

“Visibilidad y tratamiento comunicativo de la información sobre VIH/SIDA en Honduras”*

Emilia Alduvín Sainz*

RESUMEN

Los objetivos del estudio fueron: Documentar la visibilidad del VIH/SIDA; identificar temas, relatos, retóricas y estereotipos; identificar personajes alrededor del VIH/SIDA; analizar roles y acciones atribuidos a dichos personajes y analizar implicaciones sobre políticas públicas en VIH/SIDA. Se recogió un *corpus* de noticias en Diario “*La Tribuna*” del 1° de Agosto de 2005 al 31 de julio de 2006, incluyendo noticias que en su título, subtítulo o texto, mencionaran los términos *VIH* y/o *SIDA*, resultando 151 productos comunicativos. Se identificaron categorías, para elaborar los protocolos de análisis. Se elaboraron bases de datos en File Maker 7 y tratamiento estadístico con Stat View. El discurso sobre VIH /SIDA en la prensa hondureña, es descriptivo y lineal, sin elaboraciones explicativas o científicas. Surgen aspectos sobredimensionados: enfoque biologicista y eficientista del VIH/SIDA y las instituciones involucradas en su respuesta; otros aparecen someramente: acciones políticas y capacidades organizativas de los afectados. Se muestra una visión estrecha del rol del Estado en la construcción y seguimiento de políticas públicas sobre VIH/SIDA. El tratamiento a las personas afectadas es lastimero, victimizador, moralista y/o discriminante. La reproducción de la indefensión, escasa capacidad de agencia y desperdicio de oportunidades para incidir positivamente fueron patentes. El rol de los personajes del VIH/SIDA y la utilización del lenguaje, reproducen formas de pensamiento y acción con pocas posibilidades de cambio social. Son necesarias acciones orientadas a cambiar el tratamiento comunicativo del VIH/SIDA por los agentes involucrados en la producción de la prensa hondureña.

Palabras Clave: *VIH&SIDA, Comunicación, Prensa, Políticas Públicas, Discriminación*

* Trabajo presentado para rendir Examen de Suficiencia Investigadora (DEA) en el Doctorado en “*Comunicación, Cambio Social y Desarrollo*” de la Universidad Complutense de Madrid, en Octubre de 2007. Se agradece de manera muy especial el apoyo técnico brindado por el tutor de la investigación, Prof. Dr. Miguel Ángel Sobrino Blanco, Director del Programa de Doctorado de la UCM.

* Emilia Alduvín Saenz, ealduvin@gmail.com
Facultad de Ciencias Médicas, Postgrado en Salud Pública.

ABSTRACT

Objectives of this study were: To show the visibility of HIV/AIDS on Honduran press, to identify emerging themes, rhetoric and stereotypes, to identify actors around HIV/AIDS, to analyze roles and actions attributed to those actors and, to analyze implications upon public policies on HI/AIDS. It was collected a news corpus on *Diario "La Tribuna"*, from August, 1st, 2005, to July, 31st, 2006, including those which recall HIV and/or AIDS on their titles, subtitles or text, totalizing 151 pieces. Categories were identified to organize analysis protocols. There were elaborated data bases in *File Maker 7* and made statistical treatments with *Stat View*. Discourse about HIV/AIDS in Honduran press is presented in a descriptive and linear manner, without explicative or scientific elaborations. There were overstated topics: biologist and efficient approaches of HIV/AIDS and of those institutions involved in its response, while others were vaguely present: politic actions and organization capabilities of those affected. There is a rather narrow vision of the State role about construction and following up of public policies on HIV/AIDS. Communicative treatment of HIV/AIDS affected is made in a pitiful, victimizer, moralist and/or discriminative approach. Reproduction of defenselessness, scarce capabilities of agency and waste of opportunities to influence in a positive manner were evident. Roles of actors of HIV/AIDS and forms, in which language is used, reproduce structures of thinking and action which limit possibilities for social change. Specific strategies to change that communicative treatment from Honduran press are strongly needed.

Key words: *HIV/AIDS, Communication, Press, Public Policies, Discrimination*

INTRODUCCIÓN

El presente estudio versa sobre la *Visibilidad y Tratamiento Comunicativo de la Información sobre VIH/SIDA en la prensa hondureña*, el cual forma parte de un proyecto mayor sobre el análisis del discurso en el tema de VIH/SIDA en Honduras por parte de los diferentes actores involucrados en el tema. Revuelta, et. al., (2002), ha planteado que el SIDA es un tema mediático que ha moldeado la historia de la enfermedad. Identificó etapas en la cobertura de las noticias, reflejando diferentes momentos que la sociedad ha dado sobre el VIH/SIDA en importantes diarios¹. Entre 1981-1983, el tema principal fue la etiología del virus, formas de transmisión entre los llamados grupos de riesgo: homosexuales, haitianos, hemofílicos y heroinómanos, -“las cuatro H”- quedando, desde entonces, el VIH/SIDA, ligado al estigma. A partir de 1985 se entró en la llamada *era humana*, que evolucionó en una *era política*, dado lo conflictivo de los temas que comenzaron a tratarse por las reacciones de la sociedad.

