

Los encuadres sanitarios en prensa española: El caso de la gripe A y la bacteria E. coli

The Sanitary framing in Spanish press: Swine flu virus and E. coli bacterium

Paloma López Villafranca¹
Universidad de Málaga, España
Email: pallopvil@uma.es

Recepción: 01/10/2012 Revisión: 12/11/2012 Aceptación: 19/12/2012 Publicación: 21/12/2012
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-4-2012-10-221-246>

Resumen

La siguiente investigación analiza el encuadre que se realiza en prensa sobre las crisis sanitarias de la gripe A y la bacteria E.coli en los diarios El País, El Mundo y ABC. Se utiliza la metodología del análisis de contenido en una muestra que abarca el periodo en el que más noticias se generaron sobre ambas crisis. Se ha comprobado de este análisis el reflejo en prensa de dos crisis sanitarias con un enfoque muy distinto, propiciado por las fuentes institucionales y oficiales que han resultado ser las principales portadoras de información frente a las fuentes científicas o sanitarias, con escasa relevancia para la prensa.

Palabras Clave: Encuadres Noticiosos - Teoría del Framing - Crisis Sanitaria - Gripe A - Bacteria E.Coli

Abstract

The following analysis is focused on the approach made by newspapers such as El País, El Mundo and ABC about the sanitary crisis of A Flu and E.coli bacteria. The methodology used is the analysis of content of a wide range of news samples generated during both crisis. As a result of this analysis it is made clear that both crises have been approached by Spanish press in different ways, giving more importance to government and official sources in opposition to the lack of relevance given to scientific or sanitary ones.

Key Words: Framed News - Framing Theory - Sanitary Crisis - A Flu - E.Coli Bacterium

Sumario

1. Introducción
- 1.1. Comunicación sanitaria y crisis
- 1.2. Crisis sanitaria y discurso del miedo
- 1.3. Teoría del encuadre
- 1.4. Objetivos e Hipótesis

¹ Profesora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Málaga.

2. Metodología
3. Gripe A y crisis del pepino en la prensa española; ABC, El País y El Mundo
 - 3.1. Ubicación de los textos
 - 3.2. Patrón Agudo
 - 3.2.1. Utilización de portadas alarmistas y titulares negativos
 - 3.2.2. Extensión de la información
 - 3.2.3. Autoría de la información
 - 3.2.4. Fuentes
 - 3.3. Contenido de la información
 - 3.4. Información gráfica
4. Conclusiones y discusión
5. Referencias

Summary

1. Introduction
 - 1.1. Sanitary communication and crisis
 - 1.2. Sanitary crisis and speech of the fear
 - 1.3. Framing
 - 1.4. Objectives and hypothesis
2. Methodology
3. A Flu and cucumber crisis in Spanish press; ABC, El País and El Mundo
 - 3.1. Texts localization
 - 3.2. Severe pattern
 - 3.2.1. Use of alarming front pages and negative headlines
 - 3.2.2. Length of information
 - 3.2.3. Information authorship
 - 3.2.4. Sources
 - 3.3. Content of the information
 - 3.4. Graphic information
4. Conclusion and discussion
5. References

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Comunicación sanitaria y crisis

Comunicar sobre salud es una de las tareas más delicadas para el profesional de los medios de comunicación, sobre todo si carece de especialización, y para la administración responsable de proporcionar información fidedigna al ciudadano, que no posee el conocimiento científico sobre lo acontecido o lanza mensajes que, de forma consciente o no, obedecen a determinados intereses. Cuando la salud o la propia supervivencia se ven amenazadas por una pandemia como la de la gripe A o un brote alimentario como el causado por la bacteria E. coli, el papel de los medios es fundamental, ya que puede

contribuir en mayor o menor medida a construir una realidad que poco tenga que ver quizás con lo sucedido.

“Cuando se produce una crisis en sanidad, las instituciones tienen que comunicar los riesgos a los ciudadanos. La comunicación de riesgo se basa en difundir mensajes que ayuden a la población a conocer los orígenes de la crisis, las amenazas, el nivel de alerta y las medidas a adoptar para minimizar los daños, basado frecuentemente en las apelaciones al miedo como factor persuasivo para convencer a la población que actúe como se le demanda” (Rodríguez Andrés, 2011: 33).

De forma previa a la comunicación de crisis se debería haber previsto la comunicación de riesgos o una comunicación preventiva que brilla por su ausencia en casos extremos, como los que se llegan a producir por epidemias o enfermedades que alarman a la sociedad que no tiene información o la información a la que accede provoca aún mayor incertidumbre o miedo.

1.2. Crisis sanitaria y discurso del miedo

A esta falta de información o información inadecuada se suma el interés de las fuentes por lanzar mensajes determinados y el impacto en la sociedad. Se produce una retroalimentación, ya que se lanza el mensaje, se genera una reacción en la población que al mismo tiempo condiciona una actuación determinada en quienes tienen la máxima responsabilidad política para evitar o solucionar la crisis. Lo cierto es que atendiendo al discurso del miedo, en ambos casos en el de la pandemia de la Gripe A, y en el de la crisis sanitaria de la bacteria E.coli, los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación dieron lugar a acciones concretas, por medio de decisiones tomadas por las administraciones responsables. Muy evidente, aunque de forma posterior a la crisis, la pandemia de gripe A influyó en el funcionamiento del sistema público, en la rutina diaria y en los riesgos para la población, además de suponer un gasto económico inútil.

“La declaración de pandemia modificó las prioridades de los servicios públicos de toda Europa, se utilizaron grandes sumas de dinero público para adquirir medicamentos que no llegaron a utilizarse y se creó riesgos sanitarios por el uso de vacunas que no pudieron ser

convenientemente probadas antes de su autorización mediante procedimientos de urgencia” (Lorente, Antolín y Fernández, 2010: 3).

En relación a la intoxicación por la bacteria E. coli, las primeras medidas que se adoptaron al inicio de la crisis se centraron en inmovilizar alimentos considerados causantes de la infección por parte de las autoridades internacionales y el comercio exterior. La exportación de frutas y verduras de España se paró completamente, con pérdidas para los productores que se estimaron en torno a los 200 millones a la semana².

1.3. Teoría del encuadre

Las noticias que solemos ver en televisión o que leemos en prensa, en la red o escuchamos en la radio se ajustan a la regla periodística de Galtung y Ruge “bad news is goog news” (1965: 117)³, en la que se argumenta que al público parece interesarle más las historias que llaman la atención, que suponen novedad y que son fundamentalmente catastrofistas, alarmistas y sensacionalistas. Estas noticias copan los informativos de las televisiones de máxima audiencia, que es el producto informativo que consume la mayoría. Por tanto, la realidad que nos llega del mundo es la que percibimos a través de la pantalla del televisor o los titulares que leemos en prensa y las noticias de la radio o en la web. Somos espectadores de una realidad encuadrada, que nos presentan los medios y como tal, tendremos también que hacer un análisis de una realidad que quizás no se corresponda con precisión a lo que realmente aconteció. Apreciamos en los medios de comunicación estos encuadres en los dos casos de análisis que nos ocupan, en la crisis sanitaria por la pandemia de gripe A y por la bacteria E. coli.

Agenda Setting y Teoría del Framing plantean que los contenidos informativos no sólo fijan la agenda pública, sino que también dictan implícitamente una forma de pensar sobre ciertos asuntos (Igartua y Humanes, 2004). Después de varias décadas de estudios, el artículo publicado por McCombs y Shaw en 1993, introduce un nuevo aspecto en el que se afirma que la forma en que nos cuentan las cosas sí que influye en la forma de percibir la realidad. McCombs y Evatt plantean que los medios encuadran la realidad y nos ofrecen distintos enfoques de la misma. Los medios también pueden dirigir a la opinión pública.

² EL PAÍS, 29 de julio de 2011.

³ Citado por Wolf, M. (1996: 230).

