

Gripe A y el rol de los medios de comunicación en una pandemia: ¿Qué representaciones sociales crean los medios sobre las epidemias sanitarias?

Nahia Idoiaga, Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea, España

Resumen: Este trabajo analiza las representaciones sociales que se produjeron ante la pandemia de Gripe A (H1N1) y la influencia que tuvo en ello el tratamiento de la misma hecho público por los medios de comunicación durante el periodo que duró la crisis, marzo de 2009 – agosto de 2010. La investigación toma como espacios geo-sociales de análisis a México (país donde se inició la Gripe A) y España y utiliza como referencias mediáticas básicas los dos diarios de información general de mayor tirada en cada uno de ellos (*El Universal* y *El País*). Para ello entrelazamos dos marcos teóricos - la teoría del Framing o enmarcamiento mediático y la del *Collective Symbolic Coping* (CSC) sobre las representaciones sociales. Cada una de estas dos perspectivas goza ya de suficiente consolidación teórica, aunque ese entrelazamiento que planteamos realizar apenas se ha producido hasta ahora en la investigación universitaria. Los resultados del trabajo revelan que el desarrollo de la crisis sanitaria influyó en el uso de los principales frames o marcos interpretativos de los medios de comunicación. Y estos pusieron en marcha el proceso de CSC moldeando las representaciones sociales. De hecho los cinco principales cluster generados por el programa Alceste y utilizados para el análisis del CSC se relacionan estrechamente con los dos frames más utilizados, el de "interés humano" y el de "atribución de responsabilidad". A partir de ello se razona sobre las implicaciones teóricas y aplicadas derivadas de la interrelación entre las dos perspectivas teóricas utilizadas en el trabajo.

Palabras clave: gripe A, framing, collective simbolic, psicología de la salud

Abstract: This paper analyzes the social representations of the pandemic influenza A (H1N1) and their influence on the treatment made by the media during the crisis. The research takes as geo-social space analysis Mexico (country where swine flu started) and Spain from March 2009 to august 2010. The analysis focused on the two general newspapers with the largest circulation in each country (*El Universal* and *El País*). This research intertwine two theoretical frameworks: Framing theory and the *Collective Symbolic Coping* (CSC) on social representations. The results of the study show that the development of the health crisis influenced the use of key interpretive frames by the media. These frames launched the CSC process shaping social representations. In fact the top five clusters generated by the Alceste program and used for analysis of the CSC were closely related to the two most used frames, the "human interest" and "attribution of responsibility." Finally, the theoretical and applied implications of the interrelationship between the two theoretical perspectives used in the workplace are discussed.

Keywords: Influenza A, Framing, Collective Symbolic Coping, Helth Psychology

Introducción

Entre los acontecimientos que nos rodean, las situaciones de riesgo (pandemias, catástrofes, amenazas químicas o nucleares...) ocupan un lugar importante en la simbología social colectiva o *frame* social y es bastante claro que el relato de los medios de comunicación sobre tales situaciones interviene activamente en esas constituciones simbólicas, hasta el punto, a veces, de que las situaciones de riesgo se conviertan en situaciones de crisis (Altheide, 2010; Gonzalo y Farré, 2011). En la presente investigación se toma una de las situaciones de riesgo que ha tenido mayor impacto mediático y social en los últimos años, el de la Gripe A (H1N1) para analizar el papel de los medios en la construcción simbólica social de la misma. Se toman como referencia México (donde se inició la citada gripe) y España. En ambos casos se analizan los dos diarios de información general de mayor tirada en dichos países, *El Universal* y *El País*) durante todo el periodo (abril 2009 - agosto 2010) en que, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) se mantuvo la Gripe A. Para ello, como ya se ha indicado en el "Resumen" de inicio, utilizaremos de manera entrelazada la perspectiva teórica del *Framing* y la del *Collective Symbolic Coping* (CSC).



La Gripe A (H1N1) pandemia 2009-2010

También conocida como gripe porcina, se detectó por primera vez en marzo del 2009 en México, extendiéndose posteriormente por todo el mundo. Desde ese momento, los medios de comunicación internacionales comenzaron a informar sobre la situación de la gripe y la OMS planteó que, por primera vez en la historia, se podría seguir en tiempo real la evolución de una pandemia (OMS, 2009). Países de todo el mundo tomaron medidas extraordinarias para reducir o evitar el riesgo de verse afectados por la gripe, tales como la declaración de alertas sanitarias o el cierre de lugares públicos y se apresuraron a comprar antivirales y vacunas.

Sin embargo, desde el verano del 2009 la OMS comenzó a recibir críticas acusándola de crear una alarma excesiva, falta de transparencia, cambiar la definición de pandemia e, incluso, connivencia de intereses con la industria farmacéutica.

Finalmente, el 10 de agosto del 2010 la OMS declaró el fin de la pandemia de la Gripe A que, en contraste con su amplia distribución, tuvo una mortalidad baja: 18.449 personas en 214 países (OMS, 2010).

Importancia de la perspectiva del framing en la teoría de la comunicación

Desde la década de los setenta la teoría del *framing* (McCombs y Shaw, 1972) posee un espacio relevante dentro de las teorías de la comunicación. El modo concreto en que los medios organizan, dan sentido o enmarcan (*framing*) los acontecimientos y problemas sociales es un modo de formar la opinión pública, de influir en la interpretación y en las actitudes de las personas hacia esos eventos. Más allá del nivel individual, las consecuencias del enmarcamiento también pueden observarse a nivel social, por su influencia en la generación de procesos como socialización política, toma de decisiones o acciones colectivas (De Vreese, 2005; Reese, Gandy y Grant, 2001). Pero además, los *frames* o marcos no sólo aparecen en los textos, sino que se encuentran también en el emisor, el receptor y la cultura donde aparece el mensaje (Entman, 1993). Es decir, la literatura sobre el *framing* plantea una naturaleza dual del mismo: los marcos residen tanto en el discurso como en las cogniciones de los individuos, refiriéndose el *framing* a un proceso de influencia social que conecta los dos (Pan y Kosicki 2005).