En 2005, Cantero, B. y García, P., identificaron los temas presentes en la prensa española: 1) *Científico-médico*, referido a virus, vacunas y medicamentos; 2) *Político*, sobre las desigualdades entre los países; el acceso a medicamentos y lo tratado en las Conferencias Mundiales sobre VIH/SIDA; 3) *Epidemiológico*, con temas de incidencia y prevalencia de la infección a nivel mundial y noticias sobre grupos de conductas de riesgo; 4) *Social*, centrado en temas de prevención, estigma y discriminación 5) *Solidaridad*, considerando la sensibilización de la población sobre el tema, relatos testimoniales y recaudación de fondos para la prevención o tratamiento, y 6) *Jurídico*, sobre aspectos de juicios o demandas de personas afectadas en el respeto a sus derechos². Martín Llaguno (2002) analizó el tratamiento sobre el SIDA en los principales diarios españoles entre 1991 y 1994. Concede a los medios de comunicación el mérito de haber influido en el cambio de la óptica por parte de la sociedad, de un problema biomédico a uno social³. Constató la relación inversamente proporcional entre interés por el tema de VIH y/o SIDA y la cronicidad de la patología, al punto de afirmar que “*Los Avances Biomédicos lo han Convertido en más Invisible*”⁴. Insiste en que el tratamiento melodramático del tema, lejos de considerarse adecuado, promueve un trato estigmatizador para con las

¹ Revuelta, et. al. (2002) “El SIDA en los medios de comunicación. Análisis comparativo de El País, La Vanguardia y The New York Times en los veinte años de historia de la enfermedad (1981-2001)”

² Cantero, B. y García, P. “Qué dice la prensa sobre el SIDA? Sociedad y Contenidos Científicos”

³ Martín-Llaguno, M. (2000) “De la detección al recuerdo: una historia periodística del SIDA”.

⁴ Idem

personas viviendo con VIH (PVIH), al propiciar su victimización innecesaria⁵. La mención de la muerte como protagonista de las noticias es relativamente alta. El recurso descansa en la forma desmesurada de utilización de cifras y estadísticas⁶. El presente, es el primer estudio que se realiza en Honduras, analizando la Visibilidad y Tratamiento Comunicativo que da la prensa escrita en la temática de VIH y SIDA⁷.

MÉTODO

Los objetivos de la presente investigación fueron:

- Documentar la visibilidad del VIH/SIDA en la prensa hondureña
- Identificar los temas, relatos, retóricas y estereotipos del VIH y/o SIDA en la prensa hondureña
- Identificar los personajes alrededor de los cuales se tejen los relatos del VIH y/o SIDA
- Analizar los roles y acciones atribuidos a los personajes en los relatos sobre VIH y/o SIDA
- Analizar las implicaciones que tienen los temas, relatos y personajes identificados sobre las políticas públicas en VIH/SIDA

Los productos comunicativos fueron identificados de Diario *La Tribuna*, el de principal circulación de la capital de la República entre el 1° de agosto de 2005 y el 31 de julio de 2006, bajo el criterio de inclusión de contener los términos VIH y/o SIDA en el título, subtítulo o cuerpo de la noticia. Se conformó un universo de 151 productos comunicativos, provenientes de todas las secciones del diario, las que se analizaron siguiendo la técnica de *Análisis de Contenido*⁸, según Piñuel (2002).

Se identificaron las variables presentes en los discursos, se categorizaron y redujeron a un número significativo en términos heurísticos, pero al mismo tiempo,

⁵ Idem, p. 33

⁶ Idem, p. 59

⁷ Leyva, M., et. al. (2001) **Análisis crítico de la prensa hondureña, 1996-2000**

⁸ "...Conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior" Piñuel Raigada, J.J. (2002) "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido" *Estudios de Sociolingüística* 3 (1) p. 1

maneja desde el punto de vista estadístico. (Ver Anexo # 1). El almacenamiento y tratamiento de la información recabada en los protocolos se realizó en dos bases de datos elaboradas en el Programa *File Maker* versión 7, desarrollado para almacenar, clasificar y recuperar información textual, numérica y de imágenes. Al utilizar la técnica *Análisis de Contenido* cuantitativo, tanto de tipo *frecuencial*, como *no frecuencial*⁹, se contabilizaron las ocurrencias y co-ocurrencias de las variables descritas.

Por otro lado, se realizó también el análisis no frecuencial, ya que se razonó y argumentó en relación a la ausencia de algunos indicadores que se describen en el apartado de Resultados.

Para el tratamiento estadístico de las variables se aplicó el *Coefficiente de Contingencia* a través del Programa *Stat View*, el cual permite el cálculo de frecuencia, tablas de contingencia y elaboración de gráficos para ilustrar los resultados de las variables analizadas.

ANÁLISIS

1. Contexto

Este estudio se ha concebido como exploratorio sobre el tratamiento informativo del VIH y/o SIDA en Honduras, el cual se enmarca a partir de los entendimientos y representaciones sobre el VIH y/o SIDA como entidad de transmisión predominantemente sexual, prevenible y crónica.

