrid y el 50% lectores habituales de prensa de pago y el otro 50%, de prensa gratuita. La segmentación de los grupos se diseñó en función de las diferencias que se pudieran observar en los discursos de los nacidos en España según la edad de los sujetos, y además se quiso enriquecer el estudio desde una perspectiva étnico-cultural con la posibilidad de comparar los resultados con un grupo integrado exclusivamente por inmigrantes latinos. Finalmente se estimó que cada grupo debía tener entre 7 y 10 participantes. La segmentación resultante provocó el encuentro de cuatro grupos con las siguientes características:

Jóvenes españoles de 22 a 30 años.

Adultos españoles de 40 a 55 años.

Jubilados españoles de 58 a 68 años.

Inmigrantes latinos de 30 a 45 años.

3.4 ENTREVISTAS

Para las entrevistas a los periodistas se preparó un cuestionario que fue enviados a los sujetos por correo electrónico en el mes de abril y cuyas respuestas fueron llegando a lo largo de abril y mayo.

La muestra escogida fue la de los responsables de Salud o Sociedad de cada uno de los ocho diarios seleccionados para el análisis de contenidos. No se obtuvo respuesta de los tres periodistas que representaban a *ABC*, *Qué* y *20 Minutos*. De tal forma que queda claramente sesgada la agregación de datos en el caso de los gratuitos y los resultados globales del conjunto de periódicos habrá que tomarlos como provisionales.

4. RESULTADOS

4.1 AGENDA MEDIÁTICA Y GATEKEEPING

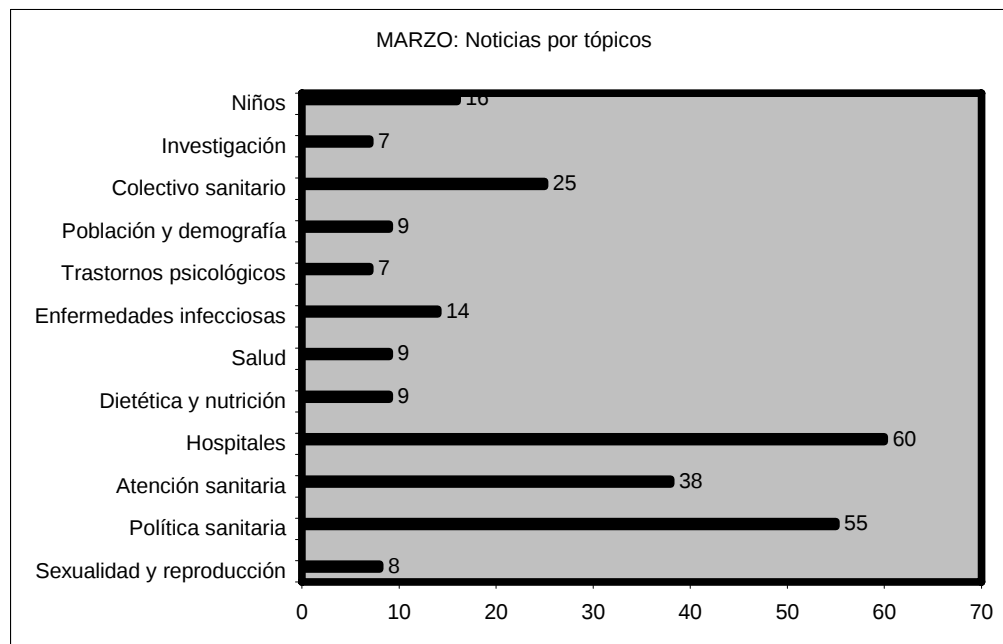
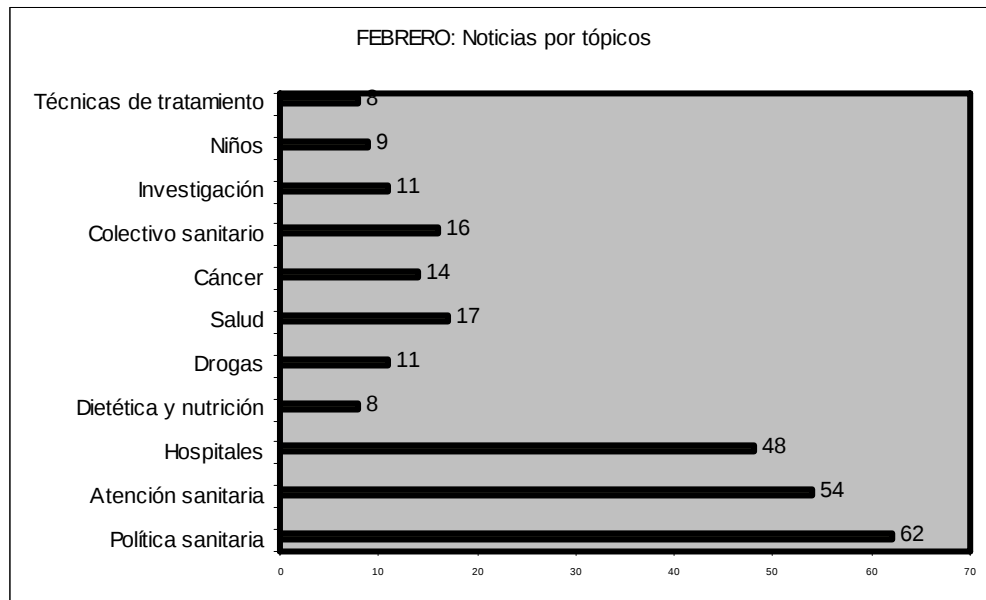
Siguiendo el orden temporal de transmisión de relevancia entre las agendas, los primeros resultados que se deben mostrar surgen de las entrevistas a los periodistas. Los datos extraídos de las entrevistas, como se ha comentado arriba, se deben tomar con mucha cautela ya que el estudio tiene las limitaciones propias de que algunos de los cuestionarios enviados no han sido respondidos.