Según la inicial perspectiva “goffmaniana” (Goffman 1974) los *frames* son esquemas de interpretación que permiten a la gente organizar los eventos de la vida en algo que tiene significado. Los *frames* son, así, principios organizadores, socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que actúan simbólicamente para estructurar u organizar el mundo social (Reese, Gandy y Grant, 2001). Desde esa perspectiva, Entman (1993, 52) estableció las siguientes características del *framing* mediático: Seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y darles más relevancia en un texto comunicativo, promoviendo así: a) una definición particular del problema, b) una interpretación causal del mismo, c) su evaluación moral y/o d) una recomendación de cómo debe ser tratado.

Aunque el campo del *framing* ha tenido un espectacular crecimiento en los últimos años se ha caracterizado, también, por una ambigua conceptualización teórica y por unos criterios metodológicos difusos (Vicente Mariño y Lopez Rabadán, 2009) que, afortunadamente, están en proceso de superación. Así, respecto a la relación de la teoría del *framing* con la *agenda-setting* y el *priming*, cabe señalar que si bien algunos autores consideran el *framing* como un segundo nivel de la *agenda-setting* (McCombs, 2006), existe un creciente consenso en la comunidad científica sobre su autonomía aun considerando su carácter complementario e incluso la utilidad de aplicarlas de forma combinada en los análisis (Scheufele, 2000; Kosicki, 2001; Scheufele y Tewksbury, 2007).

La teoría de la *agenda-setting* comenzó con la idea de considerar que los media no imponen a la opinión pública qué pensar pero sí sobre qué asuntos públicos pensar; cuando las noticias de los media cubren un tema, esto crea en la opinión pública la idea de que el tema es importante. La hipótesis del *priming*, por su parte, sugiere que la selección de qué noticias aparecen y cuáles se ignoran puede afectar a los juicios que realiza la gente (Iyengar y Kinder 1997); el *priming* ocurre cuando la gente a la hora de realizar sus evaluaciones, toma en consideración los temas cubiertos recientemente por los media. Así, mientras *agenda-setting* y *priming* se relacionan con el “qué” es cubierto por los media, *framing* se relaciona con el “cómo” lo presentan (Pan y Kosicki, 2005); mientras *agenda-*

setting y *priming* se basan en la relevancia o saliencia que los medios dan a los acontecimientos, *framing* se basa en la atribución de las causas (Scheufele, 2000). El prestigioso *Journal of Communication* dedicó al completo su nº57 (2007) a las cuestiones de *Agenda*, *Framing* y *Priming*, y algunos de los investigadores de mayor prestigio en la materia (Entman, Weaver, Tewksbury y Scheufele) subrayaban esa doble perspectiva de autonomía y complementariedad.

En la investigación sobre *framing*, se diferencian dos corrientes en relación a los *frames* mediáticos (De Vreese, Peter y Semetko, 2001; De Vreese, 2005): un enfoque genérico de los *frames* (*generic approach*) y un enfoque temático concreto (*issue-specific approach*). Los *frames* genéricos son aquellos que trascienden la limitación temática y se pueden utilizar para analizar diferentes hechos, a lo largo del tiempo y en distintos contextos culturales. En cambio, los *frames* temáticos hacen referencia a hechos concretos con categorías elaboradas de forma específica para ese tema.

La línea de trabajo sobre los *frames* genéricos, revisada y desarrollada por Semetko y colaboradores (Valkenburg, Semetko y De Vreese, 1999; Semetko y Valkenburg, 2000), identifica cinco *frames* principales que serán los utilizados en este trabajo: conflicto, interés humano, atribución de responsabilidad, moralidad y consecuencias económicas.

Diferentes investigaciones han analizado y utilizado esos *frames* propuestos por Semetko y Valkenburg. De hecho, se ha confirmado que son válidos para analizar diferentes temas políticos y sociales, como la inmigración, las crisis, igualdad de género etc. (Ann y Gower, 2009; Igartua, et al., 2004; Kenix, 2008; Valencia *et al.*, 2010).

El *frame* de conflicto refleja los conflictos que se puedan dar entre individuos, grupos o instituciones, con objeto de captar el mayor número de audiencia posible. En el estudio de estos autores fue el segundo *frame* más utilizado y en los media más serios aparecía en mayor medida.

El *frame* de interés humano provee de una cara humana o aspecto emocional a la presentación de un suceso, hecho, o problema. Así, se ha encontrado que este *frame* influye en las respuestas emocionales de los sujetos, siendo un predictor significativo de la responsabilidad y la culpa atribuidas a las causas del tema o problemática (Cho y Gower, 2006).

El *frame* de moralidad pone el problema o asunto en el contexto moral o de prescripciones sociales o religiosas. Debido a la norma de objetividad en el periodismo, en general este *frame* aparece de un modo indirecto, a través de citas e inferencias, más que directamente.

El *frame* de las consecuencias económicas expresa las consecuencias económicas que un problema o asunto puede generar sobre un individuo, grupo, institución, región o país. También este ha sido identificado como un *frame* común en los media.