En los últimos 20 años, la teoría del framing o del encuadre, ha ocupado un lugar destacado entre los estudiosos de los medios de comunicación Tankard (Sádaba, 2001: 165)⁴ especifica algunos mecanismos que sirven para analizar los frames, como la observación y análisis de elementos como titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, entradillas, fuentes, citas, estadísticas, tablas o gráficos. De forma conjunta o separada se puede desprender el enfoque de una noticia porque puede determinar las ideas que se destacan y aquellas que se ocultan.

1.4. Objetivos e hipótesis

La hipótesis de este análisis se basa en demostrar que, según el encuadre que los medios de comunicación realizan sobre una crisis sanitaria, se produce una reacción en la sociedad y de forma consecuente en la administración responsable que le lleva a actuar de una determinada manera.

El gobierno español reaccionó en estas dos crisis de forma muy distinta. Con inversiones económicas precipitadas en tratamientos y campañas de vacunación, en el caso de la epidemia del H1N1. A pesar de que las autoridades políticas en nuestro país intentaron lanzar desde un principio imagen de calma y tranquilidad, las imágenes y noticias en prensa acrecentaron la alarma social y el miedo al contagio, con lo que la presión social influyó en que el gobierno se centrara en adquirir antivirales y vacunas para el mayor número de población posiblemente afectada.

En la segunda crisis, el análisis se basa en el brote infeccioso que se produjo en Alemania en el año 2011 con más de 2.500 afectados o con síntomas de la bacteria *Escherichia coli*. En primer lugar se apuntó al pepino español (de ahí el nombre de crisis del pepino en España) como causante del brote, focalizado en Hamburgo, lo que ocasionó graves pérdidas a los agricultores andaluces y a la economía española en general. En la crisis del pepino, primó el aspecto económico por encima de la crisis de salud y a ello también contribuyó la imagen que la prensa dio sobre el brote infeccioso. De la alarma social de la gripe A y el miedo al contagio se pasó al otro extremo, la utilización del método Palomares⁵, políticos y líderes de

⁴ Citado por NOGUERA (2006: 200)

⁵ Se le denomina método Palomares en prensa porque se asemeja al incidente que ocurrió el 17 de enero de 1966 en la localidad de Palomares, Almería, cuando un choque entre dos aviones estadounidenses hacía caer

opinión consumiendo el producto bajo sospecha, el pepino español. La sociedad española no condena el consumo del pepino nacional gracias no sólo a la reacción política, también existe una imagen en los medios de la crisis muy distinta y desde los mass media se apoya el consumo no sólo del pepino, de todas las hortalizas del país. No ocurre lo mismo en Alemania y en el resto de la Unión Europea, que tienen una visión muy distinta del consumo de esta hortaliza.

Objetivos:

1. Identificar las fuentes que generaban la información para proporcionar ese encuadre de la realidad subjetivo.
2. Comprobar la asociación entre imágenes y palabras clave para constituir un determinado enfoque o encuadre.
3. Relacionar estos encuadres con hechos concretos y realizar una comparativa de ambos casos.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este estudio es análisis de contenido en prensa. A través de esta metodología se produce el análisis de los encuadres de las noticias sobre la gripe A y la crisis por E.coli en los medios de comunicación, en concreto en la prensa escrita, en los tres diarios de mayor difusión en España: El País, El Mundo y ABC.

La pretensión de este investigación al utilizar esta metodología es constatar de dónde procedía la información sobre estas enfermedades, qué fuentes, además de los organismos oficiales, generaron esta información, qué tratamiento se le dio en los medios analizados, si era positiva o negativa, qué tipo de imágenes se utilizaron y de qué forma se disponían en la edición impresa, las palabras más usadas y qué lugar ocupaban estas noticias, informaciones, en los diarios objetos de estudio.

Para analizar ambos casos se han tomado como muestra 391 noticias de la gripe A y 89 de la crisis del pepino, procedentes de 3 diarios, los más leídos según OJD durante el año 2009 y 2011: El País, El Mundo y ABC. En el caso de la gripe A, el periodo analizado comprende desde el 26 de abril, fecha en la que la enfermedad copa las portadas de los diarios de todo

al mar un artefacto radioactivo. La imagen del suceso era el baño del ministro franquista de Turismo, Manuel Fraga, que quería demostrar que la playa no estaba contaminada para evitar la imagen negativa de España en el extranjero y en el territorio español, ya que el Turismo era la principal fuente de ingresos del país.

el mundo hasta principios de julio de 2009, que es cuando se produce la primera muerte. El análisis de la crisis por E.coli abarca desde que se consideraron causantes del brote los pepinos españoles, el 26 de mayo de 2011 hasta el 10 de junio de este año, fecha en que Alemania levanta la alerta contra el consumo de productos agrícolas sospechosos y confirma que los brotes de soja son el origen de la intoxicación.

El campo de estudio ha sido acotado de forma espacial en España, por la diferencia de enfoques en este país, frente al tratamiento informativo que se le dio a la crisis del pepino en el resto de Europa.

Así pues el Muestreo de las fuentes lo componen los tres diarios de mayor tirada en 2009 y 2011:

Tabla 1. Muestreo

PROMEDIO DE DIFUSIÓN OJD	ABC	EL MUNDO	EL PAÍS
2009 (enero-diciembre)	248.742 ejemplares	312.736 ejemplares	364.544 ejemplares
2011 (enero-diciembre)	221.351 ejemplares	252.770 ejemplares	365.117 ejemplares

Fuente: OJD promedio enero-diciembre 2009 y promedio enero-diciembre 2011

Definimos las categorías por una parte atendiendo a aspectos formales relacionados con el espacio en la edición impresa, según el diario de consulta, la fecha de publicación, la sección, número de página, si es par o impar, el espacio que ocupa la información y la fuente que firma la pieza. En el caso de la imagen, teniendo en cuenta si es fotografía, gráfico o cualquier otro tipo de ilustración, el tipo de plano utilizado, si va acompañada de un pie de foto descriptivo o identificativo y la autoría de la misma, el hecho de que sean imágenes procedentes de agencia o realizadas por un reportero gráfico del periódico.

Con respecto a la procedencia de la información, de quien parte la misma en ambos casos, analizamos las fuentes identificadas, muy importantes en crisis de salud porque según determinemos de quién procede la información podremos obtener juicios de valor sobre el enfoque que se le da a la información. Dentro de estas fuentes identificadas atendemos a dos ámbitos: sector público y sector privado. En el sector público se han tenido en cuenta como actores principales: Gobierno, Ministerio de Sanidad, otros Ministerios, Gobiernos

Autonómicos, Consejerías de Sanidad, OMS, otras instituciones públicas, autoridades sanitarias internacionales, autoridades internacionales, centros hospitalarios, profesionales sanitarios del sector público, partidos políticos (oposición), sindicatos. El sector privado se clasifica en ciudadanos afectados, farmacéuticas, profesionales sanitarios del sector privado, científicos de centros privados, asociaciones y otras entidades afectadas, y la categoría de otros en ambos sectores para fuentes que no sean fáciles de catalogar.

Con respecto al contenido en el análisis se tiene en cuenta la valoración en escala del 0 (muy negativo) al 10 (muy positivo) del titular, subtítulo y el contenido de la noticia. Siguiendo con el contenido existe una clasificación de temáticas abordadas como las más frecuentes diferenciadas según el estudio del caso.

La última de las categorías a tener en cuenta en el análisis de contenido es la frecuencia de utilización de las palabras claves en estas noticias. Nos basamos en estas palabras o variantes de la misma. En la gripe A; pandemia, alerta, alarma, contagio, brotes, muerte, casos sospechosos, virus, infectados (o derivados), afectados (derivados), aislados, epidemia, ingreso/hospitalización, expansión, medidas y casos graves. En la crisis del pepino se suelen repetir constantemente palabras como; intoxicación, muerte, sospechosos, bacteria, contaminados, afectados (derivados), infectados, epidemia, ingresos/hospitalización, expansión, pepinos españoles, alerta, brote, contagio y alarma.

