

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
del 3 de abril de 1981



“CICLOS MEDIÁTICOS EPIDÉMICOS EN LA TELEVISIÓN MEXICANA. ENCUADRE
DE LOS MENSAJES SOBRE EL BROTE EPIDÉMICO DE
INFLUENZA AH1N1 EN LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS HECHOS
NOCHE CON JAVIER ALATORRE Y ONCE NOTICIAS CON ADRIANA
PÉREZ CAÑEDO”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN COMUNICACIÓN

Presenta

KARLA DANIELA ANTONIO MANZO

Director

Dra. Yennué Zárate Valderrama

Lectoras:

Dra. Mireya Márquez Ramírez

Dra. Sylvia Gutiérrez y Vera

Ciudad de México

2019

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN.

Una investigación sobre televisión, encuadres y comunicación de crisis epidémicas. (10)

CAPÍTULO I. Aristas de la comunicación de crisis epidémicas: abordaje, construcción y reproducción de la información en televisión.

INTRODUCCIÓN. (19)

I. Abordaje, construcción y reproducción de la información. (20)

I.1 El tratamiento de la salud en crisis por los medios masivos de comunicación. (22)

I.1.1 Abordajes mediáticos de las crisis epidémicas. (25)

I.1.2. La construcción y reproducción teórica y metodológica de la comunicación de crisis epidémicas. (33)

I.1.3 Consideraciones sobre el abordaje mediático de la salud. (38)

I.2 La necesidad social de la información y el contexto del brote epidémico. (41)

I.2.1 El consumo de medios durante la crisis epidémica AH1N1 en México. (44)

I.3 Aproximación a la estructura mediática en México. (49)

I.3.1 Concentración de los contenidos mediáticos durante el brote epidémico. (51)

I.3.2 Monopolios mediáticos y la televisión mexicana. (54)

I.3.2.a La televisión privada en México: TV Azteca. (58)

I.3.2.b La televisión pública en México: Canal Once. (60)

CAPÍTULO II. Construcción teórico-conceptual sobre el establecimiento de agenda, el encuadre y ciclo mediático-epidémico.

INTRODUCCIÓN. (63)

II. El establecimiento de agenda, el encuadre y ciclo mediático-epidémico. (64)

II.1 Establecimiento de agenda. (68)

II.1.1 Precedentes e inicios teóricos del establecimiento de agenda. (69)

II.1.2 Elementos de composición elegidos en el establecimiento de agenda. (70)

a) *Temas* (71)

b) *Relevancia* (72)

c) *Temas conocidos y temas desconocidos* (74)

II.1.3 Factores elegidos que interfieren en el proceso de establecimiento de agenda. (75)

i) *Marco temporal* (76)

ii) *Naturaleza de los temas* (80)

iii) *Tipo de medio de comunicación* (81)

II.2 Los tipos de agenda. (82)

II.2.1 La agenda de los medios. (83)

II.2.2 La agenda pública. (84)

II.2.3 La agenda política. (85)

II.3 La teoría del encuadre como segunda dimensión del establecimiento de agenda. (87)

II.3.1 Efecto de encuadre (88)

II.4 Perspectivas y aplicaciones de la teoría del encuadre. (89)

II.4.1 El encuadre y la influencia en el "cómo": usos y funciones de los encuadres (90)

II.4.2 Clasificación de los encuadres y elecciones para la investigación (92)

a) *Encuadres episódicos y encuadres temáticos* (93)

b) *Encuadres genéricos y encuadres temáticos específicos* (93)

c) *Encuadres de equivalencia y encuadres de énfasis* (94)

d) Encuadres débiles y encuadres fuertes (94)

II.5 Ciclo mediático-epidémico (95)

II.5.1 El ciclo de atención a los problemas sociales: Estableciendo dinámicas, fases, dimensiones y narrativas del ciclo mediático-epidémico. (96)

II.5.1.1 Dinámica del ciclo de atención a las cuestiones sociales. (98)

1. *La etapa anterior al problema (98)*

2. *El descubrimiento alarmante y el entusiasmo eufórico (98)*

3. *La percepción del precio del progreso (99)*

4. *El descenso paulatino de la intensidad del interés del público (99)*

5. *La etapa posterior al problema (99)*

II.5.1.2 Fases y dimensiones que componen el ciclo mediático-epidémico. (100)

i) *Expansión de casos y necesidad de información (102)*

ii) *Declaraciones de altos funcionarios públicos y aparición de conflictos políticos (102)*

iii) *Dominio de la cobertura y secciones (102)*

iv) *El retorno a la "no-noticia (103)*

II.5.1.3 Narrativas de riesgo: "Un mundo fuera de control" (103)

CAPÍTULO III. El abordaje de los programas noticiosos de televisión *Hechos Noche con Javier Alatorre* y *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* desde la metodología cuantitativa y el análisis de contenido.

INTRODUCCIÓN. (108)

III. El abordaje de los programas noticiosos de televisión desde la metodología cuantitativa y el análisis de contenido. (109)

III.1 El proceso de la investigación cuantitativa desde el objeto de análisis de la investigación. (111)

III.1.1 El análisis de contenido. (113)

III.2 Operacionalización de las variables. (115)

III.2.1 Instrumentalización de la técnica investigativa y muestra. (117)

III.2.2 Codificación de las variables sobre los encuadres noticiosos. (126)

III.2.3 Categorías de análisis. (127)

III.3 Procedimiento estadístico. (139)

III.3.1 Validación y fiabilidad intercodificadora. (140)

CAPÍTULO IV. Análisis de resultados.

INTRODUCCIÓN. (149)

IV.1 Análisis de resultados. Abordaje desde la estadística descriptiva. (151)

i. *Encuadre de prevención (153)*

ii. *Encuadre de alarma y Narrativa de Riesgo (154)*

iii. *Encuadre de opinión y fuentes especializadas (156)*

iv. *Encuadre de crítica de fuentes especializadas (157)*

v. *Encuadre económico (158)*

vi. *Encuadre político (159)*

vii. *Encuadre de Condición Social y Demografía (161)*

IV.2 Sobre la prevalencia de los encuadres en la televisora pública y privada y su relación con el elemento de temporalidad. (162)

IV.2.1 Prevalencia de encuadres en el programa informativo *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo*. (162)

IV.2.2 Prevalencia de encuadres en el programa informativo Hechos Noche con Javier Alatorre. (163)

IV.2.3 La relación entre temporalidad y el encuadre de la noticia. (164)

CAPÍTULO V. Discusión y Conclusión.

INTRODUCCIÓN. (180)

V.1 Discusión. (181)

V.1.1 Sobre la nulidad de la mutua exclusión de los encuadres propuestos. (182)

V.1.2 Discusión de los avances teóricos sobre el análisis de contenido en contraste con los hallazgos. (185)

a) *Relación entre el tipo de medio y el tratamiento de la noticia.* (185)

b) *Correspondencia entre la temporalidad y el tratamiento de la noticia.* (188)

c) *Asociación entre el uso de fuentes y el tipo de medio.* (191)

V.2 Conclusión.

Diagnóstico sobre los mensajes de dos televisoras en una crisis epidémica. (195)

BIBLIOGRAFÍA (199)

ANEXOS

AI. Libro de códigos. (209)

AII. Cálculo de la Contingencia Cuadrática y el Eta Cuadrado según la correlación entre el tipo de variable independiente y encuadre. (226)

AIII. Cálculo de correlaciones para los Modelos de Regresión Múltiple. (241)

AIV. Cálculo de los Modelos de Regresión. (244)

AV. Fiabilidad intercodificadores. (254)

ÍNDICE DE ESQUEMAS, GRÁFICOS Y TABLAS

Esquema 1. Flujo del acontecimiento noticioso sobre la Influenza Humana AH1N1. Elaboración propia con datos del archivo virtual del diario La Jornada del año 2009 bajo las etiquetas de búsqueda “Influenza”, “pandemia”, “AH1N1”, “porcina”. (79)

Gráfico 1. Distribución del consumo de programas informativos de televisión sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 en México durante el año 2009 en 1000 hogares mexicanos | |Elaboración propia con datos de la consulta Mitofsky 2009. (118)

Tabla 1. Distribución de la muestra con base en la temporalidad del acontecimiento y la homogeneidad de las unidades de análisis | |Elaboración propia. (119)

Tabla 2. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de prevención contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (120)

Tabla 3. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Alarma y Narrativa de Riesgo contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (121)

Tabla 4. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (121)

Tabla 5. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (122)

Tabla 6. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Económico contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (123)

Tabla 7. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Político contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (124)

Tabla 8. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Condición Social y Demografía contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia. (125)

Tabla 9. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Prevención donde se observa que en cinco de las siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. (142)

Tabla 10. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo donde se observa que en cinco de las seis variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. (143)

Tabla 11. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas donde se observa que en tres de las cinco variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. (144)

Tabla 12. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas donde se observa que en las cinco variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. (145)

Tabla 13. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre Económico donde se observa que en cinco de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. (146)

Tabla 14. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre Político donde se observa que en seis de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. [\(147\)](#)

Tabla 15. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Condición Social y Demografía donde se observa que en seis de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia. [\(148\)](#)

Tabla 16. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 62 unidades de análisis donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres político y alarma y narrativa de riesgo | |Elaboración propia. [\(152\)](#)

Tabla 17. Cálculo de la media en la variable que conforman el Encuadre Preventivo donde se observa que la implementación de medidas sanitarias, así como el ofrecimiento de un panorama internacional conducen este encuadre | |Elaboración propia. [\(153\)](#)

Tabla 18. Cálculo de la presencia de reportajes e información sobre los orígenes patógenos de la epidemia y sus modos de contagio | |Elaboración propia. [\(154\)](#)

Tabla 19. Cálculo de las medias de las variables contenidas en el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(155\)](#)

Tabla 20. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Opinión de Fuentes Especializadas en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(156\)](#)

Tabla 21. Cálculo de la media de las variables del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(157\)](#)

Tabla 22. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Económico en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(159\)](#)

Tabla 23. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Político en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(160\)](#)

Tabla 24. Cálculo de la media de las variables del Encuadre de Condición Social y Demografía en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(161\)](#)

Tabla 25. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 31 unidades de análisis correspondientes a la televisora pública Canal Once donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres político, económico y alarma y narrativa de riesgo | |Elaboración propia. [\(163\)](#)

Tabla 26. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 31 unidades de análisis correspondientes a la televisora privada TV Azteca donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres alarma y narrativa de riesgo, político y de prevención | |Elaboración propia. [\(164\)](#)

Tabla 27. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Prevención conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. [\(165\)](#)

Tabla 28. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p < 0.05$ | |Elaboración propia. [\(166\)](#)

Gráfico 1. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Prevención en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (166)

Tabla 29. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. (166)

Tabla 30. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p=0.07$ | |Elaboración propia. (167)

Gráfico 2. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Prevención en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (167)

Tabla 31. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Opinión de fuentes Especializadas conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. (168)

Tabla 32. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p=0.086$ | |Elaboración propia. (168)

Gráfico 3. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (169)

Tabla 33. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Crítica de fuentes Especializadas conserva su mayor presencia en la segunda, tercera y sexta | |Elaboración propia. (169)

Tabla 34. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.855$ | |Elaboración propia. (170)

Gráfico 4. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (170)

Tabla 35. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre Económico conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. (171)

Tabla 36. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.229$ | |Elaboración propia. (171)

Gráfico 5. Distribución de la prevalencia del Encuadre Económico en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (171)

Tabla 37. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre Político conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. (172)

Tabla 38. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.295$ | |Elaboración propia. (172)

Gráfico 6. Distribución de la prevalencia del Encuadre Político en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. (173)

Tabla 39. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el

Encuadre de Condición Social y Demografía conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia. [\(173\)](#)

Tabla 40. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.021$ | |Elaboración propia. [\(174\)](#)

Gráfico 7. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Condición Social y demografía en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia. [\(174\)](#)

Gráfica 8. Prevalencia de los encuadres relacionados con la cobertura del acontecimiento epidémico en el programa informativo de televisión pública | |Elaboración propia. [\(179\)](#)

Tabla 41. Correlación de las variables tipo de medio y los encuadres donde se observa colinealidad significativa menor a 0.05 entre las características de cada una de las variables dependientes | |Elaboración propia. [\(184\)](#)

Tabla 42. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Tipo de Medio y Encuadre | |Elaboración propia. [\(186\)](#)

Tabla 43. Cálculo medias y desviación estándar por encuadre según el Tipo de Medio | |Elaboración propia. [\(186\)](#)

Tabla 44. Cálculo de la jerarquización de los encuadres en el programa informativo de televisión pública Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia. [\(187\)](#)

Tabla 45. Cálculo de la jerarquización de los encuadres en el programa informativo de televisión pública Hechos Noche con Javier Alatorre | |Elaboración propia. [\(187\)](#)

Tabla 46. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Temporalidad y Encuadre | |Elaboración propia. [\(189\)](#)

Tabla 47. Distribución de los Encuadres según su media y desviación estándar respecto de la Temporalidad del acontecimiento | |Elaboración propia. [\(190\)](#)

Tabla 48. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Tipo de Medio y Uso de Fuentes | |Elaboración propia. [\(192\)](#)

Tabla 49. Distribución Porcentual del Uso de Fuentes según el Tipo de Medio | |Elaboración propia. [\(194\)](#)

INTRODUCCIÓN. Una investigación sobre televisión, encuadres y comunicación de crisis epidémicas.

Los medios de comunicación tienen un papel significativo en temas de salud pública y al ser un mecanismo esencial que permite la difusión y fluidez de información se convierten en la principal fuente de información para los ciudadanos; en ese sentido, el medio es una herramienta de estimulación y promoción de valores que mitiga conductas de riesgo; tal distinción, según Feo Acevedo & Feo Istúriz (2013) en reiterados casos, responde a los intereses políticos y económicos de las grandes corporaciones mediáticas y centros de poder mundial.

Para abordar el tema de la salud, que confiere el sentido a esta tesis, primero se tiene que destacar el propósito del medio en la sociedad de tal suerte que el rol de los medios de comunicación sea proponer una agenda que construya o reconstruya esos valores, creencias y conductas comunes pese a las inserciones de la oferta y la demanda como un factor decisivo en el contenido mediático. Dado que el objetivo del medio audiovisual es democratizar la información y dignificar la comprensión del lenguaje en el receptor, así como provocar capacidades comunicativas, expresivas y críticas, existe una baja calidad de los contenidos televisivos.

Las grandes cadenas de medios sustentan, con puntajes de *rating*, que la programación y producción de contenidos responde a lo que el telespectador quiere; para Aguaded (1999) esta posición suele favorecer a la privatización y comercialización donde cualquier intento de regular el contenido de la televisión es considerado como un ataque a la libre expresión; así mismo la propiedad, la concentración mediática, los contenidos y la desregulación estatal responde a fuertes intereses económicos.

Sobre la propiedad de los medios, según Chomsky y Herman (1990) en Estados Unidos, 29 organizaciones son las responsables de la producción de más de la mitad de los más de 25 mil medios de comunicación existentes en el país, y son ellas quienes

definen la agenda de contenido y generan las noticias nacionales e internacionales¹ lo que coloca a la economía política del medio y la comunicación como un modelo de análisis que fortalece la investigación sobre la influencia de las corporaciones financieras en la creación de contenidos mediáticos donde, si se atiende a las posturas de Lippmann (1922) y McCombs (1998)², hay un control de la realidad donde la importancia y la relevancia de los temas gira sobre un eje influenciado por el poder económico.

Los contenidos mediáticos, desde el fondo y la forma, han sido objeto de análisis durante décadas (Laswell, 1930; Lazarsfeld, 1940; Cohen, McCombs, Shaw, Smith, 1947; Katz, 1960) destacando su construcción e influencia en la sociedad civil. Estudios acentúan que el artefacto por el cual el medio penetra en el inconsciente del receptor reditúa en torno a la producción masificada de temas (Mattelart y Mattelart, 1988)³.

El vigor de los estudios sobre la agenda de los medios y la producción de mensajes parten del modelo de Laswell (1948) donde se indagan de manera muy estructurada las variables que colocan al emisor, el mensaje y el receptor en una dinámica orgánica: quién se ha comunicado, qué dijo, por qué canal se ha comunicado, a quién se ha dirigido y qué resultado produjo la comunicación.

La incorporación de estos estudios a los análisis sobre los medios marca las brechas para desarrollar investigaciones que conformen una suerte de árbol genealógico de la comunicación en el mundo desde las antiguas culturas hasta las más recientes.

¹ Feo Acevedo & Feo Istúriz en su artículo “Impacto de los medios de comunicación en la salud Pública” (2013) mencionan que las cuatro principales agencias de noticias (AP, UPI, Reuters y AFP) generan el 80 % de las noticias que circulan en todo el mundo. Los propietarios de estos grandes medios están directamente vinculados con otros rubros de la economía, como la banca, la producción de armamento, la agroindustria, las compañías petroleras, las compañías automotrices, o la industria farmacéutica.

² Ambos autores consideran, salvo ligeras disertaciones propias de su época, que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes, así como que éstos no sólo hacen que las personas conozcan las noticias sobre el mundo, sino que enseñan la importancia y relevancia que hay que dar a cada tema desde el punto de vista del énfasis y cobertura

³ Destacan que el impacto de la televisión en la audiencia tiene que ver con la magia de lo audiovisual donde el televisor es un vehículo privilegiado ya que puede imponerse en cada hogar y en cada conciencia

Trayendo a cuenta la idea principal sobre el rol de los medios y la transformación del contexto en el que muchas veces se desenvuelve (medios-corporaciones-gobierno), la relación con la difusión de la salud entabla una suerte de servilismo oficialista y privado que se acompaña de mensajes de riesgo con fines de lucro para la empresa que supone “la cura” y el gobierno que ofrece “la solución” creando personajes heroicos y bienaventurados alrededor de una situación de desastre, muy recurrentemente, epidémico o natural.

La literatura sobre la correspondencia entre medios y salud, específicamente de crisis epidémicas, dice que hay una relación entre la construcción de la noticia y el ciclo patógeno de la enfermedad donde a mayor presencia de la enfermedad mayor cobertura noticiosa, y mayor variabilidad de encuadres; a tal relación se le define como ciclo mediático-epidémico. Mediante encuadres sobre el tratamiento de la noticia epidémica de Influenza Humana AH1N1 en 2009 en programas noticiosos de televisión se puede comprobar o no dicha relación, así como tipificar el medio y el mensaje.

En México, la televisión es el medio con mayor alcance y para el receptor suele ser el referente del entorno al destacar una inmensa diversidad de temas. En 2018 Nielsen-IBOPE realizó el estudio sobre Consumo de Medios calculando que en 91.5% de los hogares mexicanos hay diariamente una televisión encendida en promedio 4hrs. 52 min., tal cifra alcanza dos terceras partes de la población.

En 2009, según la empresa consultora Mitofsky, refiere en su encuesta significativa sobre la influenza en México; que durante los meses de abril a junio este evento como principal en la semana con un total porcentual de menciones del 92.1% además de también cuantificar otros eventos asociados con el mismo; por ejemplo, el temblor (14.6% de menciones), la crisis económica (8.8%), la inseguridad (8.2%), el narcotráfico (6.7%), la gripe porcina (4.0%), la visita del presidente de EEUU (4.0%), el desempleo (2.7%), la suspensión de clases (2.1%), la caída de la bolsa de valores (2.1%), los crímenes (1.8%) las medidas preventivas para la influenza (1.8%), los accidentes automovilísticos (1.2%) y el alza del dólar (1.2%).

Siguiendo con la misma encuesta y el contexto, se hace alusión a que el medio preferido para estar al tanto de la manera cómo evolucionó esta epidemia fue la televisión y seguida la radio, las conversaciones con amigos, familiares y conocidos ocupó al 2.4% de los entrevistados, los diarios representaron al 1.8% del consumo de medios, mientras que los comentarios con vecinos representaron el 1.2% de socialización del tema.

Dado que se ha ubicado el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 como problema de investigación y a la televisión como artefacto conductor de mensajes que necesitan ser difundidos, serán los programas informativos lo que contendrán las unidades de análisis que dan cuerpo a esta tesis; para ahondar en la examinación de los mensajes se tomará como variable e distinción la tipología del medio (pública o privada) donde, como se ha abordado anteriormente, pueden explicitarse elementos identitarios de su régimen económico que pueden hacer más amplia la disertación sobre el cómo de la comunicación en México durante procesos de desestabilidad social.

Debido a ello, la tesis central de este trabajo de investigación reúne elementos de agenda y encuadre de la noticia enunciando que: la noticia de la Influenza Humana AH1N1 en México durante 2009, tuvo un marco de temporalidad tan amplio que se construyó desde diversos encuadres y por consiguiente genera la pregunta de investigación específica: ¿En qué parte del ciclo mediático se localizan qué tipo de encuadres?

Para nutrir estas especulaciones investigativas se han planteado ideas secundarias que conforman un aparato metodológico y diagnóstico sobre el uso de fuentes que los programas informativos de televisión utilizaban en sus mensajes sobre el brote epidémico con el fin de generar una discusión centrada en la influencia de la economía del medio y los mensajes que se emitían: ¿Quiénes eran los principales actores en las noticias de la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 en 2009?; ¿Qué fuentes fueron las prevalentes en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009?; ¿El tratamiento de la noticia tipifica al medio de comunicación que la emite?

Respecto al abordaje de estos cuestionamientos el aporte teórico que esta tesis desarrolla se centra en la generación de siete encuadres, que con características propias y teniendo como herramienta el análisis de contenido, tuvieron la pretensión de ser referentes para la identificación y tipificación de los mensajes en la comunicación de crisis sanitarias. Estos siete encuadres respaldan sus categorías y a la vez validan apuntes teóricos y empíricos previos que refuerzan las contribuciones a los estudios sobre comunicación de crisis (Shih, Wijaya & Brossard, 2008; Waisbord, 2010; Downs, 1972; Igartua, 2005; Ungar, 1998; Lupton, 1995).

El Encuadre de Prevención identifica mensajes que incluyan consejos sobre la implementación de medidas sanitarias, localización de centros de atención ciudadana, información de medidas preventivas en el extranjero, opiniones de transeúntes, información sobre la aparición y curso orgánico de la enfermedad, entre otros.

En Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo se compone de categorías que se relacionan a las cifras de contagios y decesos, comparaciones con epidemias previas así como del uso de palabras que distorsionan la realidad e inducen al miedo como muerte, caos, destrucción y fuera de control, aunado a ello también contendrá a mensajes sensacionalistas e información no verídica.

Los Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas y Crítica de Fuentes Especializadas abordan la presencia o ausencia de fuentes científicas, especialistas en salud, industria farmacéutica, periodistas y presentadores de los programas informativos con el fin de identificar las fuentes no gubernamentales y políticas en los mensajes que se emitieron durante el brote epidémico.

En Encuadre Económico distingue en los mensajes categorías referentes a la desaceleración económica del país y desempleo, pérdidas turísticas y afectación de relaciones mercantiles nacionales y extranjeras entre otras más con el fin de identificar la diversidad de enfoques respecto al contexto epidémico.

El Encuadre Político se distingue por contener en sus categorías opinión e información de fuentes oficiales, políticas y gubernamentales, nacionales y extranjeras, así como información sobre la afectación de relaciones políticas internacionales debidas al brote epidémico.

El Encuadre de Condición Social y Demografía destaca los mensajes que contengan información de pobreza, ruralización, condicionantes sociales y comparaciones demográficas asociadas al contagio de virus.

Para la indagación puntual de las categorías contenidas en los encuadres se plantean cuestionamientos secundarios pero que mantienen una relación esencial con el enunciado de tesis: ¿Los mensajes emitidos por los programas noticiosos de televisión a qué tipos de encuadres responde?, en México durante la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 de 2009, ¿Cómo se encuadra la cobertura televisiva en los programas noticiosos de la televisión pública y de la televisión privada?, ¿Hay un uso de fuentes distinto según la temporalidad del acontecimiento?, ¿Qué encuadres prevalecen en la televisión pública y en la televisión privada?.

Los objetivos que conforman la investigación, además de observar si hay presencia del ciclo mediático-epidémico en los programas noticiosos de televisión y si la cobertura noticiosa sobre la crisis epidémica se relaciona a encuadres críticos, sensacionalistas, preventivos o políticos, destacan la identificación sobre la prevalencia de los encuadres en los programas noticiosos de televisión así como la comprobación sobre la influencia del tipo de partida económica respecto de la forma de presentar las noticias sobre la crisis epidémica.

Esta tesis parte de supuestos hipotéticos según los encuadres propuestos con el fin de que cada uno de éstos pueda ser descartado del proceso diagnóstico y que a la vez fortalezca los hallazgos; estas hipótesis son: H1: El encuadre sensacionalista prevalece en los mensajes de las noticias presentadas en el programa informativo de televisión privada; H2: El encuadre político tiene mayor prevalencia en los programas noticiosos emitidos

por la televisora pública que en los de la televisora privada; H3: Existe relación explícita entre el tipo de medio y el tipo de fuentes usadas en los programas noticiosos de televisión; H4: En los mensajes emitidos en las primera semana del brote epidémico hay mayor presencia del encuadre de opinión de fuentes especializadas; H5: El uso de fuentes políticas y gubernamentales presenta mayor prevalencia que el resto de los encuadres.

La construcción metodológica de esta investigación se resguarda en variables de orden inductivo guardando un proceso teórico y metodológico que resulta en su comprobación cuantitativa; la perspectiva adoptada es la inductiva dado que permite la identificación y extracción de distintos encuadres noticiosos sobre el tipo de mensajes emitidos por dos televisoras de gran audiencia durante el brote epidémico en México y utiliza como técnica de recogida de datos el análisis de contenido.

Las unidades de análisis se reparten en 31 elementos por televisora dando un total de 62 unidades las cuales comprenden 6 semanas de cobertura (24 de abril a 05 de junio) ambas emisiones están sujetas a derechos reservados por las televisoras y fueron ocupadas solamente para efectos de la elaboración de esta tesis.

La elección de los programas informativos tiene como criterio de inclusión el consumo de medios y búsqueda de información del momento donde tales se premiaban con mayor audiencia. La distinción de una televisora pública y una privada radica en la disertación sobre la influencia del tipo de medio en la forma de comunicar los acontecimientos, así como en el interés de explorar de forma exhaustiva cada una de las categorías que componían los encuadres destacando elementos específicos de composición de la teoría de agenda setting y framing.

Respecto a la estructura de este trabajo de investigación brinda al lector un panorama, en primera instancia, del consumo de medios y contenidos a la par de ahondar en la teoría de la economía política de la comunicación; después, como marco teórico, destaca los aportes imprescindibles en torno a la teoría del establecimiento de agenda, el framing, los ciclos mediáticos-epidémicos y de interés social; en la parte metodológica se

destacan posturas alrededor de los estudios cuantitativos y de análisis de contenido destacando en sus elementos de composición la elaboración del libro de códigos y la fiabilidad intercodificadora en la que se desarrolla ampliamente la validación del instrumento de medición y las categorías de cada uno de los encuadres propuestos; el desarrollo de los resultados trata la estadística descriptiva, significancia, correlaciones y pruebas de varianza sobre los objetivos, preguntas de investigación e hipótesis de cada encuadre; por último, la discusión y conclusión, se desarrolla en torno a tres variables independientes que darán justificación empírico: la temporalidad, el uso de fuentes y el tipo de medio; estas variables destacan sobre el resto porque contribuyen a enriquecer el aparato teórico que esta tesis propone así como a desarrollar un diagnóstico en torno a la comunicación de crisis epidémicas.

Teniendo en cuenta lo incipiente de la investigación sobre comunicación de crisis epidémicas en México este trabajo aspira a ubicarse como uno de los primeros que, desde las teorías de establecimiento de agenda y encuadre⁴, realizan una aproximación a la categorización de los mensajes sobre crisis epidémicas en la televisión mexicana. Sin pretender ser exhaustivo y consciente de las limitaciones, este trabajo busca ofrecer un diagnóstico, según sus hallazgos, que pueda motivar reflexiones sobre los fenómenos de comunicación de crisis epidémicas y que inviten a pensar en nuevos caminos de investigación.

⁴ En la búsqueda bibliográfica sólo se hallaron estudios sobre la búsqueda de información sobre el brote epidémico y en la homogeneidad de los contenidos, hasta ahora, no hay estudios sobre el caso mexicano del brote epidémico que hagan una distinción de las televisoras y que propongan encuadres específicos con respaldo teórico, así como tampoco hay estudios que contengan una sofisticación estadística propia que sirva de sustento al proyecto empírico.

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO I. Aristas de la comunicación de crisis epidémicas: abordaje, construcción y reproducción de la información.

En este capítulo se abordará la comunicación de crisis sanitaria desde tres aristas: (1) desde el tratamiento de la salud por los Medios Masivos de Comunicación (MMC); (2) desde la construcción teórica y metodológica en torno a la comunicación de crisis epidémicas y (3) desde el consumo de medios durante la crisis epidémica AH1N1 en México.

Este capítulo desarrolla algunas posturas que han abordado la comunicación de crisis epidémicas, tales posturas se anclan en teorías y enfoques modernos de la comunicación y los estudios de audiencia como el framing, la agenda setting, la agenda interpersonal, la teoría de la dependencia al sistema mediático y los usos y gratificaciones;

estos enfoques y teorías destacan como unidad de análisis algunos casos de crisis epidémicas además de trabajos académicos con principios teóricos y metodológicos desarrollados en la difusión de salud.

Como se leerá a lo largo del capítulo, éste desenvuelve temas de crisis sanitarias y riesgo social dentro del marco de los estudios sobre los medios masivos de comunicación tratando de posicionar hallazgos y caminos trazados desde perspectivas que nutren esta investigación. En ese sentido, este capítulo destaca la necesidad social de la información y las fuentes primarias como elementos indispensables o de referencia frecuente en el estado del arte de los estudios sobre temas de salud en riesgo; autores como Morton & Duck (2001); Frewer (2000), Coleman (1993), Farré (2005) y Muñiz (2011) desarrollan dimensiones en función del objeto de estudio partiendo a) de la influencia o los efectos de la comunicación, b) del contenido de riesgo en la información transmitida, c) de la persuasión buscada en ciertos contenidos con apelaciones al acontecimiento sanitario y d) del papel de los actores (gobiernos, autoridades mundiales, científicos, líderes) en el proceso comunicativo. Con este capítulo se emprende la búsqueda de información en torno a la unidad de análisis y el objeto de estudio que esta investigación pretende con el fin de contribuir a los estudios de la comunicación de salud y sus abordajes informativos.

I. Abordaje, construcción y reproducción de la información.

Las aristas que se identifican en los estudios sobre las crisis epidémicas y los medios de comunicación masiva se producen de la relación entre los factores de la comunicación: fuente, emisor, código, señal, mensaje, canal, situación, contexto y receptor⁵ y se fundamentan en las teorías clásicas de la comunicación (Laswell, 1930; Lazarsfeld, 1940; Cohen, McCombs, Shaw, Smith, 1947; Katz, 1960).

⁵ El modelo lasswelliano propuesto en 1948 define y organiza variables para el estudio e influencia sistematizada de los medios de comunicación en el receptor; “una forma apropiada para describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas: ¿quién dice qué a través de qué canal a quién con qué efecto? El estudio científico del proceso comunicativo tiende a concentrarse en algunos de estos puntos

Diversos estudios sobre la comunicación de crisis epidémicas se han desarrollado desde posturas empíricas y teóricas diversas; algunos de estos abordajes parten del análisis de contenido (Alcalay & Mendoza, 2010 Márquez-Hernández, 2010; Flores, 2014; Nour & Alhajri *et al.*, 2017; Sau-Gomila *et al.*, 2017; Kummervold, 2017); la sociología de la producción de noticias (Waisbord, 2002, 2010; Costa, 2008; Romero-Cárcamo, 2015; Dickmann *et al.*, 2015; Pérez, 2016; Herte de Moraes *et al.*, 2016; Fernández, 2016; Toussaint & García, 2017); el framing y la transición de la noticia de crisis en las agendas (Coe, 1998; Idoyaga *et al.*, 2012; Mondragón *et al.*, 2013; Endaltseva & Mordvinova, 2016; Pake *et al.*, 2016; Shih *et al.*, 2008, 2012); el análisis crítico del discurso (Mosquera, 2003; Algarra, 2010; Eraso & Arroyave, 2014; Raynaga & Zárate, 2015); en estudios descriptivos (Rothman *et al.*, 1972; Obregón, 2010; Sosa, 2010; Muñiz, 20011; Ríos, 2011; González *et al.*, 2011; Torres *et al.*, 2017) e históricos (López-Cervantes *et al.*, 2010).

Según Ríos Hernández (2011) la comunicación en todos los niveles -masiva, comunitaria e interpersonal- juega un papel importante en la difusión de conocimiento de conductas, valores y normas sociales, así como en el estímulo a procesos de cambio social que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de un sujeto y al desarrollo de los pueblos.

Ante esto, la intervención de la comunicación en temas de salud en riesgo o crisis, así como en la difusión de hallazgos científicos, es un punto de partida para el proceso de socialización⁶ siendo fundamental en la conformación de sistemas estructurales de

interrogativos» (Laswell, 1948, pág. 84). Según Mauro Wolf, cada una de estas variantes define y organiza un sector específico de la investigación: la primera se centra en el estudio de los emisores, es decir, en el control sobre lo que es difundido. Los que en cambio estudian la segunda variante elaboran el análisis del contenido de los mensajes, mientras que el estudio del tercer elemento da lugar al análisis de los medios (2016, pág. 14)

⁶ En esta tesis se entiende el proceso de socialización como aquello por el que un individuo se hace miembro funcional de una comunidad, adquiriendo la cultura que le es propia manifestando la insistencia en considerar el peso que tiene la sociedad como un todo en el proceso de formación y crecimiento del individuo; esta postura parte de perspectiva naturalmente sociológica (Lucas-Marín, 1986, pág. 357). Baldrige (1977) afirma que es la sociedad la que crea al individuo y no éste el que crea a la sociedad por lo que la sociedad posee un gran poder sobre individuos, conforma y moldea a la vez que crea sus personalidades. En ese sentido, los medios de comunicación, como conductores sociales de la realidad, son considerados, en este trabajo, como interventores y agentes socializadores.

transformación social e individual entablando una relación estrecha entre la percepción y la construcción de la realidad social⁷.

La asociación de esta idea con la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 en México durante los meses de abril a junio de 2009 se cimienta en la vinculación del exterior, el sujeto que la percibe y el acontecimiento, usando al medio de comunicación como vehículo y colocándolo como un factor interviniente en dicho proceso social.

La reproducción y tratamiento de temas epidémicos en los medios masivos desarrolla visiones teóricas y metodológicas desde el campo de los estudios de la comunicación que puntualizan o sofistican las interpretaciones entorno a los elementos que componen los mensajes y los factores que se relacionan con el receptor.