Estas características confieren al tema una particular elaboración de las representaciones sociales que sobre ella, y sobre el derecho a la atención integral tienen las PVIH y quienes están en obligación de brindárselas. En las *Representaciones Sociales* opera un mecanismo denominado *Mediación*, que ofrece un paradigma de estudio para conocer la interdependencia que se deriva entre los bienes, la conciencia y las conductas, de manera conjunta¹⁰.

⁹ Piñiel Raigada, J. J. (2002), "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido" *Estudios de Sociolingüística* 3 (1) p. 15

¹⁰ Martín Serano, M. (2004), "La producción social de comunicación". (3ª. Ed.) p. 22

Los medios de comunicación en Honduras, como en cualquier otra parte, son mediadores poderosos en la conformación de las formas de pensamiento y acción vinculadas a temas de interés para la sociedad. Los resultados aquí presentados identifican tendencias, constataciones y planteamientos de análisis, de los que se resume su estrategia de presentación en el Cuadro # 1.

Cuadro No. 1
ESQUEMA DE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Visibilidad del VIH/SIDA	Visibilidad Temática del VIH/SIDA		
	Visibilidad de los Personajes del VIH/SIDA		
Tratamiento comunicativo del VIH/SIDA	Tratamiento comunicativo de las noticias	Análisis de la Mediación Estructural	Tratamiento formal de los contenidos de noticias FN V3 a FN V8
			Tratamiento <i>icónico</i> de los contenidos de las noticias FN V9 a FN V11bis
		Análisis de la Mediación Cognitiva	Comportamiento de las variables FN V19 a FN V26
	Tratamiento comunicativo de los personajes	Análisis de la Mediación Estructural	Comportamiento de las variables FN V12 a FN V17
		Análisis de la Mediación Cognitiva	Comportamiento de las variables FN V12 a FN V17

2. Visibilidad temática y de los personajes del VIH/SIDA

La *Visibilidad Temática* del VIH/SIDA se estudió al observar el comportamiento de las variables (FN V 19) *Ámbito* al que corresponde la noticia y (FN V 21) *Temas que se destacan*, tanto de manera principal como secundaria. En relación con la variable *Temas que se destacan*, llama la atención en primer lugar, lo repartidas que aparecen las frecuencias. Estos son, por su orden, el tema de *Prevención*, seguido de cerca por los temas de *Respuesta Gubernamental* y *Situación*, que tiene un gran componente sobre la incidencia epidemiológica de la enfermedad.

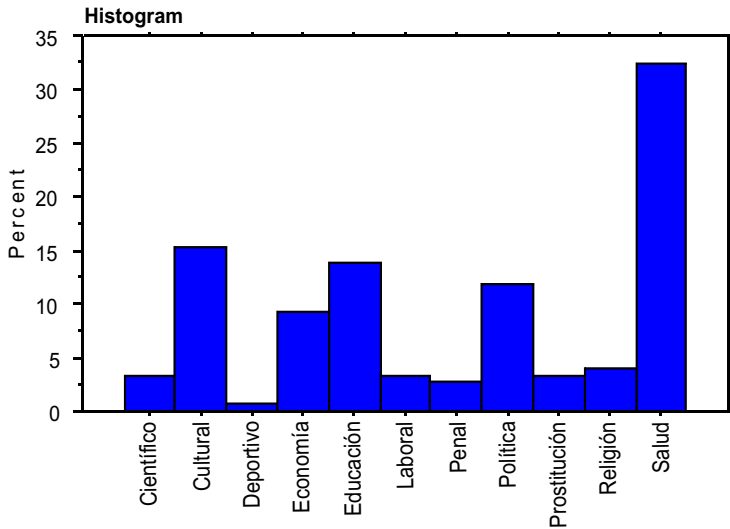
En un segundo plano de importancia se ubican los temas de *Cooperación*,

Medicamentos y Posición; esta última que se refiere a las posturas ideológicas o políticas en relación al VIH/SIDA; después se ubica el tema de *Derechos*. Sumados los temas de *Situación* y *Medicamentos*, de corte eficientista y biomédico respectivamente, aportan el 28.8%, en tanto que sumando los de *Derechos* y *Posición*, de carácter social, suman sólo un 20.5%. Este hallazgo es congruente con lo encontrado en otras latitudes durante los primeros años de la epidemia; sin embargo en nuestro país, tras más de dos décadas de la epidemia, se siguen visibilizando temas que fueron ya superados en otras culturas, y al mismo tiempo queda patente que el tema no ha alcanzado aún una visibilidad de tipo social y político, como ha sucedido en otras regiones geográficas.

Pie Chart for V 21. Tema que se destaca



En cuanto al *Ámbito de la Noticia (FN V 19)*, los resultados muestran la diversidad de ámbitos a los cuales se refieren las noticias sobre VIH y/o SIDA en el país. La predominancia, con mucho, la tiene el ámbito de *Salud*, alcanzando casi un tercio de las noticias referidas al tema. Le siguen en orden, los ámbitos *Cultural*, *Educación*, *Político* y *Económico*. En un tercer plano de importancia se ubican los ámbitos, *Científico*, *Laboral*, *Penal*, *Religioso*, el referido a la *Prostitución*, y en último lugar, al ámbito *Deportivo*.