3. GRIPE A Y CRISIS DEL PEPINO EN ABC, EL PAÍS Y EL MUNDO

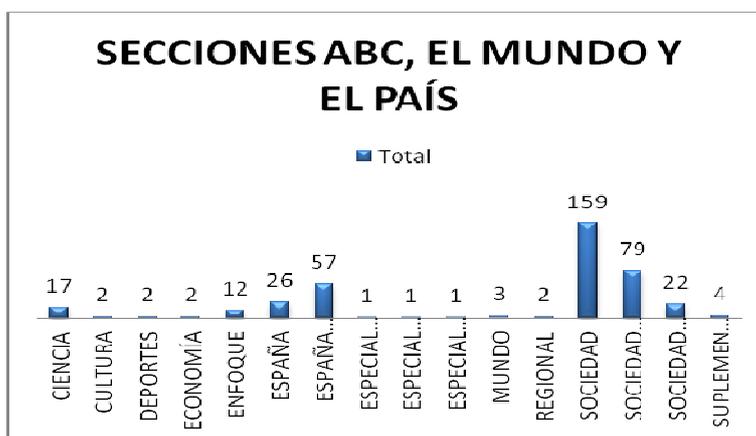
Adoptamos la perspectiva inductiva para extraer los encuadres noticiosos sobre ambas crisis sanitarias en los diarios de información general en España (El País, El Mundo y ABC) utilizando como técnica de recogida de datos el análisis de contenido, en el que hemos abundado en el apartado de metodología. Para ello mostramos el resultado de nuestro análisis en los siguientes apartados.

3.1. Ubicación de los textos

Con respecto a las secciones existe similitud entre la crisis sanitaria de la gripe A y la crisis de la bacteria E.coli, ya que estas noticias se ubican en la sección de Sociedad.

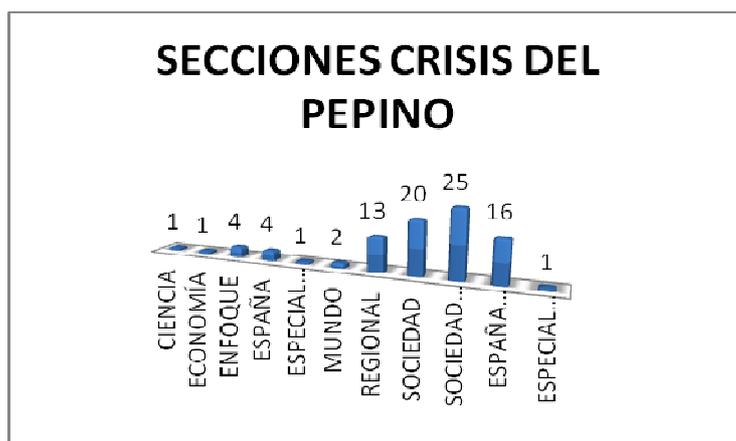
En el caso de la gripe A, El País y ABC dedican un espacio especial a la pandemia, que se encuadran en la sección de Sociedad, incluso cuando no adquieren el matiz de ser información especializada, según los acontecimientos. En El Mundo, sin embargo, las noticias se ubican bajo la sección España, aunque sean internacionales. Habría resultado más lógico ubicar esta información en la sección que tiene dedicada a Internacional, y que denomina Mundo. El único diario que de forma más habitual incluye en Salud las noticias sobre gripe A es el Mundo, que cuenta con este suplemento especializado independiente del especial del fin de semana, que es donde el resto de diarios aborda de forma científica o rigurosa estas informaciones. Por tanto, entre semana y como noticias El Mundo aborda la temática de la pandemia en una sección especializada.

Gráfico 1. Secciones en ABC, El Mundo y El País en la gripe A



Fuente: Elaboración propia

En la crisis del pepino, ABC y El País, utilizan la denominación de Especial Crisis de los Pepinos, y en el diario El Mundo, de nuevo bajo la denominación Alerta Sanitaria, en Nacional, en la sección España. Vuelve a ser la sección de Sociedad la que englobe la mayoría de las noticias. En esta ocasión si tiene mayor cabida la información en Regional, en Andalucía, se le da protagonismo a esta crisis alimentaria por la influencia en la economía de las pérdidas ocasionadas y porque es en Andalucía donde se señala al apuntar como foco de infección productos de la comunidad andaluza.

Gráfico 2. Secciones en ABC, El Mundo y El País en la crisis del pepino

Fuente: Elaboración propia

1.2. Patrón Agudo

Según los trabajos del Informe Quiral⁶, (Observatorio de la Comunicación Científica, UPF, informe anual sobre la salud en la prensa española), la cobertura periodística que obedece al Patrón Agudo se corresponde con una cobertura rápida (noticias cortas), poco especializadas (uso de información procedente de agencias, fuentes oficiales e institucionales) y de gran impacto mediático (frecuencia elevada de portadas y editoriales) (Revuelta y De Semir, 2008: 57). A través de los siguientes resultados se demuestra que el tratamiento periodístico en estos diarios obedece a este patrón por abundante utilización de portadas alarmistas y titulares negativos, la extensión de la información, la utilización de información procedente de agencias y de fuentes institucionales.

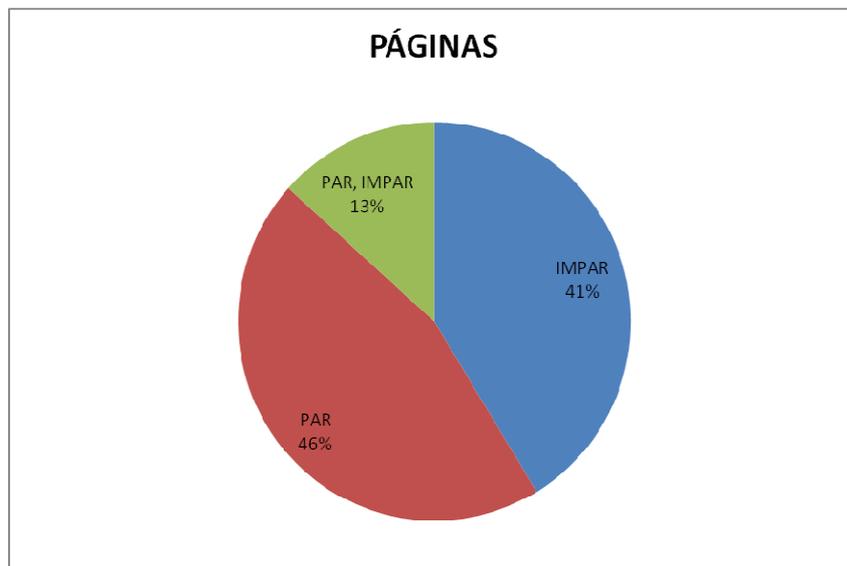
3.2.1. Utilización de portadas alarmistas e impactantes y titulares negativos

En la crisis de la gripe A Se producen 64 portadas en estos tres diarios analizados en un periodo de 67 días. A una media de unas 20 portadas cada periódico aproximadamente, puede decirse que la información en estos meses ocupa un espacio fundamental en la actualidad. El periódico con mayor número de portadas es El País, con 23 portadas, con un porcentaje del 36 por ciento, seguido del diario El Mundo, con 21 portadas, un 33 por ciento, y por último el ABC con 20 portadas, alcanzando el 31 por ciento.

⁶ Revuelta, G y De Semir, V. (2008). Medicina y salud en la prensa diaria. Informe Quiral 10 años. Barcelona: Observatorio de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra.

Curioso resulta que aunque exista un número significativo de portadas, estas noticias se ubican en un porcentaje mayor en páginas par, en un 46%, frente al 41 por ciento en páginas impares y con un número importante de páginas dobles dedicadas a esta temática, el 13%.