Si bien esta investigación no tiene como objetivo centrarse en la percepción del sujeto, sí es ésta una motivación para desarrollar ideas en torno a la tipificación de las noticias emitidas durante una crisis epidémica de amplitud internacional como la suscitada en México.

I.1 El tratamiento de la salud en crisis por los medios masivos de comunicación (MMC).

Este trabajo entiende a la comunicación en salud como aquello que abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud (Mosquera, 2003); es decir, se concibe a la salud en relación con la comunicación como un elemento social que se resuelve sobre comportamientos colectivos y alcances de situaciones de riesgo.

Como complemento a la relación entre salud y comunicación, Waisbord & Coe (2002) precisan la consideración del Estado como aquel que genera las condiciones y provee medios que faciliten la salud de los individuos y la sociedad; por lo que, la relación

⁷ Según Veron (1981) la opinión espera el discurso informativo que la mantenga al día sobre lo que ocurre en el mundo.

entre los MMC y el Estado colocan a la salud como un tema posible y de interés público desde lo normativo y lo mediático⁸ caracterizándolos como promotores principales de la salud.

La salud, al ser tratada como asunto político y mediático se fragmenta como concepto biomédico y transmuta a uno multidimensional, interdisciplinar y de continua evolución siempre manteniendo una relación con las esferas sociales, científicas, económicas, culturales y de estilo de vida; es decir, la salud reconstruye o configura las condiciones óptimas de vida generando nuevos paradigmas sobre la salvaguarda de la salud y el bienestar.

En ese sentido, las situaciones de riesgo (pandemias, catástrofes, amenazas químicas o nucleares) ocupan un lugar importante en la simbología social colectiva o *frame* social⁹ y donde la influencia de los medios de comunicación en tales situaciones interviene activamente en los ensambles simbólicos donde, según Idoiaga (2014), las situaciones de riesgo se conviertan en situaciones de crisis.

La comunicación de riesgo¹⁰ o crisis se ha abordado tradicionalmente desde las teorías de comunicación de riesgo para referirse tanto a las coberturas informativas frente a la gestión de desastres naturales como al tipo de información que requiere la opinión pública en circunstancias de peligro, crisis o emergencia (Garcés & Arroyave, 2015) este

⁸ Las consideraciones realizadas en 1986, en la Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud, se definió a esta como “el proceso de facultar a las personas para que aumenten el control que tienen sobre su salud y para mejorarla... exige la acción coordinada de todos los implicados: los gobiernos, los sectores sanitarios y otros sectores sociales y económicos, las organizaciones benéficas, las autoridades locales, la industria y los medios de comunicación” (Conferencia Internacional sobre la Promoción de la Salud, 1986, pp. 1-2 citado en Ramírez-Leyva, 2017).

⁹ Goffman (2006) señala que los encuadres son “esquemas de interpretación que permiten a los individuos y a los grupos localizar, percibir, identificar y etiquetar eventos y hechos a los que se les dota de sentido, y a través de los que se organizan las experiencias y se orientan las acciones (pág. 21)

¹⁰ Según Farré (2005) El riesgo mediatizado desemboca en la formación de culturas del miedo que constituyen la culminación de una nueva realidad social que exige la profundización e interés en este campo emergente de investigación, tanto desde la configuración de las identidades colectivas como personales. La Comunicación de Riesgo como enfoque específico proyecta un reto enorme, como lugar de encuentro, para la teoría de la comunicación en diálogo con la teoría social.

abordaje ha dado paso a socializar las situaciones de riesgo sanitario o natural en la opinión pública y colocar estos temas en las agendas políticas.

La utilización de los MMC como promotores de información en situaciones de riesgo, los posiciona como un recurso informativo de importancia para los individuos y el actuar colectivo debido a la carga cognitiva y simbólica con la que proveen al receptor cubriendo sus necesidades informativas.

Klapp (1978) considera que aquello que interrumpe la comunicación es el ruido social que se produce por una información perfectamente buena que resulta inaplicable, redundante o excesiva interfiriendo en las decisiones, el consenso y los significados¹¹; esto es, que la comunicación que entra en una dinámica vulnerable y excesiva contamina la subjetividad y el entorno de quien la recibe e interioriza.

Es en las situaciones de riesgo como contagios, plagas, pandemias, desastres naturales o donde la humanidad se encuentre en riesgo como especie, puede aparecer ese ruido social, donde la corrida de información excede a lo que el individuo puede procesar críticamente. Este excedente de información hace al individuo vulnerable al contagio, al sentimiento de histeria, suspicacia, desaliento y desasosiego¹² de un contagio de actos colectivos que superan la consciencia en sí convirtiéndolo en masa y cultura^{13 14}, ninguno diferente.

¹¹ Desde el punto de vista de la comunicación, el mundo es un mar de señales donde nadamos, buscando información que nos sea útil (Klapp, 1978) para lo cual, la información y los modos en la que ésta se comunica -cualquiera que sea y se estime importante por el individuo que la reciba- se socializan y subjetivan como algo necesario.

¹² Según Klapp (1972) este punto de acción, donde el individuo se vulnera ante el resto y la información excesiva es el ruido contagioso donde los sentimientos negativos, tales como la voluntad, la histeria, la suspicacia, el descontento, el desaliento, la falta de respeto a la ley, el desasosiego, pueden difundirse inadvertidamente.

¹³ Blumer (1969) considera que el desasosiego es el punto de partida del comportamiento colectivo; de acuerdo con la teoría del interaccionismo simbólico donde las conductas de los individuos están sujetas al significado que les otorguen a los objetos de su mundo de vida, lo que signifiquen las cosas para el sujeto depende de su interacción social con otros actores de su entorno y los significados dependen de la experiencia social del sujeto.

¹⁴ Casenueve (1974) considera tres nociones entorno a la cultura de masas: primeramente, se comprueba una clara evolución por parte del público que se vuelve más crítico, que opera una selección en las emisiones y que, tras haber alcanzado y superado un cierto nivel de saturación, se encuentra más abierto a las

La difusión de la salud, así como la información de crisis epidémicas, conlleva una planeación estratégica que tiene como objetivo abordar diversos temas que expongan hallazgos y desarrollos científicos dotando al receptor de información que pueda ser utilizada para complementar su entorno o someta su interés a procesos racionales.

La comunicación de temas sanitarios ha logrado su inclusión en la agenda de las políticas públicas y la democratización de la información convirtiéndose en un factor valioso para el desarrollo social e individual lo cual lleva a reflexionar en torno a la importancia de la cobertura mediática para comprender el impacto de los medios en las audiencias y la relación de este con la esfera pública y privada. Según Waisbord (2010), uno de los desafíos más importantes para la comunicación en salud es la definición de prioridades respecto a la dinámica de la noticia y la agenda de los medios y concluye que la cobertura mediática influye las agendas de la opinión pública, gobiernos y políticas globales¹⁵.

Hablar de salud dentro de la agenda de los medios es reflexionarla como información necesaria y reproducible, su socialización se refleja en segmentos dedicados en los programas televisivos de hechos noticiosos, diarios impresos que contengan apartados específicos sobre temas de salud o anuncios radiofónicos.

I.1.1 Abordajes mediáticos de las crisis epidémicas.

tentativas que surgen de los senderos trillados. En segundo lugar, la multiplicación de las fuentes de emisión, por ejemplo, la de las cadenas de televisión, hace que resulte más rentable para ellas compartir el público, buscando auditorios minoritarios, antes que tender todas juntas hacia la misma masa indistinta. Finalmente, la evolución de las técnicas va asimismo en el sentido del particularismo y del fraccionamiento del público, al tiempo que favorece las elecciones individuales. La cultura también es un contenido, y no deja de ser posible que la misma extensión de la participación, la cantidad y la calidad de los participantes ejerzan una influencia sobre la totalidad de los contenidos de los mensajes culturales

¹⁵ Waisbord apunta que lo mediático pasa a dominar los planes de la salud. En el caso de la influenza AH1N1 de 2009, la propagación de la noticia sobre de que la vacuna de la Influenza Estacional que se estaba aplicando en los centros de salud a la comunidad en general como medida de prevención y había sido aplicada a gran parte de las defunciones durante la epidemia concluyó la antivacunación.

La noticia es una construcción social [y cultural] elaborada a través de prácticas que tienen que ver con procesos de socialización y valoración de las formas de interpretar y presentar la realidad, ponderando relaciones sociales, políticas y hasta económicas por parte de los periodistas (Romero, 2016).

Entender cómo se construyen las noticias sobre los temas de salud pública es, por tanto, un paso crítico en la evaluación de posibles reacciones públicas hacia temas como epidemias emergentes (Shih, Brossard & Wijaya, 2012), en ese sentido, el análisis crítico de los mensajes y la construcción de la noticia es el referente sistemático de los abordajes mediáticos de las crisis epidémicas.

La relación entre comunicación y salud parte de localizar a esta última como tema en las políticas públicas; Epstein (1998) considera que la salud debe ser comunicada y abordada desde cuatro aspectos básicos: 1) desde las situaciones sociodemográficas, 2) desde los inconvenientes y costos sociales de las enfermedades, 3) desde los recursos públicos disponibles y 4) desde el costo-beneficio de las tecnologías para el mejoramiento de la salud. Si se reconocen estos cuatro elementos en la cobertura informativa se supone entonces que ésta dota de información completa que permite realizar una evaluación crítica y funcional de la salud en situación de crisis¹⁶.

Partir de estos cuatro aspectos para la difusión informativa sería el aporte ideal a la comunicación y difusión de la salud cuando se encuentra bajo una situación crítica, pero existe el otro polo, cuando la salud se informa y se propaga con inconsistencias. Sobre el tratamiento y comprobación de las fuentes Colombo (1997) las llama “noticia acatamiento” puesto que considera a aquella noticia que llega a las redacciones con un plus de seguridad tal que el periodista baja la guardia de la comprobación y, por tanto, son fácilmente objeto de instrumentación de intereses ocultos¹⁷. La intervención de

¹⁶ En capítulos próximos, se desarrolla a profundidad estos supuestos ya que esta investigación parte de considerarles como factores elementales dentro del ciclo mediático epidémico.

¹⁷ Según Epstein otras divergencias pueden surgir entre los diferentes “ethos” de lo que podríamos llamar “cultura de los investigadores” y “cultura de los periodistas”. Una de estas diferencias consiste en el hecho de que la escala de tiempo o de urgencia de los periodistas es diferente a la de los científicos. El “cierre de edición” de los periodistas tiene día y hora marcados, el “cierre” de una investigación no puede ser

fuentes institucionales respalda esta idea, López (1995) sostiene que una fuente informativa será todo aquel canal -persona o institución- que proporciona datos sustanciales o complementarios para elaborar noticias.

La comunicación de las políticas públicas en salud puede tener efectos en las tasas de interés médico¹⁸ ya que al generar campañas de prevención y difundirlas en medios de comunicación masiva crea consideraciones de cuidado en la sociedad (Epstein, 1998). Esta difusión puede verse reflejada en la disminución o aumento de estas tasas incluso teniendo una representación en el desarrollo del país. Partiendo del supuesto de este autor, donde existe una relación entre la comunicación, las políticas sanitarias y el desarrollo del país, el papel que ocupa la difusión es de máxima relevancia. La comunicación se convierte en el motor del desarrollo social de un país.

Si bien la comunicación se entiende, bajo este razonamiento como canal para el desarrollo de una nación; la participación y la socialización debe ser óptima, de lo contrario, la comunicación no solventará o preparará el camino del desarrollo.

Las políticas públicas dependen mucho de la reacción que genere en el receptor, pero si esta política pública se realiza en el marco de una crisis sanitaria, el receptor socializa inmediatamente la propuesta; siguiendo este hilo lógico, cuando la política pública se elabora, se comunica, se socializa y se representa en la disminución de tasas sanitarias o de interés médico entonces podemos hablar de una campaña comunicativa de políticas públicas sanitarias exitosa¹⁹. En el contexto de riesgos para la salud pública,

determinado con la misma precisión. Los propios científicos y periodistas tienen una cierta incompreensión mutua de sus respectivos imperativos profesionales y el contenido de sus críticas recíprocas frecuentemente no tienen en cuenta este hecho.

¹⁸ Entendiendo como tasas de interés médico las enfermedades de transmisión y las enfermedades inmunológicas.

¹⁹ Para que una campaña de comunicación sobre conductas sanitarias tenga éxito, ésta debe generar en el receptor hábitos que indiquen que la comunicación o el objetivo que esta plantea han sido socializados e interiorizados. En el caso de la Influenza AH1N1 de 2009, la Secretaría de Salud promovió los "Lineamientos para prevenir y mitigar los efectos de la Influenza AH1N1" en diversos sectores (educativo, salud, industrial, centros de trabajo, comercio); tales lineamientos eran una guía estratégica con medidas de higiene; actividades a realizar según el sector, el papel de las autoridades ante la crisis epidémica y un monitoreo epidemiológico. La distribución y promoción de estos procedimientos pronto se convirtieron en "reglas" que el receptor optaba en cumplir.

comprender tales complejidades es importante ya que los medios juegan un papel importante al proporcionar información en relación con cuestiones de salud pública (Shih, Brossard & Wijaya, 2012, pág. 95).

Según Waisbord (2010), las declaraciones de altos funcionarios públicos y la aparición de conflictos políticos alrededor de las epidemias son requisitos fundamentales para modificar el curso de la noticia (...) de ser una cuestión de salud pasa a ser un tema político (pág. 99); en el caso mexicano, la aparición de autoridades gubernamentales en los medios de comunicación dando cifras epidémicas o comunicando medidas de prevención de contagios fue lo que propició segmentos y abordajes noticiosos más amplios y especializados puesto que proporcionaron datos sustanciales o complementarios para la elaboración de la noticia.

Las fuentes²⁰ de noticias utilizadas en la cobertura de los medios sobre las epidemias representan el punto de vista disponible para el público en general al hacer juicios sobre riesgos de salud particulares (Shih, Brossard & Wijaya, 2012, pág. 95). Partiendo de este supuesto; el juicio, en tanto a la atención epidémica, hecho por el receptor es la fase última del mensaje, es decir, el receptor (audiencia) actuará según la fuente de noticia observada o escuchada. La disponibilidad de discursos que repiten el mismo mensaje supera, a veces, la condición de razonamiento del receptor y emplea juicios dada su condición puesto que puede existir un mensaje constante en su proceso informativo respecto a una crisis epidémica.

Uno de los desafíos más importantes para la comunicación en salud es la definición de prioridades según la dinámica de la noticia y la agenda de los medios dado que influye en las agendas de la opinión pública, gobiernos y políticas globales, de tal

²⁰ Shih et al. (2012), definen las fuentes noticiosas como actores a los que periodistas observan o entrevistan incluyendo a aquellos que son citados o aquellos que proporcionan solo información de antecedentes pudiendo ser la OMS, la Unión Europea, los partidos políticos, los congresistas, organizaciones humanitarias, científicos, profesionales de la salud, industrias farmacéuticas, entre otros.

forma que genera una relación entre la dinámica de la noticia respecto al modo de difusión y el medio que la difunda.

Los estudios sobre el tratamiento de la salud en crisis en los medios de comunicación masiva refieren al tipo de dinámica que presenta la noticia así mismo sobre las fuentes que marcan el curso de la noticia; la interacción de los medios de comunicación con fuentes gubernamentales y científicas son el común denominador en lo que respecta a la difusión de una noticia. La aparición de personajes influyentes a nivel gubernamental, científico o social, en medios de comunicación, es un elemento importante en el acatamiento e interiorización de la noticia de crisis, epidémica en este caso.

Como se mencionaba al inicio de este capítulo, hay una diversidad amplia de estudios referentes a la relación entre comunicación y salud en riesgo, si bien el desarrollo de estos abordajes metodológicos y teóricos permiten observar tal relación desde múltiples visiones, es necesario delimitar sobre los factores que intervienen en el acontecimiento.

La indagación de trabajos que resuelvan en torno a problemáticas similares con metodologías comparables fortalece y colabora en la profundización del tema; para esta investigación es importante tener un panorama amplio sobre el tratamiento de la comunicación de crisis en salud ya que dota de contexto empírico al aparato crítico que esta investigación plantea, centra y desarrolla en los capítulos posteriores.

Son brotes epidemiológicos como el Ébola, la Influenza Humana AH1N1, el Dengue, el Zika o la Chikungunya; casos sobre hábitos y comportamientos sociales como la obesidad, el *anti-smoking*, la diabetes, el VIH/SIDA o desastres naturales como *tsunamis*, terremotos, huracanes e inundaciones ensanchan las líneas investigativas de la comunicación en salud y la comunicación de crisis; las propuestas metodológicas, resultados y conclusiones que se obtienen de estos trabajos son los dirigen la construcción

de conocimiento y trabajos cada más especializados y refinados que proveen a la sociedad de elementos útiles para reconocer realidades y entornos.

Los siguientes trabajos que se exponen en este apartado tienen que ver con una revisión de artículos de los últimos diez años sobre crisis epidémicas que expongan una metodología, generen resultados y contribuyan a una discusión sobre el tema y que con ello coadyuvar en las tareas científicas de dotación de conocimiento a la sociedad.

Waisbord (2010)²¹ contribuye al análisis de la influencia de los valores profesionales y rutinas del trabajo periodístico en la construcción de noticias sobre epidemias; menciona que “hay indicios de que la cobertura masiva impulsó la sensación de riesgo [...] la narrativa de riesgo perpetrada por los medios se apoya en declaraciones de fuentes oficiales y expertos técnicos. Si éstos dicen que los peligros de epidemias son reales, se explica que los medios justifiquen su atención y utilicen un marco interpretativo que acentúe el peligro” (pág. 97).

La conclusión que presenta este trabajo es la de resaltar la obligación que tienen las agencias periodísticas para vigilar y darle seguimiento continuo a las enfermedades, así como la vigilancia de las acciones de los responsables; “compete a las agencias cotejar con responsabilidad la información oficial que suele inclinarse por ahuyentar escepticismos para tranquilizar a la población, sumar credibilidad o hacer propaganda” (pág. 102) y deja la cuestión abierta sobre “cómo superar la tendencia generalizada de hacer aparecer y desaparecer problemas de salud, de obsesionarse con temas que deben ser discutidos sistemáticamente y no sólo cuando se conviertan en riesgos tangibles para determinadas poblaciones” (pág. 103).

La importancia de esta aproximación sobre el comportamiento de los medios ante una crisis epidemiológica es que ofrece un panorama en torno a las implicaciones

²¹ Artículo titulado “Cuando la salud es titular: Dengue, Gripe AH1N1 y Ciclos Mediáticos-Epidémicos” que forma parte de la investigación “Cobertura periodística de temas sociales en América Latina y la incidencia de las organizaciones civiles en las redacciones”.

estructurales y sociales que reflejan el interés de la agencia periodística y el tipo de información de la que dotan al receptor.

En ese mismo sentido, Suau-Gomilla *et al.* (2017)²² analizan las temáticas principales sobre las que versó la conversación entorno a la emergencia en *twitter* y la forma en que los tres actores de la comunicación política²³ interactúan entre sí, señalando que “los perfiles de los medios de comunicación tuvieron mayor implicación en la comunicación de la emergencia que los actores institucionales” asegurando que en el caso Ébola la conversación en *twitter* fue eminentemente emocional (págs. 129-130); es decir, la interacción que propicia la red social con dinámicas vertiginosas en cuanto a emociones e interiorización de la información genera percepciones distintas de la realidad donde la figura del medio emisor se desvanece ante la influencia de sus presentadores.

Sobre esta idea, durante el brote epidémico en México de 2009, las cadenas de televisión radio y prensa eran el medio por el cual se transmitía la información, pero era el presentador de la información el que influía en la audiencia. En el caso específico de la televisión, según la encuesta Mitofsky de ese año²⁴, fue el máximo medio de difusión de noticias sobre el brote epidémico y eran los presentadores de noticieros informativos en horarios estelares los referentes de la realidad nacional y mundial sobre dicha crisis; con ellos se logra entender que en una red social como la que analiza este artículo, la información se inclinara hacia la percepción emotiva de la crisis orientada por factores socializantes activos (cercanía, identidad y representación) presentes en el medio concluyendo que la emotividad se colocó sobre el hecho noticioso y de salubridad en la discusión.

²² Artículo titulado “Análisis de la comunicación de emergencias en Twitter. El caso del Ébola en España” que forma parte del libro “Uso y Aplicación de las Redes Sociales en el Mundo Audiovisual y Publicitario”

²³ Los tres actores de la comunicación políticas, según los autores, se refiere a actores públicos, mediáticos y ciudadanos.

²⁴ La Televisión es por mucho el medio preferido para estar al tanto de la manera cómo evoluciona esta epidemia, el 85% de los entrevistados lo menciona, a la distancia se encuentra la radio (7%) y las conversaciones con amigos y familiares (2%). “Los números no mienten. Estudios sobre salud, bienestar y sexualidad” Consulta Mitofsky (2009)

Contribuye a estas discusiones Muñiz (2011)²⁵, donde plantea la existencia de una relación entre el consumo de medios y la percepción del riesgo personal ante las crisis epidémicas, específicamente la Influenza Humana AH1N1, dicha relación responde a la frecuencia informativa y el tipo de medios “el impacto del visionado de la televisión se acreditó como un fuerte predictor de la percepción de riesgo personal para aquellas personas que consideran en mayor medida a los medios como una herramienta muy útil para conocer temáticas o aspectos relacionados con la salud, mientras que, el consumo de la prensa digital sólo impactó en el grupo de baja dependencia, haciendo además que disminuyera la sensación de estar en riesgo” (pág. 19).

Herte de Moraes *et al.* (2017)²⁶, plantea una reflexión sobre el rol en los contextos de crisis de la cobertura del periódico *Folha de S. Paulo*²⁷ donde el medio debe ser consciente de su responsabilidad social con relación a la comunicación de riesgo enfatizando la importancia de generar debate público y sean intermediarios entre los gobiernos mediante la pluralidad, la contextualización, el cuestionamiento y las posturas sobre la agenda de los medios.

La relación que se establece entre estas posturas se fundamenta en la intervención de las agencias de noticias y el medio para discutir sistemáticamente, por un lado, y emotivamente, por el otro, temas de crisis epidémicas; ambos elementos discursivos parten de premisas que cuestionan el papel de los informantes ante la reacción visible del informado.

En síntesis, los abordajes de la comunicación de crisis delatan que ésta es reproducida con patrones homogéneos que probablemente dan paso a conceptualizar

²⁵ “Búsqueda de información durante tiempos de crisis. Efectos de la comunicación interpersonal y masiva en la percepción de riesgo personal ante la gripe AH1N1”

²⁶ “Dengue, Zika e Chikungunya: Análise da cobertura do risco de doenças associadas às mudanças climáticas sob a ótica do jornalismo ambiental”; la lectura de este trabajo se hizo en su idioma original; la interpretación de lo que ahí se plasma es propia y se presenta en las págs. 127-131

²⁷ Periódico brasileño editado en Sao Paulo, según el Instituto de Verificación de Circulación, es el segundo diario de mayor circulación en Brasil, tiene la mayor tirada en América Latina, con 1,5 millones de ejemplares diarios y su fundación data de 1921.

sobre un imperialismo informativo²⁸ ya que tal comunicación denota elementos de composición que fácilmente se insertan en dinámicas de riesgo donde el medio traza un camino discursivo y es la percepción la que orienta el fin informativo del acontecimiento.

I.1.2. La construcción y reproducción teórica y metodológica de la comunicación de crisis epidémicas.

La apreciación teórica de la comunicación de crisis epidémicas converge entre las teorías sociológicas, psicológicas y de la comunicación; parte del supuesto que para difundir e informar sobre la salud se debe alcanzar el mayor número de receptores posibles y dentro de ese alcance generar hábitos sociales.

Según Mosquera (2003), hay cuatro elementos utilizados en la comunicación de crisis epidémicas; estos se encaminan a generar programas efectivos que logran crear en la audiencia sentido de fiabilidad en el medio pues estos tendrán como clave la veracidad y la comprobación científica sobre su emisión “los elementos clave del proceso de comunicación son la audiencia, el mensaje, la fuente y el canal; sumados a un fuerte componente de investigación y participación. Los programas efectivos de comunicación en salud identifican y le dan prioridad a la segmentación de audiencias, entregan mensajes precisos basados en fuentes científicamente veraces y logran llegar a las audiencias a través de canales de comunicación familiares”²⁹; con esto se puede apelar al

²⁸ Término que caracteriza el sistema de organizaciones, el contenido y los métodos de propaganda que emplean los medios de información social de las potencias capitalistas para influir en la opinión pública, en este caso se puede pensar desde la base comunicativa de las crisis epidémicas.

²⁹ El planteamiento de Mosquera sobre los cuatro elementos de la comunicación en salud remonta a pensar en el ciclo racional que plantea Habermas (1999) sobre la comunicación donde apunta que para lograr una comunicación efectiva, crítica y racional ésta debe estar dotada de entendimiento y realidad, es decir, que la comunicación debe estar rodeada del entorno de quien emite y de quien recibe. Al hacer esta reflexión quiero exponer que la idea de incluir en el ciclo comunicativo la “verdad” o la “fiabilidad” orquestada por la confirmación de la fuente inspira a la construcción de la confianza en el medio y lo respaldará socialmente y en función de dotar al individuo y su necesidad de información.

sentido fundamental de los estudios de comunicación durante una crisis epidémica comprendiéndolos como un referente de la relación que hay entre el medio y la audiencia.

Retomando a Waisbord (2010), y para complementar esta idea, “lo mediático pasa a dominar los planes de la salud ya que la presión por tomar acciones de corto plazo imposibilita acciones comprensivas que enfoquen la salud como cuestión amplia y no dividida en comportamientos separados” (pág.102).

Si bien los estudios sobre crisis epidémicas se abordan desde diversos ángulos, finalmente convergen y adoptan un mismo criterio; el medio como proveedor de elementos sociales y culturales de los individuos dotándolos de recursos para su socialización; dicho en otras palabras, teorizar sobre la comunicación de crisis potencia el diseño de programas sociales y gubernamentales de desarrollo y refuerzo de la salud al tiempo de preservar el tema en los medios como trama de consumo; tal inserción de tópicos de salud en los MMC resignifica la necesidad informativa de los receptores.

Las posturas metodológicas de los estudios de comunicación de la salud en crisis se vuelcan en los conceptos, definiciones, tratamientos sobre las audiencias, mensajes y posturas ideológicas transformando el hábitat en el que ésta se desarrolla en un esfuerzo por llegar a más individuos y dotarlos de información y conocimiento. Hernández (2011) apunta sobre la evolución que se ha notado en las formas de comunicación de salud y su forma de arraigo como tema en los MMC, “el estudio de la comunicación en salud ha atravesado importantes transformaciones teóricas, conceptuales y metodológicas desde su configuración hasta el presente debido al rol semiperiférico importante que se le ha adjudicado a la participación comunitaria en los esfuerzos de prevención de la enfermedad. La participación comunitaria es uno de los cimientos primordiales del paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, el cual postula el apoderamiento de las comunidades durante el desarrollo e implementación de un esfuerzo de prevención de enfermedades”; en ese sentido, involucra en el rol de reconocer la presencia de la comunicación en salud como una metamorfosis que cubre el universo noticioso; que marca un progreso en el tipo de noticias y necesidades que demanda el

receptor y las decisiones editoriales y de producción a las que ha encaminado esta demanda. Hernández nos sitúa en la comunicación de la transformación, en la comunicación del cambio social que enarbola el acceso democrático³⁰ a los contenidos y la exigencia o fabricación de nuevos paradigmas sobre los contenidos y transmisión noticiosa.

El tratamiento de la salud y la comunicación también sienta bases en el lenguaje ya que es con él se entabla el camino de la comunicación y al ser efectivo puede facilitar la acción social racionalizada.

Mairal *et al.* (1997), al hablar de riesgo y narratividad, ve a esta última como el vehículo del tránsito (vehículo narrativo) entre el peligro y el riesgo dado que son conceptos subjetivados; es decir, están adheridos a la memoria de quien los escucha y traslada a la cosmovisión exaltada, “el riesgo puede ser considerado como una relación estructurada en términos de probabilidad y que pone en relación un “objeto de riesgo” (un peligro o una fuente de daño potencial) y un “objeto en riesgo” (el objetivo para un peligro o daño potencial) junto con una evaluación (implícita o explícita) de sus consecuencias humanas. El riesgo es por lo tanto un orden relacional y probabilístico mediante el cual se establecen conexiones o vínculos entre la gente y las “cosas” y que guían su interpretación”³¹; en ese sentido, la salud es como un objeto incubado en el riesgo, es decir, como un agente expuesto a una situación que atiende a la probabilidad del entorno y la realidad.

³⁰ Sobre la democracia en los MMC, vendría a bien mencionar el pensamiento de Waisbord (2010) ya que considera que, así como se requiere una vigilancia epidemiológica efectiva, también se precisa que los medios hagan un seguimiento continuo de enfermedades y vigilen las acciones de quienes son responsables siendo esto una tarea de monitoreo que le compete a la prensa en democracia. Es decir, la inclusión de los medios de comunicación sobre la seguridad social, al menos en temas de salud, promete lograr una comunicación democrática en la que el medio tiene que velar por ello y mantener o generar la conciencia y la demanda del público sobre el seguimiento y responsabilidad de la salud.

³¹ Esta descripción de carácter relacional del riesgo que establece Mairal la recupera del debate que fue parte del proyecto Networks for the Research in to the Construction on Environmental Risk (2000-2001). <http://www.unizar.es/risk/> financiado por la Fundación Europea de la Ciencia y que desarrollaron las Universidades de Burdeos II, East Anglia, Gotemburgo, Nápoles y Zaragoza.

La postura que se plantea arriba nos sitúa a pensar a la salud como vulnerable al entorno siendo esta la relación en sí que se mantiene. Redificar la idea que se presumía de la salud como variable independiente al entorno siendo un tema aislado de las temáticas comunicativas y, ahora, materializarla desde la relación o interacción que presenta con los objetos en riesgo es un camino metodológico que sugiere profundizar sobre el tratamiento de crisis sanitarias.

La narrativa de riesgo nos provee de una visión llena de significados que se incrusta sobre las representaciones sociales, las nociones de bienestar, la idea de sanidad y hasta la concepción de lo bueno y lo malo. Esta visión genera un vínculo entre los actores del proceso comunicativo entre el emisor, el mensaje y el receptor donde el vehículo narrativo es el riesgo en sí mismo, dicho de otra manera, el riesgo socializa la situación de la salud dotándola de significados que configuran, probablemente, la interacción de los que se localizan en la dinámica comunicativa.

Contiguo sobre el planteamiento y abordaje del riesgo, la salud y la comunicación se encuentra el modelo histórico-narrativo que reconoce los contextos y las prácticas individuales de los sujetos; tal modelo supone que el sujeto es capaz de medir la probabilidad de riesgo respecto a su realidad y la proximidad que esto tendrá sobre su entorno; Rangel (2014) apunta que “la construcción del riesgo posibilita colocar en escena no solo los comportamientos y cofactores individuales de los sujetos, sino las influencias ambientales, sociales y culturales que privan en sus contextos y que determinan de manera importante, tanto el tenor en que dicho riesgo se construya, como la gestión que puedan realizar para protegerse frente la amenaza”³².

En otro orden de ideas sobre el análisis de investigaciones de la comunicación en salud tiene que ver con la tendencia actual de la estructura y los contenidos donde hay

³² La autora cita a Douglas, M. (1982) “La aceptabilidad del riesgo según las ciencias sociales” para abordar la subjetividad y la intersubjetividad para advertir sobre la carga de lo social sobre las decisiones de los sujetos “la recuperación de subjetividades/intersubjetividades permite dar cuenta del riesgo como una experiencia no delimitada por decisiones individuales, sino derivadas de condiciones que influenciadas desde lo social y acordadas desde el colectivo, determinan no sólo la aceptación de los riesgos, sino incluso las conductas socialmente “aceptables” para enfrentar las amenazas.

una inclinación por la justificación cuantitativa de la dimensión participativa del receptor sobre la agenda de los medios de comunicación, esto es, la integración de la audiencia y su percepción de la noticia como guion para el abordaje de situaciones de interés. Pestano Rodríguez considera que un análisis que no tenga una dimensión participante va a tener dificultades metodológicas (Pestano Rodríguez, 2008) por lo que la observación de la imagen, la producción, la innovación tecnológica, las líneas editoriales y hasta el análisis de ideología del medio se conciben como elementos inmanentes de las directrices actuales en los estudios de la comunicación; este enfoque de análisis que exhorta al receptor a ser participante de procesos comunicativos resuelve sobre la formación crítica de quien recibe, dicho de otro modo, en enfoque participante hace a la audiencia más crítica y selectiva sobre lo que la televisión le ofrece³³.

El estudio metodológico y teórico de la comunicación en salud nos arroja varios enfoques que amplía la percepción de lo que orbita en torno al tema, generan en el investigador una visión caleidoscópica de las aristas que definen los caminos argumentativos para cada postura crítica.

Hoy, la lectura que se les hace a sucesos que contienen ítems como los que hemos estado abordando permite generar observaciones tan agudas tanto sea posible teniendo como respaldo el carácter multidisciplinario de la comunicación.

I.1.3 Consideraciones sobre el abordaje mediático de la salud

La distribución de los contenidos en salud ha sido cada vez mayor; se encuentran en secciones de televisión, páginas de diarios, espacios radiofónicos, blogs virtuales especializados y revistas científicas dedicadas a avances en/ de salud.

³³ Sobre la formación de audiencias críticas, Pestano Rodríguez hace referencia al trabajo de Aguaded y Díaz (2008) donde consideran que “una de las cuestiones clave sería si existen signos en la práctica informativa que sirvan para diferenciar entre informaciones de calidad de las que no lo son. Lamentablemente, muchos de esos signos no son evidentes y algunos de los que pudieran serlo pasan desapercibidos para la mayoría porque la educación no ha conseguido que la población desarrolle una capacidad crítica para la lectura de la información audiovisual”.

El interés que resulta sobre estos contenidos se presume que puede ser un efecto de dos aristas que lo abordan; el primero como efecto comercial y el segundo como efecto de las tendencias culturales del auto cuidado.

Según Waisbord, dentro de la lógica comercial de las empresas periodísticas, la salud es un tema que suele atraer audiencias y publicidad; donde la publicidad mueve las inversiones de poderosos anunciantes como las empresas farmacéuticas, compañías de seguros privados y obras sociales del Estado y sindicatos, agregado a esto una variedad de actores interesados en convertir la información de salud en noticia (2010; pág. 95). Con visión hacia la promoción del autocuidado, Coe (1998) considera que la información debe destinarse a determinados grupos de la comunidad, como miras a ejercer influencia sobre las políticas o a fomentar la adopción de políticas públicas orientadas a la salud, lo cual es un comportamiento clave de la promoción de la salud (Pág. 27).