V 19. Ambito de la noticia

Una mirada a la relación entre estas dos variables de la dimensión de *Visibilidad* del VIH y/o SIDA en la prensa hondureña, permite observar que los *Temas* que se destacan según el *Ámbito de la Noticia*, son varios. El tema de *Prevención*, es ampliamente abordado en los ámbitos *Cultural* y *Educativo*, en tanto que en el ámbito *Laboral*, el tema preventivo brilla por su ausencia, a pesar de ser considerado un ámbito prioritario para dichas actividades. Otro tema relevante es el de *Respuesta Gubernamental*, destacado mayormente en los ámbitos de *Economía*, *Política* y *Salud*. Curiosamente, en el ámbito de *Prostitución*, el tema de *Respuesta Gubernamental* no aparece. El tema de *Posición*, de tipo axiológico e ideológico, aparece vinculado a los temas *Cultural* (relacionado con los artistas) y *Religión*; sin embargo no se vincula, con los ámbitos *Económico*, *Educativo* y de *Salud*, como cabría esperarse al abordar temas relacionados con Políticas Públicas.

En relación con la *Visibilidad de los Personajes del VIH y/o SIDA*, se analizaron las variables *Nombre del Personaje* y FN V17bis *Clase de Personaje*, que permitió analizar *Quiénes Hablan* y *Sobre Quiénes se Habla* en relación con el VIH y/o SIDA. Surgieron un total de 1,306 personajes del VIH/SIDA en los productos estudiados, aproximadamente 8,5 por producto comunicativo en el año en estudio. La diversidad de personajes, pudo ser clasificada según el sector de proveniencia del mismo, lo cual es ilustrado en el Cuadro # 2.

Cuadro No. 2
DISTRIBUCION DE PERSONAJES POR SU CLASE (V 17bis)

Clase de Personaje	Frecuencia	Porcentaje
Organización Gubernamental	288	22.05%
Organización No Gubernamental	223	17.07%
Cooperantes	115	8.80%
Afectados	396	30.32%
Otros	284	21.74%
TOTAL	1,306	99.98%

Los resultados sugieren que el discurso sobre el VIH y/o SIDA en los productos comunicativos analizados tienen como protagonista principal a los *Afectados*; sin embargo, más adelante se discute dicha apreciación, al analizar el paquete de variables que conforman el *Tratamiento Comunicativo de los Personajes*, y muy particularmente al observar el comportamiento de las variables *V 13 Roles de los personajes* y *V 16 bis Acciones de los Personajes*.

3. Tratamiento comunicativo de las noticias (Variables FN V3 a FN V11bis y FN V 19 a FN V26)

La variable *V 3 Página de la Noticia en el Diario*, indica que más de la mitad de las noticias aparecen en las páginas intermedias y casi el 40% en las páginas finales. Es de resaltar la ausencia de portadas y contraportadas sobre el tema, así como lo escaso, de editoriales y suplementos, lo cual sugiere una baja prioridad asignada al VIH/SIDA.

Para la variable *V 5 Formato del Producto Comunicativo* los resultados muestran que el género informativo predominante en el tema de VIH/SIDA es el de noticia,

muy por debajo del género de opinión o el reportaje extenso. Esto se corrobora con el resultado de la variable *V6 Número de Palabras en el Producto Comunicativo*, que son en su gran mayoría de tratamiento breve, entre 100 y 500 palabras, lo que ilustra que existe un predominio del trato breve e impersonal sobre el tema, implicando superficialidad en su tratamiento. Por su lado, en la variable *V 9 Imágenes en la Noticia*, existe una mayoría de productos comunicativos con imagen, destacándose las fotografías de funcionarios, de gobierno o de entidades cooperantes.

En relación con la variable *FN V 22 Relato*, los resultados destacan la importancia que los mediadores dispensan a los relatos sobre la *Situación e Impacto de la Epidemia* (30%), local, nacional e internacional. Un segundo relato que rivaliza en importancia es *Apoyo y Solidaridad* (28%) que reciben las personas viviendo con VIH, argumento ligado a una conceptualización de éstas, como sujetos de caridad, verbalizada como “humanitarismo”, más que de derechos. En tercer plano, con 21%, se ubican los argumentos relativos a los *Aspectos Preventivos* y a la *Eficiencia/Ineficiencia en la Respuesta Estatal*. En cuarto lugar, con 19% y 16% respectivamente, se ubican manifestaciones relacionadas con *Desgracia/Rescate*, *Denuncia/Demanda* y *Aspectos Axiológicos y Culturales*.