Cuatro de los cinco periodistas que han contestado nombran la prevención y la salud pública como asuntos más importantes. Tras estos asuntos aparece la referencia general a las enfermedades más prevalentes; concretamente el cáncer se explicita en dos de las respuestas. Otros *issues* recogidos son las listas de espera, los derechos de los pacientes y las novedades en el campo del diagnóstico y del tratamiento.

4.2 AGENDA MEDIÁTICA

Los datos globales de las noticias sobre salud publicadas en febrero y marzo en los 8 diarios estudiados se elevan a 246 y 313, respectivamente. Si hacemos la cuenta dividida entre gratuitos y de pago, los resultados de febrero son de 105 noticias en los medios de pago y 141 en los gratuitos; en el mes de marzo los de pago publicaron 144 “unidades de estudio” y los gratuitos 169. Los datos de febrero muestran una clara ventaja de los diarios gratuitos en el número de noticias publicadas sobre salud, basada principalmente en tres cabeceras: *Qué*, *20 Minutos* y *Metro*, en ese orden. En los diarios de pago destacan *El País* y *El Mundo*. Es muy importante en este momento tener en cuenta que los gratuitos se publican solo entre lunes y viernes, mientras que los diarios de pago tiran edición todos los días de la semana. Los datos de marzo confirman lo apuntado en febrero. Los 4 gratuitos estudiados publican algo más sobre salud que los de pago, aunque tanto *El País* como *El Mundo*, entre estos últimos, alcanzan el mismo

nivel de noticias que *Metro*, *20 Minutos* o *Qué*. En términos porcentuales, el 57% de las noticias sobre salud de febrero se publicaron en las páginas de los gratuitos y en marzo el 54%.



Respecto a los tópicos de las noticias seleccionadas, -los asuntos que en definitiva, según la teoría del establecimiento de la agenda, se transferirán a desde la agenda mediática a la pública- se establece una enorme diferencia entre los tres primeros temas y los siguientes. Estos tres primeros *issues* fueron, por este orden, la

“política sanitaria” con 117 apariciones, los “hospitales” con 108 y la “atención sanitaria” con 92.