En tal sentido, el interés que motiva a tratar temas de salud en los medios de comunicación atiende a facilitar y socializar los productos comerciales, científicos y públicos logrando modificaciones en el comportamiento social y sus factores ambientales mediante elementos claves como la persuasión, la investigación y la segmentación de las audiencias aunque, en este último punto; Mondragón *et al.* (2013) consideran que el hecho de que la salud y la enfermedad involucren a todos los seres humanos y que no sean exclusivas de unos segmentos de la población ha llevado a una gran demanda de este tema por parte de la audiencia y, por lo tanto, a un mayor desarrollo de estos contenidos en los medios de comunicación.

La teoría de la comunicación de la salud, según Mosquera (2003), utiliza cuatro elementos claves del proceso comunicativo: audiencia, mensaje, fuente y canal aunados a un fuerte componente de investigación y participación; pero el proceso comunicativo se considera como efectivo si el mensaje logra llegar a la audiencia y construye hábitos y redes sociales reales en torno al mensaje.

Es decir, si bien es cierto que la comunicación en salud y su tratamiento mediático va a ser efectivo si se logra transmitir y visualizar en segmentos amplios que concentren el mayor de la audiencia, no menos cierto es que el mensaje será efectivo si cambia hábitos o conductas respecto al tema sanitario.

Un ejemplo de esto fue la campaña lanzada durante la Influenza AH1N1 sobre el lavado de manos y la desinfección de áreas comunes donde su forma de transporte fueron productos audiovisuales en los medios de comunicación aunados a campañas gráficas de alto impacto sobre el acto sanitario distribuyendo masivamente personal que ejemplificaba el proceso sanitario en hospitales, plazas, restaurantes y centros de esparcimiento cultural; esta sugerencia sobre el proceso higiénico se socializaba como una obligación común durante el tiempo del brote epidémico donde la importancia de mantener sanitizados la mayor cantidad de lugares para evitar el arraigo del virus fue el objetivo primordial pero, aunque dicha campaña incorporó a todos los segmentos de la población, el hábito sobre la higiene y la desinfección se dejó de lado tan pronto se anunció que la activación del virus había cesado.

Siguiendo a Coe (1998), Mosquera (2003) y Mondragón *et al.* (2013), los productos audiovisuales en televisión durante el brote epidémico, aparte de construirse desde los elementos claves del proceso comunicativo, se crean desde la demanda de la audiencia a ser informada siendo éstos y no los sindicatos ni la empresa mediática los que convierten la situación sanitaria en noticia.

Otra de las consideraciones sobre el abordaje mediático de la salud, se configura desde la comunicación participativa donde el agente de cambio o el receptor que se orienta hacia el cambio de actitudes y comportamientos debe estar incluido en la comunicación que propicia tales cambios; por ejemplo, si la comunicación va dirigida a personas inmunodeprimidas éstas deben involucrarse en la toma de decisiones sobre el surtido de medicamentos o atención hospitalaria.

En el caso de los medios de comunicación como mediador de acciones sanitarias, esta comunicación participativa suele no visualizarse dado que la acción participativa no se refleja para la toma de decisiones sobre un plan o política pública sino sólo en la aplicación y socialización de la “sugerencia” sanitaria.

Aunque, si se tiene como punto de partida la Constitución de la Organización Mundial de la Salud (1999)³⁴ en la que los gobiernos tienen responsabilidad en la salud de sus pueblos, la cual sólo puede ser cumplida mediante la adopción de medidas sanitarias y sociales adecuadas; la participación comunicativa efectiva será observada desde los elementos claves del proceso comunicativo y la implementación de la política pública ante el acontecimiento sanitario.

Según Pont-Sorribes (2014) la gestión de las emergencias se ha convertido en un elemento central de la política del siglo XXI donde la resolución de las situaciones críticas permite evaluar puntualmente la percepción que tiene los ciudadanos del buen hacer de su gobierno; en ese sentido, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información son actores que ubican en el imaginario la atención de la emergencia, el riesgo o la crisis volviendo elemental la mediatización de la salud.

A *grosso modo*, las consideraciones sobre el abordaje de la salud en esta tesis parte de supuestos comerciales y periodísticos donde la información de la salud tiene que convertirse en noticia propiciando la persuasión a segmentos de la población capaces de reproducir el autocuidado; tal reproducción, para ser efectiva, debe de contener los elementos clave del proceso comunicativo y desarrollarlos en un ambiente participativo ya que al facilitar tal ambiente también se facilita el proceso de socialización e interiorización del autocuidado.

³⁴ La Constitución fue adoptada por la Conferencia Internacional de la Salud, celebrada en Nueva York del 19 de junio al 22 de julio de 1946, firmada el 22 de julio de 1946 por los representantes de 61 Estados (Off. Rec. Wld Hlth Org.: Actes off. Org. Mond. Sante. 2. 100), y entró en vigor el 7 de abril de 1948. Las reformas adoptadas por la 26a, la 29a y la 39a Asambleas Mundiales de la Salud (resoluciones WHA26.37, WHA29.38 y WHA39.6), que entraron en vigor el 3 de febrero de 1977, el 20 de enero de 1984 y el 11 de julio de 1994, respectivamente, se han incorporado en la definición de la salud y su alcance para los individuos, familias, comunidades y países.

I.2 La necesidad social de la información y el contexto del brote epidémico.

La información de actualidad, y precisamente las noticias, al utilizar los canales de “*mass media*” plantean la exigencia de una sociología que denominaría “Sociología del Acontecimiento” o “Sociología de lo relativo al Evento” (Clausese, 1961). Según la Consulta Mitofsky sobre Salud, Bienestar y Sexualidad del año 2009, 84.5% de los encuestados socializaron la epidemia AH1N1 y lo referente a ella por la televisión (Mitofsky, 2009, pág. 24); de este modo, la necesidad de información surge de colectividades mayores y heterogéneas, de intereses comunes y de hechos diversos.

Los complejos mecanismos sociales en tanto procesos de comunicación democrática, informada, consciente, veraz y oportuna, refuerzan la necesidad de una información que abarque diversos acontecimientos y formen en el receptor una opinión sobre el entorno noticioso.

Según Clausese (1961), la información debe estar revestida de atributos como la autenticidad, la integralidad, la accesibilidad, la rapidez, la significación y la precisión (pág. 13), estos atributos son aquellos que socializan la noticia y la colocan en el interés de la colectividad de tal forma que permite fundar lazos informativos y sociales entre el medio y la comunidad receptora; esta relación entre el público y los medios de comunicación ha sido expuesta desde la Teoría de la Dependencia del Sistema Mediático (MSD) donde se establece que los medios de comunicación se convierten en fuentes primarias de información en momentos de conflicto dentro del sistema social (Muñiz, 2011, pág. 12).

Se exigen y se buscan estos atributos, ya que sólo ellos tienen autoridad suficiente para una utilización razonable y eficaz de la información difundida; se vuelven indispensables para una acción adecuada. Según Morton & Duck (2001) en

acontecimientos³⁵ noticiosos como el que ocupa a esta investigación, los medios de comunicación buscan los atributos de rapidez, validez y autenticidad en los poderes públicos para la obtención de noticias, de tal forma que los convierten en fuentes primarias e información para la sociedad. Este hecho puede incrementar los efectos mediáticos sobre la audiencia.

La información es una necesidad social en tanto que es un factor de educación de las masas al igual que la confrontación de opiniones e ideas. Tanto el periódico como la televisión tienen el papel de ejercer la función social de comunicar al interior de la sociedad, es decir, de dotar de información (relación con los acontecimientos) y expresión (resoluciones y opiniones relacionados al hecho).

En ese sentido y regresando a posturas previas; la información de acontecimientos es la relación pura y simple, más o menos circunstanciada, de un hecho que pertenezca al presente más inmediato y que encuentre en éste su significado narrativo y de acontecimiento.

Uno de los atributos de la información de actualidad es que puede ser relatado objetivamente y descrito tan solo en sus elementos que le constituyen; por lo que la naturaleza de la noticia responde, según Herbert Gans a la estructuración narrativa que es el principal criterio de validación de la noticia (Arias, 2014).

La información de acontecimientos, según la experiencia televisiva y de la noticia, sobre todo, despliega un largo proceso dividido en fases neurálgicas de la noticia que comienza cuando surge el hecho y termina en la audiencia donde se forma una relación respecto al entorno del acontecimiento, del emisor y del receptor.

³⁵ Desde la perspectiva de Eliseo Verón (1981) el acontecimiento en sí es una especie de invariable desconocida que los medios de comunicación van a construir en primer lugar a partir del material de la información que le brinde la agencia de prensa la cual actúa como filtro de la información proponiéndose transmitir en forma precisa, concisa y clara las informaciones que estima esenciales acerca del acontecimiento, de este modo que la información antes de iniciar su flujo informativo es filtrada por órganos mediáticos. La perspectiva que quiere anclarse a esta cita es el de comprender el papel de la agencia informativa como un pre-constructor del acontecimiento inclusive que antecede al control de acceso de la información y la ideología del medio.

La noticia, en tanto acontecimiento, puede observarse desde: el hecho-acontecimiento; su relación con el corresponsal; la transmisión del acontecimiento por el presentador o el medio; el paso por el tratamiento y la forma de la nota; la distribución de la noticia en los diferentes horarios, con diferentes presentadores y desde diferentes enfoques; la recepción de la nota por parte del espectador y; por último, la creación de la opinión pública y la reacción en el público bajo el impacto de la noticia.

Si bien la noticia acontecimiento se formula desde diversas dimensiones, es importante reconocerla desde la perspectiva social, para esto Eliseo Verón (1981) señala que “los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad, sólo existen en la medida en que los medios los elaboran” (pág. II); de tal modo, los medios³⁶ legitiman la información y la representan de manera objetiva desde su discurso imponiéndose a la intersubjetividad de los agentes sociales, llámese opinión pública, agendas políticas, organismos autónomos o sociedad civil, incluso llegando a establecer normas técnicas de temporalidad y dimensión informativa; en ese mismo sentido, Arias (2014) considera que el periodismo informativo, específicamente en las emisiones televisivas, “no se aparta de la sujeción del precepto naturalizado de la temporalidad” (pág. 21); es decir, la actualidad³⁷, la novedad, el acontecimiento es la valoración más relevante anclada al periodismo televisivo.

Partiendo de la actualidad televisiva y refiriendo a ella la inmediatez de la transmisión de la noticia; la información televisiva adopta la forma de relato, lo que favorece la transmisión de los hechos ocurridos (Arias, 2014, pág. 26); bajo ese supuesto, la prontitud³⁸ de la transmisión informativa se condiciona a la labor periodística y a la

³⁶ Según este autor, los medios informativos son el lugar en donde las sociedades industriales producen nuestra realidad constituyendo una red compleja que se teje desde la cantidad de intervenciones informativas específicas en un medio definiendo el ritmo del acontecimiento. En el caso de la Influenza AH1N1 este ritmo se puede observar en la cantidad de noticias y dimensiones creadas a partir del acontecimiento.

³⁷ Sobre la actualidad y su enfoque televisivo dice Arias (2014) la describe como “invocada hasta la saturación, esgrimida de modo maquinal, inconsulto, la actualidad se ofrece como una noción especialmente compleja”

³⁸ Desde la perspectiva de Arias (2014) el fenómeno de la prontitud puede ser articulado con la creciente apelación de cierto periodismo televisivo al aporte de sus televidentes, quienes frecuentemente, ofrecen,

primicia de la noticia cuyos elementos inculcarán en el receptor una posible preferencia ante el consumo televisivo.

I.2.1 El consumo de medios durante la crisis epidémica AH1N1 en México.

Según Bandrés (2000), “es a través de la televisión que la gente tiene conocimiento de los acontecimientos noticiosos, aunque posteriormente recurra a otros medios como el periódico o las revistas para profundizar la información” (pág. 87); es decir, la vinculación existente entre la noticia, el emisor y el receptor se genera por medio del aparato y coloca a este medio como referente informativo de la realidad y el suceso, difundiéndolo a gran escala.

En ese mismo sentido, Rodríguez Pastoriza (2003), considera que “en la televisión, la necesidad de resumir en pocos segundos la actividad de un hecho informativo que ha podido durar horas y elevarlo a la categoría de noticiable, obliga a que lo anecdótico sustituya a lo fundamental, convirtiéndose en una tendencia natural del medio en lo que se refiere a la información” (pág. 72); esto advierte que el acontecimiento o aquello que pasa a dominar los espacios noticiosos le da sentido a la televisión nutriéndola de interacciones visuales y auditivas³⁹ a la vez que informa y contextualiza, “el entorno invisible” según Lippmann (1920).

Esta tesis se encamina a reconocer a la televisión como un sistema de comunicación que produce mensajes y ancla en los programas audiovisuales una perspectiva de la realidad social mostrando la interacción de diversas esferas y motivaciones específicas, en este caso, se desarrolla la idea de la televisión como el artefacto comunicativo de mayor

para su difusión, el testimonio visual de un “hecho” que presenciaron. En el caso mexicano sobre el tema que concierne a esta tesis, el “vox populi” probablemente acrecentó o modificó el papel del medio de comunicación puesto que mostraba cercanía entre el hecho noticioso y la percepción de la realidad colocando al medio como facilitador de esta interacción.

³⁹ Según Armand y Michele Mattelart (1988), lo audiovisual es al respecto un vehículo privilegiado, porque puede imponerse-por la magia del televisor-en cada hogar, y podríamos decir incluso en cada conciencia.

captación; no como un controlador social sino como un elemento indispensable para el ciclo mediático de la Influenza Humana AH1N1 en 2009.

La información o noticia en televisión tiene un atractivo fundamental, del que carecen el resto de los medios masivos: la imagen, una imagen que condiciona el texto periodístico ya que en televisión si no hay imagen, la noticia pierde valor por sí misma (Moreno Espinosa, 2003); con ello la adopción de estrategias de comunicación que enfoquen la atención en temas de interés social deben de encaminarse a presentar mayor información de forma atractiva⁴⁰ y en menor tiempo así como mantener actualizada la información. Sobre estos elementos se profundizará en los capítulos siguientes.

La atención de la agenda noticiosa durante los meses de abril a junio de 2009 en México se vio acaparada por la crisis epidémica AH1N1, el 84% de la población mencionaba este hecho como principal evento⁴¹ y el consumo de medios durante este periodo colocó a la televisión como principal difusor informativo con un 84.5% de preferencia mientras que la radio fue considerada por el 7% como principal medio de comunicación⁴², calificando esta comunicación como buena por un 69%.

Según Wilkin & Ball-Rokeach (2006) se han detectado tres motivos que llevan a consumir y, por tanto, depender del sistema mediático: a) comprender a la sociedad en

⁴⁰ Para Cebrián (1992 citado en Moreno Espinosa, 2003, pág. 271) "la noticia audiovisual alcanza su máxima expresividad en la información televisiva al tratarse de una difusión integral de imágenes y palabras orales que dan origen a una expresión nueva y bien diferenciada de la auditiva y visual consideradas por separado. Este mismo autor escribe que como la fuerza de la imagen es superior a la de la palabra (la vista se impone al oído) la atención del espectador se centra en la imagen y apenas atiende a la palabra que lleva la carga informativa [...] La noticia logra alto nivel narrativo si se expresa con imagen y palabra de forma simultánea, sincronizada".

⁴¹ Mitofsky referente a su encuesta sobre la influenza en México; menciona este evento como principal en la semana con un total de menciones del 92.1% además de también cuantificar otros eventos asociados con el mismo, por ejemplo, el temblor (14.6% de menciones), la crisis económica (8.8%), la inseguridad (8.2%), el narcotráfico (6.7%), la gripe porcina (4.0%), la visita del presidente de EEUU (4.0%), el desempleo (2.7%), la suspensión de clases (2.1%), la caída de la bolsa de valores (2.1%), los crímenes (1.8%) las medidas preventivas para la influenza (1.8%), los accidentes automovilísticos (1.2%) y el alza del dólar (1.2%).

⁴² El medio preferido para estar al tanto de la manera cómo evolucionó esta epidemia fue la televisión y seguida la radio, las conversaciones con amigos, familiares y conocidos ocupó al 2.4% de los entrevistados, los diarios representaron al 1.8% del consumo de medios, mientras que los comentarios con vecinos representaron el 1.2% de socialización del tema.

su conjunto, b) orientación de cara a relacionarse con otras personas o para afrontar los problemas del entorno y c) actuar entreteniéndose o socializando con otros (Muñiz, 2011, pág. 13); bajo ese tenor, la utilidad del consumo de los medios expone en mayor medida los contenidos a quien los busca y modera sus efectos prediciendo sus actos; desde la perspectiva de Morton & Duck (2003) una mayor dependencia modera la percepción de riesgo personal haciendo que éste aumente, mientras que una baja dependencia modera la percepción de riesgo social haciendo que aumente.

Aproximaciones en torno a los análisis descriptivos de datos sobre el consumo de medios por las audiencias como el de Muñiz (2011) pueden ayudar a visualizar qué tipo de noticias y qué tipo de medio puede ser el más consumido durante una crisis y por ende el que reproduce el ciclo mediático del acontecimiento.

Según Muñiz, en relación a la exposición a los medios de comunicación para obtener información sobre la gripe y la crisis suscitada, se observan tres grupos de consumidores estadísticamente diferenciados: el primero son los usuarios de prensa digital y la televisión, que son considerados los más fuertes consumidores, por otra parte se sitúan los consumidores de radio y prensa escrita, el tercer grupo los que utilizaron los blogs, foros o webs de internet para informarse; estos tipos de consumidores mantienen una relación entre sí al observarse una alta dependencia del sistema mediático⁴³ (2011, pág. 15).

⁴³ El trabajo de Muñiz se realizó entre el 27 de abril y 1 de mayo, periodo de inicio de la contingencia sanitaria; y en él participaron 237 personas de diferentes estados de México. Las variables por medir fueron la percepción de riesgo personal, la comunicación interpersonal, la exposición a contenidos informativos, la dependencia al sistema mediático. Todas las preguntas se midieron con una escala Likert. Sobre la variable de exposición a contenidos informativos, la prensa digital presentó una media de 4.19 y una desviación estándar de 0.90, la televisión calculó una media de 4.12 y desviación estándar de 1.05, e cuanto a la radio, la media fue de 3.85 y la desviación estándar de 1.03, la prensa escrita como medio informativo obtuvo una media de 3.84 y desviación estándar de 0.99, por último, los blogs, foros y web presentaron una media de 3.35 y desviación estándar de 1.14 la dependencia del sistema mediático, según este estudio, durante el tiempo en que se desarrolló el estallido de la crisis de gripe en México presentó una media de 3.86 y una desviación estándar de 0.82.

La exposición a los diferentes medios, especialmente a la televisión, y la dependencia al sistema mediático⁴⁴ durante una crisis representa la influencia del medio sobre la percepción del riesgo, la sanidad y la crisis; dicha percepción no puede ser asociada sin el mensaje y el tipo de información que éste contiene, en ese sentido, la obtención de información durante la crisis epidémica como la que esta tesis sugiere estará en función del medio que transmita la información considerándola como necesidad primaria.

La creación de imágenes sobre el riesgo debidas al alto consumo de televisión a consecuencia de la necesidad de información sobre el contagio influyó, según Muñiz (2011), a que los receptores realizaran actividades para “cuidarse” de la influenza⁴⁵, por ejemplo, el uso de cubrebocas, no salir a la calle, atender recomendaciones de fuentes oficiales, evadir lugares concurridos o de aglutinamiento, entre otros; es decir, la información mediada que se centra en transmitir datos y recomendaciones oficiales que mitiguen la contingencia suele ser el contenido de mayor consumo donde el sistema mediático conforma una relación de dependencia con el receptor dado que se convierte en la fuente primaria de información durante momentos de crisis⁴⁶.

En México, durante la crisis epidémica, se estudiaron diversos recursos que se observaron en la difusión de la información respecto al acontecimiento; en los párrafos anteriores ya se ha mencionado algunos, los cuales desarrollan y ahondan la comunicación desde diversos perfiles haciendo más abundante el tema de la calidad de la información y la importancia de los MMC en situaciones de crisis.

⁴⁴ La asociación entre la percepción de riesgo personal ante la crisis con la búsqueda de información especialmente en la televisión es positiva y fuerte pues arroja una significancia estadística de $r=.420$, $p<.001$. También se observaron asociaciones estadísticamente significativas entre la dependencia al sistema mediático en correlación con la percepción de riesgo $r=.367$ $p<.001$ y la exposición a la televisión como medio informativo $r=.540$ $p<.001$.

⁴⁵ Según la misma encuesta, el 24.9% de las personas incluidas en la muestra utilizaron el cubrebocas como medida anticontagio, el 23.7% no salió a la calle, el 17.6% se lavó las manos siguiendo las recomendaciones difundidas por el personal del sector salud.

⁴⁶ Según Hidman (2004) también se puede entender a la crisis como todo momento donde existen conflictos dentro del sistema social, tales pueden ser resultados de desastres naturales o debidos a la mano humana.

Como se ha mencionado, y se leerá a lo largo de esta tesis, las unidades de análisis que aquí se expondrán serán los mensajes emitidos durante la contingencia epidémica de 2009 en algunos programas de *time prime*⁴⁷ en la televisión mexicana, con el objetivo de tipificarles o encuadrarlos en categorías que definan la información difundida en durante dicha crisis.

En tal sentido, este ejercicio permitirá advertir sobre “el cómo” de la comunicación en México durante episodios de crisis partiendo de la hipótesis de que dicha comunicación se articula desde las fuentes oficiales y en formatos alarmantes que posicionan el acontecimiento en diversas agendas.

En el siguiente capítulo se abordan elementos que componen el entramado teórico sobre la *agenda-setting* y el *framing*, así como el ciclo mediático epidémico; tales aproximaciones proveen a la unidad de análisis de fundamentos para su estudio y de perspectivas empíricas que resuelven sobre los estudios de los mensajes, los medios de comunicación, los cambios y la estabilidad sociales. El objetivo del siguiente capítulo, además de presentar el marco teórico, es el de colocar el corpus de la tesis en cada elemento de composición mediática con el fin de dotarlo de características que puedan ser discutidas y observadas al momento de realizar el análisis de los resultados lo cual pretende ensanchar los estudios sobre la comunicación de crisis epidémicas.

I.3 Aproximación a la estructura mediática en México.

Los medios de comunicación en América Latina surgían casi al mismo tiempo que en el resto del mundo como parte de los planes monopólicos de los gobiernos dictatoriales⁴⁸ y el apoyo de los sectores privilegiados con inversiones extranjeras bajo la ideología positivista de orden y progreso; esta situación política devino de la insurrección del caudillismo donde la esfera de poder era representada por uno o varios líderes

⁴⁷ Programas de horario estelar en televisión.

⁴⁸ En México, Porfirio Díaz; en Venezuela, Juan Vicente Gómez; en Perú, Augusto Leguía y Estrada Cabrera, en Guatemala.

carismáticos cediendo el paso al populismo latinoamericano que reflejaba la desestabilidad política y económica de las naciones.

En ese sentido, con los medios de comunicación en países populistas, lo que se pretendía era erradicar dicha siembra política con un plan de modernización que conllevara a la creación de nuevas identidades y culturas nacionales. Según Mancinas Chávez (2008), hacia los años entre 1930 y 1950⁴⁹, los medios de comunicación, especialmente la radio, se convirtieron en voceros de la interpelación que desde el Estado convertía a las masas en pueblo y el pueblo en nación.

Después de la llegada de la modernización comercial la relación entre los monopolios (comerciales, políticos y mediáticos) comienza a tejer lazos para encaminar la democracia donde los actores políticos y los recursos mediáticos construyen espacios privilegiados para la toma de decisiones donde la ciudadanía no participa.

Para Martín Barbero (2004) la conversión de los medios en grandes empresas industriales se halla ligada a dos movimientos convergentes: la importancia estratégica que el sector de las telecomunicaciones entra a jugar desde mediados de los años ochenta en la política de modernización y apertura neoliberal de la economía, y la presión que, al mismo tiempo ejercen las transformaciones tecnológicas hacia la desregulación del funcionamiento de los medios (citado en Mancinas Chávez, 2008, pág. 78); atendiendo esto, la estructura mediática se configuró desde elementos desregulados reconociendo las diferencias en las orientaciones de lo que se comunicaba ya que se entiende que al no haber una figura que normativizaba los medios, la subordinación al monopolio (político o comercial) era visible e ideológicamente necesaria.

Para finales de la década de 1960, la estructura mediática de México recibía una innovación trascendente para las telecomunicaciones en América Latina ya que la

⁴⁹ Históricamente a estas décadas se les conoce como “la primera modernidad” ya que los productos de inversión europea y de monopolios privados norteamericanos vieron en los países latinoamericanos una “mina de oro” para sus inversiones, una de éstas fue la construcción de vía ferroviarias y la adquisición de trenes para pasajeros y mercancías

dotación de satélites propios genera un antes y un después en la forma de comunicar ya que con las redes de datos, la fibra óptica y las antenas parabólicas se estrecharon las relaciones vía satélite y en tiempo real con el resto del mundo; por lo tanto, esta reestructura ya no se basó en las relaciones políticas sino en el avance tecnológico.

Actualmente el avance tecnológico expresado en las últimas décadas de siglo XX se percibe como una dependencia informativa latinoamericana, según Mancinas Chávez respecto a la concentración mediática hemos de sumar la clara situación de dependencia informativa al utilizar como fuentes primarias de información agencias extranjeras para saber lo que pasa en el mundo, e incluso a veces, dentro de sus propias fronteras (2008, pág. 79). Si bien esta dependencia informativa y organizacional es percibida en una era donde el capitalismo modula diversos componentes sociales, asumir que la información en América Latina depende, en gran medida, de otros organismos informativos vuelve inválidos los supuestos culturales e identitarios con los que se motivó la modernización, pero creer que actualmente la información no está mediada por los monopolios informativos, muchas veces concentrados en Europa y EUA, probablemente no refiera a una argumentación mediática y socialmente válida.

I.3.1 Concentración de los contenidos mediáticos durante el brote epidémico.

Para comprender el tratamiento informativo del acontecimiento epidémico que a esta tesis ocupa es preciso observar a los medios desde su posición en el mercado comunicativo partiendo de que hay una intervención monopólica tanto de la noticia como del medio que la comunica.

Es puntual exponer que cuando se habla de la intervención monopólica de la noticia se hace referencia a un conglomerado de características que hacen que la noticia esté presente en todos los momentos y en cada uno de los programas televisivos, radiofónicos, virtuales e impresos de uno o varios países que lleva a una concentración de contenidos mediáticos donde hay una relación consecuente entre los móviles y que

cuestiona el origen del medio y el origen de la noticia independientemente del acontecimiento.

Según Fiol (2001), el proceso de globalización de las comunicaciones parte de elementos singulares y sincrónicos en diversos lugares del globo terráqueo caracterizándose por: a) la transnacionalización de la telecomunicaciones; b) la privatización y comercialización de los servicios de radiocomunicación; c) los procesos de regulación y desregulación por el mercado liberalizando la propiedad de los medios a través del otorgamiento de licencias habilitando la propiedad de los medios a inversores no nacionales modificando las legislaciones; d) los medios se integraron horizontal y verticalmente dentro de las fronteras nacionales estrechando la relación con los gobierno y empresas transnacionales; e) generación de corporaciones regionales por parte de los monopolios mediáticos que tienen una presencia territorial tratando de extender y f) la concentración de las industrias culturales respecto a la propiedad, las redes de circulación y la producción de contenidos (citado en Mancinas Chávez, 2008, pág. 58); en ese sentido, la economía política del medio de comunicación advierte supuestos categóricos donde la noticia, el acontecimiento o la información se convierten en un bien consumible por la audiencia generando una relación de oferta y demanda informativa.

La asociación entre la globalización y unificación de la información durante el brote epidémico de influenza AH1N1 en México se observó desde aristas intrínsecamente relacionadas partiendo desde la naturaleza de la enfermedad y su expansión territorial así como la participación de los medios como instrumentos de servicio público y, según Trejo Delarbe (2009), canales de mediación entre el Estado y la sociedad; por lo que la dependencia informativa y la utilización de fuentes primarias (gubernamentales) construyen el panorama de la realidad según el tipo de mensaje que se quiera hacer noticia.

Al hablar de concentración de los medios se tiene que hacer una referencia forzosa a la homogeneidad mediática y al proceso de construcción de las noticias así como a los factores que moldean las coberturas noticiosas; es decir, se deben desmantelar los

procesos, factores y fines de la noticia. Esta objetivación de elementos y abordajes se puede concebir desde la profundización y extensión de la noticia y su tratamiento informativo. Es entender a la homogeneidad mediática como un fenómeno multifactorial donde la utilidad y la legitimidad de la comunicación se sustenta en el empoderamiento del ciudadano y la fiscalización de los actores sociales contribuyendo al desarrollo democrático de la información y perspectivas (Gronemeyer y Porath, 2017) atribuido a la liberalización de la propiedad de las empresas informativas, la publicidad y la actividad lucrativa de los medios de comunicación (Llorens, 2006; Sánchez-Taberner, 2006) así como la vinculación tendencial a las rutinas periodísticas y profesionales (Shoemaker y Reese, 1996; Hopmann, Van Aelst, & Legnante, 2012; Aladro, 2013).

Esta vinculación de elementos homogenizantes dan paso a crear al medio como una carpa de espectáculos uniformes en torno a la noticia asociados a la economía política, según Bartels (1996) y Aruguete (2017) la espectacularización de la información contribuye a empoderar la agenda mediática haciendo que los medios actúen uniformemente; partiendo de ello es muy común encontrar en la televisión agendas generales sobre el acontecimiento las cuales pueden responder a la lógica del servicio informativo del medio pero también al efectismo de éste; cuando los medios son la única fuente de conocimiento de determinados issues, su impacto crece (Lang y Lang, 1981 citado en Aruguete 2017, pág. 43).

La construcción de la noticia parte desde la premisa donde, según Retegui (2017), los medios no actúan como un espejo que refleja simplemente lo que tiene ante sí, la noticia se entiende aquí como una construcción, y los medios, como actores que deciden que siguen una política, que luchan con una falta de tiempo y con la limitación de recurso (pág. 104); observando tal proceso desde esta visión, la construcción de la crisis epidémica y su mediatización se elaboró en función de la realidad del emisor (los medios) y de las suposiciones categóricas así como de las posibilidades mercantiles del medio.

Sobre lo anterior y sin ahondar de manera precisa porque esta tesis no se centra en ello pero no por eso es menos importante, se pueden asociar diversos factores en torno a

la colocación de una noticia en el medio y las consideraciones del emisor; tales constituyentes pueden ser las rutinas periodísticas, es decir, los procesos de trabajo y las operaciones productivas subjetivas del periodista; los sesgos organizacionales del medio; las decisiones editoriales o las economías del medio (Retegui, 2017, págs. 105-106); las relaciones políticas y burocráticas al interior del aparato mediático; los procesos de alienación en el personal (Arrueta, 2010) entre otros de lo cual se han ocupado los estudios de *Newsmaking*.

La adición de los factores y elementos que intervienen en la construcción de la agenda mediática hacen necesario pensar de manera exhaustiva la producción y emisión de las noticias en el contexto de situaciones de desestabilidad social y tales hallazgos propondrán un diagnóstico que permite entender al mensaje, al medio y al receptor durante tales condiciones.

La concentración de los contenidos debe destacar un conector que, aunque se ha esbozado en párrafos anteriores no se ha nombrado específicamente, y es el monopolio mediático. La centralidad de este punto de conexión entre la producción de noticias y la emisión de las mismas en esta tesis, destaca los contenedores de las unidades de análisis, donde se entiende como contenedor a aquella figura económica que alberga los soportes tecnológicos y mercadotécnicos en el proceso de producción noticiosa.

I.3.2 Monopolios mediáticos y la televisión mexicana.

La monopolización mediática y los grandes consorcios mediáticos se deben al fenómeno de la globalización y no se puede hacer una referencia de éstos en México sin antes dar cabida a la concentración de propiedad de medios en América Latina y su relación en la situación política de los países mediante la implementación de normas regulatorias corrompidas, en muchas ocasiones, por el impulso económico; según Mastrini y Becerra (2011), ello se debe a la emergencia de gobiernos de centro izquierda o de recién emergencia populista en numerosas naciones de la región, y a desarrollos

tecnológicos como la digitalización, condiciones que promueven una convergencia de sectores que adaptan el proceso de transformación implicando el tránsito de empresas familiares a estructuras multimediáticas (radio, televisión, internet, cine) conglomeradas.

La formación de estas sociedades económicas, mediáticas y lucrativas se fortalecen y ejercen una influencia relevante en los gobiernos nacionales mediante la corrupción en los procesos regulatorios y de intervención estatal respecto a las telecomunicaciones, sezgando el hecho democratizante del acceso a la comunicación; en palabras de Murdock y Golding (1974) la relación entre la propiedad y los medios de comunicación son procesos históricos que trascienden, incluso, a la formación misma de la estratificación social, dividiendo o categorizando, con base en estándares capitalistas, la propia recepción de la información.

La fuerza o impacto de esta concentración, no solo confluye en lo político y social, incluso genera impresiones en los mercados bursátiles y territorios que se reflejan en: el pluralismo, la diversidad, el equilibrio informativo y la innovación en la producción de bienes culturales (Mastrini & Becerra, 2011, pág. 53).

Siguiendo con el desarrollo de Mastrini y Becerra, los medios son instituciones que a partir del tipo de mercancía con la que trabajan –que tiene doble valor, material y simbólico– componen un actor particular determinando consecuencias especiales a partir de sus acciones, ya que intervienen, afectan y constituyen el espacio público, que es un espacio político (2011, pág. 54).

Reflexionando acerca de ello, el tratamiento mediático sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 puede ser observado desde dos ópticas intrínsecamente relacionadas: En la primera, la situación sanitaria involucró a diversos agentes en su construcción mediática y estos agentes modificaron su agenda para hacer frente a la realidad mediática del acontecimiento. En la segunda, el evento sanitario intervino a diversos agentes, por tanto, los medios tuvieron que modificar su agenda para ocupar un lugar destacado en el flujo del acontecimiento; es decir, en la primera el acontecimiento

modifica a los actores políticos a partir del medio y en la segunda, a partir de los actores políticos, el medio modifica su agenda.

Si bien la concentración de los medios y la información es un proceso complejo, múltiple y diverso, la monopolización de los discursos y el impacto histórico en el imaginario social recae en el tipo de sociedad a la que el medio quiera intervenir. Para ello es preciso reducir el universo que se pretende observar; en este caso será el mexicano, donde los contenedores de la unidades de análisis que esta muestra estudia, representan dos de las tres empresas mediáticas más influyentes del país.