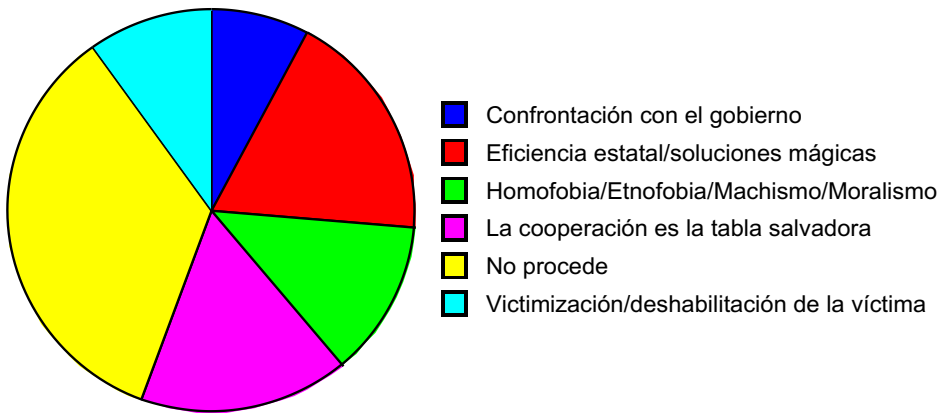
La variable *Retóricas Utilizadas (FN V 23)* nos indica, con un 56%, la identificada como *Trabajo Conjunto con un Mismo Fin*, la cual engloba el concepto de que los mediadores, aunque tienden a sembrar la alarma entre los lectores en relación al VIH/SIDA, por otro lado tranquilizan a la audiencia, dando a entender que hay una respuesta coordinada en marcha, de la cual participan diversidad de actores y sectores. En segundo lugar se ubican, con 25% y 22% respectivamente, las retóricas identificadas como *Insinuación de Culpabilidades* y *Enunciación de Hipótesis*, a través de las cuales los mediadores ejercen un rol de señalamiento sobre actores implicados en la definición de la situación y problemática del VIH y/o SIDA.

Una aproximación al manejo del conflicto en los productos comunicativos se estableció a través de la variable *Opiniones Discordantes (FN V 25)*. Los resultados ilustran el manejo de opiniones discordantes al momento de elaborar el producto comunicativo. Predominaron las opiniones *No Balanceadas* en el tratamiento informativo, ya que al abordar el hecho, no se le brinda al lector la posibilidad de contrastar otras versiones sobre los acontecimientos. Esto se da en un 57.6%, lo que sugiere que se rehúye la presentación y manejo del conflicto en la temática.

En relación con los *Prejuicios o Estereotipos* (FN V 26), los resultados encontrados muestran que en dos tercios de los productos comunicativos analizados se perciben prejuicios, que se dividen entre los denominados *Eficiencia Estatal como Solución Mágica*, presente en el 28% de los casos, y *Cooperación como Tabla Salvadora*, con un 25%.

Ambos prejuicios están en congruencia con los temas y relatos mencionados anteriormente, que dan una visión de respuesta estatal eficiente, así como del rol de las agencias cooperantes en dar una respuesta conjunta con un mismo fin. En segundo plano aparecen los prejuicios que van dirigidos a los grupos identificados como vulnerables, a través de manifestaciones de *Homofobia/Xenofobia/Machismo/Moralismo* y de *Victimización de la Víctima*. Todos estos mecanismos se consideran diferentes manifestaciones de estigma y discriminación.

Pie Chart for FN V 26. Prejuicios o estereotipos



Las interrelaciones entre variables estudiadas con mayor significancia en su *Coefficiente de Contingencia* fueron:

- Ámbito en el que se habla de VIH/SIDA, que se vincula con los *Relatos* que se producen (.770). Así, en el ámbito de *Salud*, son relatos recurrentes, la *Situación de la Epidemia* y la *Eficiencia/Ineficiencia Estatal*. El relato sobre *Situación e Impacto de la Epidemia*, se vinculó también a los ámbitos de *Educación y Cultura*, este último referido al protagonismo de artistas internacionales que apoyan la respuesta ante el VIH/SIDA. Otro relato sobresaliente fue el de *Apoyo y Solidaridad* para con las personas afectadas, que se destacó en los ámbitos *Penal y Político*. En el primero se destaca la situación deplorable de los privados