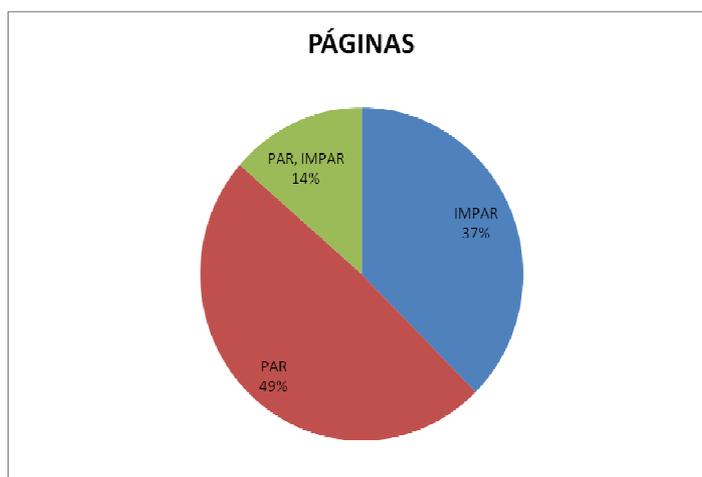
Gráfico 3. Utilización de páginas pares e impares sobre gripe A



Fuente: Elaboración propia

Se generan durante el momento crítico de la crisis por E. coli 24 portadas entre los tres diarios en una quincena, que es aproximadamente lo que dura la crisis. El País es el que genera más portadas o es el diario en el que más aparece la crisis del pepino en portada con el 46%, seguido del diario El Mundo con el 37%, y el que menos portadas dedica a la temática es ABC con el 17%.

La crisis del pepino se trata en portada prácticamente a diario pero abundan en número estas noticias en las páginas pares, donde se ubica el 49% de las piezas, frente al 37% en página impar, y en doble página el 14%. Son cifras muy similares a las del análisis sobre gripe A.

Gráfico 4. Utilización de páginas pares e impares sobre crisis del pepino

Fuente: Elaboración propia

La valoración realizada de titulares y subtítulos en la información del virus H1N1 en escala del 0 al 10 es en la mayoría de las ocasiones, en el 71% muy negativa:0, frente a un 3% muy positiva: 10. Predominan los titulares muy negativos y los subtítulos en igual medida. El rasgo diferenciador en los subtítulos es que hay titulares neutros en un porcentaje del 19% y subtítulos en un 21%, con una puntuación del 5 y sólo como buenos titulares, puntuación del 6 constan un 6% y subtítulos en un 3%.

La valoración de los titulares y subtítulos sobre la crisis del pepino es muy negativa, en el caso de los titulares en el 59% y en el subtítulo en el 62%. La calificación es neutra o igual a 5 en el 32% de los titulares y en el 27% de los subtítulos y positiva en el 6% en ambos casos.

Con respecto al caso del virus H1N1 nos encontramos en la crisis del pepino un porcentaje de noticias con titulación muy negativa menor, en aproximadamente un 10% de titulares y ese 10% se incluye en las noticias con titulares neutros, ya que en el caso de la crisis del pepino hay un 30% de titulares neutros frente al 20% de la gripe A. Resulta destacable que no existan titulares muy positivos frente a los que aparecen en la gripe A, en un porcentaje del 3%.

3.2.2. Extensión de la información

En gripe A con respecto a la distribución de los textos predominan las informaciones de menos de un cuarto de página, con un porcentaje del 25 %, seguidas de las de media página, con un 20%, las de un cuarto de página y tres cuartos de página poseen el mismo porcentaje,

15%, 13% una página y un 12% las informaciones a doble página. Se cumple la premisa sobre mayor número de noticias cortas.

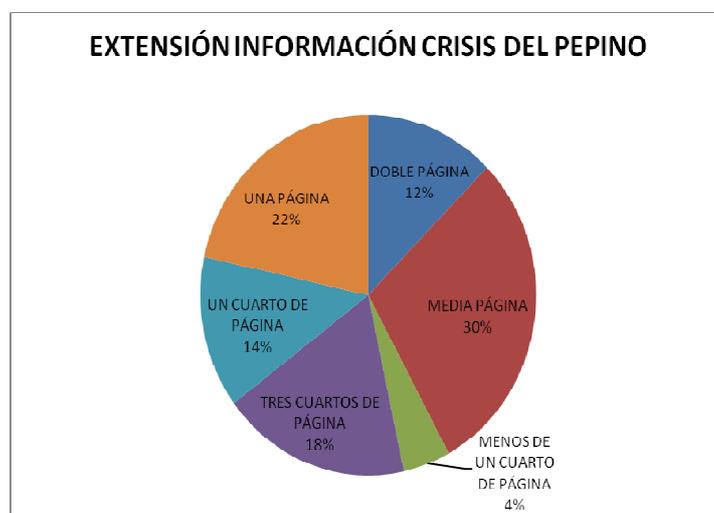
Gráfico 5. Extensión de las informaciones en la gripe A



Fuente: Elaboración propia

A diferencia de la gripe A en el tratamiento sobre la bacteria E. coli se le dedica más espacio a la información, que se centra en las preocupaciones del país como exportador de frutas y hortalizas a los países afectados. El 30% de las piezas ocupan media página, una página el 22%, el 18% tres cuartos y doble página el 12%. Frente a noticias de un cuarto de página, 14%, y menos de un cuarto, 4%. Se ha tratado la información de forma más amplia que en la gripe A, que utilizaba un mayor número de noticias breves en un cuarto y menos de un cuarto de página.

Gráfico 6. Extensión de las informaciones en la crisis del pepino



Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Autoría de la información

La mayoría de las noticias las redacta el periodista, siendo su participación mayor en la crisis del pepino que en la gripe A con un 97% de autoría frente al 86% de la pandemia. La información de agencias no es exclusiva, si hay noticias de agencias también hay participación del periodista, con un 3%, no ocurría lo mismo con la gripe A, que tiene información exclusiva de agencia en un porcentaje del 4%.

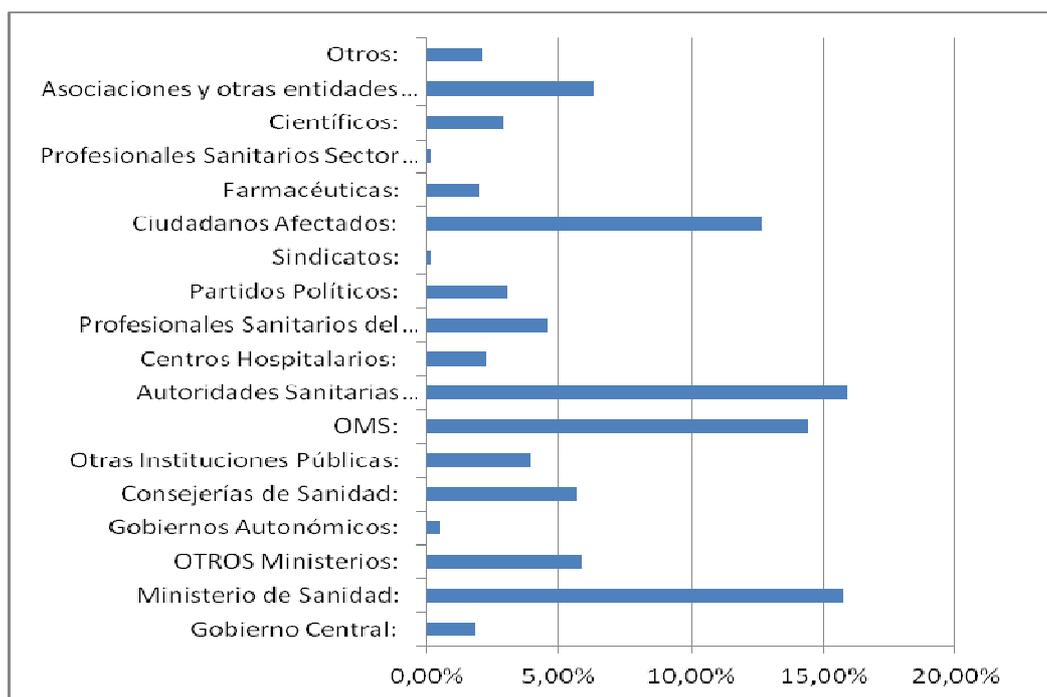
En la información sobre el virus H1N1 son productores de las imágenes, autores, las agencias en un 48% de las piezas, frente al 43% que elabora el personal del diario o el 5% que utilizan de forma conjunta imágenes o gráficos propios y elaborados por agencia. Este dato es muy llamativo porque frente a la información que elabora mayoritariamente el periodista, la imagen en casi un 50% de las ocasiones procede de agencias.