A sabiendas de los alcances que los monopolios mediáticos ejercen sobre las estructuras sociales y sobre la realidad del entorno; la televisión como máximo difusor del medio, alberga las herramientas precisas para llegar a más procesos socializantes, por lo que la televisión en México y la televisión mexicana, dos aseveraciones conceptuales distintas donde la primera demuestra a los actores y la segunda recae en su tipología y ambas comprendidas desde la cosmogonía de hacer la información reproducible, conforman la discursividad donde se entrelazan los enfoques capitalistas del proceso vital y orgánico de los medios de comunicación frente a la sociedad.

En el capítulo de México de Mastrini y Becerra (2006) sobre la estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina, el panorama para la década 2000-2010 sobre el consumo de televisión; la cantidad total de aparatos receptores de televisión es de 25 millones 734 mil y la cantidad total de emisoras de televisión de 1, 209⁵⁰ mientras que la concentración de la propiedad en este mismo medio se distribuía entre Televisa, TV Azteca y Canal Once donde las dos primeras concentraban el 82.5% del tota

⁵⁰ Según el mismo documento, la televisión abierta en México en el año 2000 contaba con una cantidad total de aparatos receptores de televisión estimada en 25,734,000 mientras que la cantidad de aparatos receptores por cada mil habitantes era de 264; la cantidad total de emisoras de televisión era de 1,209 y el porcentaje de emisoras de alcance nacional de 0.41% mientras que el porcentaje de programas nacionales sobre el total de 59%; respecto a la facturación por inversión publicitaria ascendía a 1,978,190,000 dólares americanos.

porcentual de rating⁵¹; estos datos muestran un panorama televisivo de tipo oligopólico⁵² que reflejan como mayor actividad el acaparo de audiencia convirtiéndose en actores de alto poder en América Latina así como beneficiarios de la mayor inversión publicitaria posicionando la televisión en México como una muestra del nivel de concentración duopólica.

México se ubica como uno de los mercados infocomunicacionales más pujantes de la región en términos de volumen de facturación, no obstante registra, una desigualdad en la distribución del ingreso que repercute en el acceso, relativamente bajo, de su población a los bienes y servicios de la cultura, de la información y de la comunicación (Mastrini & Becerra, 2006, pág. 213); México, según estos mismo autores, sobresale en cuanto a la producción mediática por dos razones: en primer lugar, por el gran volumen del mercado dado que la población de 100 millones de habitantes lo convierte en el país hispanoparlante más poblado y en segundo lugar, por su peculiar ubicación geográfica donde asume el rol de proveedor ideal de contenidos para los más de 30 millones de latinos que residen en Estados Unidos.

Tras el oligopolio comercial y de distribución televisiva, así como de la menor participación del Estado en la regulación de las telecomunicaciones; esta investigación destaca a TV Azteca como el contenedor de las unidades de análisis de televisión privada mientras que Canal Once es el contenedor de las unidades de análisis de televisión pública con el fin de comprobar la hipótesis donde el tipo de televisora incide en el tipo de

⁵¹ En la televisión abierta la facturación en millones de dólares del Canal 2 y 5 de Televisa era de 1345 millones de dólares mientras que entre el Canal 13 y 7 de TV Azteca su facturación ascendía a los 500 millones de dólares; entre ambas televisoras se facturaba cerca de 1845 millones de dólares que representaban en 92.84% de la inversión total de televisión abierta del país en la década.

⁵² En el mercado económico se refiere al dominio de una industria o mercado por un pequeño número de grandes vendedores; los oligopolios reducen la competencia y conducen a precios más altos para los consumidores. En la comunicación, según Mayorga Rogel (2010), el término oligopólico se aplica cuando el poder que mantienen los grupos económicos dominantes y les permite ejercer una configuración política de la sociedad, es decir, mientras exista un control de las formas de producción informativa es plausible pensar en la configuración de un pacto social aparente en virtud del consenso impuesto a través de las redes internacionales de información (pág. 134); en estricto sentido el oligopolio en la comunicación se refiere a la concentración de los medios de producción informativa en un grupo económico con poder político y social.

mensajes que emite encuadrando las noticias en categorías que definen el tipo de información que se comunica durante una crisis.

I.3.2.a La televisión privada en México: TV Azteca.

En 1993 un grupo de inversionistas, encabezado por Ricardo B. Salinas Pliego, adquiere un conjunto de estaciones de televisión con sus respectivas licencias al gobierno de México, por la cantidad de 643 millones de dólares, con lo que nace TV Azteca; el criterio de adquisición del paquete de medios sólo tenía como base la puja económica pues el rubro de experiencia en empresas de medios de comunicación no era considerado para el perfil del licitante; según Gómez (2004) TV Azteca con sus dos señales de ámbito nacional se incorporaba con la idea de presentarle competencia por el mercado de la publicidad a la otrora monopólica y mayor empresa mediática de Iberoamérica, Televisa (pág. 69).

Según su anuncio corporativo⁵³ TV Azteca, S.A.B. de C.V. (BMV: AZTECA CPO; Latibex: XTZA) es uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo. Opera tres redes de televisión con cobertura nacional en México: Azteca uno, que se orienta a la mujer; Azteca 7, que se enfoca en audiencias jóvenes de ingresos medios y altos; adn40, primer canal nacional de televisión abierta informativo las 24 horas; y a+, que ofrece al público de todo el país una parrilla diferenciada en cada estado, con noticieros y programas de deportes realizados en cada región. La compañía es propietaria de Monarcas Morelia equipo de primera división de la Federación Mexicana de Fútbol, y opera TV Azteca Digital, portales de Internet que ofrecen diversos contenidos de éxito.

TV Azteca es uno de los dos principales productores de contenido para televisión en español en el mundo. Actualmente es propietaria y opera cuatro canales de televisión en México, Azteca uno, Azteca 7, adn40 y a+ y sus acciones se cotizan en *1.13, máx: 1.14

⁵³ <http://www.gruposalinas.com/es/tv-azteca>

min:1.11 al 11 septiembre de 2019 y los resultados del segundo trimestre del año 2019 muestran que las ventas netas del periodo sumaron Ps.2,767 millones, 29% por debajo de Ps.3,876 millones del mismo trimestre del año anterior. Los costos y gastos totales fueron de Ps.2,415 millones, 32% menores a Ps.3,577 millones del año previo. Como resultado, TV Azteca reportó EBITDA de Ps.353 millones, 18% por arriba de Ps.299 millones hace un año; el margen EBITDA del trimestre fue 13%, cinco puntos porcentuales por arriba del año previo. La utilidad de operación fue de Ps.85 millones, en comparación con Ps.38 millones hace un año. La compañía registró utilidad neta de Ps.112 millones, a partir de pérdida de Ps.1,150 millones en igual periodo de 2018⁵⁴.

Según su estrategia o modelo de negocio se enfoca en la generación de flujo de efectivo. Esto se logra mediante la combinación estratégica de los siguientes factores: producción, adquisición y comercialización de programación que forma, informa y entretiene a los televidentes y le permite a la empresa ganar grandes audiencias y llegar al mercado objetivo de numerosos anunciantes; una administración eficiente de costos y gastos para mantener un alto nivel de rentabilidad operativa; una distribución eficiente a través de repetidoras o estaciones propias; una selección estratégica de programación que atraiga a las diferentes audiencias objetivo en cada uno de los canales de la compañía; la eficiente combinación de estos factores, en conjunto con otras inversiones de TV Azteca, genera elevados márgenes de rentabilidad⁵⁵.

Azteca 13 es la señal más importante de la cadena, al cubrir 97% de los hogares mexicanos; sus contenidos van dirigidos a la totalidad de la población mexicana. La programación que actualmente presenta, es un 75% de producción propia y el restante 25% es adquirida. Sus contenidos son de corte generalista, en donde destacan los noticiarios, variedades, telenovelas, deportes y películas. Esta señal compite directamente con el líder de la televisión mexicana, el Canal 2 de Televisa (Gómez, 2004, pág. 69).

⁵⁴http://www.irtvazteca.com/News/Reporte.aspx?idPdf=2951&tp_doc=4&sit=IRAZTECA

⁵⁵<http://www.irtvazteca.com/es/acerca-de-nosotros>

I.3.2.b La televisión pública en México: Canal Once.

Según Pareja Sánchez (2009), el concepto de televisión pública sigue estando irresuelto: algunas definiciones se basan en los objetivos, otras en el marco legal y unas más en el financiamiento. Los esfuerzos por describir a las instituciones mediáticas de servicio público comienzan con la etiqueta de culturales, estatales, gubernamentales, educativas, etc.

En ese esfuerzo por definir y diferenciar lo público de lo privado o comercial, Romo (1993) clasifica a los medios por el régimen legal en el que operan donde los medios permisionados o 'no comerciales' se catalogan en oficiales, universitarios, indigenistas, independientes y de reserva federal.

En el caso de los medios oficiales se entienden aquellos que son dependientes a los gobiernos estatales, federales o conccionarios; es decir, que son de la reserva federal y operadas por convenio institucional, en estas se consideran Radio Educación, Canal Once, Canal 22 y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

XEIPN Canal Once, la televisora del Instituto Politécnico Nacional (IPN), comenzó sus transmisiones el 2 de marzo de 1959 desde un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado en el Casco de Santo Tomás, Ciudad de México. El primer programa transmitido fue una clase de matemáticas impartida por el profesor e ingeniero Vianey Vergara. En aquella época, se podían apreciar por la pantalla cursos de inglés, francés y ciencias sociales con el objetivo de añadir un valor educativo a la televisión pública en México. Las primeras producciones de Canal Once fueron programas artísticos, musicales, literarios y científicos realizados con el apoyo de instituciones gubernamentales.

Con el paso del tiempo, el Canal Once se apropió de las nuevas herramientas tecnológicas para promover la interacción y retroalimentación con los televidentes, en especial a través de sus redes sociales institucionales. Además, apuesta por nuevos

formatos y contenidos, reinventándose día a día y ofreciendo propuestas inteligentes y atractivas. Hoy cuenta con 5 estudios de televisión que producen gran parte de la programación que permite a la población conocer y entender el contexto nacional e internacional⁵⁶.

Según Toussaint Alcaráz (2009) por televisión pública se entiende a todos los sistemas, aparatos y canales que, independientemente de los contenidos que difundan, han surgido de un interés político o de un objetivo que apunta al uso social y educativo de una tecnología al servicio público con un alcance masivo y que dependen de alguna instancia del Estado; en ese sentido y según su misión, Canal Once genera, obtiene y transmite contenidos audiovisuales culturales, universales e innovadores, que reflejan la diversidad social y fomentan la construcción de ciudadanía⁵⁷.

El Canal Once, según IBOPE⁵⁸, tiene los niveles de audiencia más altos de las televisoras culturales en México. La responsabilidad de la administración actual de Canal Once en cuanto a producción y transmisión es hoy mucho mayor ante la forma de concebir a la televisión de un equipo de trabajo ya consolidado. En este sentido, es importante tomar en cuenta la concepción que de la de televisión pública ha tenido este canal (Pareja Sánchez, 2009, pág. 134).

Canal Once como televisora de servicio público centra su producción en la construcción de ciudadanías y visiones de la realidad al contextualizar y diversificar el espacio-territorio de convergencia social; la relación del medio con el poder político transita entre la subordinación por el subsidio anual que recibe del Estado y la emancipación de recursos y opinión.

⁵⁶ https://canalonce.mx/docs/Historia_de_Canal_Once_ac.pdf

⁵⁷ <https://canalonce.mx/sobre-canal-once/>

⁵⁸ De acuerdo con los ratings de IBOPE de Julio de 2008, las series de producción propia del canal que mayor índice alcanzan son *Futboleros* con 4.6, *Aquí nos tocó vivir* con 4.4. y *El diván de Valentina* con 4.1 <http://www.terra.com.mx/revistaneo/articulo/730943/Ratings+TV+IBOPE+AGB>

⁵⁹ Anuario 2008-2009. Audiencias y medios en México.

<http://www.slideshare.net/AntonioWanderley/anuario-20082009audiencias-ymedios-en-mexicoibope-agb-mexicofebrero-2009>

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO II. Construcción teórico-conceptual sobre el establecimiento de agenda, el encuadre y ciclo mediático-epidémico.

El objetivo que persigue este capítulo es desarrollar, desde diversos aportes teóricos, la articulación entre el establecimiento de la agenda mediática⁶⁰, el encuadre⁶¹ y el ciclo mediático-epidémico que se plantea como orden sistemático general de esta investigación.

En el abordaje sobre la primera dimensión de la fijación de agenda⁶² se resaltan sus elementos de constitución (*issue, salience, obtrusive, unobtrusive*)⁶³ con el fin de asociarlos al tratamiento noticiosos de la Influenza Humana AH1N1 en la televisión mexicana; en ese mismo sentido se destacan los tipos de agenda (de los medios, pública y política) propensos a ser visualizados en el corpus que conforma esta investigación.

El segundo apartado responde a la segunda dimensión del establecimiento de agenda y se concentra en las aproximaciones metodológicas y discursivas del encuadre y los marcos investigativos⁶⁴; en este apartado se destaca la clasificación de los encuadres y las dimensiones que cada tipología recaba con el fin de ubicar como objeto de análisis el mensaje emitido por los noticieros mexicanos de televisión.

En un tercer momento, se desarrollan las posturas epistemológicas sobre el ciclo mediático-epidémico subrayando las fases y dimensiones que lo componen con el fin de situar las unidades de análisis que se proponen en esta investigación.

El sentido de crear y desarrollar estos apartados es el de exponer los supuestos teóricos y epistemológicos que adopta esta investigación los cuales son el hilo para

⁶⁰El concepto en inglés se refiere a la *agenda setting*, según McCombs (1996) su nombre metafórico proviene de la noción de que los medios masivos (mass-media) son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad.

⁶¹Abordado en la mayoría de los estudios de agenda setting como *framing* y se entiende como el énfasis que los medios atribuyen a las categorías de un tema promoviendo en el público una particular evaluación sobre dicho tema; en ese sentido, el framing enmarca las representaciones mediáticas de un acontecimiento y la influencia de tales en las actitudes y opiniones del receptor.

⁶² En esta tesis cuando se lea fijación de agenda, agenda setting o teoría de los efectos indirectos se estará hablando de la teoría del establecimiento de agenda.

⁶³ Estos conceptos se desarrollarán con más detenimiento en los próximos apartados permitiendo exponer con más detenimiento sus atributos y consideraciones para esta tesis.

⁶⁴ En los estudios sobre los efectos indirectos se refieren a marcos investigativos como *frames*, siendo estos las propuestas subjetivas y categóricas que enmarcan la influencia de los medios de comunicación de masa en el público.

argumentar que el tema de la Influenza Humana AH1N1 conserva elementos de función de la primera dimensión de la fijación de agenda y que el tratamiento noticioso de los programas mexicanos de televisión está conformado de marcos que contienen variables del ciclo mediático-epidémico por lo que se puede comprobar, usando el encuadre como herramienta sistemática entre la mediatización de la epidemia en televisión y el ciclo patógeno de la enfermedad.

Desde los elementos indispensables para el análisis informativo, hasta los hallazgos y posturas contemporáneas respecto al tratamiento de crisis epidémicas, la composición de las agendas y los mensajes, este capítulo brindará tres perspectivas que sustentan el abordaje del tema que esta investigación sugiere; la agenda noticiosa y su composición elemental, el tratamiento y encuadre de los mensajes y, finalmente, el ciclo que la noticia transita y las dimensiones o fases que lo componen empíricamente.

II. El establecimiento de agenda, el encuadre⁶⁵ y ciclo mediático-epidémico.

Según McCombs (2004) el alcance del establecimiento de agenda se ha movido con paso firme desde su territorio original de los asuntos de interés público (la influencia de la agenda de los medios en la agenda pública) hacia otros cuatro ámbitos; a) las circunstancias que mediatizan la fuerza de esta influencia; b) las fuentes y recursos de los propios medios de comunicación; c) un segundo nivel de influencia de la agenda basado en atributos o calificativos de temas o aspectos y d) las consecuencias de ésta sobre actitudes, opiniones y conductas.

Con ello se puede considerar que los temas comprendidos para la construcción de la agenda están adheridos a diversos campos de desarrollo de la noticia, es decir, la trascendencia de la agenda noticiosa se concibe desde su inferencia en ámbitos políticos,

⁶⁵ En algunos artículos científicos suelen utilizarse preferentemente los términos “enmarcamiento” y “marco” mientras que en la mayoría se prefiere utilizar los anglicismos “framing” y “frame”. En esta investigación se utilizan preferentemente los términos en castellano, aunque no descarta el uso de las expresiones en inglés.

sociales e interpersonales que construyen el seguimiento de la noticia según el interés que le confieren éstos.

Para McCombs el establecimiento de agenda es la relación que se entabla entre los intereses de la sociedad y la relevancia de éstos transferidos por el medio de comunicación; es decir, los medios de comunicación de masas tienen la capacidad de edificar, mediante atributos, la relevancia de una noticia y trasladarla a la agenda de la sociedad⁶⁶.

En ese sentido, la fijación de la agenda es la capacidad que tienen los *mass-media* para asignar la importancia de la información que se va a difundir priorizando la noticia de tal forma que genere mayor expectación tanto que los temas que son relevantes para el medio son también relevantes para el público.

La *agenda setting*⁶⁷ posiciona la figura de los medios de comunicación y su ejercicio de influencia sobre la audiencia al presentar temas con relevancia; Rodríguez-Díaz (2004) la denomina como el conjunto de contenidos que el medio coloca en el candelero o en la opinión pública (pág. 15); en relación con lo anterior, tanto el medio de comunicación como las audiencias se encuentran unidos por el hilo de la realidad, las imágenes del mundo exterior y del acontecimiento.

Lippmann (1922) menciona que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes; con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios, en ese sentido, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras

⁶⁶La agenda de la sociedad se puede leer como agenda pública.

⁶⁷Según Díez Zamora (2008) el nombre de *agenda-setting* no posee una traducción consolidada en español, pero se han utilizado términos en la literatura para referirse a ella como “función del establecimiento de agenda” o variaciones como “jerarquización de noticias” o “canalización periodística de la realidad” entre otras.

mentos reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste se encuentra "fuera del alcance, de la mirada y de la mente".

De este modo, hablar de la teoría de los efectos indirectos requiere hablar de imágenes del mundo interiorizadas y socializadas donde son, en primera instancia, manifiestas por los medios y después por las audiencias.

Según Cervantes (1993), frente a la proliferación de trabajos en la línea del conocimiento de los efectos de los medios de comunicación en las audiencias, emergieron, a partir de los ochenta, algunas iniciativas tendientes a sistematizar o dar sentido a un tipo de investigación, para el que se han utilizado términos como "sociología del comunicador de masas" (Holz y Wright, 1984, pág. 23), "sociología de los medios" (Murdock, 1980, pág. 6; Shoemaker y Reese, 1991, pág. 3, 121; Reese; Ballinger y Shoemaker; 1993, pág. 1), "sociología del periodismo" (Weavery Gray, 1980, pág. 126; Kunczic, 1988, pág. 175; Wolf, 1987, pág. 160; Schlesinger, 1972, pág. 71; Henández, 1997) entre otras denominaciones para referirse al examen de los productores de comunicación o de noticias (citado en Cervantes, 2001, pág. 50)

El concepto de encuadre se encuentra fuertemente ligado al establecimiento de la agenda y es parte del segundo nivel que la configura⁶⁸ donde el acontecimiento, reubicado en la opinión pública por los medios de comunicación, se refuerza con atributos que sugieren al público cómo abordar tal suceso.

En ese sentido, el encuadre es un proceso sistemático y de control selectivo sobre el contenido de los medios que enmarca un contenido específico para que influya en las interpretaciones particulares del espectador⁶⁹.

⁶⁸ Hay dos niveles de configuración de la agenda mediática; el primero es el nivel donde los medios usan objetos o problemáticas para influir en el público; es decir, los medios de comunicación sugieren, mediante la cantidad de cobertura sobre el tema o problemática, qué debería pensar el público. El segundo nivel del establecimiento de agenda tiene que ver con las características de las problemáticas o los temas donde los medios de comunicación sugieren al público cómo pensar sobre el tema.

⁶⁹ La explicación de la idea de un segundo nivel de la agenda no aparece hasta finales de la década de 1990 (McCombs, 1994; McCombs y Evatt, 1995; McCombs y Bell, 1996; McCombs y Estrada, 1997).

Según Entman (1993), la teoría de marcos (*framing*) se puede entender, también, como la idea que tiene el periodista o el medio de comunicación para organizar la noticia⁷⁰destacando un elemento que dota a tal acontecimiento de características específicas.

La relación entre el establecimiento de agenda y el encuadre noticiosos con el ciclo mediático-epidémico fortalece la perspectiva de este último respecto a la atención de los medios en situaciones de crisis sanitarias.

El ciclo mediático-epidémico, mantiene dos dimensiones de análisis u observación, la primera es la relacionada al flujo de la noticia sobre un acontecimiento de carácter sanitario y social mientras que la segunda dimensión es la que se presenta en el ciclo “natural” del agente patógeno; esta correspondencia entre el flujo de la noticia y el ciclo patogénico se construye desde atributos que la posicionan en la relevancia de la agenda mediática, pública y política.

A *grosso modo*, el ciclo mediático-epidémico es una construcción conceptual que identifica la relación entre los agentes noticiosos que permiten el flujo del acontecimiento en el medio de comunicación y los sucesos patógenos que se van presentando mientras el brote epidémico se encuentre clínicamente activo.

Estudios de distintos medios como la prensa, la televisión, la publicidad y, actualmente, las redes sociales en relación a la evolución de la influencia del medio sobre la audiencia en diferentes periodos de tiempo hacen que abunde la bibliografía respecto al tratamiento y posicionamiento de las noticias, la opinión pública y la agenda política. En cuanto a la demografía de los abordajes teóricos y metodológicos sobre el establecimiento de agenda y la relación con las audiencias en situaciones de crisis sanitarias y sociales son países como Estados Unidos, España, Reino Unido, Israel, Corea,

⁷⁰ Sociología de la producción de noticias

Taiwán y América Latina (comprendiendo gran parte de sus países) quienes conservan mayores aproximaciones⁷¹.

II.1 Establecimiento de agenda.

La percepción de la realidad y la opinión pública va a formar una línea transversal en los estudios sobre la fijación de agenda; teniendo como antecedente a Lippmann, Bernard Cohen considera que éste trazo define y da sentido a los editores y redactores de noticias puesto que para él la prensa es significativamente más que un proveedor de información y opinión. “La prensa puede no tener éxito la mayor parte del tiempo en decirle a la gente qué pensar, pero es increíblemente exitosa en decirle a sus lectores qué pensar” (Cohen, 1963 citado en Parveen & Chitrapu, 2017).

Para Dearing y Rogers (1996) la teoría de la *agenda setting* ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia; cómo se forma opinión pública y por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas mientras otros carecen de la misma iniciativa.

El estudio sobre la fijación de agenda es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social; a principios de los años setenta tales estudios se centraron en estudiar la influencia de los medios sobre la opinión pública encaminando el debate teórico y casuístico a temas políticos, criminales y electorales partiendo de la premisa que resalta la influencia de los medios de comunicación sobre la priorización de temas y la relación de ésta sobre la audiencia.

Partiendo de lo anterior, el sentido de esta investigación plantea como hipótesis la existencia de una relación entre el establecimiento de agenda desde las redacciones de noticias, la cobertura noticiosa desde la rutina periodística y el flujo de la noticia en torno

⁷¹ Parte de la bibliografía que ocupa estos temas se irá comentando en este trabajo, en el cual se destacarán las investigaciones más relevantes que han sido aportadas a la comunidad científica internacional

a un tema de crisis epidémica destacando la probable intervención de múltiples factores en la construcción noticiosa, dejando como área de oportunidad la comprobación de que no todos los manejos noticiosos influyen de la misma manera en los individuos aun tratándose de la misma noticia.

En el mismo sentido Wanta (1997) afirma que el concepto de la *agenda setting* es mucho más complejo dado que no todas las personas demuestran idénticos efectos de ésta; es decir, no todos los temas influyen de la misma manera en los individuos ya que hay múltiples factores intervienen en este proceso.

II.1.1 Precedentes e inicios teóricos del establecimiento de agenda.

McCombs y Shaw (1972) teniendo como base los hallazgos de sus investigaciones sobre la influencia de las campañas electorales en los votantes, proponen el concepto “establecimiento de agenda” para hacer referencia a la capacidad que tienen los medios de dirigir la opinión pública hacia temas específicos durante un tiempo determinado.

Puesto que la *agenda setting* es también entendida como “la fijación del orden temático”, haciendo referencia a la influencia ejercida por los medios de comunicación en las formas concretas en que la gente observa el mundo exterior a ellos y priorizan ciertos temas y cualidades en lugar de otros; para McCombs (1996) la *agenda setting* proviene de la noción de que los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad (pág. 17); es decir, en el enfoque de establecimiento de agenda los medios de comunicación influyen de manera indirecta en los receptores al seleccionar y jerarquizar la información.

El supuesto teórico de la *agenda setting* es que los medios de comunicación seleccionan o indican los temas sobresalientes trasladándolos del medio a la audiencia, es decir, que el medio dispone del tema que generará una o más opiniones en la audiencia.

Según Jensen (2014), la *agenda setting* es una de las contribuciones más notables a la comprensión de los efectos mediáticos como un proceso de múltiples pasos y etapas uniéndose a los estudios de gratificación para diferenciar lo que los medios le hacen a las personas de lo que la gente hace con los medios (pág. 256).

Para López-Escobar, et al. (1996) con la teoría de la *agenda setting*⁷² se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias.

II.1.2 Elementos de composición elegidos en el establecimiento de agenda.

La agenda y los temas que ésta subraya puede entenderse en niveles de impacto y fortaleza, es decir, de impacto porque tiene una implicación en la audiencia y de fortaleza porque posiciona al medio sobre el tratamiento de acontecimientos; para efectos de jerarquizar las ideas es necesario visualizar esta composición como un triángulo multinivel donde en la parte superior se localizan los temas (*issues*) que dominan las agendas de los medios, seguido hallamos la relevancia (*salience*) y, finalmente, los temas cercanos (*obtrusive*) y los temas desconocidos (*unobtrusive*).

*a) Temas*⁷³

Para McCombs & Zhu (1994), los temas son un número pequeño de asuntos que atraen a un conjunto significativo de personas en cualquier momento determinado;

⁷²Rodríguez Díaz (2004) considera que las traducciones y los términos como “función del establecimiento de una agenda temática”, “jerarquización de noticias”, “canalización periodística de la realidad”, así como “tematización de la realidad” o “fenómeno de tematización” hacen referencia al concepto de *agenda setting*.

⁷³ El desarrollo de este concepto parte de la palabra anglófona “issues” que se entiende, en los estudios sobre fijación de agenda, como la percepción pública compartida de lo que necesita atención en un momento dado.

haciendo que esta limitación temporal condicione fuertemente a los medios para incluir asuntos en la agenda pública; del mismo modo, los acontecimientos que el medio coloca en su agenda constriñen a ser abordados en la agenda pública.

En Dearing y Rogers “un tema se define como un problema social, a menudo conflictivo que ha aparecido y es descubierto por los medios de comunicación” (1996, pág. 3); en ese sentido esta investigación problematiza la Influenza Humana AH1N1 suscitada en 2009 desde éste elemento jerárquico de la *agenda setting* dado que, en los meses de marzo a junio del año en cuestión dicho tema dominaba las redacciones noticiosas como “acontecimiento” que preocupaba a la sociedad.

Donald Shaw (1977) definió este término como el “conjunto de temas o acontecimientos que aparecen de forma continua o permanentemente en los medios de comunicación y son fácilmente agrupables dentro de grandes temas o categorías” (citado en Rodríguez Díaz, 2004, pág. 30).

En tal sentido, la fijación del tema expresa dos momentos de integración vitales, por un lado, el tema que el medio coloca en la agenda pública como parte de su influencia directa en los receptores, y el segundo, cómo la opinión pública coloca, mediante el medio de comunicación masiva, un tema de preocupación en la agenda política.

Un ejemplo de esto es el estudio de Aruguete *et al.* (2018) de las noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad desde una articulación metodológica y teórica de la comunicación donde refleja el posicionamiento de los temas de interés público sobre la agenda del medio en las que situaciones de aquejo colectivo se trasladan a un orden temático que el medio necesita tratar y posicionar, paulativamente, en la agenda política.

b) Relevancia⁷⁴

La relevancia o la asignación de relevancia es el grado de importancia por medio del cual un tema de la agenda es percibido como interesante (Dearing & Rogers, 1996,

⁷⁴ Concepto traducido del anglófono “salience” y se asocia a la prominencia de los temas; según Vargas y Lahera (2011) el término no se refiere a un atributo del objeto percibido o representado sino a la prioridad que este objeto adquiere en relación a los demás contenidos de la consciencia.

pág. 8) por lo que este elemento de la agenda se centra u observa la preeminencia de un tema sobre otro en las agendas públicas, políticas y de los medios. Según McCombs & Evatt la fijación del orden temático no se refiere sólo a los temas, sino que incluye las imágenes y las perspectivas; es decir, tiene que ver con cómo se produce la transferencia de la prominencia de los asuntos y de los aspectos de esos temas.

En tanto que la relevancia expone la dirección de los temas y cuál será su próximo contenido; el caso que a esta investigación ocupa, reflexiona sobre los temas notables durante el brote epidémico de 2009 siendo un ejemplo tales el desabasto de cubrebocas, el aumento o no de casos mortales, los efectos socioeconómicos del cese a las actividades productivas entre otros; es importante destacar que la prominencia de los temas sobre las agendas pertenece al ámbito de la jerarquización de la noticia por lo cual no debe ser confundido con la aparición puesto que en sí misma, la relevancia se asocia con la prioridad que los temas adquieren en relación a los demás contenidos.

Para Wanta (1997) “las personas aprenden sobre la importancia relativa que tienen los temas en la sociedad a través de la cobertura informativa que se les da en los medios de comunicación. Así, cuanto mayor es la presencia de un tema en los medios, mayor es el interés de los individuos sobre ese tema”; en el mismo sentido de asociación, Rodríguez (2004) considera que “la unión de los conceptos, temas (*issues*) y relevancia (*salience*), ha hecho un binomio de palabras que se ha convertido en el principal objetivo de estudio de la *agenda setting*”; partiendo de esto, la relevancia de los temas en la opinión pública conserva y se reconstituye desde los atributos con los que éstos se inserten en el inconsciente colectivo.

En la televisión, la construcción de atributos respecto a temas de interés social suele ser una práctica recurrente, dado que, en la tarea de nutrir desde diversas dimensiones éstas reconfiguran o problematizan el acontecimiento; según Igartua y Humanes (2004) los desarrollos recientes de la perspectiva del establecimiento de agenda y la teoría del encuadre, plantean que los contenidos informativos no sólo fijan la agenda pública, sino que también dictan implícitamente al público una forma de pensar ciertos asuntos

teniendo una especial relevancia teórica y empírica; es decir, la atribución intersubjetiva de la importancia sobre un tema o acontecimiento está ligado a las dimensiones mediatizadas o de apariencia importante para el medio.

Según McCombs y Reynolds (2002) las revisiones meta-analíticas más actuales han confirmado que existe una relación positiva y significativa ($r=0.53$) entre el énfasis mediático sobre los temas y acontecimientos sociales⁷⁵ y la saliencia de éstos como asuntos valorados como importantes o problemáticos por la opinión pública (citado en Igartua (citado en Igartua 2005, pág. 02).

c) *Temas conocidos y temas desconocidos*⁷⁶

Estos dos elementos de la *agenda setting* mantienen una relación directa con la relevancia, es decir, son temas que interaccionan con el entorno cercano de la audiencia; hay un conocimiento directo del público hacia los temas donde el público no necesita del medio para conocerlos ni para la emisión de un juicio u opinión.

En los temas conocidos, la influencia del medio no es ejercida fuertemente; por el contrario, los *unobtrusive* son los temas donde la audiencia no tiene ningún tipo de referencia personal necesitando entonces de los medios de comunicación para ser conducida en el tema.

Zucker (1978) señala que un tema, desde el punto de vista de la audiencia, se considerará *obtrusive* si el público tiene una relación directa con él. Sobre el concepto *unobtrusive* dirá que es aquel en donde no hay un contacto directo entre el tema y el público.

Según Rodríguez “la diferenciación de ambos términos es crucial para introducirnos en el siguiente paso, enfocado a saber cuál es la actitud del público ante

⁷⁵ Según Igartua (2005) estos responden a qué temas tienen una mayor visibilidad y un emplazamiento más privilegiado

⁷⁶ Se traduce de la palabra anglófona *obtrusive* para referirse a los temas conocidos dentro de las agendas públicas y políticas mientras que para los temas desconocidos su palabra anglófona es *unobtrusive* haciendo referencia a aquellos temas que no son dominados por las audiencias y donde el medio puede establecer criterios para dar a conocer o expandir atribuciones del tema a conocer.

dichos temas cuando se presentan en los medios de comunicación; diferentes estudios empíricos han demostrado la existencia de una relación distinta por parte de la audiencia ante temas familiares y ante los lejanos” (2004, pág. 33).

En ese sentido, en esta investigación el tratamiento mediático sobre la Influenza Humana AH1N1 se pueden visualizar categorías del tema conocido (*obstrusive*) tales como los casos, medidas de prevención del contagio, intervención informativa por fuentes especialistas, centros de atención; mientras que las categorías de los temas desconocidos (*unobtrusive*) se comprenderá como aquellos relacionados con asuntos internacionales, contagios en otros países latinoamericanos o europeos, condiciones o medidas de seguridad del tránsito internacional, avances de laboratorio en torno al virus, procedencia del brote epidémico.

Si bien los elementos de composición del establecimiento de agenda son inherentes al proceso investigativo de esta investigación; hay factores que son inherentes al proceso de establecimiento de agenda y que conviven con el flujo mediático del acontecimiento. Para este caso se han resaltado los factores de temporalidad, la naturaleza de los temas y el acontecimiento y el tipo de medio de comunicación que construye y distribuye la noticia.

II.1.3 Factores elegidos que interfieren en el proceso del establecimiento de agenda.

Los factores que intervienen en el proceso de construcción de la *agenda setting* son ubicados dentro de diferentes tipos de casos, de medios, de poblaciones y responden a diversas finalidades; con ello quiero decir que el establecimiento de agenda noticiosa se ve intervenido por múltiples factores que cruzan transversalmente al emisor, a mensaje y al receptor.