Y finalmente, el *frame* de atribución de responsabilidad, propuesto inicialmente por Iyengar (1990), es definido como un modo de atribuir la responsabilidad de una causa o solución bien al gobierno o a un individuo o grupo. Semetko y Valkenburg (2000) encontraron que la atribución de responsabilidad era el más utilizado en los medios de prensa más serios, mientras los medios más sensacionalistas y la televisión lo utilizaban en menor medida.

Collective Symbolic Coping

El modelo del CSC explica cómo el grupo le da sentido a situaciones novedosas que amenazan el orden social establecido. Es decir, es el ejercicio que el grupo hace para mantener el mundo tal y como lo conoce, ante una situación nueva o amenazante (Wagner *et al.*, 2002).

Inicialmente el *coping* se refería a la conducta del individuo y no a acontecimientos de nivel colectivo, aunque se reconocía que el esfuerzo individual del *coping* tiene componentes que son fuertemente colectivos (Davison y Pennebaker, 1996).

Basándose en la teoría de las Representaciones Sociales (Moscovici, 1988; Wagner y Hayes, 2005) en el CSC se subraya el nivel colectivo del término *coping*. El *coping* colectivo es creado por los medios de comunicación, quienes construyen y comunican “alguna cosa” como si fuera nueva o como si fuese a cambiar el modo de vida establecido hasta el momento. Siendo parte de una red de comunicación, tanto a nivel individual como colectivo, las personas valoran el reto que les supone esa nueva cosa (Orr, Sagi y Bar-On, 2000; Wagner 1998).

En consecuencia, las representaciones creadas a través del CSC proveen a la sociedad de herramientas para interpretar nuevos acontecimientos (Gilles et al., 2011). Este proceso, sin embargo, debe cumplir ciertas fases (Wagner et al., 2002, 325-237):

- 1) Toma de conciencia (*Awareness*). Para que haya una toma de conciencia pública de un acontecimiento es necesario que se considere importante para la sociedad (Wagner et al., 2002). Es decir, los medios de comunicación han de darle relevancia a los acontecimientos, encarrilando la toma de conciencia de las personas, es decir, mediante el proceso de *agenda-setting* al que antes nos hemos referido.
- 2) Divergencia (*Divergence*). En esta fase nacen diferentes interpretaciones del acontecimiento creando ambigüedad y confusión. La representación de un nuevo acontecimiento –su modo de conocimiento– puede cambiar el conocimiento previo. Esa novedad de representación y conocimiento puede hacer que fallen los esquemas interpretativos sostenidos hasta el momento y que haga falta uno nuevo.
- 3) Convergencia (*Convergence*). Tanto en los medios de comunicación como a nivel individual, las comunicaciones relacionadas al nuevo acontecimiento conllevan que haya una lucha de posibles interpretaciones. Algunas de esas interpretaciones son rechazadas y otras aceptadas (Sperber, 1986), pero al final el grupo llega a un pacto para construir una nueva interpretación aceptada por todos (Bartlett, 1932).
- 4) Normalización (*Normalization*). En esta cuarta fase la interpretación o explicación del nuevo acontecimiento se integra en el conocimiento común convirtiéndose familiar. Sin embargo, la normalización no es irreversible, ya que la discusión política puede reavivar el proceso (Wagner et al., 2002). Además, debemos tener presente que este es un proceso complejo que puede durar décadas y que en ocasiones es difícil de analizar (Bauer, 2000).

Por consiguiente, la teoría del CSC es útil para describir los sucesos que amenazan al orden social establecido. Aunque en un principio el modelo del CSC se usó para investigar sucesos relacionados con la biotecnología, hay investigaciones que lo han aplicado en las crisis sanitarias. Así, por ejemplo, en una investigación llevada a cabo sobre la gripe aviar (Gilles et al., 2011) se observó que este modelo era útil para analizar crisis sanitarias, ya que estas, además de suponer una amenaza física, también representaban una amenaza simbólica para la sociedad (Joffe, 1999).

El objetivo principal de este trabajo, en suma, es investigar la cobertura y el tratamiento que los medios de comunicación de México y España dieron a la Gripe A y la repercusión que ese tratamiento tuvo en la sociedad. Para ello planteando como hipótesis que si bien la visibilidad mediática de este tema disminuiría con el paso del tiempo, se encontrará una correlación positiva entre dicha visibilidad y las amenazas objetivas de la gripe (número de casos, muertos etc.). Además los *frames* de Responsabilidad, Interés Humano y Conflicto serán los más importantes aunque su presencia irá cambiando durante el tiempo y dependiendo del país.

Para terminar la cobertura de la Gripe A mostrará el desarrollo de las fases del CSC que se verán reflejadas durante esta crisis, aunque es probable que la fase de tenga dificultades de estabilización en la sociedad por el contraste entre percepción y realidad epidemiológica de la pandemia.

Método

Muestra y unidad de análisis

La muestra se extrajo de los diarios de información general de mayor tirada y referencia de México y España: El Universal y El País.

El periodo temporal analizado se extendió desde el 25/04/2009 - cuando la Directora General de la OMS, Margaret Chan (2009), reunió al Comité de Emergencia y éste recomendó que se declarara una “Emergencia de Salud Pública de Interés Internacional”-, hasta el 10/08/2010 cuando declaró el final de la pandemia.

Se establecieron tres unidades de análisis: primero, todas las portadas que hacen referencia a la Gripe A; segundo, los artículos de cualquier sección del periódico a los que se le haga referencia en la portada; finalmente, los editoriales sobre la Gripe A. En total 142 portadas, 142 artículos y 25 editoriales.