A continuación se muestra la lista de los 5 primeros temas, sumando los meses de febrero y marzo, según su distribución porcentual respecto al total de noticias analizadas:

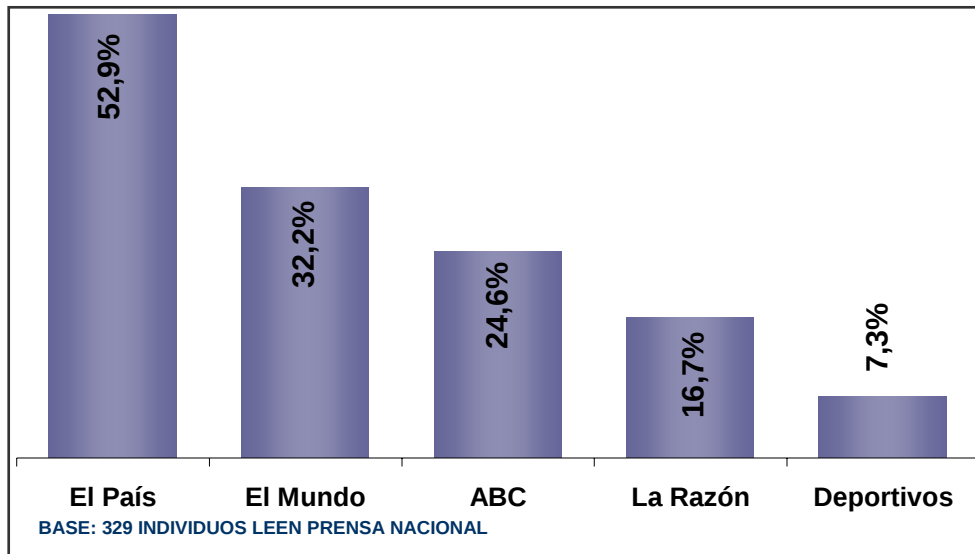
Política sanitaria	Hospitales	Atención sanitaria	Colectivo sanitario	Salud
19,1%	17,6%	15%	6,7%	4,25%

Después de estos cinco temas los porcentajes son tan pequeños y poco representativos que a efectos de la investigación no merece la pena detallarlos. Si acaso sí cabe mencionar que asuntos como “tabaco”, “drogas”, “cáncer” o “SIDA” obtienen un 2% de la atención mediática, e incluso menos.

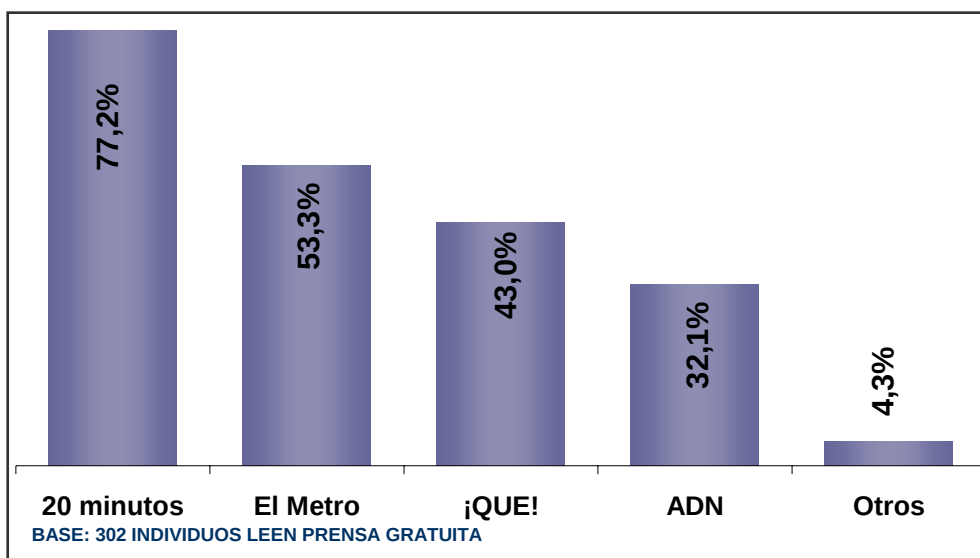
4.3 AGENDA PÚBLICA: ENCUESTA

El siguiente paso en el desarrollo metodológico de la investigación consiste en definir los temas más relevantes de la agenda pública, es decir, los asuntos de salud que más preocupan a los lectores de la prensa madrileña. Como ya se ha dicho, esta medición se realizó mediante una encuesta telefónica a una muestra de 400 sujetos mayores de edad en la segunda quincena de abril de 2007.