La basta literatura sobre los elementos que influyen en el proceso de construcción de la agenda (Winter y Eyal, 1981; Zucker, 1978; Salwen, 1988; Wanta y Hu, 1994; Wanta y Roy, 1995; Wimmer y Dominick, 1996; Brosius y Kepplinger, 1990; Jones y Gerard, 1967;

McCombs y Weaver, 1973; Hill, 1985; MacKuen, 1984; Hoffsteter, 1976; Patterson, 1976; Rodríguez, 2004) enfatiza sobre tres factores: i) el marco temporal, ii) la naturaleza de los temas y iii) el tipo de medio de comunicación.

Esta investigación destaca tales factores con el fin de localizarlos en la construcción noticiosa y el proceso que llevó la noticia sobre la Influenza Humana AH1N1 de 2009 en México; subrayar éstos ayuda a reforzar las categorías de los encuadres que se exponen en el Capítulo III de ésta tesis.

i) El marco temporal⁷⁷

El primer factor a destacar es el que refiere a la temporalidad y es entendido desde Winter y Eyal donde “uno de los componentes del marco de tiempo identificado es el intervalo de efecto óptimo o la asociación máxima entre los medios y el énfasis de un tema” (1981, pág. 377), es decir, la duración entre la atención o el *salience* generado por los medios en torno a un *issue* es “acumulativo”; dichos autores hacen una especificación de entre dos y cinco meses.

En el mismo sentido, McCombs y Masel-Walters (1976) sugieren que la presencia extensa y diaria de un tema en un lapso de tres a cuatro meses es el tiempo óptimo para hacer visible la noticia en la opinión pública⁷⁸.

Wimmer y Dominick mencionan que los marcos temporales se dividen en tres y de la siguiente manera "1) la duración del periodo de medición de la agenda temática de los medios, 2) el desfase temporal entre la medición de la agenda temática observada en los medios y la medición de las agendas personales de los individuos consultados y 3) la duración de la medición de la agenda de la audiencia" (1996, pág. 370).

⁷⁷ El término anglófono usado en las investigaciones sobre los factores que intervienen en el establecimiento de agenda es “*time frame*”.

⁷⁸ Para Rodríguez, “conocer cuál puede ser el tiempo mínimo o máximo necesario para que un tema aparezca o desaparezca de la agenda de los medios y repercuta en la agenda pública está condicionado por muchos factores [ya que] puede depender de la naturaleza del tema o del medio de comunicación empleado” (2004, pág. 34).

El marco de temporalidad, al considerar la presencia de la noticia en el tiempo parte de supuestos indicativos bastante precisos donde el estudio de correlaciones entre el marco temporal general y el tiempo que tardaba en aparecer un tema de la agenda de los medios en la agenda pública⁷⁹, la duración temporal del tema en cualquiera de las agendas (*media-public-policy agenda*), el periodo óptimo de influencia de una agenda en otra⁸⁰ y el tiempo que duraba en decaer el tema estudiado⁸¹ variaban según el medio de comunicación⁸².

El marco temporal puede quedar entredicho al considerarse, también, como un factor impreciso dado que no logra establecer o presentar una orientación homogénea o estandar en cuanto al tiempo que tarda en aparecer un tema en las diferentes agendas pese a los robustos trabajos realizados sobre tal factor; esta investigación sí tomará el marco temporal como elemento importante de la agenda puesto que la aparición del tema en programas noticiosos de televisión así como en portadas de diarios nacionales⁸³ representa una variable que influye en el ciclo mediático que se propone en este trabajo.

Para justificar esta postura es debido desarrollar el siguiente esquema el cual permite reconocer el efecto de la temporalidad con relación al tratamiento noticioso de la Influenza Humana AH1N1 de 2009 en México. Tal esquema parte de los datos hallados en la búsqueda sobre el tiempo transcurrido entre el reporte del Sistema Nacional de Notificación y Vigilancia Epidemiológica (SINAVE) en torno al incremento en el número

⁷⁹ En las publicaciones sobre la temporalidad de aparición de un tema en la agenda política después de ser presentada en la agenda mediática se lee en inglés como "*time lag*".

⁸⁰ En las investigaciones sobre el tema de la influencia de una agenda sobre otra se trata en inglés como "*optimal effect span*"

⁸¹ Su traducción anglófona y de abordaje teórico y metodológico en comunicación es "*decay lag*"

⁸² Wanta (1997) "The Messenger and the Message: Differences Across News Media", en McCombs, Shaw y Weaver (1997), *Communication and Democracy. Exploring the intellectual frontiers in Agenda-setting theory*, New Jersey, Laurence Erlbaum Associates, p. 149 citado en Rodríguez, 2004, pág. 35.

⁸³ El diario mexicano de circulación nacional que acompañará esta revisión, de manera que soporte el contexto del investigador respecto a los meses y circunstancias que acontecían el año en cuestión es La Jornada, diario de orientación crítica, apartidista y de responsabilidad social con un tiraje promedio al día de 131, 355 ejemplares.

de infecciones respiratorias y la aparición de otra noticia dominante de la agenda noticiosa.

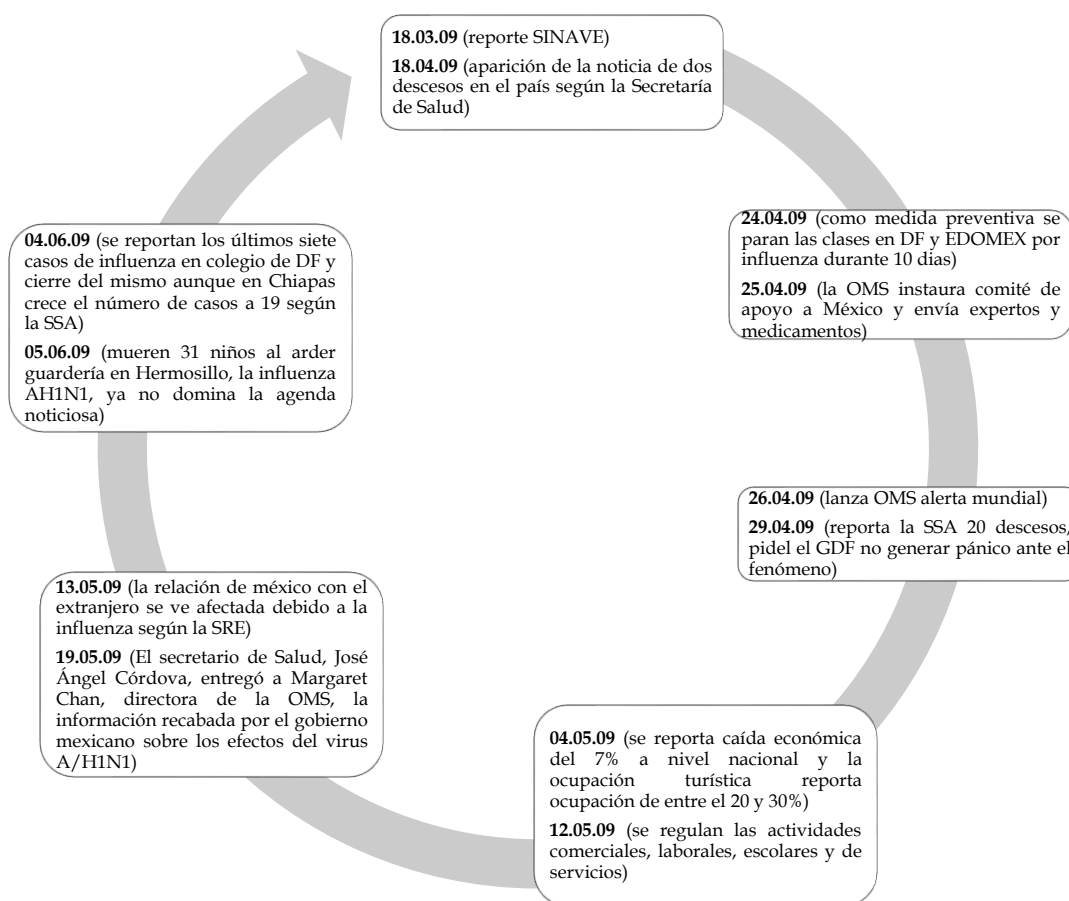
El transcurso de la noticia sobre la Influenza Humana AH1N1 en medios nacionales hace visible la relación con el marco de temporalidad, específicamente, con el tiempo que tarda una agenda en entrar en otra y la duración temporal e influencia de la noticia en cualquiera de las agendas; en el caso del marco temporal se puede hablar que se construye desde el 18 de abril, pero es hasta el 24 de ese mismo mes que la noticia se coloca en los medios, hasta el 05 de junio desarrollando un dominio noticioso por casi dos meses permitiendo así entrar en diferentes agendas y distintos momentos.

Al principio se proyectaba en las noticias que construían la agenda del sector salud; después, dicha noticia conformó la agenda política con la intervención de representantes gubernamentales y de organizaciones mundiales se traslada a la agenda de la opinión pública internacional y económica debido a la propagación geográfica de la enfermedad; finalmente, la noticia sobre la Influenza Humana AH1N1 empieza a desvanecerse debido a su control epidémico y la aparición de nuevos acontecimientos.

Para ilustrar este proceso de construcción del acontecimiento se elaboró el siguiente diagrama que permite visualizar el flujo noticioso desde el factor temporal; en él se exponen los procesos de la noticia y cómo ésta se va colocando en otras agendas; primero se ubica en la sección de salud así como en la agenda de la Secretaría de Salud la cual acciona con la dotación de retrovirales a los hospitales donde se registraron los primeros casos; cinco días después el acontecimiento sanitario se concibe como una problemática a nivel nacional por lo que el 24 de abril se acciona como medida sanitaria la suspensión de actividades en todo el país y se alerta a la máxima organización encargada del control sanitario a nivel mundial sobre la crisis epidémica por la que el país atravesaba. El acontecimiento, tras convertirse en noticia internacional, comienza a travesar los límites geográficos posicionándose en las agendas políticas, públicas y mediáticas de otros países generando más dimensiones para su observación promoviendo que esa temporalidad sea prolongada.

Si bien, el acontecimiento tuvo procesos álgidos y de interacción éste cumple un proceso orgánico que decae y se suplanta con otro acontecimiento de igual o mayor impacto, en el caso mexicano, el día 05 de junio el incendio de la Guardería ABC coloca el brote epidémico en un segundo plano que prontamente desapareció.

En este sentido, el ciclo mediático de la noticia mantiene una relación con el factor temporal que agota el acontecimiento y lo dimensiona en pequeños sustratos de interés público y político que lo va a llevar a desaparecer a la luz de un nuevo ciclo mediático.



Esquema 1. Flujo del acontecimiento noticioso sobre la Influenza Humana AH1N1. Elaboración propia con datos del archivo virtual del diario La Jornada del año 2009 bajo las etiquetas de búsqueda "Influenza", "pandemia", "AH1N1", "porcina".

El ejercicio de identificar el flujo de la noticia, el cruce transversal del tema frente a las agendas y el encuadre de la noticia constituye el hilo conductor de esta investigación, por tal motivo, el marco de la temporalidad se aplicará como la pauta para desarrollar más adelante el ciclo mediático-epidémico que problematiza y da título a este trabajo.

ii) La naturaleza de los temas

La importancia de la aparición de los temas en las agendas, específicamente aquellos que se presentan en los medios de comunicación, parten de la necesidad del receptor de recibir orientación sobre su entorno, dichos temas entonces serán más o menos importantes según su origen. Como sostiene Alsina (1989) la noticia es un proceso que se inicia con un acontecimiento, pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del receptor, es decir, el acontecimiento se debe conceptualizar como algo que se genera mediante fenómenos externos al sujeto, siendo éstos los que le dan sentido.

Partiendo de lo anterior, la relación que se establece entre la naturaleza de los temas y los elementos de composición de la *agenda setting* responde a la percepción que tiene la audiencia sobre el tema general y el tema ocasional o impredecible⁸⁴ que ocupan una gran cobertura en los medios.

Según Waisbord y Coe (2002) los medios tienden a informar de aquello que es noticia, aunque no necesariamente sea significativo desde un punto de vista médico o científico, por ejemplo, las enfermedades crónicas no son noticia, en cambio, las epidemias sí lo son porque encajan como lo novedoso y no permanente; en ese sentido, la información sobre salud es aquello que resulta atractivo como noticia más allá de su vinculación con procesos de larga temporalidad.

El factor sobre la naturaleza del tema puede influir o ser determinante sobre la fijación del orden temático en los medios y la audiencia, mientras más familiaridad se mantenga con el tema, habrá menor influencia de la agenda en el receptor. Sobre el particular Weaver (1982) apunta que la dependencia de la audiencia a la agenda de los

⁸⁴ En los textos de comunicación sobre este factor de intervención del establecimiento de agenda, se hace referencia al tema ocasional o impredecible como "*event o events*"

medios determina o influye en la percepción que éstos tengan sobre la naturaleza del tema ya sea por incidencia personal o ajena y lejana⁸⁵.

iii) Tipo de medio de comunicación

Este factor hace una distinción entre el tipo de medio ya sea prensa, televisión, radio, revistas o internet (redes sociales) y el tipo de audiencia que requiere cada uno de estos medios.

En los estudios sobre el tipo de medio predominan los análisis de periódicos y televisión ya que muestran explícitamente el intercambio de temas y agendas, aunque no dentro de la misma temporalidad, es decir, los tiempos de cobertura de una noticia suelen ser más extendidos en los periódicos que en la televisión.

Sobre la relación entre el tipo de medio y la temporalidad del tratamiento de la noticia existen dos posturas en los estudios de *agenda setting* que se detiene sobre estos factores; la primera (McClure y Patterson, 1976; MacKuen, 1984) sostiene que la influencia de los periódicos persiste durante un margen de tiempo y tiene un efecto más directo en la opinión pública mientras que en la televisión la inmediatez es predominante y dedica “un par de líneas” a cada información; la segunda postura (Hofstetter *et al.* 1976) sugiere que la televisión emplea sólo el tiempo necesario para posicionar su agenda en la opinión pública y familiarizar a la audiencia con diversos temas teniendo como efecto colateral jerarquizar el resto de las agendas y medios.

En el caso de la televisión, su estructura mantiene un patrón común entre el binomio de particularidad y similitud en el tratamiento de temas generales y acontecimientos; estos adjetivos implican crear una cobertura novedosa y diferente al resto o, por el contrario, enmarcar el acontecimiento con narrativas diversas resaltando así los sincronismos entre diferentes programas informativos y tipos de medios.

⁸⁵ Aquí se hace referencia a “*obtrusive*” y “*unobtrusive*” como temas que repercuten según la audiencia se socialice con ellos

La necesidad del medio de generar adjetivos, marcos o discursos sobre el acontecimiento tiene que ver con el rol que el medio tiene sobre los receptores y la política, según Morley (1996) los medios de comunicación tienen un papel importante en las agendas de los ciudadanos generando vínculos entre su percepción y sus repertorios culturales.

En ese sentido, la estrategia del medio en generar noticias sobre el acontecimiento y tratarlo desde diversos focos responde a la presencia de la audiencia en el medio seccionando contenidos y fuentes que influyen en la percepción del acontecimiento.

En lo que refiere a esta investigación; la televisión contiene la unidad de análisis y cuenta con el atributo de ser el medio masivo de comunicación que transporta la mayor cantidad de temas, noticias y datos relacionándose directamente entre sí.

II.2 Los tipos de agenda

La teoría del establecimiento de agenda propone diferentes tipos de agenda: la agenda de los medios (McCombs y Shaw, 1972), la agenda pública (DeGeorge, 1981; Shaw, 1979), la agenda política (Lazarsfeld y Merton, 1948; Ball-Rokeach, 1985), la interpersonal (Palmgreen y Clack, 1977; DeFleur *et al*, 1975), la intrapersonal (Roda Fernández, 1989; McLeod *et al*, 1974), la agenda cultural, la agenda religiosa, la agenda de la enseñanza universitaria y la agenda publicitaria (McCombs, 2006).

Las agendas que ocupan a esta investigación, y de modo específico a este apartado, serán la mediática, pública y política dado que éstas definen una agenda de propiedades que varía según la importancia de sus temas.

El lazo transversal que teje esta investigación comienza con la agenda mediática ya que es a partir de ella que se localiza el tema de la Influenza Humana AH1N1 y su temporalidad; seguido, se desarrolla la agenda pública donde se coloca la proximidad del tema en el receptor; cabe aclarar que la audiencia y los estudios que de ella se desprenden

no es la unidad de análisis ni el objeto del mismo pero sí es una variable que se resuelve sobre los principales encuadres planteados en el capítulo metodológico; finalmente, la agenda política será desarrollada con el mismo sentido que la agenda pública con el fin de exponer la proximidad que tienen estos tres tipos de agenda y serán entendidos como engranes necesarios para completar el análisis sobre los encuadres noticiosos y el ciclo mediático.

II.2.1 La agenda de los medios

La agenda mediática hace referencia a las noticias que seleccionan y dan relevancia los medios de comunicación como parte de su interés comunicativo y de presentar a la audiencia los temas y acontecimientos más preeminentes.

Para la teoría sobre la fijación del orden temático, la agenda de los medios es más relevante según se construya sobre la cantidad de emisiones sobre los temas y acontecimientos, es decir, la agenda de los medios se destaca dado que su función recae en la relevancia que tenga la información que presenta en lapsos de tiempos diversos.

De acuerdo con Dearing y Rogers (1996) el proceso de establecimiento de la agenda comienza cuando un tema o acontecimiento, es incluido en la agenda mediática, mientras que para McCombs se deben considerar tres elementos para la fijación de la noticia: las principales fuentes que suministran la información para las noticias (otras agendas y gabinetes de prensa), otras organizaciones informativas (interacción entre las agendas de otros medios) y las normas y tradiciones del periodismo.

Desde la teoría del establecimiento de agenda los medios renuevan o configuran el repertorio temático manteniendo una relación sumamente estrecha con los elementos que la contienen, algunos revisados anteriormente en este capítulo. En ese sentido, la agenda de los medios resulta ser una variable que infiere directamente en otras agendas como la pública o la política; el dominio de temas, acontecimientos, noticias y fuentes los coloca

como principales constructores de patrones de cobertura informativa y de temas más destacados de preocupación mediática.

II.2.2 La agenda pública

La agenda pública es aquello que los individuos expresan sobre temas con relevancia en su vida social; para DeGeorge (1981, citado en Guzmán, 2015, pág. 111), la agenda del público se refiere al conjunto de temas que se plantean en función de lo que piensa una persona (agenda intrapersonal), lo que comparte con otros (agenda interpersonal) y aquello que la persona considera como temas relevantes emitidos por los medios de comunicación (agenda de los medios).

Dentro de la teoría del establecimiento de agenda, la agenda pública es reconocida porque permite validar el nivel de correspondencia o recepción con la agenda de los medios.

De acuerdo con Dearing y Rogers (1996) “la agenda pública es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo” (pág. 41). Para representar dicha importancia en cuanto a temas hay dos tipos de estudios dentro de la *agenda setting* para conocer la agenda pública; el primero tiene que ver con estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, “normalmente, la agenda pública se mide por encuestas realizadas a una parte de la población y en ellas a una muestra de individuos se le pregunta: ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?, pregunta denominada el Problema Más Importante (*PMI*) (Rodríguez 2004, pág. 20); el segundo tipo de estudio relativo a la agenda pública es el longitudinal donde las investigaciones de la *agenda setting* han medido la prevalencia de un tema o varios a lo largo de un periodo de tiempo donde el interés reside en hacer un seguimiento de las agendas en diferentes momentos de una línea de tiempo.

Según el estudio longitudinal de Smith (1980) sobre los temas que dominaban la agenda pública estadounidense entre los años 1946 y 1976 el seguimiento de dicha agenda tiene el objetivo común de determinar cómo la incursión de otros temas puede modificar el interés del público sobre un tema inicial atrayendo de forma colateral otros más, es decir, los estudios no sólo se centran en un único asunto, sino que acopian diferentes aspectos relacionados con el mismo.

Dicho sea de paso, la relación que hasta ahora se ha entablado entre la agenda de los medios y la agenda pública se resuelve sobre la jerarquización de los temas y la temporalidad; ambas agendas, incluidos sus objetos de análisis, y ambos elementos funcionan en su totalidad debido a que comparten la noción del entorno social el cual se comprueba como algo que se mediatiza y socializa.

II.2.3 La agenda política⁸⁶

Los estudios realizados sobre esta agenda están dedicados a medir las acciones de los gobiernos e instituciones sociales; la importancia de esta agenda radica en generar temas nuevos que formarán parte en las agendas públicas y de los medios.

Estudios como los de Erikson, Wright y McIver (1993) se enfocan en la agenda política definiendo una relación directa con la agenda pública ya que consideran que "la opinión pública es la que influye predominantemente en los tipos de políticas que se hacen" (pág. 244).

La agenda política o institucional está definida por múltiples factores sociales que intervienen en su creación ya que sugiere atender los temas relevantes que la opinión pública jerarquiza por lo que, de cierto modo, esta agenda responde a posicionamiento de temas públicos. "Los principales estudios de esta agenda se han concentrado en ver

⁸⁶ La agenda política (*policy agenda*) o también denominada institucional. Según Rodríguez (2004), otro enfoque de la agenda política o institucional está vinculado con la propia perspectiva y proceso de cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda, también denominado agenda *building*.

cómo los temas objeto de preocupación institucional [pública] han estado presentes en la agenda de una ciudad, gobierno o parlamento” (Rodríguez, 2004, pág. 22).

Larson (1986) realiza el papel de los medios en la opinión pública y muestra la relación entre las tres agendas: "El repertorio de lo público⁸⁷, está fuertemente delimitado y canalizado por los asuntos que los medios deciden publicar".

En suma, la agenda política mantiene una correspondencia entre el orden de importancia de los temas en los medios de comunicación y el orden de relevancia que otorga a los mismos la opinión pública. En el transcurso de este capítulo se ha abordado la primera dimensión del establecimiento de agenda donde los medios de comunicación resaltan temas o acontecimientos que también se presentan en la agenda pública y política “Nos dicen en qué pensar”. El siguiente desarrollo deviene de sistematizar esta investigación por lo que se posiciona sobre el segundo nivel de teorización en torno al establecimiento de agenda generando un marco comunicativo en el que se desarrolla la opinión pública precisando que los medios son uno de los principales elementos que dirigen y encuadran la opinión pública⁸⁸.

II.3 La teoría del encuadre como segunda dimensión del establecimiento de agenda.

Retomando a Rodríguez (2004) un artículo recopilatorio de McCombs y Shaw, publicado en 1993, introdujo un nuevo matiz en la teoría de la agenda setting afirmando que la forma como nos cuentan las cosas sí afecta en nuestra manera de percibir las. Esta ampliación del concepto supone para Semetko (2000) un progreso en cuanto al estudio de la teoría ya que se va más allá de lo que sería el primer nivel, o en palabras de la autora

⁸⁷ Larson se refiere al repertorio de lo público como aquello sobre lo que la gente discute, toma en consideración o se preocupa, llegando incluso en ocasiones a pedir reformas legales sobre ello.

⁸⁸ Es necesario apuntar que el segundo nivel del establecimiento de agenda destaca el *priming* o primacía noticiosa y el *framing* o encuadre como aspectos inherentes a su proceso de análisis, pero esta investigación atenderá solamente al *framing* como herramienta que, junto con el ciclo mediático, resolverá la problematización sobre el tipo de encuadre predominante durante la cobertura noticiosa de la Influenza Humana AH1N1 en México.

"rasgos más sobresalientes de un tema o noticia". Se contempla cómo los medios también incluyen valoraciones que pueden dirigir la opinión pública.

La segunda dimensión del establecimiento de agenda considera a los medios no solo como aquellos que dotan de contexto sino también que encuadran la realidad dentro de una situación planteada pudiendo condicionar la percepción de la audiencia.

Esta segunda dimensión jerarquiza al medio como influencia primera sobre las audiencias distribuyendo tal dominio en el qué y el cómo del proceso comunicativo relacionados por la forma de percepción del mensaje informativo; según McCombs (1998), los medios de difusión no sólo hacen que las personas conozcan las noticias sobre el mundo, sino que enseñan la importancia y relevancia que hay que dar a cada tema desde el punto de vista del énfasis y cobertura que den los medios.

II.3.1 Efecto de encuadre

El efecto de encuadre se centra en conocer los enfoques noticiosos con los cuales un acontecimiento se presenta al público, por lo tanto, este efecto se enfoca en el mensaje. El abordaje del encuadre o enmarcamiento noticioso es multidisciplinar pues ha sido estudiado desde la sociología, la psicología social y, desde luego, la comunicación; la relación que mantiene el encuadre con el primer nivel del establecimiento de agenda se encuentra en los elementos que la componen, específicamente con la relevancia y la selección de temas y la idea que se tiene sobre éste es una metáfora en torno a un marco o cuadro ya que no sólo determina lo que encierra sino todo lo que lo compone destacando su contenido; es decir, el encuadre de una noticia se atribuye a diversos elementos como el horario en el que se dice la noticia, el medio donde se dice, cómo se dice la noticia, quiénes la dicen y dónde se desarrolla la noticia.

Debido a los atributos con los que se dota, el encuadre es comúnmente comparado con el análisis de contenido y de discurso, pero éste crea un entorno multifactorial que no sólo destaca lo semiótico sino también lo contextual del acontecimiento; tal

argumentación deviene de la construcción investigativa sobre el encuadre, Entman (1993) propone que los encuadres seleccionan aspectos de una realidad percibida para hacerlos más prominentes con el fin de promover un acontecimiento desde su interpretación causal, evaluaciones morales y recomendaciones para su tratamiento; en ese sentido, la teoría del encuadre cuestiona y posibilita el análisis sobre los marcos mediáticos y de discurso de los actores por los que se media el mensaje.

II.4 Perspectivas y aplicaciones de la teoría del encuadre⁸⁹

La forma en que los medios de comunicación encuadran los acontecimientos influye en la interpretación que la audiencia hace de esos temas; esas interpretaciones pueden observarse, a parte del nivel individual, a nivel social dado que interviene en la opinión pública, la toma de decisiones y la política.

Para Jensen “el concepto de encuadre sugiere que un elemento informativo sólo tiene sentido una vez que se coloca en el contexto de información adicional; como tal, los encuadres tienen especial interés en la comprensión de cómo los medios y la sociedad se conjugan en la comunicación” (2014, pág. 262).

Otra perspectiva es la dada por Tankard donde define al encuadre como “una idea central organizadora del contenido informativo que brinda un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (2001, pág. 3).

Atendiendo al abordaje multidisciplinar de los encuadres, Goffman (2006) considera a estos como “esquemas de interpretación que permiten a los individuos y a los grupos localizar, percibir, identificar y etiquetar eventos y hechos a los que se les dota de

⁸⁹ Entman (1993) explicita las tendencias comunes entre los varios usos de los términos *frame*, *framing* y *framework*.

sentido, y a través de los que se organizan las experiencias y se orientan las acciones” (citado en Guerrero, 2018, pág. 15).

En el mismo sentido; Gitlin (1980) define a los encuadres como “referentes que sirven para seleccionar, enfatizar y presentar que se componen de muy poca teoría tácita acerca de lo que existe, lo que ocurre y lo que importa. En la vida diaria, como ha demostrado ampliamente Goffman, enmarcamos la realidad con el fin de negociarla, manejarla, comprenderla y escoger los repertorios apropiados de cognición y de acción (citado en Guerrero, 2018, pág. 16).

Relacionado con la cognición, Pan y Kosicki (2005) consideran que los frames residen tanto en el discurso mediático como en las cogniciones de los individuos, refiriéndose el framing a un proceso de influencia social.

El encuadre, como segundo nivel del establecimiento de agenda se desarrolla sobre los atributos del acontecimiento y su presentación noticiosa y son los marcos mediáticos los que se construyen en subcategorías y relaciones cognitivas dándole cuerpo al tema por lo que es posible concebirle [*al encuadre*] como una herramienta altamente empírica debido a su construcción teórica empleada en la investigación mediática.

A continuación, se presentan diversos usos y funciones de los marcos mediáticos y del encuadre de la realidad social, principalmente en la comunicación, los tipos y características, contemplando particularmente su relación con la actividad de los noticieros de televisión y la importancia que tiene el encuadre en la presentación de mensajes; se pretende esclarecer su sentido, su lógica y retórica, dado que el objeto de la presente investigación se centra en los encuadres sobre el brote epidémico de AH1N1 en los medios de comunicación mexicanos.

II.4.1 El encuadre y la influencia en el “cómo”: usos y funciones de los marcos

El modo concreto en que los medios de comunicación encuadran o enmarcan los acontecimientos y problemas sociales influye en la interpretación y en las actitudes de las personas hacia esos eventos. Sin embargo, más allá del nivel individual, las consecuencias del *framing* también pueden observarse a nivel social, por su influencia en la opinión pública, la socialización política, y la toma de decisiones colectivas (Idoyaga et al; 2012).

Para Cohen y Wolfsled (1993) los *frames* son principios de la organización de la información que se encuentran en el emisor, en los individuos receptores del discurso mediático y en las prácticas sociales y culturales.

Considerando la relación entre el marco mediático y la comunicación como disciplina; encuadrar implica la creación de una imagen de un elemento retórico (el cómo) que promueve diversas interpretaciones; como se menciona en párrafos anteriores, las investigaciones sobre el enmarcado tratan la relación directa y viceversa entre lenguaje y cognición, es decir, “el lenguaje como resultado de una representación del proceso mental y viceversa” (Keren, 2011).

En las investigaciones sobre el enmarcamiento de la noticia existen dos posturas en cuanto a la percepción del encuadre noticioso; la primera (Druckman, 2001; Scheufele, 1999), se relaciona con el mensaje y la forma de comunicarlo, mantiene correspondencia con el lenguaje, las imágenes, las frases y los estilos de quien presenta la noticia; la segunda (Goffman, 1974; Chong y Druckman, 2007), presenta una interacción individual y de comprensión cognitiva de una situación socializada y las dimensiones valorativas que sirven de base para generar una opinión; estas posturas son consideradas similares en tanto que dan énfasis a un tema pero difieren en cuanto a que la primera se centra en el emisor y la segunda en el receptor.

Contribuyendo a lo anterior, Kinder y Sanders (1996) sostienen que “los *frames* tienen una doble naturaleza, por una parte, son marcos o estructuras interpretativas incrustadas en el discurso político (funcionan como armas retóricas); por otra parte, los encuadres se establecen en la mente o, como se ha dicho, en el pensamiento; se trata de

estructuras cognitivas que ayudan los ciudadanos a tener un sentido de los temas” (pág. 164). Ya sea que se atienda a la primera noción del concepto o a la segunda, la teoría del encuadre de la realidad social brinda una manera de abordar la narrativa comunicativa y filtra la forma en que se ejerce influencia sobre el otro.

Así como anteriormente se abordó la distinción entre el encuadre y el análisis de contenido; una segunda distinción conceptual es la que existe entre encuadre y persuasión, esta precisión la exponen Nelson y Oxley (1999) puesto que señalan que el primero es un cambio en el aspecto de mayor importancia, de una actitud en respuesta a una comunicación, y el segundo alude a un cambio en la valoración del aspecto de un asunto; en ese sentido, la persuasión se produce si la comunicación altera la propia evaluación del tema.

El dominio de un marco sobre el medio y sobre la audiencia a veces no suele ser el mismo; los elementos que conforman el establecimiento de agenda también se reflejan en la trayectoria de los marcos durante el ciclo mediático de un acontecimiento; el dominio potencial de una situación con un solo marco genera encuadres que lo confrontan o contradicen⁹⁰; según Entman (2003) es posible que existan varias etapas durante el proceso en el que un encuadre dominante se va transformando, sustituyendo o acompañando por otros⁹¹; para ello, el autor describe cuatro funciones esenciales del marco mediático: a) definir problemas delimitando las acciones y posibles propósitos de un agente o sujeto determinado; b) diagnosticar causas identificando las fuerzas que crean el problema; c) hacer juicios evaluando a quienes generan acciones y sus efectos; y d) sugerir soluciones ofreciendo y justificando tratamientos para los problemas y prediciendo sus efectos.

Estas funciones forjan y clasifican los encuadres según el propósito del estudio partiendo de la distinción comunicativa o cognitiva, es decir, depende de la instancia de

⁹⁰ En la literatura sobre este tema se leen como “*frame contests*”

⁹¹ Podríamos hablar de frames “democráticos” haciendo una apología al derecho de la audiencia de tener acceso a información libre, actualizada y de deliberación pública.

comunicación que se procura indagar; ante ello se han elaborado clasificaciones asignándoles particularidades que los posicionan entre propósitos y enfoques.

II.4.2 Clasificación de los marcos mediáticos y elecciones para la investigación

Las tipologías elaboradas por Levin *et al.* (1998), Soman (2004) y Keren (2011) intentan clasificar los efectos de la teoría del encuadre basado en las propiedades del marco mediático, sugieren observar dos modalidades: los encuadres estructurales y los encuadres de tareas. Es importante destacar que los frames pueden ser mutuamente excluyentes, es decir, pueden surgir atendiendo los propósitos de la investigación y la naturaleza del estudio.

La tipología en torno a la clasificación de los encuadres recae sobre características de fondo; algunos de los más recurrentes, son los encuadres episódicos y temáticos; genéricos y específicos; de equivalencia y de énfasis; fuertes y débiles; y de los medios y la audiencia. Para atender a los objetivos que persigue esta investigación, los encuadres desarrollados son aquellos que se centran en el mensaje y su trayectoria discursiva.

a) Encuadres episódicos y encuadres temáticos

Esta clasificación de encuadre es dividida en dos posturas; en cuanto al encuadre episódico (Iyengar, 1991; Benjamin, 2007) se centra en términos del orden privado y del individuo dirigiéndose a un evento en particular, de modo contrario el encuadre temático se enfoca en la dimensión pública orientado a tendencias de largo tiempo; según Iyengar, los medios rara vez emplean el encuadre temático, el cual utiliza conceptos abstractos en lugar de estudios de caso para ejemplificar las historias y los asuntos señalando que en la cobertura de noticias políticas y de otros asuntos predomina el encuadre episódico (1991, citado en Ramírez Leyva, 2017, págs. 106-107)

b) Encuadres genéricos y encuadres temáticos específicos

De Vreese (2002) describe los encuadres genéricos como aquellos que no se encuentran limitados temáticamente y pueden ser aplicados o relacionados con diversos asuntos, o en otros periodos e incluso en distintos contextos culturales; estos encuadres reflejan los criterios de noticiabilidad utilizados por los periodistas para seleccionar y construir historias, en cambio, los encuadres temáticos específicos son pertinentes solo para asuntos o acontecimientos particulares, y se emplean para proporcionar detalles del tema o asunto investigado (citado en Ramírez Leyva, 2017, pág. 108).

c) Encuadres de equivalencia y encuadres de énfasis

Según Ramírez Leyva “el encuadre de equivalencia implica referirse al mismo asunto utilizando distintos tratamientos del mensaje, ya sea con una perspectiva positiva o negativa (Levin, Schneider y Gaeth, 1998), es decir, una sola idea puede ser presentada en términos favorables o desfavorables” (2017, pág. 110); en cuanto al encuadre de énfasis Druckman (2011) menciona que son aquellos donde cada persona hace una valoración del asunto considerando distintas características y dándole una importancia diferente a cada una de esas características⁹².

d) Encuadres débiles y encuadres fuertes

Los encuadres fuertes, de acuerdo con Chung y Druckman (2007) son aquellos que enfatizan ciertas cuestiones, de manera más convincente, son más persuasivos, orientándose a forzar la atención hacia algunos aspectos; en contraste, el encuadre débil generalmente no parece ser persuasivo ni tiene la intención de inducir a una interpretación específica sobre una historia. Los encuadres fuertes respecto un encuadre dado tienden a mover o cambiar la opinión de manera significativa, lo que frecuentemente no sucede en el caso de los encuadres débiles (citado en Ramírez Leyva, 2017, págs. 110-111).