- de libertad viviendo con VIH y en el *Político*, el discurso es de corte demagógico, destacándose a políticos de oficio dedicados a divulgar su apoyo a las PVIH a través de visitas o donaciones esporádicas, debidamente publicitadas.
- b. La relación del *Ámbito* con las *Retóricas Utilizadas* (.630) fue más fuerte entre la retórica *Trabajo Conjunto con un Mismo Fin*, vinculada a los ámbitos de *Salud, Educación y Economía*, en ese orden. El discurso elabora sobre una comunidad científica y cooperante trabajando en forma mancomunada a nivel internacional, en la búsqueda de vacunas, desarrollo de medicamentos y apoyo económico a la respuesta. A nivel nacional, se refiere a las labores conjuntas que se desarrollan en las instituciones del sector salud. Se encontró la *Complicidad con las Audiencias*, en el ámbito *Cultural*, mostrada por los artistas que vienen al país a apoyar dicha causa, lo cual tiene el efecto mismo de un espectáculo. La retórica *Insinuación de Culpabilidades*, se vinculó al ámbito de *Salud*.
- c. En la relación *Ámbito* con *Prejuicios* (.605), en el que mayormente se encontraron, fue el de *Salud*, siendo estos, la *Eficiencia Estatal/ Soluciones Mágicas, Confrontación con el Gobierno y Cooperación como Tabla Salvadora*. Este último hace una alegoría del alcance de la respuesta ante el VIH/SIDA a través del apoyo de organizaciones multilaterales. Otro prejuicio identificado fue la *Homofobia/Etnofobia/ Machismo/Moralismo*, ligado en su primera acepción (*Homofobia*) al ámbito de *Salud*, y en su última (*Moralismo*) al *Religioso*. Se identificó el prejuicio denominado *Victimización/Deshabilitación de la Víctima*, en dos ámbitos: *Cultural* y *Política*. En el primero figuran los artistas que apoyan la causa del VIH/SIDA visitando a PVIH. Fue llamativo el discurso lastimero que emplean los mediadores al resaltar los sentimientos de los visitantes a las casas donde residen las personas viviendo con VIH, que contrasta radicalmente con las propias declaraciones de los artistas, quienes aportan un tono más respetuoso y horizontal hacia las personas afectadas. El mismo tono victimizante es desarrollado en noticias del ámbito *Político*, al resaltar el apoyo de los políticos en campaña hacia las personas viviendo con VIH.
- d. Los *Relatos* que surgieron en relación con los *Temas* encontrados (.710) fueron, *Apoyo y Solidaridad*, ligado a la *Cooperación Externa* y el tema de *Medicamentos*, con el relato *Situación e Impacto de la Epidemia*. Brilló por su ausencia el tema *Posición* (ideológica, política, moral) vinculado a relatos sobre *Desgracia/Rescate* y *Denuncia/Demanda*, que sugiere la escasa visión de los mediadores sobre la vinculación de dichos fenómenos.
- e. En la relación del *Relato* con las *Retóricas Utilizadas* (.596), sobresalió la retórica *Trabajo Conjunto con un Mismo Fin* en diversos relatos: *Aspectos Preventivos, Eficiencia/Ineficiencia Estatal y Apoyo y Solidaridad*. Otra retórica

notoria fue la *Demagogia*, vinculada con los relatos de *Apoyo y Solidaridad*, *Eficiencia/Ineficiencia Estatal* y *Desgracia/Rescate*, que sugiere utilización de noticias para resaltar acciones demagógicas de rescate ante la desgracia de las personas afectadas por el VIH, por parte de los personajes gubernamentales vinculados.

- f. En la relación de los *Temas Visibilizados* con los *Prejuicios Encontrados* (.568), una de las combinaciones más interesantes se dio entre el tema de *Medicamentos* con los prejuicios *Confrontación con el Gobierno* y *Eficiencia Estatal/Soluciones Mágicas*, notándose un juego recurrente sobre el tema por parte de los mediadores, de agitación y conciliación sucesiva. Por otro lado, se encontraron también vínculos entre el tema de *Prevención*, con el prejuicio *Homofobia/Etnofobia/Machismo/Moralismo*, tiñendo los discursos preventivos con ideas moralistas.
- g. En la relación de *las Retóricas con los Prejuicios* (.657) se observó que la *Demagogia* es utilizada con los prejuicios *Eficiencia Estatal/Soluciones Mágicas* y *Cooperación como Tabla Salvadora*, las que, juntas, constituyen el discurso predominante en VIH/SIDA. Estos dos prejuicios aparecen también con la retórica *Trabajo Conjunto con un Mismo Fin*. El prejuicio *Victimización de la Víctima*, se liga a la retórica *Complicidad con las audiencias*, denotando una reiterada victimización a los afectados del VIH/SIDA con asimilación y complacencia de la audiencia. La retórica *Insinuación de Culpabilidades* aparece polarizada, vinculada al prejuicio *Homofobia/Etnofobia/Machismo/Moralismo*, y de otro lado a *Confrontación con el Gobierno*. Esta construcción de la noticia sugiere la utilización de “*chivos expiatorios*” en el tratamiento del problema complejo del VIH/SIDA.

4. Tratamiento comunicativo de los personajes del VIH/SIDA (Variables FN V12 a FN V17)

Se identificaron ciertos personajes que operan como referentes de los mediadores, al estructurar los productos comunicativos sobre VIH y/o SIDA; esto se midió por la variable *Referentes de los Mediadores*. Los *Afectados* fueron los referentes de los mediadores para elaborar sus productos comunicativos, sólo en el 7.36% de las veces y, aunque estos constituyen el 30.2% de los personajes identificados, como vimos en el Cuadro # 2, tienen muy escasa participación al articular el discurso que versa sobre la problemática que les atañe de primera mano.

Los personajes *Afectados* según su *Naturaleza* fueron mayoritariamente personas (94%) y el resto (6%) fue en todos los casos, países. Los personajes, según su

Grado de Individuación se dividieron en 88% individuos y 12% colectividades. En relación con la *Función de los Personajes*, los resultados sobre los *Afectados* los muestran en su mayoría como *Antihéroes*, seguido de la función de *Espectadores* y *Héroes*. Esto sugiere una alternancia entre la construcción de personajes negativos y/o neutros, según el tema tratado.