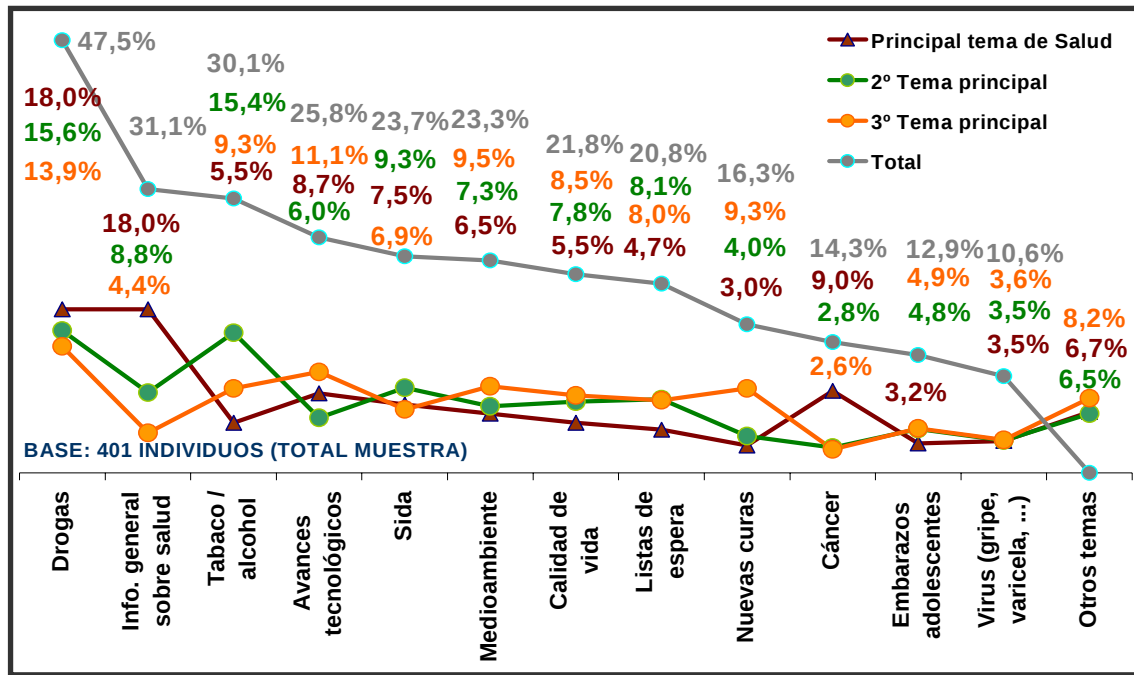
Antes de abordar las respuestas de la muestra encuestada, hay que señalar que en el caso de los lectores de periódicos de pago, son clara mayoría los que acuden a las páginas de *El País* para informarse, como se puede comprobar en la siguiente tabla.



En el caso de los diarios gratuitos el más leído por nuestra muestra es el *20 Minutos*, con un porcentaje del 77%, cifra muy relevante.



Los 400 individuos fueron preguntados por los tres temas de salud que más les interesaban, y también se les pidió que les dieran un orden de prioridad: primero, segundo o tercero. Los resultados obtenidos se muestran en la siguiente tabla:



4.4 AGENDA PÚBLICA: GRUPOS DE DISCUSIÓN

Del análisis realizado a los 4 *focus groups* que se reunieron para estudiar las preocupaciones y los discursos sobre salud que tienen los diferentes grupos de edad de Madrid y el colectivo de inmigrantes se extraen interesantes aportaciones.

Cuando se le requiere a los grupos por el recuerdo que tienen de los temas de salud que tratan los medios, aparece un grupo de cuestiones que podríamos denominar “propias del grupo”. Así, los mayores hacen referencia a la menopausia, la viagra, artritis, osteoporosis, etc.; los jóvenes a la salud reproductiva, el preservativo, las enfermedades de transmisión sexual; los inmigrantes a los “brotes de enfermedades en diversas partes del mundo”, a “las malas condiciones de salud de los que llegan en cayucos”; y los adultos estrés, *mobbing*, salud laboral, etc.