⁹² Según Ramírez, los académicos se refieren a encuadres de énfasis (*emphasis frames*), como encuadres del acontecimiento (*issue frames*) o encuadres de valor (*value frames*).

Con este apartado es importante definir la visión que conserva esta investigación respecto al *framing* y los *frames*; con relación al primero, se identificará como una herramienta que sistematiza el contenido del mensaje mientras que los segundos, destacan los atributos con los que el mensaje llega a una audiencia, la intervención de las tipologías presentadas en párrafos anteriores ayuda a posicionar los caminos metodológicos idóneos, así como delimitar el análisis del mensaje y el medio.

El siguiente apartado desarrolla el tercer enfoque que utiliza esta investigación para visualizar el tratamiento de la noticia sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 en México, este enfoque identifica el ciclo que sigue la noticia planteándolo desde diversos elementos que lo componen los cuales serán abordados a continuación.

II.5 Ciclo mediático-epidémico.

El ciclo mediático-epidémico es el resultado de investigaciones sobre el tratamiento noticioso en torno a diversas crisis epidémicas (Lupton, 1995; Ugar, 1998; Shih, Brossard, & Wijaya, 2008; Waisbord, 2010; Nien-Tsu & Murphy, 2012); tales aportes se engloban definiciones teóricas y propuestas metodológicas dominantes en las indagaciones sobre el "cómo" de las noticias enmarcadas en situaciones de crisis.

El concepto de ciclo mediático-epidémico hace referencia a la dinámica de temas en la agenda periodística [del medio] donde la información se consolida desde tres fases: ausencia o presencia limitada en secciones especiales, duración prolongada y priorización en el ciclo noticioso, y vuelta a cobertura mínima (Shih, Brossard & Wijaya, 2012).

El ciclo mediático-epidémico guarda una relación estrecha con el elemento de temporalidad que conforma la *agenda setting* puesto que la duración y remarcación del acontecimiento sale de un parametro habitual de cobertura teniendo como consecuencia que la noticia logre priorizarse en diversos tipos de agenda, específicamente la mediática; para Waisbord "tanto el espacio como la duración temporal son particularmente

remarcables si tenemos en cuenta la aceleración del ciclo noticioso en tiempo de la expansión, producción y distribución de información” (2010, pág. 96).

Durante el ciclo mediático de un acontecimiento epidémico la construcción y producción de la noticia se identifica por diferentes fuerzas que impulsan la atención; de acuerdo con Shih, Brossard & Wijaya se ha demostrado en diversos estudios que la atención de los medios de comunicación se centra en la necesidad de diversas narrativas, en diferentes momentos y la capacidad de colocar el debate en diversas agendas donde la búsqueda de nuevos ángulos o marcos de noticias respecto al acontecimiento tienen el fin de mantener la atención del receptor (2012, pág. 97).

La relación que entabla esta investigación con el ciclo mediático-epidémico se forja en la distribución de la noticia sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 y los *frames* en los que se va posicionando tal acontecimiento a lo largo de su cobertura y el tránsito entre agendas. El ciclo mediático ha sido tratado en investigaciones previas desde diversas aristas creando relaciones con la producción y jerarquización de noticias, las políticas públicas, la relación de medios, entre otros. A continuación se abordan los principales aportes y hallazgos empíricos sobre el tal ciclo así como la relación entre salud y medios.

II.5.1 El ciclo de atención a los problemas sociales⁹³: Estableciendo dinámicas, fases, dimensiones y narrativas del ciclo mediático-epidémico.

Las aproximaciones sobre el ciclo mediático-epidémico se presentan con Anthony Downs (1972) donde cuestiona que el tiempo de atención del público a un problema social (originalmente a cuestiones medioambientales) persistente o crucial influye en la acciones o comportamiento del público.

⁹³Impulsado por Downs (1972) en su descripción anglófona como “*The Issue Attention Cycle*”

El ciclo de atención a los temas dinamiza situaciones claves de la vida cotidiana que son proclives a ser introducidas en otras agendas; “estudiar la manera en que opera el ciclo de la atención pública puede ofrecernos algunas ideas acerca de cuánto tiempo tendría que durar la atención a una determinada cuestión para poder generar la presión política suficiente y motivar cambios” (Downs, 1972, pág. 141); después de ello se aprecia que el elemento de la temporalidad se puede asumir como el factor que aparece de forma transversal sobre las propuestas teóricas y metodológicas sobre la comunicación de acontecimientos críticos.

El análisis del ciclo de atención a los temas sociales puede ofrecer, según Downs, respuesta a las causas que enraízan la atención del receptor y la prioridad de un acontecimiento sobre otro; para que estos problemas o temas tengan una carga de importancia social deben contener tres características.

“En primer lugar, la mayoría de las personas en la sociedad no sufren el problema en el mismo grado que alguna minoría. En segundo lugar, por lo general, los sufrimientos que el problema origina resultan de arreglos sociales que proporcionan beneficios significativos a una mayoría o a una minoría poderosa de la población. En tercer lugar, el problema pierde sus aspectos emocionantes para el público en general” (1972, págs. 145-146).

Con estas características, el análisis dinámico del cambio de temas e intercambio de agendas a lo largo de un tiempo, determinado o no, debería ayudar a hallar la naturaleza del proceso y la dirección causal sin confundirlo con la persuasión y el cultivo mediático.

Otra aproximación sobre el proceso cíclico de los temas es la presentada por Nisbet & Huges (2007) donde sugieren que el patrón cíclico de la atención de los medios de comunicación se debe a las estrategias de presentación de informes en lugar de las características del tema por lo que la influencia periodística es mayor mientras la presencia de fuentes oficiales sea prominente.

La comprensión del ciclo de atención mediática nace de la triada conjugada entre la temporalidad, el medio-acontecimiento y el receptor; la mayoría de los estudios sobre

este ciclo han contribuido a identificar dos dimensiones de observación; en primer lugar, operacionaliza el ciclo de atención como aumento y disminución en el número de historias a través del tiempo, es decir, el patrón cíclico se precisó por los altibajos numéricos del recuento de historias. En segundo lugar, dichas historias se concentraron, principalmente, en el vínculo entre los marcos de noticias y los ciclos de atención ignorando factores potenciales que tienen la capacidad de impulsar la mediatización del acontecimiento, tales podrían ser el papel de las fuentes de noticias, las relaciones públicas, los casos reales de personas infectadas, los problemas sucediendo al mismo tiempo, y las características de la arena donde los debates públicos sobre un tema tienen lugar.

II.5.1.1 Dinámica del ciclo de atención a las cuestiones sociales.

Hasta ahora la comprensión del ciclo mediático-epidémico sucede al planteamiento y dimensión del ciclo de atención mediática; como se ha mencionado en párrafos previos, este ciclo es dinámico y multifactorial por lo que es preciso hacer una distinción a las etapas secuenciales de la noticia según Downs, colocando a la opinión pública como el factor que posiciona el problema y lo hace susceptible de recorrer el ciclo.

1. La etapa anterior al problema. Esta etapa tiene lugar cuando existe alguna condición social indeseable, pero que no ha suscitado todavía demasiada atención pública, esta etapa si bien los especialistas o los grupos interesados han manifestado su preocupación (Downs, 1972, pág. 142).

2. El descubrimiento alarmante y el entusiasmo eufórico. Como resultado de alguna serie de acontecimientos, el público se da de repente cuenta del aspecto maligno de un problema particular y se alarma. Este descubrimiento alarmante invariablemente se acompaña con un entusiasmo eufórico en la capacidad de la sociedad para "resolver el problema" o "hacer algo efectivo" en un tiempo relativamente corto. La combinación de inquietud y confianza es en parte resultado de la presión que el público levanta a sus dirigentes políticos, pretendiendo que todo problema pueda tener solución (Downs, 1972, pág. 143).

3. *La percepción del precio del progreso.* La tercera etapa se caracteriza por la percepción paulatina de que el costo de "solucionar" el problema es muy alto. Para alcanzar realmente una solución, sería necesario gastar mucho dinero y pedir sacrificios importantes a grandes números de la población. El público empieza entonces a darse cuenta de que una buena parte del problema se debe a ciertos arreglos que benefician a alguien -beneficios que a veces llegan a millones de personas. El creciente reconocimiento de que existe este tipo de relación entre el problema y su "solución" constituye una parte clave de la tercera etapa (Downs, 1972, pág. 144).

4. *El descenso paulatino de la intensidad del interés del público.* A medida que un número cada vez mayor de personas se da cuenta de que será muy difícil y costoso para ellas resolver el problema, se presentan tres reacciones: a) algunas personas sencillamente terminan por desanimarse; b) otras se sienten amenazadas al reflexionar sobre el problema y, en consecuencia, prefieren cancelar sus pensamientos; c) otro grupo termina por aburrirse del problema. La mayoría de las personas experimentan una combinación de estos sentimientos. En consecuencia, se desvanece gradualmente el deseo del público de seguir prestando atención al problema. Simultáneamente, es muy probable que esté ya entrando en la segunda fase algún otro problema más novedoso y, por lo tanto, más llamativo (Downs, 1972, pág. 144).

5. *La etapa posterior al problema.* En la etapa final, el problema que ya no ocupa el interés principal cae en el limbo: una zona claroscuro de menor atención o de recurrencias espasmódicas de atención. Por otra parte, el asunto ya no posee ahora la relación con la atención pública que ocupaba en la etapa anterior. En efecto, durante el tiempo que el interés se enfocó activamente en el problema, es muy probable que hayan surgido nuevas instituciones, programas y políticas para intentar resolverlo. Estas entidades casi siempre son duraderas y muchas veces tienen impacto, aun si la atención pública ha pasado a ocuparse de otros temas (Downs, 1972, pág. 145). Como se mencionó al principio de este apartado, la clasificación de la dinámica del ciclo de atención coloca a la opinión pública

como su mentora, mientras que en el ciclo mediático-epidémico es el medio su principal promotor.

La clasificación de tal dinámica da pie a los siguientes apartados donde se desarrollan posturas como las de Shih, Wijaya & Brossard; Waisbord (2010) y Ungar (1998) todas alrededor del ciclo mediático-epidémico como abordaje al tema que esta investigación analiza.

II.5.1.2 Fases y dimensiones que componen el ciclo mediático-epidémico.

Shih, Wijaya & Brossard (2008) indican que la cobertura de los medios de comunicación sobre los peligros epidémicos sigue patrones de atención de los medios que son diferentes a los observados en las coberturas de problemas ambientales.

Sus hallazgos agregaron a la comprensión del "ciclo de atención de la emisión" demostrando que el anuncio de políticas, y el descubrimiento de nuevas evidencias científicas sobre enfermedades parecían estar impulsando la cantidad de cobertura de noticias, es decir, que el ciclo de comunicación no se desarrollaba directamente por la noticia, sino que el curso del acontecimiento epidémico brindaba a la noticia de hechos. En ese mismo sentido, Waisbord (2010), menciona que los rasgos de las cuestiones médicas-científicas se modifican cuando dejan de ser noticias exclusivas de páginas o segmentos de salud y dominan la oferta informativa (2010, págs. 96-97).

El aporte sobre el análisis de las epidemias (*West Nile Virus, Avian Flu and Mad Cow Disease*) arrojó asociaciones para la relación entre los marcos y la naturaleza de un problema, es decir, cuanto más político era un problema, más prominente era el marco de conflicto en la cobertura de los medios.

Estos resultados resonaron con los hallazgos de Nisbet y Huge (2006) los cuales consideran que el conflicto desempeñó un papel cada vez más importante cuando un

tema como la biotecnología evolucionó desde la estrecha esfera administrativa hasta la esfera política y empresarial más abierta (Shih, Wijaya, & Brossard, 2008).

Según *Shih et al.*, la propuesta que plantean, después de sus hallazgos, para el tratamiento de las noticias epidémicas dentro de un ciclo de atención mediática se divide en dos momentos relacionados; el primero se refiere a la *Ausencia o presencia limitada en secciones especiales* donde las historias con mayor impacto tienden a aparecer en un lugar prominente (*the front section*) y se corresponden de forma determinada por las normas y rutinas periodísticas (2008, pág. 156); mientras que el segundo se refiere a la *Duración prolongada y priorización en el ciclo noticioso* y es cuando la noticia se jerarquiza y su cobertura es amplia donde su tratamiento será desde diversas esferas, casi siempre relacionada con la esfera política y de opinión pública (2008, pág. 157).

Sobre los factores que explican la transición de la enfermedad infecciosa en el ciclo informativo, Waisbord, distingue dos dimensiones:

1. *La velocidad de la expansión de casos se ajusta al requisito periodístico de publicar información cambiante de forma cotidiana*, es decir, la dinámica de las enfermedades infecciosas fácilmente transmisibles encaja a medida con la expectativa profesional de publicar información nueva diariamente (Waisbord, 2010, pág. 98).
2. *La trascendencia de las divisiones sociales y geográficas de otras enfermedades*, esto se debe a que no tienen el mismo sesgo social como enfermedades infecciosas y problemas de salud que mayormente afectan a poblaciones rurales o que viven en situación de exclusión social, de tal modo que su ubicación social-geográfica las sitúa fuera del radar del periodismo metropolitano (Waisbord, 2010, pág. 99).

En ese sentido, la noticiabilidad de la información, al menos en el tratamiento de epidemias, parte de dos rasgos esenciales: la proximidad geográfica y la cercanía social.

Para tener una mayor comprensión del ciclo mediático-epidémico que sostiene Waisbord dentro de estas dos dimensiones, se desarrollan los siguientes momentos de atención noticiosa:

i) Expansión de casos y necesidad de información. La sucesión y el incremento del número de casos en poblaciones urbanas determinan que el acontecimiento epidémico se mantenga en el ciclo noticioso por tiempo prolongado operando como el ancla que sostiene temporalmente la cobertura por un periodo inusitado para cualquier enfermedad, sin embargo, la escalada de casos es insuficiente para transformar una noticia sobre salud en una *mega-noticia* que ocupa los titulares de forma continua (Waisbord, 2010, pág. 99).

ii) Declaraciones de altos funcionarios públicos y aparición de conflictos políticos. Son requisitos fundamentales para modificar el curso de la noticia. Son “hechos noticiosos” que tuercen el centro de la cobertura: de ser una cuestión de salud pasa a ser un tema político. Esta transición se refleja en la mutación tanto del marco de noticias como su ubicación dentro de las rutinas de producción de las redacciones (Waisbord, 2010, pág. 99).

iii) Dominio de la cobertura y secciones. El eje de la cobertura pasa a ser puesto en temas típicamente políticos: acusaciones, cálculos estratégicos, costos, conflictos dentro del gabinete presidencial. Estos eventos pasan a dominar la cobertura. Es el momento cuando la jefatura editorial decide que la noticia desborda la sección de salud (o secciones donde temas de salud suelen ser destinados) y opta por trasladarla a la sección política, lugar donde típicamente reside la “noticia caliente” que produce titulares y domina el ciclo noticioso (Waisbord, 2010, pág. 99).

iv) El retorno a la “no-noticia.” Cuando los factores que originalmente motorizaron la información dejan de existir. La disminución de la cantidad de casos o la estabilidad del número de casos dentro de cálculos esperables para cierta época del año determina que sean sucesos “normales” que carecen de valor informativo. Cuando los sistemas de salud responden eficazmente y la salud deja de ser centro de debate político, es factible que la noticia pierda vigencia en poco tiempo (Waisbord, 2010, pág. 100).

Tantos las dimensiones como las fases propuestas anteriormente se encuentran tejidas por un hilo narrativo que las coloca en la noticiabilidad; tal tejido pronuncia el riesgo como principal elemento de distribución noticiosa.

Estos eventos noticiosos son montados en narrativas de riesgo alimentadas por la posibilidad de contagio y la dificultad (o fracaso) de contención. La idea de “un mundo fuera de control” es típica de los ciclos “mediáticos-epidémicos” (Lupton, 1999; Ungar, 1998).

II.5.1.3 Narrativas de riesgo: “Un mundo fuera de control”

El riesgo ha sido construido desde diversas escuelas teóricas y planteado por autores que disertan sobre su origen y aplicación en la realidad (Douglas y Wildavsky, 1982; Fabiani y Thyges, 1987; Duclos, 1987; Luhman, 1996; Peretti-Watel, 2001). La definición antropológica más citada es la que construye Douglas (1996) respecto a la relación de la aceptación del riesgo como el elemento cultural más observable de la vida cotidiana, menciona que la forma de organización social está dispuesta a aceptar o evitar determinados riesgos donde los individuos están dispuestos a aceptar riesgos a partir de su adhesión a una determinada forma de sociedad (pág. 15).

Para Brossard, Shanahan & McComas (2004) las preocupaciones de los medios de comunicación y las consideraciones narrativas de los periodistas con respecto a los peligros epidémicos se modificaron en diferentes fases del desarrollo y las enfermedades. Esto sugiere que los periodistas y los medios enfatizan diferentes consideraciones narrativas en diferentes etapas del ciclo de desarrollo de la emisión, basándose en la especificidad de cada enfermedad o ciclo de esta.

De acuerdo con Waisbord, el ascenso rápido del número de casos, discursos oficiales y opiniones de expertos, escenas de aeropuertos, calles y escuelas vacías, miles de ciudadanos con tapa bocas y denuncias de estigmatización encajan perfectamente la definición de lo “que es noticia”. La narrativa de riesgo perpetrada por los medios se apoya, en gran medida, en declaraciones de fuentes oficiales y expertos técnicos. Si éstos dicen que los peligros de epidemias son reales, se explica que los medios justifiquen su atención y utilicen un marco interpretativo que acentúe el peligro (2010, pág. 97).

Para Ungar, las crisis implican sucesos que inspiran temor y se desarrollan de manera impredecible considerándose con potencial de plantear una amenaza inminente a determinadas poblaciones (1998, pág. 37) y según Cook & Colby, las fuentes de los medios de comunicación tienden a pasar de la inducción del miedo a la cobertura de reducción del miedo cuando los acontecimientos que llegan a ser considerados como amenazas personales inminentes cuando están acompañados por signos de una epidemia de temor "*epidemic of fear*" (1992, pág. 91).

En este sentido, la cobertura centrada en las narrativas de crisis y las posibilidades de riesgo se trasladan fácilmente a temas políticos (*political risk*) y económicos (*economic risk*) donde las especulaciones sobre ganadores o perdedores pasan a ser frecuentes.

Para los medios informativos (Brossard *et al.*, 2004; Cook & Colby, 1992; Shih *et al.*, 2008; Ungar, 1998; Waisbord, 2010) la dificultad de encontrar problemas y conflictos disminuye la producción de eventos que suelen activar la noticia y mantener la narrativa de riesgo.

En los medios de comunicación, según Arroyave *et al.* (2008) se enfatiza la aproximación a los riesgos y desastres desde la óptica de las ciencias básicas en donde se pretende pronosticar y prever las amenazas, su magnitud, extensión, duración y tiempo; más que concebir el riesgo como un proceso social, se concibe como un fenómeno físico muchas veces ajeno a las dinámicas y realidades sociales y comunitarias; es decir, el situar a aquel suceso de riesgo y alarmante como ajeno a la posibilidad de control es lo que fomenta concebirlo como algo que puede ejecutar una desestabilidad de la cual probablemente no se pueda salir pero, paradójicamente, invocar sobre lo riesgoso del acontecimiento es también un sistema de control de las macro esferas sobre las micro esferas o las más susceptibles a la manipulación; con esto no se está diciendo que el medio manipula la acción colectiva completamente pero sí influye en aspectos elementales como los procesos de socialización, dinámicas cotidianas, percepción del entorno, etc.

Para Farré el riesgo es la probabilidad cuantificable de que se produzca un acontecimiento adverso con consecuencias trágicas o negativas para el ser humano (2005, pág. 103) donde se puede adjuntar la intervención en la cultura y la estructura social como consecuencia trágica de la inserción del riesgo y el miedo como parte de procesos subjetivos de mediación mediática; volviendo a citar a Farré, este proceso indica cómo pasan de ser riesgos percibidos a tener consecuencias en términos de inseguridad, incertidumbre, miedo (2005, pág. 109).

Partiendo de que la pertinencia del uso de la narrativa de riesgo y alarma tiene un antecedente teórico e histórico y puede ser observado desde la esfera cuantitativa; la observación cualitativa del riesgo será aquella que, según Rangel, busca asir el riesgo como un objeto que solo puede ser comprendido y dimensionado mediante la narrativa de la experiencia humana, fundamentalmente a partir de la recuperación de subjetividades e intersubjetividades que al riesgo dan forma (2014, pág. 72); es decir, forma una asociación entre la percepción de la realidad y la transmisión de la misma donde el riesgo, la crisis o la alarma transmuta tantas veces se filtre la subjetividad del otro.

En ese sentido, las narrativas de riesgo instrumentalizan a la comunicación de riesgos en tanto que éstas son una permuta de información intencionada en la interacción de las personas o fuentes que se involucran en el acontecimiento; son las narrativas de riesgo las que informan la forma orgánica del acontecimiento facilitando que los canales de recepción del suceso se perciban alarmantes.

La asociación entre narrativas de riesgo como elemento contenido en la comunicación de riesgo muchas veces nubla los diseños específicos de las iniciativas de esta comunicación; para Moreno y Peres (2011) las iniciativas de comunicación de riesgo deben diseñarse de tal manera que se asegure que los mensajes lleguen a los grupos objetivo de la población, de la forma más clara y sucinta, en tiempo preciso y a través del canal pertinente para la audiencia a la que van dirigidas (pág. 54).

La narrativa de riesgo y alarma como encuadre de análisis en esta tesis se encamina a identificar qué características son las más prevalentes en la producción y reproducción de los mensajes emitidos durante la crisis sanitaria. Las características que lo conforman recogen elementos como el sensacionalismo, palabras clave como “muerte”, “caos”, “destrucción”, cifras de decesos en territorio nacional e internacional, la semejanza de este suceso epidémico con hechos o sucesos previos, entre otros.

En ese sentido; la narrativa de riesgo se comprende como una disyuntiva teórica, metodológica y epistemológica que propicia la interiorización del acontecimiento y dotándolo de fragmentos de diversas realidades que problematizan los discursos entorno a la influencia social, las estrategias para la protección ante el suceso, las confrontaciones de diversas experiencias y las fuentes que las sustentan.

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO III. El abordaje de los programas noticiosos de televisión *Hechos Noche con Javier Alatorre* y *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* desde la metodología cuantitativa y el análisis de contenido.

En los próximos dos capítulos se abordarán dos componentes que ayudan al tráfico de la noticia y se albergan en el ciclo mediático epidémico; por un lado, se planteará la importancia de la rutina periodística para el tránsito y construcción de la noticia; mientras que, en segundo plano, se identificarán las líneas editoriales y la historia socioeconómica de los medios que esta investigación trata a la par de generar una asociación con “el deber ser” de la información y los informativos.

En este apartado se exponen los procesos metodológicos por los cuales se responden las hipótesis y preguntas de investigación para así lograr los objetivos que fundamentan este trabajo investigativo; el cual se centra en analizar el cómo de los mensajes emitidos por televisión durante un brote epidémico encaminando el sentido teórico de los abordajes previos sobre este tema.

Durante este capítulo se abordarán consideraciones teóricas sobre el análisis de contenido teniendo como punto de partida esta técnica para la recolección de datos y construcción de las variables que conformarán el instrumento de medición de la prevalencia de los encuadres en las noticias emitidas por programas informativos mexicanos durante el brote epidémico de Influenza AH1N1.

Al final de este capítulo se presentarán las pruebas de fiabilidad sobre los encuadres que se consideraron en este trabajo, así como de sus variables con el objetivo de explorar, con bases teóricas, la conformación de los mensajes que se emiten durante una crisis sanitaria en México que permita tener aproximaciones sobre el cómo de la información y su ciclo mediático.

III. El abordaje de los programas noticiosos de televisión desde la metodología cuantitativa y el análisis de contenido.

Strauss y Corbin (2002) definen el concepto de metodología como una manera de pensar la realidad social y de estudiarla; los métodos como el conjunto de procedimientos y técnicas para recolectar y analizar datos; y la codificación como ese proceso analítico por medio del cual se fragmentan, conceptualizan e integran los datos para formar una teoría (pág. 03).

Según Jensen (2014), la metodología puede definirse como un plan de acción teóricamente fundamentado que se relaciona con un dominio empírico específico explicando y justificando el carácter de los datos que los métodos producen. Si los métodos son técnicas, las metodologías son tecnologías de investigación (pág. 462).

Las investigaciones cuantitativas han utilizado dos aspectos interrelacionados de la comunicación y la cultura (Pike, 1967) donde la comunicación acumulada como cultura, puede y debe estudiarse desde perspectivas tanto internas como externas (citado en Jensen, 2014, pág. 427) entendiéndose entonces, que la comunicación en tanto esté relacionada con situaciones culturales puede estudiarse desde diversos enfoques y con múltiples fines sirviendo a perspectivas micro o macrosociales.

Según Kvale (1987) diseñar un estudio empírico significa identificar y aislar un segmento de la realidad -el "qué"- para su investigación posterior de acuerdo con un

propósito teóricamente fundamentado -el “por qué”- y mediante un procedimiento sistemático de recolección y análisis de los datos -el “cómo”- (citado en Jensen, 2014, pág. 428).

Para Alvira (1983) las perspectivas cuantitativas han dejado de ser rigurosas en el énfasis sobre la construcción de teorías a través de la modelización y simulación (pág. 73).

En cambio, para Bryman (1988) la “técnica” refleja mejor lo que se realiza en la práctica de la investigación; mientras que la “epistemología” presupone una fisura paradigmática asociando métodos concretos a posiciones epistemológicas haciendo difícil e incongruente su uso conjunto en un mismo proyecto (citado en Valles Martínez, 2007, pág. 40).

La disposición para comprender esta investigación desde la perspectiva metodológica cuantitativa resulta de entender su estrecha relación con los objetivos que esta tesis aborda, los cuales se construyen para identificar cómo se comunica una crisis epidémica en los programas informativos de televisión mexicana y comprobar si esta comunicación genera un vínculo entre la orientación política y económica del medio y el tipo de noticias que se emiten.

Con las indagaciones de los procesos sobre la construcción de las noticias relacionadas con la crisis epidémica de 2009 así como crisis sanitarias comparables; el estudio cuantitativo radica en aplicar un instrumento que contenga variables de los encuadres trabajados en estudios de framing, crisis epidémicas y medios (Rothman *et al*, 1992; Ungar, 1998; Lupton, 1999; Shih, Brossard & Wijaya, 2008; Waisbord, 2010; Nien-Tsu & Murphy, 2011; Yu *et al*, 2011) con el fin de observar el ciclo mediático en televisión y su relación con el ciclo patógeno de la enfermedad.

Bernard Cohen (1963) formula la premisa en la que se apoya el establecimiento de la agenda donde la prensa es más que un proveedor de información y opinión. Es posible que en muchas ocasiones no alcance el fin de decirle a la gente *qué* pensar, pero su éxito radica en decirles acerca *de qué* pensar; son McCombs y Shaw (1991) los que hacen el

primer estudio empírico enmarcado por este enfoque ofreciendo evidencia que, por primera vez, sugería que los medios tenían importantes efectos, concluyendo que éstos no son automáticos ni mecánicos. Los mismos mensajes comunicacionales afectan de distinta manera a diversas personas, y éstas no son recipientes pasivos de significados, sino que construyen activamente sus imágenes de la realidad (citado en Lozano, 2007, págs. 137-138).

III.1 El proceso de la investigación cuantitativa desde el objeto de análisis de la investigación.

Según Asún Inostroza (2006) se tiende a decir que el “paradigma cuantitativo” tiene como base epistemológica el positivismo o el funcionalismo; como énfasis, la búsqueda de objetividad, de relaciones causales y de generalización; como estrategia de recogida de información, la estructuración y sistematicidad y como percepción de la realidad social una interpretación estática y fragmentada (citado en Canales Cerón, 2006, pág. 33).

Las investigaciones sobre medios y comunicación han tendido a asumir, ya sea una perspectiva externa respecto a la información como vehículo técnico y neutral del conocimiento, o una perspectiva interna respecto al significado como un constructo que se encuentra siempre ya interpretado (Jensen, 2014, pág. 459).

Algunos usos destacados de la metodología cuantitativa han examinado patrones de las coberturas noticiosas con el fin de determinar las prácticas del establecimiento de agenda en los medios y los patrones en la representación de grupos y sucesos sociales para evaluar los efectos de los medios en la percepción pública de la realidad social (McCombs y Shaw, 1972; Gerbner, 1972; Kerlinger, 1986; Wimmer y Dominick, 2011).

En tanto que las características del método cuantitativo devienen de una sistematización y comprobación; éste necesita de una relación numérica establecida entre las variables del problema de investigación por lo que los datos deben ser cuantificables y descriptivos con fin analítico y predictivo.

La metodología cuantitativa se respalda en los métodos estandarizados basados en la aplicación de medidas sistemáticas, explicadas, formalizadas y compartidas por la comunidad científica (Igartua Perosanz, 2006); en ese sentido mantiene las características del método científico para llevarse a cabo y contemplarse como camino investigativo; de tal suerte que la construcción metodológica de esta investigación se resguarda en variables de orden inductivo ya que guardan un proceso teórico y metodológico que puede resultar en su comprobación.

Respecto a esta construcción metodológica se mantiene un fundamento en las aristas de observación sobre el análisis de los encuadres noticiosos ya que se detectan dos tipos de abordaje: el primero es el deductivo, donde se definen de manera teórica variables de análisis para después verificar su existencia y frecuencia en las noticias (Igartua et al., 2005; 149) esta aproximación deductiva ha permitido la creación de tipologías que encuadran los productos informativos desde diversas dimensiones (Iyengar & Kinder, 1987; Scheufle, 1999; Semetko & Valkenburg, 2000); el segundo tipo de abordajes son aquellos planteados desde una aproximación inductiva los cuales examinan las noticias desde un punto de vista que permite una interacción en conjunto de posibles encuadres que se encuentren en la unidad de análisis y no son marcados por el investigador permitiendo que mediante conceptos asociados se pueda descubrir una estructura e identificar teorías sobre los que existe, sucede y lo que importa (Igartua et al., 2005; 150).

En esta investigación la perspectiva adoptada es la inductiva dado que permite la identificación y extracción de distintos encuadres noticiosos sobre el tipo de mensajes emitidos por dos televisoras de gran audiencia durante el brote epidémico en México y utiliza como técnica de recogida de datos el análisis de contenido.

Esta decisión metodológica tiene como base los hallazgos resultantes de otros trabajos de investigación orientados al análisis de los procesos informativos y los ciclos mediáticos de acontecimientos epidémicos y de persuasión que tuvieron como objetivo la exploración del comportamiento de variables desde diversos enfoques.

III.1.1 El análisis de contenido.

El análisis de contenido es una técnica cuantitativa para la extracción de datos en documentos seleccionados como muestra de estudio de una investigación, estudio o informe. A principio de los años treinta, el análisis de contenido se manifiesta como un campo de interés teórico a partir de la preocupación por las relaciones entre opinión pública, propaganda y estructura políticas, específicamente de los contenidos norteamericanos.

El primer investigador de importancia que utilizaría con frecuencia este método de investigación fue Harold Laswell (1927) cuyo texto *Propaganda technique in the World War* se apropia y reconstituye la práctica del análisis de la prensa y la propaganda, así como el análisis de contenido a los mensajes de la cultura mediática.

Berelson (1952) define al análisis de contenido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (citado en Velázquez, 2011, pág. 117).

Krippendorff (2004) definió al análisis de contenido como una técnica de investigación para establecer correspondencias válidas y repetibles entre los datos y sus contextos mientras que Kerlinger (1986) sugirió que el análisis de contenido es un método para estudiar y analizar la comunicación en una forma sistemática, objetiva y cuantificable con el propósito de medir las variables (citado en Gunter, 2014, pág. 397).

Las anteriores definiciones forman parte de la base teórica, metodológica y conceptual partiendo de visiones diversas sobre su abordaje pero conservando atributos arraigados en la sistematización, la objetividad y su interdependencia cuantitativa como características fundamentales.

Los tipos puramente cuantitativos de análisis de contenido han sido cuestionados debido a que muestran una falta de sensibilidad ante los significados ocultos que los textos mediáticos pueden mediar (vid. Merten, 1996 citado en Jensen, 2014); sin embargo, el anclaje científico del análisis de contenido enriquece las posibilidades investigativas ya que, según Neuendorf (2002) identifica toda clase de variables o de indicadores: manifiestos versus latentes y rasgos formales versus atributos de contenido (citado en Igartua, 2005; 151).

Bajo los atributos de contenido, Wimmer y Dominick (1996) realzan el carácter sistemático y objetivo del análisis de contenido dotándolo de cinco propósitos primordiales como técnica de investigación: 1. Descripción de los patrones o de las tendencias en las representaciones mediáticas; 2. Comprobación de las hipótesis sobre políticas y los objetivos de los productores de medios; 3. Comparación del contenido mediático con indicadores del mundo real; 4. Evaluación de la representación de ciertos grupos sociales; 5. Sacar conclusiones sobre los efectos de los medios (citado en Gunter, 2014, pag. 398).

Hoy en día son muy diversas las aplicaciones del análisis de contenido, pudiéndose hallar una amplia gama de trabajos que analizan las agendas informativas como tema y los encuadres noticiosos que se vinculan en los contenidos informativos ligados a mesoteorías como la Agenda *Setting* y la Teoría del *Framming* y es considerado el método por excelencia de la investigación en comunicación (Riffe y Freitag, 1997); según Humanes e Igartua (2004) mediante el análisis de contenido se puede reconstruir la arquitectura, la estructura, los componentes básicos y el funcionamiento de los mensajes de los medios.