Las imágenes de la crisis del pepino proceden en un porcentaje muy parecido de periodistas de la redacción (46%) y agencias (48%). Las imágenes de las agencias suelen ser del foco de la epidemia y de autoridades internacionales y políticos, frente a las imágenes de agricultores que suelen tomar los reporteros gráficos de los diarios. El tanto por ciento de imágenes sin identificar es del 4%, similar a la gripe A, 3%.

3.2.4. Fuentes

Las fuentes que transmiten la información sobre gripe A son fundamentalmente políticas e institucionales, Ministerio de Sanidad (16%), autoridades sanitarias internacionales (16%), OMS (14%), otros ministerios (6%), consejerías de sanidad (6%), otras instituciones públicas (4%), gobiernos central (2%), partidos políticos (3%). Estas fuentes han suministrado la información en más de la mitad de la muestra escogida, en un 57% de las ocasiones. Los ciudadanos afectados han sido protagonistas en un porcentaje del 13%, las asociaciones y otras entidades afectadas por el virus han tenido voz en un 6% de las informaciones. Los expertos en la materia, profesionales sanitarios del sector público (5%), científicos (3%), fuentes de centros hospitalarios (2%), conforman un 10% de las fuentes emisoras de información frente a las versiones oficiales y políticas de la pandemia. Las farmacéuticas se implican directamente en la información como fuentes en el 2% de estas noticias.

Gráfico 7. Fuentes de las noticias sobre gripe A en ABC, El País y El Mundo



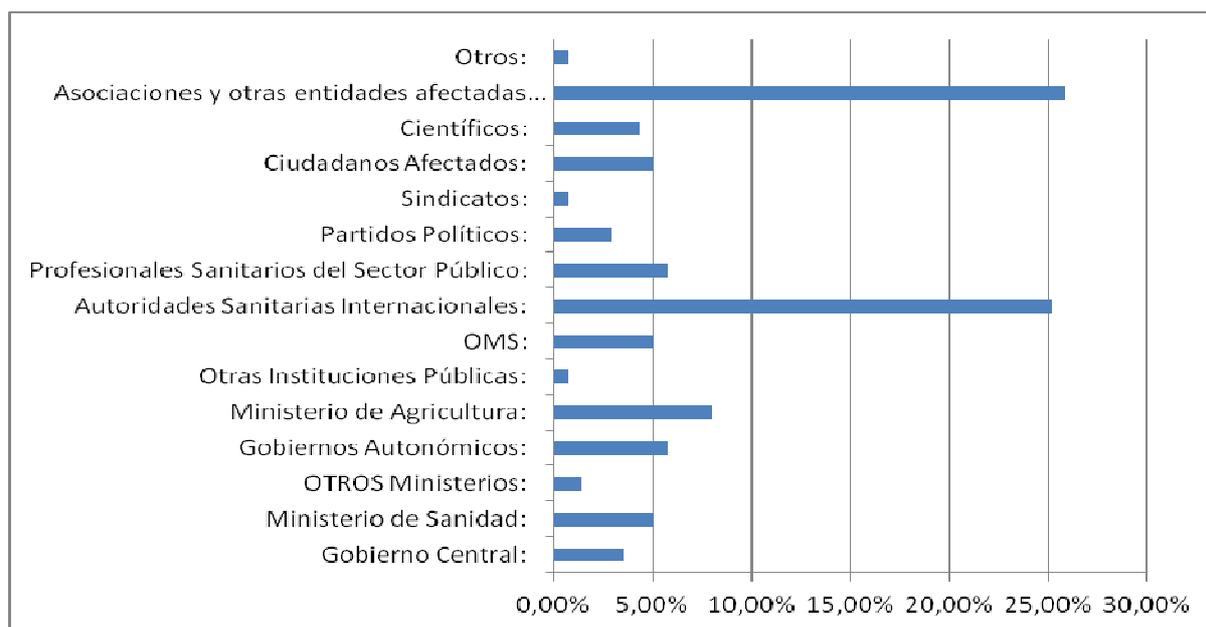
Fuente: Elaboración propia

Las fuentes por la crisis del pepino que aparecen de forma mayoritaria en las noticias son la de las entidades afectadas, (la mayoría empresarios agrícolas, asociaciones agrarias y otras empresas relacionadas con el sector hortofrutícola), suponen el 26%, son protagonistas por la implicación económica que para los agricultores y sector agrario supuso la crisis. De forma que el enfoque de esta crisis alimentaria según las fuentes de quienes se nutren los periodistas es muy distinto al de la pandemia de 2009.

Los políticos también tienen protagonismo, por ser quienes generan la crisis y quienes imponen medidas restrictivas al comercio español, las autoridades internacionales suponen el 25% de las fuentes, le siguen el Ministerio de Agricultura, con un 8% y el de Sanidad, con un 5% de participación en la información generada. La oposición participa en un 3% de las unidades analizadas.

La OMS tiene escasa presencia, a pesar de ser una crisis alimentaria y de crear tensiones en al ámbito sanitario, su participación en la muestra de análisis es del 5%. Aumenta con respecto a la gripe A la participación de científicos, 4% y sanitarios del sector público, 6%.

Gráfico 8. Fuentes de las noticias sobre crisis del pepino en ABC, El País y El Mundo



Fuente: Elaboración propia

3.3. Contenido de la información

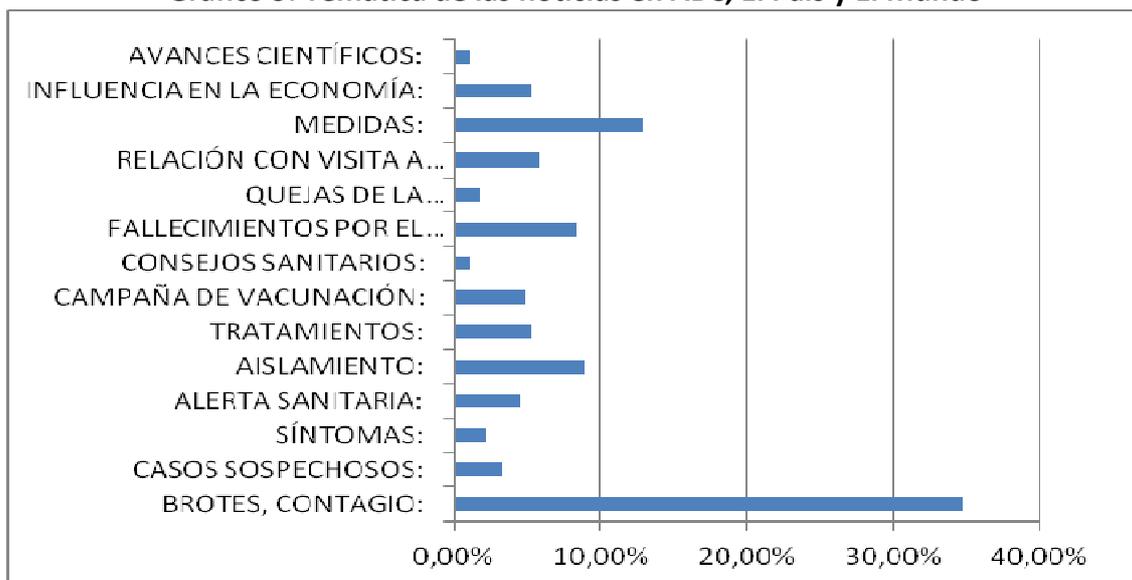
Las noticias de la gripe A son más negativas que las de la crisis del pepino con un 56% de noticias muy negativas o igual a 0 frente a las de la crisis alimentaria de la bacteria E. coli con un 43%. Hay más noticias con contenido neutro en la crisis del pepino, con un 35% de noticias neutras frente a un 22% de noticias con valoración 5 en la gripe A. Ocurre lo mismo que con los titulares y subtítulos no hay valoración muy positiva, que sí la hay en la alerta sanitaria de la gripe A, pero si hay noticias negativas con un 4 en un 12 % del porcentaje.