Diseño y codificación

Se llevaron a cabo los siguientes tres trabajos por separado:

- A. Análisis de las portadas. Se analizó la cobertura que *El País* y *El Universal* hicieron de la Gripe A, situándolo en su espacio temporal y en el contexto epidemiológico.
- B. Análisis cuantitativo de los artículos y editoriales. En este apartado se usaron como variables independientes el trimestre en el que se publicó la noticia y el periódico para medir el uso de los cinco *frames* propuestos por Semetko y Valkenburg (2000) en los artículos y editoriales (en total 167 artículos y editoriales) a partir de la escala que establecen para hacerlo. La codificación fue llevada a cabo por dos jueces ciegos obteniendo un alto índice de acuerdo (Kappa de Cohen > 0,7).
- C. Análisis cualitativo de los artículos y editoriales. Se analizaron los artículos y editoriales para determinar los principales temas tratados. Para evitar los problemas de fiabilidad y validez comunes en los análisis de texto se optó por usar como instrumento el programa ALCESTE que realiza clasificación textual automática (Reinert, 1996; Bauer, 2000; Klein y Likata, 2003).

Resultados

Situación en tiempo y contexto

El análisis de correlación de Spearman encontró una correlación significativa entre los artículos publicados en *El País* y los casos de Gripe A en España $r(17)=0,565$, $p<0,05$. Además, la mayoría de los artículos se publicaron antes de que la Gripe A llegara a España. Por otro lado, se encontró una correlación positiva entre el número de artículos publicados y la importancia que los españoles dieron a la sanidad $r(17)=0,578$, $p<0,05$, y también entre esos resultados del CIS¹ (Centro de Investigaciones Sociológicas) y el número de casos $r(17)=0,605$, $p<0,05$ y defunciones $r(17)=0,518$, $p<0,05$ por Gripe A.

En relación al diario *El Universal* los análisis de correlación de Spearman encontraron correlaciones significativas entre los artículos y los casos de Gripe A $r(17)=0,850$, $p<0,01$; y los artículos y defunciones a causa de la Gripe A $r(17)=0,898$, $p<0,01$. También se encontraron correlaciones significativas entre las portadas y el número de casos de la Gripe A $r(17)=0,799$, $p<0,01$ y entre las portadas y el número de defunciones $r(17)=0,751$, $p<0,01$. Así, en México la publicación de portadas o titulares y artículos sobre la Gripe A estuvo directamente relacionado al número de afectados por la misma.

Análisis cuantitativo de los artículos y editoriales

En total se analizaron 142 artículos (a los que se les había hecho referencia en las portadas) y 25 editoriales, perteneciendo el 39,5% a *El País* y el 60,5% a *El Universal*.

El *frame* más utilizado fue el de interés humano, seguido por el de responsabilidad, conflicto, moralidad y por último por el económico.

Frame, periodo temporal y diarios

En relación a *El País*, se realizaron ANOVAs correspondientes a cada tipo de *frame* y se encontraron diferencias significativas por trimestre en los *frames* de Interés Humano $F(4,61)=5,10$, $p<0,001$

¹ En las series temporales del barómetro del CIS en "Percepción de los principales problemas de los españoles" se obtuvieron los índices de "El problema de la Salud" (CIS (2012) "Percepción de los principales problemas de los españoles". http://www.cis.es/export/sites/default/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html)

($\eta^2=0,25$), Conflicto $F(4,61)=2,40$, $p<0,05$ ($\eta^2=0,136$) y Económico $F(4,61)=4,13$, $p<0,001$ ($\eta^2=0,213$), no, sin embargo, en los *frames* de Responsabilidad $F(4,61)=1,30$, $p=n.s.$ ni Moralidad $F(4,61)=0,89$, $p=n.s.$

Las pruebas DSM sobre el *frame* de interés humano revelaron que el primer trimestre era significativamente diferente del segundo ($p\leq 0,001$), tercero ($p\leq 0,01$), cuarto ($p\leq 0,01$) y sexto ($p\leq 0,01$). Es decir, al principio se usó mucho el *frame* de interés humano ya que se esperaba que la de la Gripe A fuera una epidemia muy virulenta. Pero desde el segundo trimestre en adelante, debido a que la repercusión no era tan grave, el uso de este *frame* disminuyó.

En el *frame* de conflicto, las pruebas DSM mostraron que el cuarto trimestre es significativamente diferente al primero ($p\leq 0,001$), segundo ($p\leq 0,001$) y tercero ($p\leq 0,01$). La razón de ello es que en España la principal “discusión” sobre la Gripe A comenzó a finales de la crisis (desde el cuarto trimestre en adelante). En ese conflicto, se discutieron la idoneidad de la respuesta dada por las instituciones ante la crisis de la gripe a y el gasto económico que supuso.

Finalmente, las pruebas DSM del *frame* económico encontraron que el cuarto trimestre era, también, significativamente diferente del primero ($p\leq 0,001$), segundo ($p\leq 0,001$) y tercero ($p\leq 0,001$). De hecho, este *frame* está especialmente ligado al *frame* de conflicto ya que según varios sectores de la sociedad en la crisis de la Gripe A se gastó demasiado dinero institucional a favor de intereses empresariales particulares.