En ese sentido, este trabajo investigativo retoma la definición de análisis de contenido de Igartua (2006) como la disección de cualquier producto de la comunicación mediática para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir y predecir su mecanismo de influencia; en cuanto al paradigma dominante que ocupa a esta investigación infiere un enfoque positivista (base teórica del funcionalismo), dado que se

constituye en un proceso cíclico entre la teoría, las hipótesis, la contrastación empírica con base en variables y conceptos operacionalizados que garanticen la fiabilidad y validez para así llegar a obtener una imagen sobre la totalidad de los mensajes analizados.

III.2 Operacionalización de las variables.

La operacionalización de las variables se elabora con el fin de convertir un concepto teórico en uno empírico susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento; la definición de las variables, su nivel de medida y las reglas de codificación deben explicitarse antes de que se inicie la recolección de datos.

Las variables que serán tratadas en el análisis de contenido, así como las preguntas que guiarán la serie de entrevistas a periodistas, serán de carácter formal aludiendo al *cómo* con el fin de descubrir el contenido de los mensajes por medio de procedimientos multivariados.

Para Krippendorff (1980), cuando empleamos el análisis de contenido para la extracción de datos, hemos de plantearnos seis preguntas: 1) ¿qué datos se analizarán?; 2) ¿cómo se definirán?; 3) ¿cuál es la población de la que se extraerán estos datos?; 4) ¿cuál es el contexto en relación con los datos que se analizarán?; 5) ¿cuáles son los límites del análisis?; 6) ¿cuál es el objetivo de las inferencias? (pág. 26) por lo que las variables de este estudio están orientadas a responder, en medida de su totalidad, estas preguntas.

Igartua (2006) hace una distinción de las variables utilizadas en el análisis de contenido donde cada una proviene de naturaleza distinta y cumple objetivos diferentes. El primer tipo de variable se denomina variable manifiesta y se refiere a los elementos que están físicamente presentes en los mensajes y que por ello pueden identificarse y cuantificarse con facilidad. El segundo tipo de variable se denomina latente y se refiere a aspectos observables directamente, por lo que debe ser inferidos a partir de uno o más indicadores manifiestos (pág. 185)

En este sentido, la variable manifiesta serán el tema, la agenda de atributos de la nota, las palabras clave que confeccionan, la elaboración de la noticia; mientras que la variable latente será aquello que respondan los periodistas al ser entrevistados sobre sus rutinas durante el evento epidémico.

Según Lasorsa y Reeves (1990) Otras unidades de análisis que con frecuencia e codifican son los agentes de producción de noticias, particularmente el análisis de las fuentes de las citas, los comentarios u otros materiales; aunado a ello Ericson (1991) no sólo enfatiza las fuentes como variable de análisis, sino también qué grupos, organizaciones o instituciones representan y el contexto (entrevistas, reuniones oficiales, conferencias de prensa) en que aparecen (citado en Gunter, 2014, pág. 399).

Como se ha mencionado a lo largo de este capítulo, el contenido general que se considera en esta investigación es el emitido por los programas noticiosos de televisión *Hechos Noche con Javier Alatorre* y *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* durante el brote epidémico sucedido los meses de marzo a junio de 2009 en México.

La relación con el propósito teórico de esta investigación se sustenta entres aristas: a) los ciclos mediáticos-epidémicos propuestos por Ungar, 1998; Lupton, 1999; y estudiados por Shih, Brossard & Wijaya, 2008; Waisbord, 2010; Nien-Tsu & Murphy, 2011; Yu *et al*, 2011; b) la construcción de las noticias mediante la teoría del establecimiento de agenda y la sociología de las noticias con base en Cohen, 1963; McCombs & Shaw, 1991; Manning, 2000; Schudson, 2005; Shoemaker and Reese, 2014; c) las rutinas periodísticas partiendo de Mellado, Cabello & Torres 2017; Mellado, López & Eloertegui 2017; Mellado, Márquez *et al*, 2016.

Las unidades de medida propuestas para esta investigación son, entre otras: la gama de fuentes; la neutralidad, profundidad o imparcialidad sobre el abordaje del tema; la citación de las fuentes o comentarios sobre ellas; la representatividad de grupos, organizaciones o instituciones; el análisis del contexto mediante entrevistas, reuniones o conferencias; la participación de la ciudadanía; el nombramiento de palabras claves. La

percepción sobre los marcos de análisis del tratamiento de acontecimientos en los medios de comunicación que acompaña este estudio parte de las propuestas conceptuales el encuadre noticioso hace referencia a la manera en que el comunicador enfoca un tema y fija una agenda de atributos sobre el mismo (Igartua, Cheng, & Muñiz, 2005, pág. 148) y seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y resaltarlos en un texto comunicativo, de tal manera que promueva la definición particular de los problemas, la interpretación causal, la evaluación moral y/o la recomendación del tratamiento del asunto tratado (Entman, 1993, pág. 52).

III.2.1 Instrumentalización de la técnica investigativa y muestra.

En apartados previos de este capítulo se han abordado con detalle las técnicas investigativas que propone esta investigación para cumplir sus objetivos, así como las posturas teóricas y metodológicas para su desarrollo.

La instrumentalización de las técnicas investigativas resulta de elaborar guías, cuadros, formularios o manuales que intercedan en la recolección de los datos precisos para el análisis; por lo que la creación de estos instrumentos fomenta un análisis a profundidad de las preguntas o guía de entrevista para el caso de las rutinas periodísticas, así como la creación de variables, conceptos y categorías para los encuadres noticiosos.

El proceso de recolección de información se realizó de las emisiones transmitidas entre el día 24 de abril de 2009 al 05 de junio del mismo año en los programas informativos de horario estelar Hechos Noche con Javier Alatorre de la televisora privada TV Azteca y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo de las televisora pública Canal Once tal consideración sobre la muestra se relaciona a la alerta epidémica dada por el Secretario de Salud federal José Ángel Córdova Villalobos y el Presidente Felipe Calderón Hinojosa sobre el brote de Influenza Humana AH1N1 con el cual se emprendieron medidas de reordenamiento de los hábitos civiles sanitarios, políticas públicas federales, la

incorporación de la salud en la agenda política así como la reestructuración de las relaciones internacionales y comerciales con otros países.

La elección de la muestra se motivó en el reporte de consumo de medios realizado por la empresa estadística Mitofsky donde, teniendo como base una entrevista a 1000 hogares aleatorizados en la república mexicana, la televisión fue durante el brote epidémico el medio por el cual se informaban ya que el 85% de los entrevistados lo menciona, mientras que la radio fue considerado como medio de información por el 7% y las conversaciones con amigos y familiares 2%; calificando el trabajo que han realizado durante esa epidemia los medios de comunicación el 69% de los entrevistados lo consideran como bueno, el 26.1% regular y sólo el 3.6% como malo; en cuanto a los programas informativos, *Las Noticias con Joaquín López Dóriga* de la cadena de televisión privada Televisa obtuvo el 43%, *Hechos con Javier Alatorre* de la televisora privada TV Azteca tuvo un 37% y *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* 26% de la televisora pública Canal Once ⁹⁴.

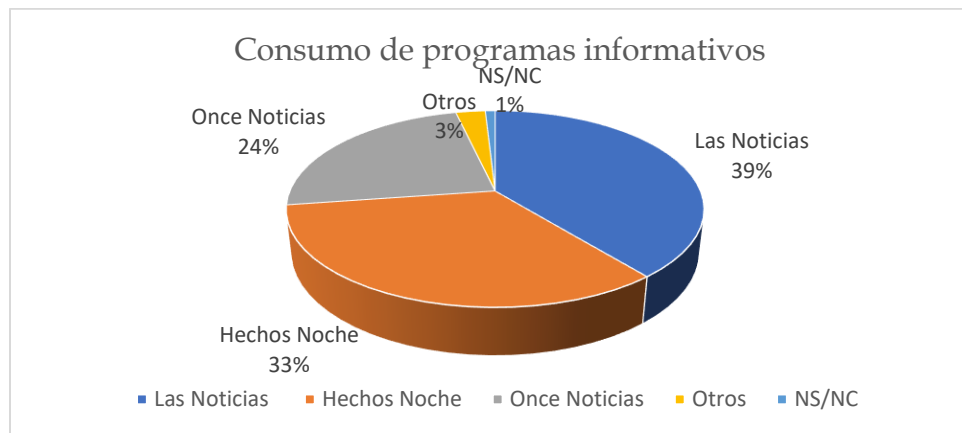


Gráfico 1. Distribución del consumo de programas informativos de televisión sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 en México durante el año 2009 en 1000 hogares mexicanos.

Elaboración propia con datos de la consulta Mitofsky 2009.

El impacto del visionado de la televisión se acreditó como un fuerte predictor de la percepción de riesgo personal para aquellas personas que consideran en mayor medida

⁹⁴ El porcentaje restante (4%) se distribuye entre el ítem Otros y No Sabe/No contestó.

a los medios como una herramienta muy útil para conocer temáticas o aspectos relacionados con la salud, como fue el caso de la crisis suscitada (Muñiz, 2011, pág. 19).

Las cuotas se establecieron a partir de las posibilidades del acceso a las videotecas de las televisoras⁹⁵ llegando a una muestra de 62 emisiones contempladas de lunes a viernes entre los programas informativos *Hechos Noche* y *Once Noticias*.

Programa Informativo	Semana	Número de Emisiones
Hechos Noche con Javier Alatorre	24.04.09-01.05.09	6
	04.05.09-08.05.09	5
	11.5.09-15.05.09	5
	18.05.09-22.05.09	5
	25.05.09-29.05.09	5
	01.06.09-05.06.09	5
Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo	24.04.09-01.05.09	6
	04.05.09-08.05.09	5
	11.5.09-15.05.09	5
	18.05.09-22.05.09	5
	25.05.09-29.05.09	5
	01.06.09-05.06.09	5
Total	6 semanas	N=62 emisiones

Tabla 1. Distribución de la muestra con base en la temporalidad del acontecimiento y la homogeneidad de las unidades de análisis.

En la selección de la muestra ambos programas informativos cuentan con una distribución homogénea de las emisiones ya que esto facilita la posibilidad de hacer una distinción del tipo de comunicación y mensajes que se emiten y atiende a las preguntas de investigación en función del tipo de medio. H2: El encuadre crítico tiene mayor prevalencia en los programas noticiosos emitidos por la televisora pública que en los de la televisora privada; H3: Existe relación explícita entre la orientación del medio y el tipo

⁹⁵ Durante los procesos de gestión para la recolección de la muestra en las cadenas televisivas se presentó como limitación el acceso a la videoteca de la televisora Televisa por lo cual no se pudo incluir en la muestra.

de fuentes usadas en los programas respecto a las noticias sobre el brote epidémico; H5: En los programas noticiosos de televisión privada prevalece el encuadre de alarma y narrativa de riesgo.

La instrumentalización de la muestra parte de la creación de siete encuadres que contienen ítems teóricos que permiten reforzar la posibilidad de su aparición a lo largo del análisis de contenido; estos encuadres contienen categorías que abordan temas de prevención, economía, sanidad, políticas públicas, tipo de fuentes, relaciones internacionales, condición social y demografía.

En cuanto al primer encuadre, se resaltan atributos de prevención y posicionamiento del acontecimiento en la agenda pública; en este encuadre los ítems conllevan conceptos que ubican a micro teorías en torno a la comunicación de crisis y los medios de comunicación; el encuadre mantiene una medición dicotómica de presencia y ausencia de los tópicos mediáticos que propone un hallazgo objetivo.

Encuadre de prevención	
Ítem (n=7)	Pregunta
Consejos sobre medidas sanitarias	¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?
Centros de atención	¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?
Localización y abastecimiento higiénico y médico	¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?
Opiniones de suministradores	¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?
Vox populi	¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?

Posicionamientos	¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/ gobierno sobre el brote epidémico?
Relaciones internacionales y prevención pandémica	¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?

Tabla 2. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de prevención contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | | Elaboración propia.

Sobre el segundo encuadre se resaltan tópicos albergados en las estructuras narrativas de riesgo y crisis a la vez que se entreteje de datos numéricos de entornos nacionales e internacionales; este encuadre superpone la transferencia de algunos sentimientos y posibles escenarios haciendo referencia a situaciones de riesgo previas donde la conclusión se encamina a la desolación o la superación del evento. Este encuadre también coloca el acontecimiento en la agenda pública y ahora en la agenda mediática.

Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo	
Ítem (n=6)	Pregunta
Víctimas nacionales	¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?
Víctimas internacionales	¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?
Sensacionalismo y oportunismo	¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?
Experiencias de víctimas	¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?
Asociación y comparación con eventos pasados	¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?
Narrativa de riesgo	¿Hay presencia de palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control”?

Tabla 3. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Alarma y Narrativa de Riesgo contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia.

El encuadre de opinión de fuentes especializadas identifica a las principales fuentes, no gubernamentales y políticas, que se presentan en el acontecimiento; estas fuentes configuran el escenario de lo que se comenta al respecto y de las valoraciones que puede ejercer el receptor; el sentido de incluir estas fuentes es porque construyen los discursos y consideraciones sobre el acontecimiento. La opinión de las fuentes especializadas se diferencia de la crítica en tanto que la segunda contiene aseveraciones posiblemente negativas.

Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas	
Ítem (n=5)	Pregunta
Científicos	¿Hay presencia de opinión científica?
Especialistas en Salud	¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?
Industria farmacéutica	¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?
Periodistas	¿Hay presencia de opinión periodística?
Presentadores	¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?

Tabla 4. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia.

Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas	
Ítem (n=5)	Pregunta
Científicos	¿Hay presencia de crítica científica?
Especialistas en Salud	¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?

Industria farmacéutica	¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?
Periodistas	¿Hay presencia de crítica periodística?
Presentadores	¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?

Tabla 5. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia.

El encuadre económico tiene como base ítems que abordan la situación económica durante el brote epidémico, sus consideraciones abordan las relaciones comerciales nacionales e internacionales, así como el posicionamiento mercantil de México frente a las controversias sobre el consumo de productos de origen animal (específicamente los porcinos); este encuadre reconoce a actores específicos como fuentes de información sobre situaciones concretas relacionadas al flujo comercial.

Encuadre Económico	
Ítem (n=7)	Pregunta
Desaceleración económica	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?
Pérdida económica	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?
Desempleo	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?
Turismo	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?
Relaciones mercantiles	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?

Postura comercial local	¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?
Postura comercial empresarial	¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?

Tabla 6. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Económico contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | |Elaboración propia.

Para el encuadre político se consideraron todas aquellas fuentes políticas y gubernamentales que estuvieran presentes en las unidades de análisis, estas fuentes englobarán el panorama nacional e internacional respecto al brote epidémico. La importancia de incluir estos dos ámbitos es para ahondar sobre los posicionamientos de otras naciones respecto de México y cómo es que éstos se representaban en los programas informativos de televisión mexicanos; por otro lado, la inclusión de representantes políticos nacionales responde a una de las preguntas de investigación planteadas al inicio de este documento donde se estima que el uso de fuentes gubernamentales va a tener una mayor prevalencia en las emisiones de la televisión pública debido a la orientación ideológica del medio.

Encuadre Político	
Ítem (n=7)	Pregunta
Oficialismo	¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales?
Opinión oficialista	¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?
Presencia gubernamental	¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?
Posicionamiento internacional	¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?

Opinión Internacional	¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?
Presencia gubernamental internacional	¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?
Relaciones internacionales	¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?

Tabla 7. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre Político contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | | Elaboración propia.

En el encuadre de condición social y demografía se reconocen las narrativas en torno a dos posturas de diferenciación y vulnerabilidad; la primera tiene que ver con la distribución demográfica del contagio; es decir, la incidencia y prevalencia del virus por zonas ejercitando la comparación mientras que el segundo destaca posibles condicionantes sociales para el contagio como lo son la pobreza y la ruralización.

Encuadre de Condición Social y Demografía	
Ítem (n=4)	Pregunta
Pobreza	¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?
Ruralización	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?
Condición Social y Vulnerabilidad	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?
Demografía	¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?

Tabla 8. Ítems y preguntas categóricas y dicotómicas del Encuadre de Condición Social y Demografía contenidas en el libro de códigos y con respaldo teórico | | Elaboración propia.

III.2.2 Codificación de las variables sobre los encuadres noticiosos.

Para instrumentalizar las preguntas de investigación, objetivos e hipótesis se elaboró un libro de códigos que permite conceptualizar y definir los ítems de las variables; si bien se ha presentado anteriormente la pregunta que posibilita o niega el encuadre, en este apartado se detallan los abordajes conceptuales. El objetivo general que se persigue con el análisis de los encuadres noticiosos es identificar cómo se desarrolla el tema de la crisis epidémica de Influenza AH1N1 en los programas de televisión; los encuadres fueron pensados en preguntas las cuales arrojaron conceptos claves que se convirtieron en variables; cada descripción de estos conceptos ayudó a la construcción de los códigos con los cuáles serán completados los esquemas cuantitativos.

Como se menciona en el libro de códigos, las categorías de análisis que construyen este libro de códigos se dividen en tres grupos: 1) las relativas a la localización de la emisión en los materiales recolectados; dichos datos comprenden las variables que servirán a los codificadores para ubicar las unidades de análisis a codificar así como las fechas en las que la emisión salió al aire televisivo; 2) las relacionadas a la temporalidad de la noticia y el tiempo destinado a la emisión y 3) las correspondientes a las características de cada encuadre.

Las unidades de análisis contenidas en la muestra corresponden a 62 emisiones transmitidas entre los días 24 de abril de 2009 y 05 de junio del mismo año en los programas informativos *prime time* "Once Noticias" con Adriana Pérez Cañedo y "Hechos Noche" con Javier Alatorre de las televisoras CANAL ONCE y TV AZTECA respectivamente bajo la temática del brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 en México.

A modo de precisión, las 62 emisiones son las únicas obtenidas del acceso a las videotecas de ambas televisoras y comprenden a los días de registro y de lunes a viernes que éstas pudieron facilitar, aunque se quería observar los días póstumos a la

desaparición de la noticia como acontecimiento de mayor visualización no se pudo obtener el material. Si bien es cierto que se trata de una muestra considerablemente pequeña no menos cierto es que su contenido dota a esta investigación de elementos de análisis de valía.

III.2.3 Categorías de análisis

Primer Grupo: las variables contenidas en este primer grupo dotan de información necesaria para la ubicación de la emisión en los archivos y unidades extraíbles.

1. REG_EMISION Registro y ubicación de la emisión en la unidad extraíble o archivo; por ejemplo, CD01_01 o VENTINFLUENZA 28_5356383_0. Las emisiones correspondientes a la televisora CANAL ONCE se conservan en CD's por lo que su registro de emisión comenzará con CD; las emisiones correspondientes a la televisora TV AZTECA se conservan en archivo digital y comenzarán con VENTINFLUENZA.

2. FECHA_NO. NOTA Registro de la fecha de la emisión, dado que las emisiones constan desde el 24 de abril de 2009 al 05 de junio del mismo año, la fecha de emisión debe estar comprendida dentro de estos días.

Segundo Grupo: variables las relacionadas a la temporalidad de la noticia y el tiempo destinado a la emisión

3. SEMANA Localización de la fecha de la emisión en la semana del acontecimiento; por ejemplo, los días comprendidos entre el 24.04.09 al 01.05.09 corresponden a la semana 1; entre el 04.05.09 al 08.05.09 corresponden a la semana 2; es importante descartar los fines de semana ya que las emisiones son las comprendidas en los horarios y días del programa informativo.

1= "primera semana" 2= "segunda semana" 3= "tercera semana"

4= "cuarta semana" 5= "quinta semana" 6= "sexta semana"

4. DIA Hace referencia al día consecutivo de muestra; es decir preciso hacer notar que ésta variable no se debe confundir con la fecha de la transmisión de la emisión; por ejemplo, si la pieza analizada corresponde a la fecha 24.04.09 el día debe ser 01, si la fecha es 25.04.09 el día debe ser 02 y así consecutivamente.

5. UBICACIÓN Precisión de la ubicación de la unidad de análisis dentro del archivo digital o unidad extraíble; por ejemplo, 00:00-21:12; 12:39-18:43; 30:20-30:52.

6. DURACIÓN_DECIMALES Refiere a la extensión en minutos y segundos de la emisión donde se identifican las categorías de los encuadres; por ejemplo, si la emisión tiene una ubicación precisa en el archivo digital de 00:00-26:51, su duración será expresada en decimales de la siguiente manera 26.51.

7. DURACIÓN_ENTEROS Si bien esta variable se resuelve con la variable 6. DURACIÓN_DECIMALES es preciso solucionar sobre ella ya que puede facilitarnos la lectura en torno al tratamiento noticioso del acontecimiento.

8. REPORTAJES ¿Hay presencia de reportajes?

Esta variable se relaciona a los formatos de presentación del acontecimiento; se entiende como reportaje un trabajo documental planificado con el propósito de informar; el reportaje puede contener opiniones y tiende a crearse desde la subjetividad de quien lo realiza pues parte de sus consideraciones sobre el acontecimiento acompañado de palabras, imágenes y vídeos, desde una perspectiva actual, utilizando un lenguaje accesible y popular para un público lo más extenso y diverso posible. En el caso del brote epidémico se va a considerar como reportaje aquello que contenga *vox populi*, entrevistas, elaboración de gráficas sobre las tendencias del acontecimiento, voz en *off* acompañado de imágenes, entre otros.

9. INFORMA_QUE_ES ¿Hay presencia de información o explicación sobre los orígenes patógenos de la epidemia y sus modos de contagio?

En esta variable se debe de considerar la presencia de TODO lo que informe sobre el brote epidémico; las consideraciones para hallar esta variable presente vienen desde la información sobre la morfología, síntomas, modos de contagio y métodos de acción para su erradicación. Esta variable se va a asociar a diversas consideraciones de variables contenidas en el tercer grupo.

Tercer grupo: variables que corresponden a las características de cada encuadre, algunos encuadres se dotarán de 4 categorías mínimas y 7 categorías máximas; estas categorías de análisis se basan en investigaciones previas similares (Brossard et al., 2008; Waisbord, 2010; Downs, 1972; Igartua 2005; Muñiz, 2008).

10. EP_CONSEJOS_MEDIDAS_SANITARIAS ¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?

En esta investigación se entiende como consejo sanitario aquello que se relaciona con las medidas preventivas y de anticontagio ya sean incentivadas por el presentador del informativo o por una entidad oficial nacional o internacional.

11. EP_INFORMACION_CENTROS_ATENCION ¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?

Esta variable hace referencia a la información proporcionada por la emisión sobre los centros de atención en caso de síntomas específicos; así como posibles acciones en caso de una urgencia de contagio.

12. EP_INFORMACION_LOCALIZACION_CENTROS_ABASTECIMIENTO ¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?

13. EP_OPINION_EMPLEADOS_CENTROS ¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?

Por empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico se refiere a empleados de farmacias, hospitales, centros de salud y de atención temprana.

14. EP_OPINION_TRANSEUNTE_BROTE_MEDIDAS_PREV. ¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?

15. EP_OPINION_DEMANDA_PROPOSTA_A_REPRESENTANTES ¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/gobierno sobre el brote epidémico?

16. EP_INFORMACION_MEDIDAS_PREVENTIVAS_EXTRANJERO ¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?

Por medidas preventivas en el extranjero se comprenden los mecanismos de filtro, control y prevención del contagio implicando las relaciones con México tanto con productos de exportación mexicana o de visitantes al país.

17. EANR_INFORMACION_DATOS_CIFRAS_NACIONALES ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?

Esta variable se desarrolla respecto a la información de datos y cifras estas contemplan los decesos y contagios.

18. EANR_INFORMACION_DATOS_CIFRAS_INTERNACIONALES ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?

19. EANR_INFORMACION_NO_VERIDICA_SENSACIONALISTA ¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?

En esta variable se debe entender al sensacionalismo como “algo elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto” (Roland, 1982, pág. 59) lo cual puede generar en el espectador un reflejo de la realidad aumentada; <<el efecto de la noticia sensacionalista adquiere contornos visuales, estilísticos e ideológicos en el imaginario del receptor; “hay violencia en la ciudad”, el receptor elabora otro discurso reflejo que dota a la violencia de un poder fantasma que “puede estar en cualquier parte”>> (Pedroso & Rosa, 1994, pág. 145).

20. EANR_CASOS_DECESOS_CONTAGIOS ¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?

La investigación sobre casos se refiere al abordaje periodístico sobre casos específicos; es decir, se tomarán en cuenta como referencia a esta variable entrevistas, reportajes, notas audiovisuales a personas implicadas en algún caso de contagio o fallecimiento a causa del brote epidémico.

21. EANR_COMPARATIVA_EPIDEMIAS_PREVIAS ¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?

En esta variable se entienden como ejercicios, comentarios o discusiones comparativas aquellos nombramientos, ya sea por el presentador del informativo o algún otro actor, referentes a otras epidemias para hacer referencia a posibles causas y desenlaces del brote epidémico.

22. EANR_PALABRAS_MUERTE_CAOS_DESTR_FUERACONTROL ¿Hay presencia de palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control”?

23. EOFE_CIENTIFICA ¿Hay presencia de opinión científica?

Por opinión científica se debe entender aquello expresado por investigadores que no tienen, en estricto sentido, una formación médica pero sí una formación epidemiológica que fortalece las indagaciones en torno al brote epidémico; por ejemplo, bacteriólogo, epidemiólogo, químico, farmacobiólogo.

24. EOFE_ESPECIALISTAS_SALUD ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?

Por opinión de especialistas de la salud se debe entender aquello expresado por profesionales de la salud que mantienen una formación y práctica médica, éstos pueden ser también directores de instituciones de salud o escuelas de medicina siempre y cuando sean nombrados bajo un título médico; por ejemplo, inmunólogo, pediatra, médico general, enfermero.

25. EOFE_ESPECIALISTAS_INDUSTRIA_FARMA ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?

Por especialista de la industria farmacéutica se va a entender a aquel actor que, aunque sea especialista en salud o investigador científico, exprese los hallazgos o posturas específicas de laboratorios clínicos pertenecientes a la industria farmacéutica.

26. EOFE_PERIODISTICA ¿Hay presencia de opinión periodística?

En esta variable la opinión periodística se va a entender como la expresada por periodistas o medios de comunicación tales como canales de televisión o diarios nacionales o internacionales.

27. EOFE_PRESENTADOR ¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?

La opinión del presentador del informativo será la considerada como aquella ejercida a título personal y no como parte del guion narrativo del programa informativo. Es probable que esta variable no se halle en la emisión, pero no está de más considerarla por si llegase a aparecer.

28. ECFE_CIENTIFICA ¿Hay presencia de crítica científica?

La presencia de esta variable tiende a mostrar una postura crítica en la opinión científica; para que esta variable sea positiva tiene que haber una declaración de crítica del experto/científico respecto a las acciones, hallazgos o motivaciones en torno al brote epidémico de Influenza.

29. ECFE_ESPECIALISTAS_SALUD ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?

Para que en esta variable se note presente debe contener una crítica expresada por los especialistas en salud con formación médica en torno a las acciones encaminadas sobre el brote epidémico. Esta presencia puede hallarse en cifras propuestas por el especialista, alternativas de tratamiento o nuevos modelos de control y contagios.

30. ECFE_ESPECIALISTAS_INDUSTRIA_FARMA ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?

En caso de que esta variable resulte presente se debe de tomar en cuenta que para ello el especialista de la industria farmacéutica debe expresar una crítica ya sea sobre algún producto farmacológico, hallazgos científicos o sobre las estrategias para mitigar el brote epidémico; cabe mencionar que la crítica no necesariamente debe estar acompañada de una propuesta que aborde el producto de la opinión.

31. ECFE_PERIODISTICA ¿Hay presencia de crítica periodística?

La presencia de esta variable se considerará si la crítica periodística está abordada desde una opinión o postura clara; la identificación de esta variable, a veces, puede suceder a un abordaje investigativo de alguna arista sobre el brote epidémico.

32. ECFE_PRESENTADOR ¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?

En esta variable se debe tener en cuenta una observación precisa para no confundir el guion de la emisión con la opinión/crítica del presentador; en ese sentido, si hay presencia de una opinión que el presentador emita a título personal posiblemente le suceda una crítica; es decir, si la opinión del presentador se encamina a presentar inconformidades sobre modos de acción y abordaje del brote epidémico, en su mayoría no favorable, es muy posible que a esta intervención le acontezca una crítica.

33. EE_DATOS_CIFRAS_DESACELERACION_ECONOMICA ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?

La desaceleración económica se va a entender como un periodo en el que se produce una ralentización en el crecimiento económico que tiene un antecedente comparable. Para el caso del brote epidémico y el análisis de ésta se tiene en cuenta la anterior medición en un lugar y sector determinado; por ejemplo, el turismo o la exportación de productos porcinos.

34. EE_DATOS_CIFRAS_PERDIDAS_ECONOMICAS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?

Como pérdida económica se considerarán aquellas disminuciones económicas de cualquier sector y se refiere a ella en resultados negativos; en tal sentido, todas las menciones con cifras económicas negativas a raíz del brote epidémico entrarán en esta variable.

35. EE_DATOS_CIFRAS_DESEMPLEO ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?

Esta variable puede aparecer cuando se traten temas sobre desaceleración económica, mercantil y turística a causa del brote epidémico. Para que esta variable se considere como presente debe concretizar las cifras y datos sobre pérdidas laborales que tengan como causa las acciones implementadas en torno al cierre de establecimientos y las relaciones de mercadeo.

36. EE_DATOS_CIFRAS_DANOS_TURISTICOS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?

Esta variable resultará presente cuando se traten temas en torno a la afectación turística, tal información puede estar abordada por el presentador del informativo, representantes gubernamentales, representantes de cámaras de turismo, representantes de firmas hoteleras, trabajadores, encargados o microempresarios que tengan como ingreso económico el turismo.

37. EE_DATOS_CIFRAS_AFECTACION_RELACIONES_MERCANTILES ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?

La variable sobre las cifras de afectación a las relaciones mercantiles estará presente cuando se aborde, concretamente, la disminución de productos comerciales a causa del brote epidémico. La afectación de las relaciones mercantiles con otros países se puede considerar desde cierre de fronteras para el intercambio de productos, aplicación de

impuestos, nula comercialización de productos, desaceleración del ingreso económico por la compra/venta de productos, pérdidas a causa de merma de productos por su falta de comercio, entre otras.

38. EE_OPINION_ESTABLECIMIENTOS_MERCANTILES_COMERCIO ¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?

39. EE_REPRESENTANTES_ECON_MERCA_COMER ¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?

Por representantes económicos, mercantiles y comerciales se entenderán a dueños de locales comerciales, presidentes y representantes de asociaciones mercantiles y de comercio privadas, representantes de la Cámara Nacional de Comercio, entre otros.

40. EP_INFORMACION_POLITICA_GUBERNAMENTAL ¿Hay presencia de información sobre políticas públicas en torno al brote epidémico?

La información sobre políticas públicas se refiere a las difundidas por el gobierno para prevenir y contrarrestar el contagio del virus por Influenza de tipo AH1N1, estas políticas públicas se divulgan para ser implementadas en todos los sectores y espacios de riesgo (escuelas, restaurantes, lugares de trabajo y de aglomeración de personas); pueden estar comunicadas por representantes gubernamentales o por el presentador del informativo.

41. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?

Se hace referencia a la opinión de fuentes políticas y gubernamentales cuando éstas sean entrevistadas; estas entrevistas pueden ser consideradas durante una conferencia de prensa, después de una cumbre o en transmisión programada en el informativo.

42. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?

Esta es una variable que confirma las anteriores a modo de corroborarlas dado que trata la presencia de representantes políticos y gubernamentales ya sea brindando información sobre acciones políticas para la contención del brote epidémico o en el pleno ejercicio de la opinión.

43. EP_INFORMACION_POLITICA_GUBERNAMENTAL_EXTRANJERA ¿Hay presencia de información sobre políticas públicas extranjeras en torno al brote epidémico?

La información sobre políticas públicas extranjeras se refiere a las difundidas por representantes de gobiernos extranjeros para prevenir y contrarrestar el contagio fronterizo del virus por Influenza de tipo AH1N1.

44. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES_EXTRANJERAS ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?

Las consideraciones en esta variable actúan de la misma manera que las expresadas en la variable de opinión de las fuentes políticas y gubernamentales (39. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES) pero, la que corresponde a la presente, será sobre los gobiernos y fuentes políticas extranjeras.

45. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES_EXTRANJEROS ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?

Las consideraciones en esta variable para los representantes gubernamentales extranjeros actúan de la misma manera que la variable 40. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES.

46. EP_AFECTACION_POLITICAS_INTERNACIONALES ¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?

En esta variable se hace referencia a las relaciones de México con otros países respecto al brote epidémico; la afectación de las políticas internacionales estará presente cuando se traten temas como interrupción del libre paso de turistas mexicanos en otros

países, interrupción de las relaciones comerciales con otros países, retención y puesta en cuarentena de turistas recién llegados de México, entre otros.

47. ECSD_DATOS_CIFRAS_POBREZA ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?

Esta variable se relaciona con la pobreza y la adquisición del virus AH1N1; la presencia de esta variable hará referencia a las cifras de pobreza o de ingreso económico mínimo de la localidad donde se presentan casos de contagio o descenso a causa del brote epidémico.

48. ECSD_DATOS_CIFRAS_AFECTACION_ZONAS_RURALES ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?

La presencia de esta variable en la emisión consta de exponer datos sobre las afectaciones en zonas, específicamente, rurales; es decir, donde la asociación entre los casos de contagios y decesos a causa del brote epidémico de Influenza AH1N1 y la marginalidad de las zonas rurales sea positiva. Esta descripción no se debe confundir con la variable 48. ECSD_DATOS_CIFRAS_DEMOGRAFICAS_COMPARATIVAS ya que ésta hace referencia a cualquier Estado o Municipio del país ya sea rural o urbano.

49. ECSD_DATOS_CIFRAS_CONTAGIOS_ASOC_COND_SOC ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?

Esta variable será positiva cuando los contagios o decesos a causa del virus de la Influenza Humana AH1N1 se mencionen como asociados al grado de marginalidad y condición social del contrayente; es decir, donde la posesión del brote epidémico sea a causa de factores asociados a la condición social; por ejemplo, educación (grados académicos y tipo de educación), vivienda (hacinamiento), acceso a la salud (programas de salud gubernamentales), ingresos económicos (tipo de trabajo y percepción económica), números de integrantes de la familia (tipo de familia).