La valoración del contenido en las noticias sobre e.coli en escala de 0 a 10 es muy negativo o igual a 0 en el 43% de las unidades informativas, neutro en el 35% y positivo en el 7%. Es negativo pero sin llegar a ser muy negativo, con un 4, 3 y 2 de valoración en el 9% de las noticias.

Los temas principales en las noticias sobre gripe A tienen que ver en un porcentaje mayoritario, 38% con contagio y brotes. Son las preocupaciones fundamentales que transmiten las fuentes y los afectados. Las medidas preventivas, económicas o políticas se sitúan por detrás con un porcentaje del 13%. Les siguen noticias sobre aislamiento de enfermos, un 9%, los fallecimientos por el virus con un 8% y la relación de los enfermos con visitas a países afectados, 6%. Entre otras unidades con contenidos con porcentajes del 5%

se abordan los tratamientos, la campaña de vacunación, alerta sanitaria o la influencia en la economía. Los síntomas y quejas de la administración competente conforman cada temática un porcentaje del 2% y los consejos sanitarios, que deberían formar parte de los mensajes con mayor difusión en la política preventiva sólo suponen un 1% del total de la temática tratada, junto a los avances científicos, que obtienen también un 1% del total de los contenidos tratados.

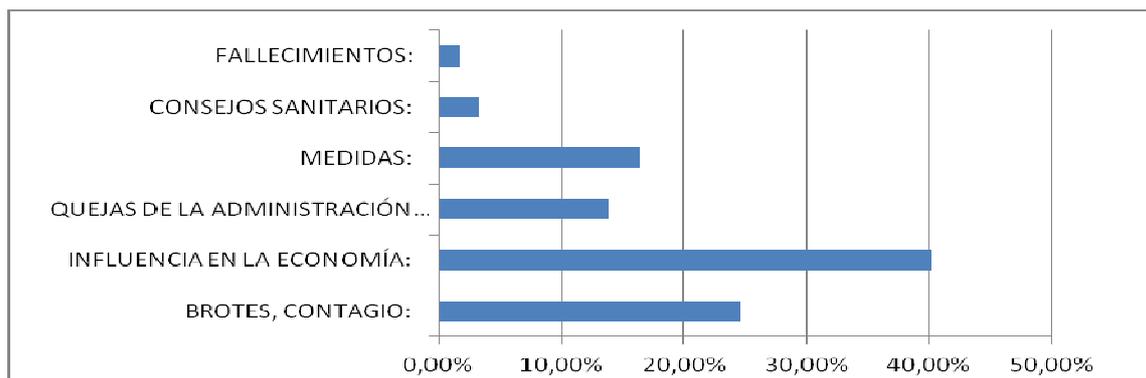
Gráfico 9. Temática de las noticias en ABC, El País y El Mundo



Fuente: Elaboración propia

El tema principal en la crisis por la bacteria e. coli es la influencia de la crisis en la economía, con un porcentaje del 40%, seguido del tema de los brotes o contagios, con el 25%, medidas políticas con un 16%, quejas de la administración responsable, sobre todo quejas de las autoridades internacionales que generan esta crisis, con un 14% y en menor medida, consejos sanitario con un 3% y se comenta muy poco los fallecimientos o posibles consecuencias de la enfermedad, no llega ni al uno por ciento, a diferencia de la gripe A que trata los decesos, tratamientos, síntomas y otras cuestiones relacionadas.

Gráfico 10. Temática de las noticias en ABC, El País y El Mundo



Fuente: Elaboración propia

La palabra clave o más común en la gripe A es virus, ya que supone el 16% de las palabras claves utilizadas. Les siguen afectados (11%), contagio (10%), muerte (9%), pandemia (8%), infectados (8%), brotes (7%), aislados (6%), epidemia (6%), alerta (6%), ingresos (6%), casos sospechosos (5%) y por último medidas preventivas (2%). Son palabras que se suelen repetir en las informaciones y se convierten en habituales en la prensa.

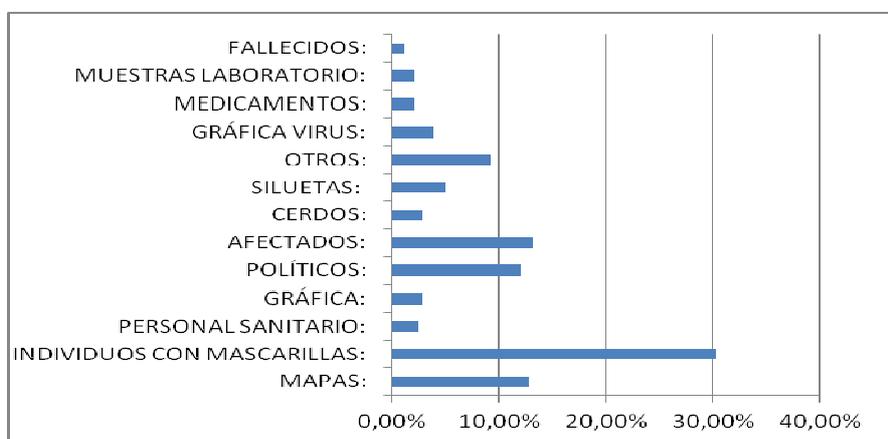
Las palabras claves en la crisis del pepino son; bacteria (19%), alerta (14%), muerte (13%), infectados (13%), pepino (12%), afectados (10%), epidemia (5%), contagio (4%), ingresos (4%), casos sospechosos (3%), intoxicación (2%), medidas (1%). Es significativo que se utilice más la palabra muerte y alerta en estas noticias que en la gripe A y que el efecto causado en la audiencia sea muy distinto.

3.4. Información gráfica

La temática de las imágenes en gripe A son determinantes para lograr un frame determinado. Predominan las imágenes de individuos con mascarillas, con un porcentaje del 30%, seguidos con un porcentaje del 13% de imágenes de afectados,(puede tratarse de enfermos, personas aisladas o con factores propicios al contagio, o individuos o entidades afectadas en el terreno económico) y las infografías de mapas del mundo o de España con zonas donde residen afectados por el virus. Aparecen de forma complementaria a los gráficos imágenes de siluetas humanas y animales para explicar el desarrollo del virus en un porcentaje del 5% del total de las imágenes empleadas. El 12 % de las imágenes utilizadas son identificativas y corresponden a políticos o personalidades de relevancia en las administraciones competentes. Son frecuentes en este porcentaje imágenes de la ministra de

Sanidad, Trinidad Jiménez, la directora de la OMS, Margaret Chan, otros ministros como Carmen Chacón o José Blanco, el presidente del gobierno en 2009, José Luis Rodríguez Zapatero o el por entonces jefe de la oposición, Mariano Rajoy. En otros, el 9% de las imágenes, se incluyen militares, cuartel de Hoyos o las fachadas de hospitales y edificios, como colegios, donde se ha detectado el brote del virus. El 4% corresponde a gráficos sobre el virus. Otras imágenes utilizadas en un porcentaje idéntico el 3% son imágenes de cerdos, otros gráficos, personal sanitario. Al 2% corresponden fotografías de muestras de laboratorio, en este porcentaje se sitúan instantáneas de medicamentos y al 1% corresponden imágenes de fallecidos por el virus.

Gráfico 11. Temática de las imágenes sobre gripe A en ABC, El País y El Mundo



Fuente: Elaboración propia

La temática más recurrente en las instantáneas en el segundo caso de estudio es el pepino español. Aparece en buen estado, desperdiciado, como medida de protesta, como degustación y todo ello en el 29% de las imágenes analizadas. Los políticos son los actores protagonistas en segundo lugar, con el 23%, con el método Palomares de gobierno central y autonómico y parte de la oposición, como responsables de la situación o como defensores de la economía y la exportación de productos españoles en la Comisión Europea.