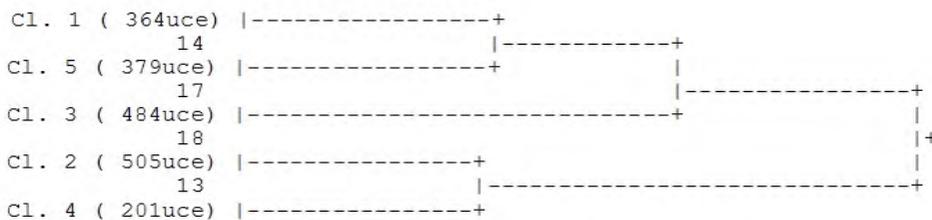
En relación a El Universal los análisis ANOVA correspondientes a cada tipo de *frame* solamente encontraron diferencias significativas por trimestre en el *frame* de conflicto $F(4,96)=3,74$, $p<0,001$ ($\eta^2=0,135$). En este caso, las pruebas DSM mostraron diferencias significativas entre el primer trimestre y el segundo ($p\leq 0,00$) y el tercero ($p\leq 0,00$). Básicamente, en México hubo dos momentos de conflicto: el primero en los primeros meses de la crisis debido al rechazo sufrido por parte de ciertos países y el segundo a partir del cuarto trimestre en adelante, tal y como pasó tanto en España como a nivel global, debido a que es cuando comenzó el debate sobre la respuesta dada a la crisis y el gasto económico que conllevó.

Análisis cualitativo de los artículos y editoriales

El análisis cualitativo de los artículos y de los editoriales se realizó mediante el programa Alceste. El corpus (129.462 palabras, de las cuales 11.561 eran palabras distintas) incluyó aquellos artículos que hacen referencia a la gripe A y son mencionados en las portadas de los periódicos y todos los editoriales.

De acuerdo con el proceso del Alceste (Boudes y Cellier, 1998), el vocabulario caracterizador de las clases se dividió en subclases utilizándose solamente las palabras con una frecuencia superior a 5. En concreto, el análisis jerárquico descendente dividió el corpus en 3142 ECUs de las se trabajaron 1933 (62%) y extrajo 5 clases de ECUs (ver Grafico 1). La primera clase obtuvo 364 ECUs (19%), la segunda 505 ECUs (26%), la tercera 484 ECUs (25%), la cuarta 201 (10%) y la quinta 379 ECU (20%).

Figura1: Dendograma de las clases generadas por la clasificación jerárquica descendente



Fuente: Elaboracion propia, 2013.

Contenido de las clases

Las clases principales que extrajo el programa Alceste fueron definidas de la siguiente manera (para un análisis más pormenorizado ver Figura 4):

- Clase 1: Prevención para protegerse de la gripe.
- Clase 2: La pandemia global y la respuesta de la OMS.
- Clase 3: Creación y aplicación de vacunas.
- Clase 4: Muertos y víctimas de la Gripe A.
- Clase 5: Gestión gubernamental de la crisis.

Relaciones con las variables independientes:

Por medio de los test de independencia el Alceste computa la relación entre las clases léxicas y los niveles de una variable independiente. Se clasificaron los artículos en función de los periódicos. El País se relacionó con la primera $X^2(1)=26,81$, $p<0,001$ y la segunda clase $X^2(1)=211,70$, $p<0,001$. El Universal, sin embargo, con la tercera $X^2(1)=15,22$, $p<0,001$, cuarta $X^2(1)=41,11$, $p<0,001$ y quinta clase $X^2(1)=126,81$, $p<0,001$. En suma, se puede concluir que el discurso de El Universal se centró en la respuesta dada a la Gripe A en México, mientras que el de El País optó por tratar el tema de una manera más global.

Otra variable analizada fue el mes de publicación del artículo o editorial. Desde abril del 2009 a febrero del 2010 hubo una gran afluencia de discursos con la presencia de todas las clases, pudiendo entenderse, en términos de CSC como la fase de toma de conciencia el primer trimestre y la de divergencia el segundo. Sin embargo desde febrero la cantidad de discursos sobre la Gripe A descendió significativamente pudiendo entenderse como la fase de convergencia, y en agosto, cuando se dio por finalizada la pandemia, sólo apareció una de las clases (La pandemia global y la respuesta de la OMS) de las presentadas anteriormente.

Conclusiones y discusión

Correlaciones entre amenaza objetiva, visibilidad pública y presencia mediática

La crisis de la gripe A tuvo una presencia considerablemente alta en la prensa desde abril a octubre del 2009, sin embargo desde ese momento en adelante la discusión pública sobre la Gripe A fue perdiendo presencia según el examen efectuado a las portadas de los periódicos. Basándonos en la teoría de *agenda-setting* (McCombs y Shaw, 1972) podemos afirmar que durante esos meses la Gripe A tuvo un gran eco en la sociedad y que la visibilidad del problema (Etnman, 1993; McCombs, Lopez y Llamas, 2000), es decir, la discusión sobre la gripe, fue disminuyendo en la esfera pública con el paso del tiempo, confirmando así nuestra hipótesis. Además, los análisis de correlación demostraron que el número de artículos publicados tenía relación con la amenaza objetiva. Dicho de otra manera, que se encontró una correlación significativa y positiva entre el número de publicaciones y casos de Gripe A, tanto en El País como en El Universal: cuanto mayor era el número de casos, se publicaban más artículos. Estas correlaciones fueron mayores en El Universal ($r=0,85$) que en el País ($r=0,56$), es decir, en el contexto donde la amenaza objetiva era mayor, en México, el seguimiento por parte de los medios de comunicación fue mayor.

Si comparamos la cobertura de este tema en *El País* (España) y *El Universal* (México) lo primero que se debe analizar es el contexto de publicación. La mayoría de artículos de El País se publicaron antes de que la Gripe A llegase a España, sin embargo en México hubo una correlación más alta entre los artículos publicados y el número de casos. Se puede decir, por ello que la prensa mexicana realizó una cobertura de la crisis que estaban viviendo en ese momento. Los medios españoles, en cambio, publicaron sobre una crisis hipotética que pudiera que llegara al país.