Cuadro No. 3
ROLES DE LOS PERSONAJES AFECTADOS (V 13)

Roles	Frecuencia	Porcentaje
Abusada/víctima	10	1.75
Grupo Vulnerable	65	11.37
Mujer/Ama de casa	39	6.83
Joven/Adolescente/ estudiante	28	4.90
Privado de libertad/ Delincuente	21	3.67
Cifras de prevalencia/ Colectivo Anónimo	137	23.88
Adulto viviendo con VIH	121	21.18
Denunciante/Activista	8	1.40
Trabajador	16	2.80
Niñez viviendo con VIH	67	11.73
Actor/Artista/Concursante	5	.87
Huérfanos	12	2.10
Niño que nace sano de madre VIH	7	1.22
Pobre	36	6.30
TOTAL	571	100.00

El Cuadro # 3 nos muestra que el principal rol de los *Afectados* es de *Cifras que Ilustran la prevalencia* de la epidemia, que sumado al de *Adulto Viviendo con VIH* reporta casi la mitad de los roles asignados. Un segundo bloque son los roles *Grupo Vulnerable* y *Niñez con VIH*. Los restantes muestran distintos grados de indefensión y poca agencia sobre su situación. Las cifras que ilustran el comportamiento de la variable *Acciones de los Personajes*, en el caso de los *Afectados*, ilustrado más adelante en el Cuadro # 4, muestran una inclinación mayor a asignarles acciones pasivas.

Ambos cuadros, # 3 y # 4, parecen sugerir un tratamiento similar y complementario de las variables analizadas en los productos comunicativos sobre VIH y/o SIDA en lo que respecta al grado de empoderamiento o indefensión atribuido a los personajes *Afectados*.

Cuadro No. 4
CUADRO DE ACCIONES DE LOS PERSONAJES (V 16bis)

Acciones	Frecuencia	Porcentaje
Se contagian/incrementan las cifras	153	30.00
Son vulnerables/se exponen	83	16.28
Delinquen/están privados de libertad/ se sublevan	5	0.98
Tienen prácticas sexuales de riesgo	28	5.49
Se mueren	32	6.28
Explican/denuncian/solicitan/ presionan/demandan	29	5.68
Sufren efectos secundarios e l O/pierden peso	5	0.98
Reciben antirretrovirales	70	13.74
Reciben acciones de capacitación en prevención	26	5.10
Se practican pruebas de VIH/ descubren seropositividad	12	2.35
Activan políticamente/ejercen sus derechos	22	4.31
Son discriminados/maltratados	22	4.31
Son objeto de caridad/reciben dádivas	19	3.72
Temen practicarse la prueba	4	0.78
TOTAL	510	100.00

CONCLUSIONES

En *primer lugar*, se puede constatar que el discurso utilizado para referirse a la temática sobre VIH y/o SIDA en los productos comunicativos de la prensa en Honduras, se presenta de manera descriptiva y lineal, sin mayores elaboraciones de tipo explicativo o científico, llegando en algunas ocasiones, a reflejar incluso,

modos de pensamiento y lenguaje identificados en poblaciones de escaso nivel educativo. Esto influye en que el nivel de apropiación y discusión sobre el tema no sea muy profundo.

En *segundo lugar*, puede constatarse al analizar las formas de expresión y la interacción de los personajes presentados, que existen algunos aspectos explicativos del fenómeno VIH/SIDA, que aparecen sobredimensionados y otros aparecen muy someramente o por completo ausentes. Dentro de los primeros, destacamos los enfoques biologicista y eficientista de la enfermedad y de las instituciones involucradas en su respuesta; en los segundos, cabe mencionar las acciones de tipo político y de las capacidades organizativas de las personas afectadas, las que aparecen someramente o de forma tendenciosa.

Cabe destacar como *tercer punto*, relevante para la discusión y profundización en el análisis, la estrecha visión que aportan los productos comunicativos sobre el rol del Estado en la construcción y seguimiento de políticas públicas relacionadas con el tema de VIH/SIDA, al cual hacen aparecer como fenómeno eminentemente médico con connotaciones economicistas y de tipo logístico/administrativo, tendencia superada ya en otros países.

En *cuarto lugar*, llama poderosamente la atención, la consistencia en el tratamiento a las personas afectadas en términos lastimeros, vulnerables, victimizadores, aunque también con manifestaciones de tipo moralista y discriminante. Algunos aspectos de mayores consecuencias negativas para este tipo de tratamiento informativo, son la tendencia a la negación, la victimización de la víctima, la reproducción de la indefensión, la escasa capacidad de agencia que tiende a reproducirse y el desperdicio de oportunidades de incidir positivamente en la audiencia, para crear una opinión pública proclive a la solidaridad con el tema y con las personas afectadas.