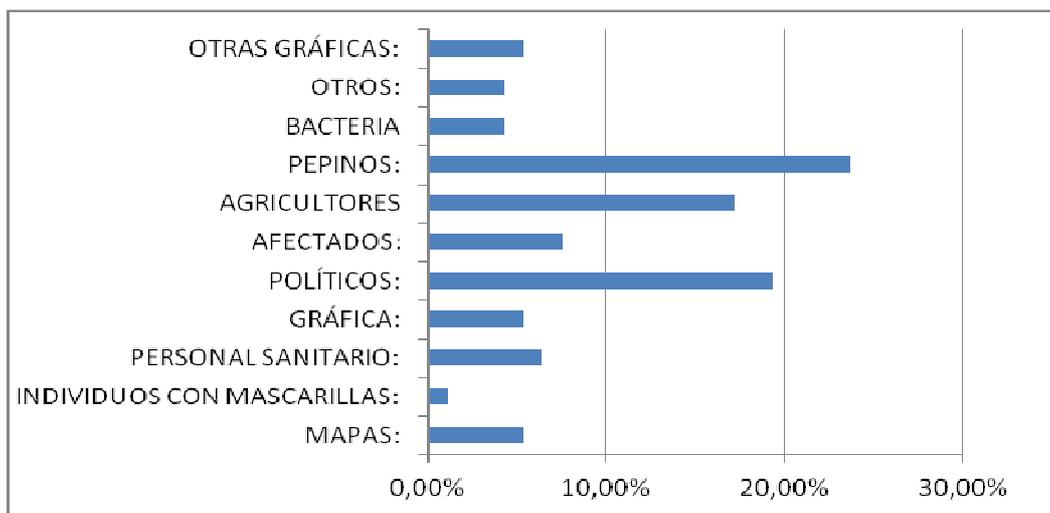
Los agricultores son los protagonistas, bien como portavoces o como sujetos de interés en las noticias y también en las imágenes, ya que aparecen en el 17% de las instantáneas.

El personal sanitario ocupa el cuarto lugar, con un 8%, y casi siempre que se ve al personal sanitario las imágenes resultan amables o profesionales, no tienen nada que ver con las

imágenes de sanitarios con mascarillas y medidas de protección excesivas en el caso de la gripe A. Sólo hay un 1% de imágenes en las que se vea a personas con mascarillas.

El resto de imágenes son más ilustrativas y explicativas, sin crear ningún tipo de alarma y profundizando en la crisis económica por encima de la crisis alimentaria. Por ejemplo, lo podemos ver en los gráficos, 5%, mapas, 6% y en otras imágenes que suponen el 4% de la temática de estas unidades de análisis.

Gráfico 12. Temática de las imágenes sobre crisis del pepino en ABC, El País y El Mundo



Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El análisis de contenido confirma la hipótesis de partida, el tratamiento de ambas crisis sanitarias en los medios generó un impacto distinto en la audiencia y una reacción muy diferente también en las administraciones responsables. Las noticias sobre gripe A contribuyeron a crear un clima de alarma y pánico que aceleraron ciertas decisiones políticas, como la compra de antivirales y vacunas que quedaron almacenados o la declaración de estados de alerta o aislamiento, que más que prevenir acrecentaron la angustia de quienes padecieron estas medidas preventivas. Por otra parte, la crisis del pepino se percibió como crisis económica y no sanitaria en España, no fue éste el caso en el extranjero donde se vivió la epidemia con una alarma similar a la de la pandemia de la gripe. La reacción por parte del gobierno fue la de pedir responsabilidades a las autoridades

internacionales que habían generado esta alarma injustificada y fue una postura muy clara desde el principio del brote.

A esta conclusión general es posible llegar a través de las siguientes conclusiones parciales:

1. Tanto gripe A como crisis por la bacteria E. coli generan un gran número de informaciones. La cobertura de la gripe A obedece a la fase inicial del Patrón Agudo, según datos del Informe Quiral, es decir, cobertura rápida (noticias cortas), poco especializadas (uso de información procedente de agencias, fuentes oficiales e institucionales) y de gran impacto mediático (frecuencia elevada de portadas y editoriales). Sin embargo, aunque la crisis del pepino tiene características parecidas, la información es más amplia y ocupa más espacio, aunque la temática principal es la influencia de la crisis en la economía española. Las fuentes que generan la información son políticas e institucionales y también hay un elevado número de portadas en el breve periodo en que la crisis se encuentra en su momento más álgido.

2. La sección en la que se ubican prácticamente todas las noticias es Sociedad, en El País y ABC, y aleatoriamente se ubican en un especial dentro de Sociedad tanto las noticias de la pandemia como las de la crisis del pepino español. Incluso en una misma semana la noticia aparece en Sociedad, Sociedad Especial Alerta Sanitaria, Sociedad Pandemia, Sociedad Especial Crisis del Pepino, Sociedad Especial Crisis Alimentaria. No se obedece a una planificación del contenido, se improvisa y en ocasiones parece que la maquetación no obedece al verdadero interés de la información. Hay noticias más relevantes en un cuarto de página que la información que aparece en páginas dobles y que suele relatar experiencias de ciudadanos, declaraciones institucionales, posibles consecuencias y no verdadera información especializada o con carácter preventivo. En El Mundo, la sección España (Nacional) es donde se ubican ambas crisis sanitarias y las dos bajo el cintillo Alerta Sanitaria, incluso cuando no se trata ninguna alerta, ni siquiera la noticia como una crisis de salud. El resultado es el mismo que en los diarios ABC y El País.

3. Ambas crisis generan un gran número de portadas en un periodo breve de tiempo, pero en la edición impresa suelen ubicarse en páginas pares, por lo que el lector tenderá a quedarse con los titulares de portada o las fotografías más llamativas. Esto sucede con más

frecuencia en el caso de la gripe A, ya que aunque a nivel global el número de noticias en páginas pares sea mayor en el tratamiento de la crisis del pepino por su ubicación en el diario El Mundo, ABC y El País le dedican más páginas impares que pares, caso contrario al de la pandemia. Los titulares son muy negativos en ambos casos, pero especialmente en la gripe A hay un mayor porcentaje de titulares negativos, la diferencia en titulares muy negativos con respecto a la crisis del pepino es de un 10%. El 71% de los titulares de gripe A son muy negativos o con valoración 0 y los de la crisis del pepino se sitúan en torno al 59%.

4. Las imágenes que producen los primeros impactos en la opinión pública junto a las portadas impactantes contribuyeron a crear dos climas determinados. Por una parte, la temática, ya que la mayoría de las imágenes de la gripe A nos muestran a individuos con mascarillas, imágenes de afectados o enfermos y mapas explicativos de las zonas afectadas y de la evolución del virus. Nos encontramos con una crisis del pepino en la que el verdadero protagonista es el pepino español y los agricultores afectados. Se obvia todo lo relacionado con la salud en la imagen. Es más se fotografía a personalidades, políticos y famosos consumiendo el producto que está en entredicho.

Otra forma de analizar el impacto de la imagen es el espacio que se le dedica en la edición impresa, la imagen en la gripe A ocupaba más espacio o el mismo que el texto en un porcentaje mayor que en el tratamiento que se le ha dado a la crisis del pepino.

5. En la gripe A hay más textos e imágenes de agencia que en la crisis del pepino, lo que contribuye a que se publiquen informaciones con datos básicos y sin profundizar. En la crisis del pepino hay una mayor implicación del redactor y reportero gráfico en las piezas informativas, por lo que se percibe como un tema más cercano y sin el temor que generó la pandemia de la gripe porcina.

6. El tema principal del que tratan las noticias favorece esta diferenciación de los encuadres. El tema principal en la gripe A es el contagio, le siguen las medidas preventivas, aislamiento de enfermos o fallecimientos, por lo que no es difícil atribuir ciertas dosis de alarma o miedo en el lector que consume la información. En la crisis del pepino la influencia en la economía española está muy por encima de otras temáticas como contagio, medidas políticas o quejas de la administración responsable.