Framing: los marcos interpretativos de la Gripe A en los diarios

La segunda cuestión analizada es el tratamiento de la Gripe A por parte de los periódicos. Primeramente, examinando los *frames* propuestos por Semetko y Valkenburg (2000) se demuestra que se dio un uso condicionado de los mismos. Así, el *frame* más utilizado ha sido el de Interés Humano, seguido por el de Atribución de Responsabilidad, Conflicto, Moralidad y por último el Económico. En otras palabras, el uso de estos *frames* demuestra que la Gripe A se definió como un acontecimiento de consecuencias graves para los ciudadanos, donde los mandatarios deben asumir la responsabilidad para hacer frente al problema, confirmando también nuestra otra hipótesis.

El uso del *frame* de Interés Humano, especialmente, fue muy elevado al inicio de la crisis, aunque con el tiempo disminuyó y fue dejando lugar a otros *frames*. Investigaciones hechas en este campo muestran que este *frame* influye en la respuesta emocional de las personas, prediciendo la atribución de responsabilidad o culpabilidad del tema tratado (Cho y Gower, 2006). Esto nos induce a pensar en la plausibilidad de que el segundo *frame* más utilizado sea el de Atribución de Responsabilidad, debido al deseo de responder a la situación creada por el interés humano. Además, recordemos que es común que los medios de comunicación se fijen en la Atribución de Responsabilidad cuando los actores principales (gobierno, mandatarios internacionales, OMS, etc.) tienen un grado alto de control (Ann y Gower, 2009).

Frecuentemente el *frame* de Atribución de Responsabilidad conlleva información de movilización que ayuda a las personas a tomar decisiones de actuación o prevención ante un riesgo como el que pudo ser la Gripe A. Estos resultados son acordes a los planteados por Faridah et al. (2010), quienes afirmaban que en situaciones de crisis o catástrofes, especialmente cuando hace falta una respuesta inmediata (por ejemplo para hacer frente a la expansión de la Gripe A) el uso de este *frame* puede ser decisivo para hacer llegar a la población la información necesaria. Además, llama la atención que el uso del *frame* de atribución de responsabilidad no cambia durante el tiempo. Que este *frame* se mantenga elevado durante toda la crisis, permitió que organizaciones como la OMS tuvieran una especial relevancia durante esta pandemia (Rocamora, 2012). Además este *frame* se distribuyó de forma parecida en los dos países, manteniéndose en nivel alto durante toda la crisis.

Respecto al *frame* de Conflicto, como ya se ha dicho anteriormente, apareció en dos momentos. Una primera vez en México, debido al rechazo sufrido por parte de otros países, y al final de la crisis a nivel mundial por el debate sobre la gestión de la pandemia hecha por la OMS. Algunos autores (Rocamora, 2012) han definido este segundo momento de conflicto con el comienzo de una comunicación de crisis, donde el discurso de la OMS se basó en la justificación de sus propios actos más allá de la comunicación sobre la Gripe A.

Por último es interesante que los medios de comunicación no dieran tanta importancia a las repercusiones morales y económicas de la gripe. Aunque no dar mucha importancia a las consecuencias morales sea bastante común (Semetko y Valkenburg, 2000; Igartua et al., 2004; Valencia et al., 2010) en el caso de las consecuencias hay diversidad de resultados. La investigación ha encontrado que en temas como el de la inmigración era el *frame* más usado (Igartua et al. 2004) mientras no es así en otros temas, como el caso de la igualdad de género (Valencia et al. 2010).

Por otro lado, profundizando en el significado del *framing*, además de los resultados de la propuesta de Semetko y Valkenburg (2000), se encontraron resultados similares con el análisis ofrecido por el programa Alceste.

De hecho, usando dicho método se demostró que todas las clases se ligaban al *frame* de Interés Humano (Muertos y víctimas de la Gripe A, La pandemia global y la respuesta de la OMS) o de Atribución de Responsabilidad (Gestión gubernamental de la crisis, Creación y aplicación de vacunas, Prevención para protegerse de la gripe).

Además, como ya se encontró en los análisis cuantitativos, las clases que representaban el Interés Humano se relacionaban con los dos primeros trimestres, disminuyendo con el tiempo. Cabe destacar también que mediante el programa Alceste se puede observar de una manera más precisa el protagonismo de la OMS en el discurso de los periódicos, confirmando, con ello, que los altos niveles de poder tienen una manifiesta influencia en este *frame* (Ann y Gower, 2009).

El CSC en los diarios

Tanto en México como en España durante el primer trimestre de la crisis (abril, mayo y junio del 2009) la Gripe A tuvo una presencia muy alta en los periódicos, apareciendo en la portada una de cada dos días. Esto, siguiendo el proceso de *agenda-setting*, lo convirtió en acontecimiento relevante para la sociedad fomentando la toma de conciencia. De hecho, como confirmaron los índices objetivos publicados por los barómetros mensuales del CIS, hubo una correlación positiva entre la cobertura de los medios de comunicación y la preocupación de la sociedad por el sistema de salud. Este sería un claro reflejo del proceso de toma de conciencia.

Desde ese momento en adelante, es decir de julio del 2009 a febrero del 2010 podemos observar características de la fase de divergencia, ya que en esa época hubo una gran diversidad de clases. De hecho, aparecen todas las clases encontradas en los artículos: los ligados a la gestión de los gobiernos, a organizaciones internacionales, a vacunas, sobre empresas etc.