Si en la respuesta sobre la agenda mediática percibida se aíslan estos asuntos “propios de cada grupo”, se obtienen dos grupos principales de “temas comunes”. Uno es el que engloba conceptos como “obesidad”, “alimentación”, “nutrición”, “dietas”, “anorexia” y “bulimia” (en el que también podríamos incluir el término “ejercicio”). Y un segundo grupo de temas (menos obvio, más escondido en el discurso) que cabría

denominar “asistencia sanitaria y sus problemas”. Respecto a la unión de temas “alimentación y nutrición”, presente en el discurso de todos los grupos, cabe destacar que en el grupo de inmigrantes solo surgió tras más de una llamada del moderador a que aparecieran más asuntos de salud de los que trata la prensa.

“La asistencia sanitaria y sus problemas” no aparece en el grupo de jubilados y tampoco en el discurso de los adultos, aunque finalmente se observó que es un asunto clave para entender el discurso de ese segundo grupo. Los jóvenes, sin embargo, sí mencionan “las listas de espera” o la “gestión de los hospitales” dentro de la agenda mediática. El caso de los inmigrantes respecto a la “asistencia sanitaria y sus problemas” tiene unos atributos muy distintos. Por un lado, tiene menos presencia como tema (ocupa menos discurso) y, por otro, identifica como problemas el trato médico-paciente y los costes (es el único grupo que hace referencia, y con contundencia, a que la atención sanitaria “no es gratuita” y se paga mediante impuestos).

Muchos individuos de los diferentes grupos responden a la pregunta “¿Qué te gustaría que tratasen los medios sobre salud?” con una serie de respuestas que tienen que ver con su experiencia vital. Si aislamos ese grupo heterogéneo de temas, vuelve a haber dos grupos de asuntos diferenciados en la agenda privada. Uno, la “prevención y educación sanitaria” (prevención del consumo de drogas, alcohol y tabaco; nutrición saludable y ejercicio, vida sana). Y un segundo conglomerado de asuntos ligados, de nuevo, a la “asistencia sanitaria y sus problemas”.

Este segundo grupo de asuntos aparece ligado en el grupo de adultos a la “problematización” de la asistencia sanitaria “causada” por la inmigración, con un discurso especialmente duro: “lacra”, “traen enfermedades de la selva”, “abandono de bebés en contenedores”. La falta de tiempo de los médicos en las consultas con los pacientes es otro de los asuntos que emergen en la agenda, principalmente en el discurso de los jóvenes.

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El análisis de los resultados obtenidos señala que no se cumple la hipótesis principal de esta investigación: la transferencia de relevancia de los temas de salud entre la agenda mediática y la agenda pública no se produjo en Madrid durante los meses de febrero, marzo y abril de 2007. Los medios de comunicación publicaron informaciones centradas principalmente en el ámbito de la “política sanitaria” (19,1%), los “hospitales” (17,6%) y la “atención sanitaria” (15%), mientras que los madrileños lectores de esa misma prensa consideraron que los temas más relevantes eran las “drogas” (47%), la “información general de salud” (31%), “el tabaco y el alcohol” (30%), los “avances tecnológicos” (25%), el “SIDA” (25%), el “medio ambiente” (23%), la “calidad de vida” (21%), las “listas de espera” (20%), etc.

A la luz de estos resultados, es obligado indagar qué ha ocurrido para que un modelo tan probado como el de la agenda *setting* no se haya cumplido en esta ocasión. Principalmente esta tarea se puede encaminar por la vía de intentar ver qué causas han producido la falta de transferencia entre la agenda mediática y la agenda pública; o acudir a la posibilidad de que haya habido limitaciones en el diseño del estudio que hayan llevado a unos efectos hipotéticamente inesperados. Lo más apropiado parece acudir a las dos vías para tratar de aportar conocimiento a los datos.

Por la primera vía, y aunque cuantitativamente no tiene valor científico, sí resulta relevante que en los grupos de discusión apareciera la “asistencia sanitaria y sus problemas” como asunto ampliamente mencionado y relevante, lo que acerca el contenido de los grupos de discusión a los tres temas de la “agenda mediática”. Así mismo, tanto los “avances tecnológicos” como las “listas de espera”, nombrados respectivamente por el 25% y el 20% de los encuestados, forman parte de una lógica social ligada a la “atención sanitaria”, “los hospitales” y la “política sanitaria” (principales *issues* de la agenda mediática).