Por último, en *quinto lugar*, este estudio exploratorio sienta las bases para un nivel de análisis más profundo que nos permita dimensionar mejor el rol de los diferentes personajes del VIH y/o SIDA representados en la prensa, y también las formas de utilización del lenguaje que pueden tender a reproducir formas de pensamiento y acción con pocas posibilidades de agencia para el cambio social, tanto en la población general, como en los líderes de opinión, con el propósito de coadyuvar en la construcción de políticas públicas que propendan a una respuesta más efectiva y sostenible ante la problemática de VIH/SIDA en Honduras.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Fernández, M. A. 1986. "Una aplicación del modelo dialéctico: el proceso de mediación estructural en la prensa escrita" *REIS # 33 Enero-Marzo 1986*.
- Brown, J.D. y Walsh-Childers, K. 1996. "Efectos de los media sobre la salud personal y pública". En: Bryant, J. y Zillman, D. (Comps.) **Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías**. Barcelona-Buenos Aires. Paidós Comunicación.
- Bueno Abad, J. R., et. al. "El SIDA como enfermedad social: análisis de su presencia e investigación" *Cuadernos de Trabajo Social*. 18 (2005): 33-55.
- Cantero, B. y García, P. 2005. "Qué dice la prensa sobre el sida? Sociedad y contenidos científicos". *Enseñanza de las Ciencias., Número extra. VII Congreso*.
- Karma, T. 2005. "Una introducción al estudio de la epistemología de la comunicación desde la obra de Manuel Martín Serrano" *Cinta de Moebio* Diciembre (24). Santiago de Chile.
- Krippendorff, K. 1990. **Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica**. Barcelona. Paidós.
- Leyva, M., et. al. 2001. **Análisis crítico de la prensa hondureña, 1996-2000**. Fundación para la investigación y desarrollo de las exportaciones. Tegucigalpa. FIDE.
- Martín Llaguno, M. 2000. "De la detección al recuerdo: una historia periodística del SIDA". *ZER Revista de Estudios de Comunicación*. 2000.
- Martín Serrano, M. y otros 1982. **Teoría de la Comunicación: Epistemología y análisis de la referencia**. 2ªed. Madrid, Alberto Corazón. Cuadernos de la Comunicación.
- Martín Serrano, M. 2007. **Teoría de la comunicación: La comunicación, la vida y la sociedad**. Fac. C. Información. U. Complutense de Madrid. Madrid. Mc Graw-Hill.
- Noelle-Neuman, E. 1995. **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social**. Barcelona. Paidós Comunicación.
- Petracci, M., Quevedo, L. A. y Vacchieri, A. "Los modelos político-comunicativos del sida y el cólera en la Argentina. 1991-1993. *ZER Revista de Estudios de Comunicación* (4). 1998.
- Piñuel, J. L. 2002. "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido" *Estudios de Sociolingüística* 3 (1) Madrid.
- República de Honduras. Secretaria de Salud y ONUSIDA. 2002. **Análisis de la Situación y Análisis de la Respuesta Nacional en VIH/SIDA en Honduras**.

Informe Final. Tegucigalpa.

Revuelta, G, et. al., "El SIDA en los medios de comunicación. Análisis comparativo de El País, La Vanguardia y The New York Times en los veinte años de historia de la enfermedad (1981-2001)" *QUARK* (24). Parc de Reserca Biomédica de Barcelona. 2002.

Sontag, S. 2003. **La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas.** Taurus Pensamiento. Buenos Aires.

Anexo

VARIABLES IDENTIFICADAS EN LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS SOBRE VIH/SIDA

Base de Datos	Protocolo	Variable
Archivo de Noticias	Corpus de Noticia	Código de la Referencia
		Titular/Encabezado
		# de Página
		Noticia
		FN V 1. Periódico
		FN V 2. Fecha
	Protocolo de Análisis de Referencia	Código de la Referencia
		Titular/Encabezado
		Subtítulo
		# de Página
		FN V 1. Periódico
		FN V 2. Fecha
		FN V 3. Página
		FN V 4. Sección del diario
		FN V 5. Formato de la noticia
		FN V 6. # de palabras de la noticia
		FN V 7. Fuente que rubrica la noticia
		FN V 7bis Nombre de la agencia
		FN V 8. Referencia a los términos VIH y/o SIDA
		FN V 9. Imágenes en la noticia
	FN V 11. Relación del pie de página con el texto	
FN V 11bis Relación de la imagen con la noticia		
	FN V 1. Periódico	
	FN V 2. Fecha	
	FN V 3. Página	
	FN V 19. Ámbito de la noticia	
	FN V 21. Tema que se destaca	

Base de Datos	Protocolo	Variable
	Análisis del Relato	FN V 22. Relato
		FN V 23. Retóricas utilizadas
		FN V 24. Referentes de los mediadores
		FN V 25. Opiniones discordantes
		FN V 26. Prejuicios o estereotipos
		Observaciones y comentarios
Base de Datos de Personajes	Presentación 1	Código del personaje
		Código de la referencia
		Nombre del personaje
		V 12. Naturaleza del personaje
		V 12bis Grado de individuación del personaje
		V 13. Roles de los personajes
		V 15. Función de los personajes
		V 15bis Relevancia de los personajes
		V 16bis Acciones de los personajes
V 17 bis Clase de personaje		