Llama la atención, como podemos ver en el análisis de conglomerados de la figura 1, que en esa fase de divergencia la segunda y cuarta clase aparezcan unidas. Es decir, “La pandemia global y la respuesta de la OMS” y “Muertos y víctimas de la Gripe A” aparecen como discursos ligados en la distribución del clúster. Estos discursos hacen que la Gripe A se relacione con situaciones de peligro o miedo mediante el uso de términos como pandemia o muerte. Esto concuerda con investigaciones centradas en la influencia de esa transmisión de miedo o peligro en las representaciones sociales (Altheide, 2010; Gonzalo y Farré, 2011).

En lo que respecta a la fase de convergencia, y como ocurría en otras investigaciones (Gilles *et al.*, 2011), no se refleja de manera tan clara como las fases anteriores. Aun así, podríamos decir que aparece de enero del 2010 en adelante, con la bajada de cobertura y la desaparición de marcos inconsistentes. Más claro todavía, en agosto del 2010, en el discurso resultante cuando la OMS declaró la pandemia finalizada, donde se podía atisbar un cierto acuerdo sobre la epidemia y sus efectos. Cabe destacar que el único discurso que duró hasta esa época fue “La pandemia global y la respuesta de la OMS”, que como ya se ha mencionado está ligado a la transmisión de miedo u peligro. Luego, creemos que es necesario investigar más profundamente si este tipo de discurso influye en la creación de la “sociedad de riesgo” (Beck, 2002, 2006).

Por otra parte, al igual que en otras investigaciones sobre crisis epidemiológicas (Gilles *et al.*, 2011) no se detecta la fase de normalización. En su lugar se observó una fase que podríamos denominar de “situación paradójicamente normalizada” (Rosenbrock *et al.*, 2000; Setbon, 2000), en la que aparecieron desacuerdos en la sociedad entre la percepción de peligro y la realidad epidemiológica de la crisis. Esto se podría justificar por los pronósticos hechos antes de la pandemia o por padecer el riesgo de epidemia con una frecuencia relativamente asidua. De hecho, las representaciones creadas de epidemias anteriores pueden tener efecto en la fase de toma de conciencia de los nuevos acontecimientos (Gilles *et al.*, 2011).

Luego, uniendo todo lo analizado hasta ahora, podemos afirmar que los discursos creados mediante el *framing* de los medios de comunicación tienen un efecto directo en las representaciones sociales mediante el proceso del CSC. Además la teoría del CSC complementa a la de *agenda-setting*, por la influencia que tiene la cantidad de artículos publicados en la opinión pública (medida por la pregunta sobre “preocupación sobre la sanidad” del barómetro del CIS), como en la relación con la amenaza objetiva (número de casos, tasa de mortalidad y las correlaciones diferentes de ambos países), y también con las fases de CSC que aparecen a lo largo del periodo de la crisis.

Por tanto, como el uso de los marcos influye en la percepción de riesgo y la respuesta a la misma que dan las personas, sería muy importante impulsar una eficaz política comunicativa sanitaria. Además, en nuestra opinión sería muy positivo que esas comunicaciones llegaran a la fase de normalización mencionada en el CSC, convirtiéndose así fuentes de conocimiento para posibles futuras epidemias sanitarias.

Para finalizar, y pensando en investigaciones futuras, sería muy importante reflexionar sobre las consecuencias del *framing*. Los marcos son herramientas que nos ayudan a transmitir, interpretar y evaluar el mundo social (Van Gorp, 2007) y mediante ellos además de dar información sobre “el problema” los medios de comunicación también nos dicen cómo interpretarlo. A la hora de continuar esta tesis doctoral sería interesante analizar el *framing* como variable independiente. Es decir, analizar qué importancia tiene en el punto de vista sobre las epidemias sanitarias el análisis de los media (*frame-setting*) (De Vreese, 2005).

REFERENCIAS

- Altheide, D. (2010). Risk communication and the discourse of fear. *Catalan Journal of Communication y Cultural Studies*, 2(2), 145-158.
- Ann, S.K. y Gower K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. *Public Relations Review*, 35, 107-112.
- Bartlett (1932). *Remembering*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauer, M. W. (2000). Science in the media as cultural indicator: Contextualizing surveys with media analysis. En M. Dierkes y C. Von Grote (Eds.), *Between understanding and trust: the public, science and technology* (pp. 157-178) Amsterdam: Routledge.
- Bauer, M., Gaskell, G. y Durant, J. (2001). *The years of controversy: Biotechnology 1996-1999*. London: Museum of Science and Industry.
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- (2006). *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Chan, M. (2009). El nivel de alerta de pandemia de gripe se eleva de la fase 5 a la fase 6. Recuperado el 14/03/12 de http://www.who.int/mediacentre/news/statements/2009/h1n1_pandemic_phase6_20090611/es/index.html.
- Cho, S. y Gower, K. K. (2006, junio). *The Effect of Framing on Public's Perception of Crisis: Human Interest Frame Effect on Attributions to Responsibility and Blame*. Trabajo presentado en Annual meeting of the International Communication Association, Dresden, Alemania.
- Davison, J., y Pennebaker, J.W. (1996). Social psychosomatics. En: E.T Higgins y A.W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 102-132). New York: Guilford Press.
- De Vreese, C.H. (2005). News framing: Theory and typology. *Document Design*, 13(1), 51-62.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 41, 51-58.
- Faridah I., Normah M. y Chang P. (2010, junio). *Framing a pandemic: analysis of malaysian mainstream newspapers in the h1n1 coverage*. Trabajo presentado en International Communication Association 2010 Preconference – Health Communication Campaigns: Issues and Strategies in Asia, Australia and Southeast Asia. Singapur.
- Gilles, I., Bangerter, A., Clemence, A., Green, E.G.T., Krings, F., Mouton, A., Rigaud, D., Staerkle, C. y Wagner-Egger, P. (2011). Collective symbolic coping with disease threat and othering: A case study of avian influenza. *British Journal of Social Psychology*, 52(1) 83-102. DOI:10.1111/j.2044-8309.2011.02048.x
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper y Row.
- Gonzalo J.L. y Farré, J. (2011). *Teoría de la comunicación de riesgo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Igartua, J. J., Humanes, M. L., Muñiz, C., Cheng, L. Mellado, C., Medina, E. y Erazo, M. A. (2004). Tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española y opinión pública. En A. Verano (Comp.), *Setenta años de periodismo y comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones Universidad de La Plata.
- Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of Poverty. *Political Behavior*, 12(1), 19-40.
- Iyengar, S. y Kinder, D. R. (1997). *News that matters: Television and American public opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Joffe, H. (1999). *Risk and the "other"*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kenix, L.J. (2008). From media frame to social change? A comparative analysis of same-sex rights in the United States and New Zealand press. *Australian Journal of Communication*, 35(3), 105-128.
- Klein, O., y Licata, L. (2003). "When group representations serve social change: The speeches of Patrice Lumumba during the Congolese decolonization". *British Journal of Social Psychology*, 42, 571-593.