Respecto a las eventuales limitaciones metodológicas, hay que señalar que como segundo tema de interés para los encuestados surge la “información general sobre salud”, una descripción tan genérica e inespecífica que en ella cabe cualquier cosa que podamos imaginar. Respecto a los tópicos, adoptados en esta investigación directamente del Informe Quiral, se plantea la necesidad de iniciar una revisión de cómo adecuar las

definiciones y la forma de operativizarlos. Por otro lado, se podría debatir sobre si el análisis de contenidos de la prensa ha sido escaso en cuanto a su serie temporal (dos meses) o si la muestra adoptada en la encuesta (400 sujetos) ha sido escasa. También habría que reflexionar sobre la posibilidad de que medios cuyo estudio no se incluía en esta investigación (la televisión, la radio, internet, etc.) hayan terminado marcando la agenda pública.

Nada de lo mencionado en los dos párrafos anteriores resta contundencia a los resultados, pero puede dar pistas para mejorar algunos aspectos de la investigación y para validar la riqueza del principio de la “triangulación” como modo de abordar el estudio de un problema. No hay interpretación plausible, sin embargo, que pueda sustentar la primera posición en la agenda pública del tema “drogas”, claramente destacado del resto con un 47,5% de las respuestas. Y se puede decir lo mismo del tercero de los *issues*, el “tabaco y el alcohol”, y del quinto, sexto y séptimo: “SIDA”, “medio ambiente” y “calidad de vida”. Todos estos asuntos destacados en la agenda pública aparecen como tópicos de la agenda mediática, en el mejor de los casos, en un 2% de las informaciones analizadas.

6. CONCLUSIONES

En Madrid los medios de comunicación escritos, tanto gratuitos como de pago, prestan atención principalmente a los temas asistenciales dentro del amplio abanico de asuntos relacionados con la salud que pueden ser objeto de sus informaciones. La realidad mediática se contradice, por tanto, con el gusto de los periodistas sanitarios madrileños por lo preventivo y con la agenda de temas que los lectores consideran más relevantes.

La complejidad de los resultados obtenidos deja en evidencia la necesidad de incrementar la investigación sobre comunicación y salud para mejorar el uso de las herramientas comunicativas con vistas a elevar el nivel de bienestar de la población. La teoría de la agenda *setting* sería un vehículo interesante para abordar esta tarea, teniendo en cuenta su vigencia académica y el debate abierto sobre su ampliación a paradigma comunicativo. Sobre este aspecto consideramos que la inclusión del estudio del *framing*

de las noticias de salud puede aportar claridad y riqueza a los resultados cuantitativos que se extraen del análisis del contenido de los medios de comunicación (agenda mediática).

En cualquier caso, y siguiendo a Takeshita (2006), cabe recordar que la teoría del establecimiento de la agenda afronta retos interesantes que tienen que ver con la evolución de fenómenos sociales tan importantes como internet o, en el caso de España, la práctica omnipresencia de los diarios gratuitos en el día a día de las audiencias. Por otro lado, el fenómeno creciente de la desconfianza de la población en los medios de comunicación y en la clase política debería tener su correlato en las variables que son objeto de estudio por parte del modelo de investigación comenzado por McCombs y Shaw en 1972.

Todas estas cuestiones hacen plantearse iniciativas futuras de estudio de la comunicación colectiva y la salud en Madrid en un marco metodológico quizá más cualitativo, en el que el análisis del contenido de las noticias tenga una vertiente cuantitativa pero también un estudio del encuadre, porque efectivamente nos podemos encontrar con noticias cuyo tópico esté bien asignado, por ejemplo, a “hospitales” y sin embargo tenga un claro *frame* preventivo. Podría ser interesante, así mismo, incidir en la investigación de la prensa gratuita como fijadora de agenda, dado que es un camino sin explorar y cabría esperar resultados sugestivos. En cualquier caso, se imponen nuevos estudios que corroboren esta conclusión después de revisar el diseño de la investigación y aplicar, en su caso, algunos ajustes a la metodología empleada.

BIBLIOGRAFÍA

- McCombs, Maxwell y Shaw, Donald, (1972). “The agenda setting function of mass media”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol.36, N.2, pp 176-187.
- McCombs, Maxwell, (2006). *Estableciendo la agenda*. Paidós. Barcelona.
- McQuail, Denis y Windahl, Sven, (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. EUNSA. Pamplona.
- Takeshita, Toshio (2006). “Current critical problems in agenda setting research”, *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 18, N.3, pp. 275-296.