7. Las palabras utilizadas son negativas en ambos casos. Destacan palabras como bacteria, virus, muerte y siempre aparece la palabra afectados, que es la que podría definir cuál es el tratamiento que se le da a la población en todo momento.

8. Las fuentes son fundamentales para determinar estos encuadres y también porque se retroalimentan a través de un constante feed-back con la audiencia. En la gripe A las fuentes predominantes son políticas: ministerio de Sanidad, OMS, consejerías de sanidad, autoridades sanitarias internacionales. Son fuentes poco especializadas y que poco pueden aportar desde el punto de vista científico, sin embargo son las oficiales y las que lanzan los mensajes de preocupación y alarma. En la crisis del pepino las fuentes principales son los agricultores y asociaciones agrarias afectadas, por lo que en la información primarán sus intereses por encima del aspecto sanitario. Las fuentes políticas también tienen protagonismo en esta ocasión.

9. Las informaciones sobre ambas crisis se basan en datos oficiales: contagio, número de fallecidos, pérdidas en el sector agrario. Las fuentes del sector Salud son muy escasas, por no decir casi inexistentes. Cuando aparece una fuente del ámbito científico con información más especializada no la elabora un periodista especializado en salud y los datos que difunde a la audiencia son los que considera más llamativos, lo que explica que existan algunos titulares muy negativos que no se corresponden con el contenido, que suele ser neutro porque se explica mejor el tema en cuestión en el desarrollo de la noticia. Por tanto, falla esta información sanitaria como información útil a la población y se convierte en un instrumento más de las fuentes políticas para conseguir fines determinados, crear cortinas de humo o para ofrecer los datos que consideren de interés sin que les resulten negativos o afecten a su gestión política.

5. REFERENCIAS

BERGANZA CONDE M.R y RUIZ SAN ROMÁN J.A. (2005). *Investigar en Comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw Hill/ Interamericana de España.

BRYANT, J., ZILLMANN, D. (1996). *Los Efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.

CAMACHO MARKINA, I. (2009): La gripe A en la prensa española, en *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 64, 827-843. Recuperado el 20 de septiembre de 2012 de http://www.revistalatinacs.org/09/art/865_Bilbao/66_92_Idoia_Camacho.html

CANEL, M. J. (1999). *Comunicación Política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.

CASTILLO ESPARCIA, A. (2005). *Comunicación Organizacional. Teoría y Estudios*. Málaga: Editorial Clave, Aynadamar.

CASTILLO ESPARCIA, A (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

CORTIÑAS, S. Y PONT, C. (2011): *La responsabilidad informativa de la prensa ante una crisis: el caso de la gripe A*. Trabajo perteneciente al proyecto de investigación "El Periodismo Científico en España y las nuevas tecnologías de la información (TIC): mapa de situación y propuestas de actuación para mejorar los procesos comunicativos" (Referencia: CSO2011-2569, Plan Nacional I+D+i convocatoria 2011) Recuperado el 20 de septiembre de 2012 de http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/221.pdf

COSTA SÁNCHEZ, C. (2011): Tratamiento informativo de una crisis de salud pública: Los titulares sobre gripe A en la prensa española. *Revista de la comunicación de la SEECI*, Nº 25, 43-62. Recuperado el 15 de septiembre de <http://www.seeci.net/seeci/Numeros/Numero%2025/Carmen.pdf>

CRAWFORD, D. H. (2002). *El enemigo invisible. La historia secreta de los virus*. Barcelona: Ediciones Península, S. A.

DAVIS, M. (2006). *El monstruo llama a nuestra puerta. La amenaza global de la gripe aviar*. Barcelona: Ediciones de Intervención Cultural/El Viejo Topo.

ENTMAN, R. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.

GONZÁLEZ HERRERO, A (1998). *Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona: Bosch.

HERNÁNDEZ-AGUADO I. y RAMÍREZ R. (2006): El impacto sanitario de los medios de comunicación en las alertas sanitarias. El caso de la gripe aviaria. *Enfermería Clínica*, 16 (3), 109-111.

IGARTUA J.J. Y HUMANES M. L. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación social*. Madrid: Editorial Síntesis.

IGARTUA, J. J. Y OTROS (2004). *Tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española y opinión pública*. Comunicación presentada en el VII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. La Plata (Argentina), 11 -16 de octubre.

IGARTUA, J. J. Y MUÑIZ, C. (2004): Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, Nº 16, 87-104.

IGARTUA, J. J., MUÑIZ, C. Y CHENG, L. (2005): *La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. Migraciones*, 17, 143- 181.

IGARTUA, J. J Y OTROS (2007): El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.

LIPPMAN, W. (1969). *La opinion pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora.

LORENTE, E., ANTOLÍN, J.E. y FERNÁNDEZ, J.M. (2010): *Comunicación de crisis y crisis de la comunicación. El discurso del riesgo y la gestión mediática de la crisis sanitaria*. Ponencia en II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad La Laguna, diciembre de 2010. Recuperado el 20 de septiembre de 2012 de http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/41Lorente1.pdf

LOSADA DÍAZ, J. C. (Coord.) (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel.

LUCAS MARTÍN, A. (1997). *La comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch.

MARTÍN MARTÍN, F. (1998). *Comunicación empresarial e institucional*. Madrid: Universitas.

MARTINEZ SOLANA, Y. (2004). *La comunicación institucional: análisis de sus problemas y soluciones*. Madrid: Fragua.

MATTELART, A. y MATTELART, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

MCCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Comunicación 170.

MCCOMBS, M. E. Y SHAW, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.

McQUAIL, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.

NOGUERA VIVO, J.M. (2006): El Framing en la cobertura periodística de la catástrofe: las víctimas, los culpables y el dolor. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 6, 193-203.

REVUELTA, G. Y DE SEMIR, V. (2008). *Medicina y salud en la prensa diaria. Informe Quiral 10 años*. Barcelona: Observatorio de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra.

- RIBEIRO, LAIR, (1996): *La Comunicación Eficaz*. Barcelona: Editorial Urano.
- ROBERTO RODRÍGUEZ, A. (2011): La efectividad del uso del miedo como factor persuasivo en la comunicación de riesgos en las crisis sanitarias. *Revista de Comunicación y Salud*, I (2), 33-46.
- ROCAMORA, V. (2012): *De la comunicación de riesgos a la comunicación de crisis. La OMS en el caso de la gripe A (H1N1)*, ponencia en el Congreso Innovación en tratamiento de crisis. Estudio de casos, que tuvo lugar el 18 de enero de 2012 en la Universidad Rovira i Virgili en Tarragona.
- RODRÍGUEZ, R. y Castromil. A.R. (2010): La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempos de campaña electoral: Transmisión, influencia y atribución de responsabilidad. *Zer*, 15 (29), 193-212.
- RODRÍGUEZ CORONADO V Y OTROS (2009): Motivos de los trabajadores sanitarios de atención primaria para no vacunarse contra la gripe. *Revista Vacunas*, 10 (2), 37-41.
- SÁDABA, T. (2008). *Framing. El encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- SANCHÍS, J. (2004). *Comunicar con éxito: teoría y práctica de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- SIEGEL, M. (2006). *Gripe aviar. Todo lo que necesita saber sobre la próxima pandemia*. Barcelona: Amat Editorial, S. L.
- TANKARD, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing, en S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- WATZLAWICK P, (1994). *¿Es real la realidad?. Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona: Herder.
- WASTZLAWICK, BAVELAS Y JACKSON (1997). *Teoría de la Comunicación Humana*. Barcelona: Herder.
- WEIL, P. (1992). *La comunicación global: comunicación institucional y de gestión*. Barcelona: Paidós.
- WOLF, M. (1996). *La Investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Forma de citar este artículo:

López Villafranca, P. (2012): Los encuadres sanitarios en prensa española: El caso de la gripe A y la bacteria E. coli. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. II, Nº 4, 221-246. Recuperado el __ de _____ de ____, de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/129>