- Kosicki, G. M. (2001). The media priming effect: News media and considerations affecting political judgments. En J. P. Dillard y M. P. Pfau (Eds.), *The persuasion handbook: Developments in theory and method* (pp. 63-81). Thousand Oaks, CA: Sage Publications .
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidòs Comunicació.
- McCombs, M., Lopez-Escobar, E. y Llamas, J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 spanish general election. *Journal of Communication*, 50(2), 77-92.
- McCombs, M.E. y Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211–250.
- OMS (2009). *Recurso a órganos consultivos por la OMS en su respuesta a la gripe pandémica* (Nota informativa N° 19) Recuperado el 14/03/12 de http://www.who.int/csr/disease/swineflu/notes/briefing_20091203/es/index.html.
- (2010). *Respuesta internacional a la pandemia de gripe: la OMS responde a las críticas*. (Nota informativa N° 21). Recuperado el 14/03/12 de http://www.who.int/csr/disease/swineflu/notes/briefing_20100610/es/index.html.
- Orr, E., Sagi, S., y Bar-On, D. (2000). Social representations in use: Israeli and Palestinian high school students' collective coping and defence. *Papers on Social Representations-Online*, 9, 2.1-2.20 (<http://www.swp.unilinz.ac.at/content/psr/index.htm>).
- Pan, Z. Kosicki, G. (2001). Framing as Strategic Action. En S.Reese, O.Gandy, A.Grant, (eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our understanding of the social world* (pp. 35-66). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- (2005). Framing and the understanding of citizenship. En S. Dunwoody, L B. Becker, G. M. Kosicki, y D. M. McLeod (eds.), *The evolution of key communication concepts* (pp. 167-207). Cresskill: Hampton Press.
- Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H. y Grant, A. E. (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reinert, M. (1996). *Alceste (Version 3.0)*. Toulouse: Images.
- Rocamora Villena, V. (2012, enero). *De la Comunicación de Riesgos a la Comunicación de Crisis. La OMS en el caso de la gripe A (H1N1)*. Comunicación presentada al III Congreso Internacional de la AE-IC “Comunicación y Riesgo”. Tarragona.
- Rosenbrock, R., Dubois-Arber, F., Moers, M., Pinell, P., Schaeffer, D., y Setbon, M. (2000). The normalization of AIDS in Western European countries. *Social Science and Medicine*, 50, 1607–1629.
- Scheufele, D. (2000). Agenda-setting, priming and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3 (2-3), 297-316.
- Scheufele, D. y Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20.
- Semetko, H. y Valkenburg, P. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50 (2).
- Setbon, M. (2000). The paradoxical normalization of AIDS. *Revue Française de Sociologie*, 41, 61–78.
- Sperber, D. Wilson, D. (1986). *Relevance-communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Valencia, J., Gil De Montes, L., Ortiz, G., Larrañaga, M. y Idoyaga, N. (2010). Enmarcamento y el rechazo o aceptación de los aspectos generales y específicos de la Ley de igualdad de Género en España: representaciones sociales y regulaciones normativas. *Revista de Psicología Social* 25(2), 145-155.
- Valkenburg, P.M., Semetko, H. A. y De Vreese, C.H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communications Research*, 26, 550-569.
- Vicente Mariñas, M. y López Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre *framing* : sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *ZER* 26, 14-34.
- Wagner, W. (1998). Social representations and beyond-brute facts, symbolic coping and domesticated worlds. *Culture and Psychology*, 4, 297-329.

Wagner, W., y Hayes, N. (2005). *Everyday discourse and common sense: The theory of social representations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wagner, W., Kronberger, N., y Seifert, F. (2002). Collective symbolic coping with new technology: Knowledge, images and public discourse. *British Journal of Social Psychology*, 41, 323–343.

SOBRE LA AUTORA

Nahia Idoiaga: Es licenciada en psicología y doctoranda en psicología social con una beca del gobierno vasco. Trabaja en el departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento de la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Sus trabajos se basan en la influencia de los medios de comunicación en momentos de crisis, especialmente en pandemias y crisis sanitarias.