50. ECSD_DATOS_CIFRAS_DEMOGRAFICAS_COMPARATIVAS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?

En esta variable se hace referencia a las distinciones geográficas del contagio y deceso a causa del brote epidémico; la presencia de esta variable será cuando, en la emisión, se mencionen cifras en los Estados, Municipios y Delegaciones de la república mexicana; las cifras pueden ser parte de un reportaje, del guion de la emisión, de alguna conferencia de prensa de los representantes de salud y gobiernos.

III.3 Procedimiento estadístico.

En este apartado se desarrollan los procedimientos estadísticos utilizados para validar las variables propuestas para confirmar las hipótesis que dan paso a este trabajo investigativo.

La validación de las variables se hizo mediante la intercodificación de un porcentaje de las unidades de análisis en las que tres codificadores, con base en el libro de códigos, localizaron presentes o ausentes las variables que conforman los siete encuadres propuestos. La selección sobre la codificación de las unidades de análisis se elaboró de manera aleatoria respondiendo al 30% del porcentaje válido recomendado en investigaciones previas con el fin de hacer más sólido el procedimiento estadístico y el correcto abordaje metodológico.

La selección aleatoria de los casos y la intercodificación de las unidades análisis permitió considerar a esta investigación como un metanálisis que toma datos de múltiples estudios previos aportando una visión analítica y objetiva de las indagaciones sobre crisis sanitarias y su relación con los medios de comunicación.

La intercodificación de las unidades de análisis permitió identificar las variables con mayor fuerza dentro de los encuadres propuestos, así como la visualización de micro teorías y definiciones incluidas en el libro de códigos desarrollando un mejor ajuste

teórico y metodológico para lo cual se realizó la significancia de cada grupo de variables mediante el coeficiente Alpha de Krippendorff (Hayes & Krippendorff, 2007); tal desarrollo se presenta en el siguiente apartado donde se exponen los valores de significancia de cada variable en función de lograr la objetividad mediante la validez del libro de código y el entrenamiento de los tres codificadores que participaron en la solución metodológica.

III.3.1 Validación y fiabilidad intercodificadora.

Según Krippendorff, la fiabilidad mide el grado en el cual cualquier diseño de investigación, o cualquiera de sus partes, o cualquiera de los datos resultantes, representan variaciones en los fenómenos reales, en lugar de representar las circunstancias extrínsecas de la medición (1997, pág. 197); es decir, la mediación de la fiabilidad erradica la subjetividad del investigador ante el diseño o aparato analítico de su investigación convirtiéndose ésta en un proceso inherente para la objetividad en el tratamiento de las unidades de análisis y resultados.

Los encuadres tratados en esta investigación están fundamentados en estudios previos sobre análisis de los mensajes emitidos en situaciones de crisis y se anclan a palabras claves como comunicación, salud, crisis, epidemia, ah1n1, análisis de contenido (Brossard, Shanahan, & McComas, 2004; Coe, 1998; Downs, 1972; Idoyaga, 2014; Lupton, 1995; Waisbord, 2010).

La validación y fiabilidad se elaboró sobre siete encuadres⁹⁶ compuestos por conceptos claves como prevención, alarma, riesgo, economía, desempleo, política, vulnerabilidad, demografías entre otros. Para comprobar la validez del instrumento se efectuó la codificación de las variables mediante la intervección de tres codificadores⁹⁷ con

⁹⁶ 1) Encuadre Preventivo, 2) Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo, 3) Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas, 4) Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas, 5) Encuadre Económico, 6) Encuadre Político y 7) Encuadre de Condición Social y Demografía.

⁹⁷ Tres estudiantes de posgrado en comunicación de los cuales uno es de nacionalidad mexicana e inscrito a un programa de maestría y dos son de nacionalidad colombiana inscritos a un programa de doctorado, todos pertenecientes al Observatorio de los contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca, España.

conocimiento de la muestra y socialización del libro de códigos; de acuerdo con Neuendorf (2016) sobre los criterios para el tipo de medida, las variables que se trataron son de razón reportando la presencia o ausencia de la variable que conformaba el encuadre; si bien hay variables de carácter nominal que hacen referencia a la identificación de la unidad de análisis, las variables sometidas a codificación, y posteriormente, a un análisis estadístico son de carácter objetivo.

Para la validación y fiabilidad intercodificadora se aplicó el coeficiente KALPHA o alpha de Krippendorff que mide el acuerdo alcanzado al codificar una variable según sus valores y su regla de decisión va desde el cero (0) hasta el uno (1) donde 1 representa un mayor acuerdo y 0 nulo acuerdo alcanzado. Piñeiro (2018) recomienda que se puede hablar de fiabilidad de una investigación de análisis de contenido cuando ésta ronde un valor mayor o igual a 0.70; en ese sentido, la confianza del instrumento y el producto investigativo que use el análisis de contenido se forja desde las tres principales características de éste al ser sistemático, objetivo y cuantitativo. El procesamiento de la información se hizo a través del software estadístico SPSS versión 24 y para la determinación de las técnicas analíticas como las frecuencias, las asociaciones, correlaciones y tabulaciones cruzadas y el análisis de contingencia se tuvo como base los procedimientos de Krippendorff (1997).

Durante el análisis de la fiabilidad, se visualizaron variables con más significancia estadística que otras, en tal sentido, se localizaron elementos de mayor influencia y prevalencia de cada encuadre permitiendo la construcción de un hilo conductor hacia la validación de las hipótesis y objetivos que esta tesis propone.

La distinción que se observó en esta prueba de fiabilidad fue bajo el aspecto de reproducibilidad; es decir, donde los datos debieron obtenerse en condiciones de registro independiente al mismo conjunto de datos logrando una fiabilidad entre los codificadores o un acuerdo intersubjetivo.

El primer conjunto de variables sometido a este acuerdo o consenso corresponde al Encuadre de Prevención donde la variable 5) ¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención? expresó la máxima fiabilidad intercodificadora con un valor de Alpha de Krippendorff de 0.8730 (87.30%) demostrando que la actuación de los tres codificadores equivale a haber leído e identificado correctamente la referencia a la opinión del transeúnte respecto al brote epidémico y las medidas de prevención en las unidades de análisis.

Si bien se hace referencia al valor más alto obtenido mediante el cálculo del Alpha de fiabilidad, se observa en la tabla que cinco de las siete variables que conforman este encuadre resultaron con valores aceptables según la literatura.

En el caso de las variables con un estimado entre 0.60 a 0.69, los estudios sobre análisis de contenido advierten que cuando el número de codificadores es mayor a dos el porcentaje de coincidencia previstas puede considerarse como aceptable debido a las intersubjetividades y discrepancias permitiendo hacer correcciones para muestras de tamaño pequeño y más de dos codificadores (Scott 1995; Cohen 1990; Spiegelman 1953; Krippendorff 1997).

Encuadre de Prevención	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?	0.6173*
2) ¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?	0.5061
3) ¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?	0.6757*
4) ¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?	0.6944*

5) ¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?	0.8730*
6) ¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/ gobierno sobre el brote epidémico?	0.7979*
7) ¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?	0.5757

Tabla 9. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Prevención donde se observa que en cinco de las siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | | Elaboración propia.

El segundo grupo de variables hace referencia al Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo donde el valor máximo de acuerdo intercodificadores fue de 1.0 y se obtuvo en la variable 6) ¿Hay presencia de palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control”? donde en el caso de los valores correspondientes a la ausencia de variabilidad, según Krippendorff (1997, pág. 193) es un indicador de la fiabilidad de los datos y no de la manera en que se evalúan los dos o más conjuntos de datos; es decir, la expresión de nula variabilidad en este conjunto de variables y expresamente en la variable que representa tal caso indica que, pese al azar con la que este coeficiente funciona, existe absoluta posibilidad de que las consideraciones de las variables aparezcan en las unidades de análisis corroborando el diseño del instrumento de recolección de la muestra y el manejo estadístico de los datos dotando de fortaleza a este encuadre ya que los valores arrojados muestran alto acuerdo o consenso entre lo participantes.

Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?	0.8148*
2) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?	0.8377*
3) ¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?	0.5051

4) ¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?	0.8696*
5) ¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?	0.9259*
6) ¿Hay presencia de palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control”?	1.0*

Tabla 10. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo donde se observa que en cinco de las seis variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia.

Para el caso del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas la fiabilidad máxima reportada se halló en 0.9615 (96.15%) en la variable 1) ¿Hay presencia de opinión científica? Mostrando el máximo acuerdo alcanzado mientras que las variables descartadas puesto que exponen el menor acuerdo dedio a diverso factores, entre ellos puede ser el azar, la descripción conceptual o la intersubjetividad del codificador son 3) ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica? 4) ¿Hay presencia de opinión periodística? Con 0.5814 (58.14%) y 0.5101 (51.02%) respectivamente.

Según Krippendorff las pruebas de acuerdo intercodificadores no sólo resumen los datos sobre fiabilidad con vistas a una más fácil identificación de los errores de codificación, sino que además ponen de relieve con mayor claridad el significado de las diferencias entre categorías y valores (1997, pág. 211); en ese sentido, el cuestionamiento sobre los valores de los conceptos respecto a su validez, para el caso específico de este encuadre, lleva a una consideración más conceptual o de categorización que de validez ya que tanto la opinión de especialistas de la industria farmacéutica como periodística son categorías revisadas en estudios previos respecto al tema de la comunicación de crisis sanitarias.

Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de opinión científica?	0.9615*

2) ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?	0.7354*
3) ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?	0.5814
4) ¿Hay presencia de opinión periodística?	0.5102
5) ¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?	1.0*

Tabla 11. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas donde se observa que en tres de las cinco variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia.

En el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas la presencia de fiabilidad homogénea es notable en las cinco variables con porcentajes elevados de concordancia entre los tres codificadores, en este caso, apuntan a la nulidad de las variables categóricas o conceptuales en las unidades de análisis lo cual da paso a un análisis cualitativo de este encuadre ya que destaca elementos importantes sobre el tipo de información que las fuentes especializadas comunican y la cabida que éstas tienen en las unidades de análisis.

Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de crítica científica?	1.0*
2) ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?	1.0*
3) ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?	1.0*
4) ¿Hay presencia de crítica periodística?	0.6944*
5) ¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?	1.0*

Tabla 12. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas donde se observa que en las cinco variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia.

Sobre el Encuadre Económico la validez más elevada se halló en la variable 6) ¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio? donde el valor de acuerdo obtenido es de 0.7692 (76.92%) mientras que el mínimo se observó en la variable 1) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional? con .05066 (50.66%); si bien, como se ha venido tratando a lo largo de este

apartado, la validez es importante para el diseño de la investigación, también es cierto que hay categorías que aunque no han mostrado una validez metodológicamente aceptable fomentan cualitativamente el análisis tanto del encuadre como de las hipótesis y los objetivos que esta tesis pretende.

En el caso del Encuadre Económico, la presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional, así como de pérdidas turísticas son categóricamente importantes y se fundamentan en investigaciones previas, así como fortalecen los conceptos que conforman tal encuadre que tiene como objetivo albergar el tratamiento de los procesos económicos en los programas informativos de televisión y cómo es que se presentaba esta información.

Encuadre Económico	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?	0.5066
2) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?	0.6894*
3) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?	0.7093*
4) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?	0.5051
5) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?	0.7407*
6) ¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?	0.7692*
7) ¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?	0.6711*

Tabla 13. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre Económico donde se observa que en cinco de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | | Elaboración propia.

Respecto al Encuadre Político los valores de fiabilidad mostraron diversas consideraciones intersubjetivas dado que presentan amplia gama de acuerdos entre los tres codificadores, la variable con mayor fiabilidad fue 7) ¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales? con un valor de 0.8871 (88.71%) y seguida de ella 4) ¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales extranjeras? con 0.8687 (86.87%) de acuerdo, aunque las siete variables restantes se hallaron considerablemente con menos valor cualitativamente estas categorías son las que muestran mayor relevancia en las investigaciones previas ubicándolas como como referentes en la comunicación durante una crisis sanitaria ya que la ubicación de fuentes gubernamentales y representantes políticos en los mensajes emitidos por el medio tipifican el tipo de información que se difunde; en la literatura se considera que la comunicación en crisis sanitarias suele ser oficialista siendo esta aseveración una premisa de la investigación.

Encuadre Político	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales?	0.7093*
2) ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?	0.7317*
3) ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?	0.5682
4) ¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?	0.8687*
5) ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?	0.6920*
6) ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?	0.6098*
7) ¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?	0.8871*

Tabla 14. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre Político donde se observa que en seis de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia.

El último encuadre sometido a la fiabilidad intercodificadora es el Encuadre de Condición Social y Demografía donde se halló la presencia de homogeneidad en tres de las cuatro variables que lo conforman siendo éste el encuadre más uniforme dentro del acuerdo de los tres codificadores cabe resaltar que este encuadre es una propuesta investigativa en torno a la comunicación de crisis en México y a la tipificación de los mensajes emitidos por dos de las televisoras más influyentes del país. La fiabilidad que se observó en este encuadre fortalece la inferencia de las variables que lo construyen, así como también fortalece la investigación respecto al tratamiento de los grupos vulnerables y la relación territorial.

Encuadre de Condición Social y Demografía	
<i>Variable</i>	<i>Krippendorff's Alpha Reliability Estimate</i>
1) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?	1.0*
2) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?	1.0*
3) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?	1.0*
4) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?	0.6920*

Tabla 15. Fiabilidad y Validez calculada mediante el coeficiente de Alpha de Krippendorff en las variables dicotómicas del Encuadre de Condición Social y Demografía donde se observa que en seis de siete variables hay fiabilidad aceptable según las reglas metodológicas de análisis de contenido | |Elaboración propia.

Según Krippendorff, la finalidad última de verificar la fiabilidad es establecer si los datos obtenidos en el curso de una investigación ofrecen una base segura para formular inferencias, hacer recomendaciones, apoyar decisiones o aceptar algo como un hecho (1997, pág. 215) con base en ello y con los datos obtenidos los atributos o distinciones importantes de las variables y su conceptualización pueden considerarse de carácter diagnóstico; si bien la fiabilidad es una cualidad de los datos y de los codificadores para conformar la objetividad del análisis de contenido, los objetivos e hipótesis que esta investigación persigue se basan en, como se mencionaba en líneas previas, los atributos

que se puedan hallar en las variables y conformen a los encuadres como índices de análisis en torno a la comunicación televisiva de crisis sanitarias en México.

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO IV: Análisis de resultados

El tratamiento de los datos tuvo como base analizar las unidades análisis de que conforman esta investigación, así como solventar de elementos estadísticos las hipótesis que se han venido planteando en capítulos anteriores.

De modo particular, el objetivo de este capítulo fue realizar un análisis de los resultados arrojados de la recolección de los mensajes emitidos en los programas informativos de *prime time* “Hechos Noche con Javier Alatorre” y “Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo” de las televisoras TV Azteca y Canal Once, respectivamente, sobre el brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 de los días correspondientes entre el 24 de abril al 05 de junio del año 2009⁹⁸.

Como se mencionó en algunos capítulos de esta tesis, este ejercicio permitió advertir, de manera preliminar, sobre el “cómo” de la comunicación en México durante episodios de crisis y desestabilidad social partiendo de la hipótesis de que dicha

⁹⁸ Sobre la temporalidad comprendida en este periodo de tiempo responde a tres indicadores; el primero es a la declaración del Secretario de Salud Federal José Ángel Córdoba Villalobos sobre la alerta sanitaria en México debido a un brote de Influenza “Porcina” que había infectado a 63 personas en diferentes estados y cobrado la vida de 7 pacientes en diferentes hospitales por lo que el 24 de abril, tras esta declaración, se suspenden actividades escolares, laborales y de comercio en el país; el segundo indicador en esta temporalidad son las primeras tres semanas de actividad epidémica puesto que son en éstas donde la Organización Mundial de la Salud (OMS) mediante el director adjunto Keiji Fukuda declara en alerta epidémica a México como primer país afectado y en el cual, probablemente, se haya creado la cepa del virus que se extendía hacia el norte y sur del territorio nacional; el tercer momento es el que termina con la temporalidad de la noticia debido a otro suceso de impacto nacional y desestabilidad social ocurrido en Sonora el día 05 de junio donde 49 niños fallecieron por asfixia de humo tóxico tras incendiarse la guardería privada donde se encontraban cambiando el tema noticioso y el abordaje sobre la Influenza AH1N1.

comunicación se articula desde las fuentes oficiales y en formatos alarmantes que como consecuencia posicionan el acontecimiento en diversas agendas.

Los objetivos y preguntas que encaminan este apartado se desarrollaron con el fin de ser abordados *a posteriori* y resolver sobre la comunicación en situaciones de crisis.

Los objetivos generales que plantea esta tesis son los de observar el ciclo mediático-epidémico en programas informativos de televisión mediante los mensajes emitidos e identificar qué encuadres prevalecieron y se asocian a la temporalidad de la noticia mientras que como objetivo secundario se pretende comprobar si el tipo de televisora influyó en los mensajes sobre la crisis epidémica.

Las preguntas que establecen el orden del abordaje de los datos se distribuyen entre el mensaje, el tipo de televisora que los emite y los actores que intervienen, todo esto sin apartarse del flujo noticioso y los elementos que lo componen⁹⁹. La primera pregunta (P1: ¿Los mensajes emitidos por los programas noticiosos de televisión a qué tipos de encuadres responde?) cuestiona sobre las propiedades del mensaje respecto a los encuadres planteados y sus categorías¹⁰⁰; la segunda pregunta que esta investigación plantea (P2: En México, durante la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 de 2009, ¿Cómo se encuadra la cobertura televisiva en los programas informativos?) gira en torno a categorizar el tipo de cobertura durante una crisis epidémica y de desestabilidad social como la suscitada, de tal modo que el análisis para esta pregunta es de tipo meso-estructural; la tercera y cuarta pregunta (P3: ¿Quiénes eran los principales actores en las noticias de la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 en 2009?, P4: ¿Qué fuentes fueron las prevalentes en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009?) se centran en identificar a los principales actores y fuentes dentro de la cobertura y los mensajes que emitían los programas informativos, esta pregunta va a abordar opiniones y presencia de los representantes de diversas agendas

⁹⁹ Sobre los elementos que componen el ciclo mediático epidémico y las posturas empíricas que lo componen leer el apartado referente al ciclo mediático epidémico del Capítulo II.

¹⁰⁰ Sobre el abordaje y planteamiento teórico-metodológico de los encuadres que esta tesis propone consulte el apartado sobre la operacionalización de las variables cuantitativas del Capítulo III.

nacionales y extranjeras con el fin de resolver sobre la orientación de las posturas económicas, políticas y sociales durante un acontecimiento de impacto nacional e internacional; por último, la pregunta cinco (P5: ¿El tratamiento de la noticia tipifica al medio de comunicación que la emite?) establece una relación entre el mensaje y el tipo de televisora que lo emite sirviéndose de los caminos delineados por las preguntas previas, ésta intenta llegar a una generalización, mediante la extensión de la muestra, sobre el tipo de información que se produce y reproduce durante una situación de crisis aseverando que hay una diferencia sucinta entre la televisión pública y la privada que puede llevar a la conclusión de tipificar la información respecto al medio y sus orientaciones económico-políticas.

IV.1 Análisis de resultados. Abordajes desde la estadística descriptiva

El desarrollo estadístico que se presenta a continuación analizó 62 emisiones comprendidas dentro de la fecha establecida (24.04.09-05.06.09) de los programas informativos *prime time* “*Hechos Noche con Javier Alatorre*” y “*Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo*”.

El abordaje estadístico se realizó con el programa SPSS versión 25 y consta del cálculo de la prevalencia mediante el cálculo de medias, así como el análisis de la varianza con el coeficiente ANOVA con el fin de asociar la línea de temporalidad o de presencia del acontecimiento y la prevalencia de los encuadres.

La descripción se desarrolla desde las generalidades de la muestra, las aproximaciones hipotéticas y las especificidades de los encuadres; en tal sentido el primer abordaje estadístico tuvo que ver con la presencia de los encuadres a través de la media en las 62 emisiones, para lograr este resultado se sacó una variable específica por encuadre que contuviera la suma de las variables divididas entre las mismas con el fin de obtener una media que permite leer los resultados de forma que 0 (cero), y sus aproximaciones, sea el encuadre menos presente y 1 (uno), y sus aproximaciones, el encuadre más

presente. La representación de tal proceso estadístico muestra que el encuadre más prevalente en las 62 unidades de análisis es el Encuadre Político con un cálculo de la media de 0.4493 (44.93%) seguido del Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo con un cálculo de la media de 0.3280 (32.80%) asistiendo la hipótesis donde los mensajes emitidos en programas informativos de televisión mexicana atiende a fuentes gubernamentales, representantes políticos, afectación de políticas internacionales así como a cifras e investigaciones de casos y decesos a nivel nacional e internacional y ejercicios, comentarios o discusiones comparativas con otras epidemias.

Los encuadres con menor presencia resultaron ser el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas (0.0129=1.29%) y el Encuadre de Condición Social y Demografía (0.1653=16.53%) indicando que dentro de una crisis sanitaria como la sucedida se generan pocas posturas críticas tanto de fuentes científicas, especialistas de la salud, industria farmacéutica, opinión periodística, así como datos y cifras asociadas a la pobreza y grupos vulnerables.

ENCUADRE	MEDIA
Encuadre Político	0.4493*
Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo	0.3280*
Encuadre Preventivo	0.2442
Encuadre Económico	0.2028
Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas	0.1774
Encuadre de Condición Social y Demografía	0.1653
Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas	0.0129

Tabla 16. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 62 unidades de análisis donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres político y alarma y narrativa de riesgo | |Elaboración propia.

Teniendo una aproximación a los resultados, el siguiente desarrollo estadístico discute sobre el primer encuadre propuesto en esta tesis nombrado “Encuadre de Prevención” el cual presenta o aborda diversas categorías como elementos centrales de la estructura del mensaje que se centran en la comunicación de medidas preventivas anticontagio, información ciudadana sobre centros de salud y abastecimientos higiénico,

información sobre el virus y reportajes con contenido informativo encaminado a presentar un panorama amplio de la situación sanitaria.

i. Encuadre de prevención

Este encuadre mantiene un respaldo teórico en Clausse (1961)¹⁰¹ donde la información debe estar dotada de atributos como la veracidad, la integralidad y la accesibilidad sobre el acontecimiento satisfaciendo la necesidad informativa de una sociedad en crisis.

Al cálculo de las medias a través de la codificación por presencia o ausencia de la variable dentro de las unidades de análisis; se observó que las variables que se desarrollan en torno a los consejos sobre la implementación de medidas sanitarias obtuvo la mayor presencia con una media de 0.39 (39%) dentro de las emisiones, la opinión del transeúnte sobre el brote epidémico, así como la implementación de medidas de prevención una media de 0.37 (37%) y la información sobre medidas preventivas en el extranjero con una media de 0.35 (35%) mostraron mayor presencia dentro del encuadre posicionándolo como un encuadre relevante para la comunicación del panorama del escenario a nivel mundial y cuidado ciudadano. Si bien estas variables fueron las más presentes, el conjunto de todas hace que la comunicación de la prevención se encontrase posicionada dentro de la agenda mediática.

ENCUADRE PREVENTIVO	MEDIA
¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?	0.39*
¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?	0.37*
¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?	0.35*
¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?	0.24
¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?	0.18
¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/ gobierno sobre el brote epidémico?	0.11

¹⁰¹ Para leer más sobre esta postura acudir al apartado dedicado a la necesidad social de la información ubicado en el Capítulo I

¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?	0.06
---	------

Tabla 17. Cálculo de la media en la variable que conforman el Encuadre Preventivo donde se observa que la implementación de medidas sanitarias, así como el ofrecimiento de un panorama internacional conducen este encuadre | |Elaboración propia.

Las categorías que este encuadre enmarca resuelven sobre tales propiedades mediante la producción de mensajes preventivos donde se observó que a los reportajes que mostraban un panorama del acontecimiento como vehículo con mayor presencia (69.4%) durante esta crisis; mientras que la información o explicación sobre los orígenes patógenos de la epidemia y sus modos de contagio se validó en sólo 11.3% del total de las emisiones.

¿Hay presencia de presencia de reportajes?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NO HAY PRESENCIA	19	30.6
	HAY PRESENCIA	43	69.4
	Total	62	100.0

¿Hay presencia de información o explicación sobre los orígenes patógenos de la epidemia y sus modos de contagio?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NO HAY PRESENCIA	55	88.7
	HAY PRESENCIA	7	11.3
	Total	62	100.0

Tabla 18. Cálculo de la presencia de reportajes e información sobre los orígenes patógenos de la epidemia y sus modos de contagio | |Elaboración propia.

En ese sentido este encuadre propone, desde una apreciación cualitativa, un interés por prevenir contagios y a la vez mostrar un panorama oportuno del proceso sanitario por el cual México estaba pasando; desde dos perspectivas, a nivel local con la localización de puntos sanitarios, y a nivel de percepciones internacionales sobre este acontecimiento adjuntando las medidas emprendidas bajo otros territorios.

ii. Encuadre de alarma y Narrativa de Riesgo

El siguiente desarrollo se resuelve sobre el “Encuadre Alarma y Narrativa de riesgo” siendo, como se detalló en párrafos previos, uno de los más prevalentes durante la cobertura y con mayor presencia en el tipo de mensajes que se emitían en estos programas informativos. Este encuadre parte de aproximaciones teórico-empíricas de

Brossard *et al.*, 2004; Cook & Colby, 1992; Shih *et al.*, 2008; Ungar, 1998 y Waisbord, 2010; quienes, mediante diversos abordajes metodológicos y técnicos, concluyen que los medios informativos trasladan las narrativas y posibilidades de riesgo a eventos que activen la noticia, ejemplos de ello pueden ser las cifras de contagios y decesos o información no verídica o sensacionalista de tal forma este encuadre se contrapone al encuadre de prevención.

En las unidades de análisis, las categorías con mayor presencia tienden a ser informativas junto a un marco interpretativo entorno a la epidemia bastante desolador; la variable con mayor presencia fue la que hacía referencia a la información de datos y cifras de casos internacionales con un cálculo de la media de 0.56 (56%), es decir, la referencia constante a cifras de contagios y decesos no sólo a nivel nacional sino a afectaciones mundiales es uno de los motores más constantes dentro de la alarma y narrativa de riesgo, y como mensajes consecuentes (0.50=50%) los contagios y decesos nacionales que ligaban la proximidad (*obtrusive*¹⁰²) al receptor que según Waisbord (2010) estas cifras se interpretan como un ancla del acotamiento. Aunado a las categorías anteriores se destaca aquellos mensajes que presentan palabras que “tiranizan” el acontecimiento convirtiéndolo en un mal próximo y real (0.35=35%) tendiendo a inducir el miedo (Cook & Colby, 1992) y a inspirar temor (Ungar, 1998).

ENCUADRE DE ALARMA Y NARRATIVA DE RIESGO	MEDIA
¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?	0.56*
¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?	0.50*
¿Hay presencia de palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control”?	0.35
¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?	0.27
¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?	0.15
¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?	0.13

Tabla 19. Cálculo de las medias de las variables contenidas en el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

¹⁰² Sobre este concepto ver el apartado sobre los elementos de composición de la agenda-setting dentro del Capítulo II

iii. Encuadre de opinión y fuentes especializadas

Seguido a estos encuadres se analiza el “Encuadre de Opinión de fuentes especializadas”, el cual mantiene una relación constante con fuentes informativas ajenas a los representantes de gobiernos nacionales y extranjeros, así como de organizaciones sociales y mundiales. Este encuadre posiciona y vuelve fiable lo correspondiente al virus, desarrollo de vacunas, descubrimiento de nuevas cepas y la transición territorial de la epidemia.

El respaldo de este encuadre se mantiene en la aproximación de Shih *et al.* (2008) que disertan sobre la presencia de las fuentes científicas y especializadas como impulso de la cantidad de cobertura, lo que conforma una relación estrecha entre el curso de la epidemia y el curso de la cobertura noticiosa; es decir, el encuadre que enmarca categorías sobre el uso de fuentes va a marcar una tendencia a la reproducción de la enfermedad en paralelo a la producción de la noticia donde se puede discutir sobre una relación directa y proporcional entre el ciclo patógeno y el ciclo noticioso del acontecimiento epidémico.

En tal sentido, los datos que arroja este encuadre muestran una presencia considerable de la opinión científica ya que su media calculada es de 0.35 (35%) en los mensajes emitidos por los programas informativos de televisión sin dejar de lado la opinión de especialistas de la salud e industria farmacéutica (0.32=32%) dotando de datos argumentativos a la hipótesis que relaciona el flujo de la noticia y el flujo de la enfermedad, uno como elemento socializante y otro como elemento orgánico del mismo suceso.

ENCUADRE DE OPINION DE FUENTES ESPECIALIZADAS	MEDIA
¿Hay presencia de opinión científica?	0.35*
¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?	0.32*
¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?	0.16
¿Hay presencia de opinión periodística?	0.02
¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?	0.03

Tabla 20. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Opinión de Fuentes Especializadas en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

iv. Encuadre de crítica de fuentes especializadas

El “Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas” mantiene el mismo eje de abordaje respecto al encuadre de Opinión de Fuentes, sin embargo, la orientación de éstas se ubica en la crítica sobre la presencia del virus, el desarrollo de vacunas o la transmisión infecciosa, en ese sentido y con base en los resultados de este encuadre, se halla poca presencia en comparación con los encuadres previos y es en sólo dos momentos donde despunta la crítica emitida por la fuentes siendo el primer momento el referido a la crítica de fuentes científica con una media de 0.03 (3%) y el segundo el referente a la crítica de especialistas de salud y fuentes periodísticas (0.02=2%).

Aunque este encuadre mantiene poca presencia nos habla mucho del tipo de mensajes emitidos y la construcción de estos, es decir, la poca presencia de elementos críticos en el corpus informativo respecto a un suceso epidémico denota coberturas de servicio social e informativo que posicionan el acontecimiento en procesos de socialización que parte de herramientas y categorías informativas.

ENCUADRE DE CRÍTICA DE FUENTES ESPECIALIZADAS	MEDIA
¿Hay presencia de crítica científica?	0.03*
¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?	0.02
¿Hay presencia de crítica periodística?	0.02
¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?	0
¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?	0

Tabla 21. Cálculo de la media de las variables del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

v. Encuadre económico

El siguiente encuadre contiene categorías que resuelven sobre la presencia o ausencia de temas económicos en los mensajes emitidos durante el brote epidémico, tales

abordajes en la construcción de la noticia posicionan la agenda económica en el interés del receptor puesto que desarrollan elementos que interfieren en una crisis que desestabiliza ramas importantes de la base social como son la reproducción económica del país, e desempleo, el turismo y el flujo mercantil.

La motivación teórica de este encuadre se fundamenta en los apuntes de Waisbord (2010) sobre la dinámica de la *agenda-setting* frente a una crisis epidémica ya que sugiere que la noticia entre más domine la cobertura y las secciones, nutriéndose de cifras y casos, avasalla acontecimientos paralelos a la situación de crisis e incluso estimula la preferencia del receptor sobre temas que giren en torno al hecho noticioso.

En Encuadre Económico y sus categorías concluyen en una presencia importante de información y datos sobre diversos estragos económicos surgidos del cese de actividades laborales y académicas, así como de entretenimiento aunado al nombramiento de “Gripe Porcina” de la cepa de Influenza Humana que acaecía en el territorio nacional. La categoría con mayor frecuencia es la que contiene a representantes económicos, mercantiles y comerciales conservando una media de 0.26 (26%) ya que, según Nisbet & Huges (2007) la influencia periodística sobre el acontecimiento es mayor mientras la presencia de fuentes o representantes oficiales sea más prominente; la siguiente categoría con mayor afluencia es la que brinda información sobre datos y cifras de afectaciones en las relaciones mercantiles ya que la media calculada resultó en 0.24 (24%) esto refleja una situación de desestabilidad e interés por el desarrollo y reposicionamiento económico en la construcción del mensaje noticioso, en ese mismo sentido se encuentran las categorías que informan con cifras y datos la desaceleración económica y pérdidas económicas 0.23 (23%) entendiendo esto como consecuencia o elementos contextuales de la primera categoría; en ese sentido, la vinculación de los mensajes emitidos que en su contenido albergaban categorías económicas reconstruyen la situación del país y las podemos entender como mutuamente incluyentes para este encuadre.

ENCUADRE ECONÓMICO

MEDIA

¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?	0.26*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?	0.24*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?	0.23*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?	0.23*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?	0.19
¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?	0.19
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?	0.08

Tabla 22. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Económico en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

vi. Encuadre político

El análisis que corresponde al “Encuadre Político” se construye desde categorías de opinión, información y representación de las fuentes oficiales nacionales y extranjeras; este encuadre se relaciona con el papel de los gobiernos y organizaciones mundiales respecto al brote epidémico y su presencia en el mensaje; cabe resaltar que, tanto éste como los encuadres anteriores no califican el mensaje como bueno, malo, apropiado o inapropiado, sino que construyen marcos posibles sobre los mensajes que se emiten en situaciones extraordinarias; en ese sentido, este encuadre no evalúa las políticas internas y de relaciones exteriores, así como tampoco califica la postura de algún representante en torno al brote epidémico ni condena la postura de gobiernos y representantes extranjeros sobre México y los mexicanos.

Este encuadre se inspira en la línea teórico-metodológica construida por Shih, Brossard & Wijaya (2008) ya que advierten que la noticia dentro del ciclo de atención mediática se marca por la duración prolongada y la priorización del acontecimiento en el ciclo noticioso haciendo proclive la jerarquización de la noticia ampliando la cobertura y estableciendo una relación fuertemente ligada a la esfera política y de opinión pública; sobre la misma base, los hallazgos en este encuadre marcan la tendencia máxima en cuanto a la media en la aparición de representantes políticos y gubernamentales nacionales (0.68=68%) y extranjeros (0.61=61%).

Lo anterior indica que los mensajes emitidos en la televisión pública tienen mayor visualización de representantes de carácter gubernamental ya sea declarando políticas públicas o brindando información sobre el acontecimiento, en ese sentido, y como acción consecuente en los mensajes enmarcados en este *frame* se encuentra la categoría sobre la presencia de información política gubernamental nacional con una media de 0.58 (58%) orientada a informar las acciones relacionadas al encuadre de prevención visualizado al inicio de este apartado.

Aunque la presencia de representantes políticos y gubernamentales es alta; la opinión que estos vierten fuera de las jornadas informativas como sesiones extraordinarias, conferencias de prensa o eventos de gobierno son escasas (0.27=27% extranjeros y 0.24=24% nacionales) con ello podemos aseverar que las figuras de la esfera pública tienen poca intervención personal en momentos de crisis acto que predispone a considerar los mensajes emitidos en la televisión mexicana como oficialistas e intervencionista en cuanto a posturas extranjeras.

ENCUADRE POLÍTICO	MEDIA
¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?	0.68*
¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?	0.61*
¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales?	0.58*
¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?	0.45
¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?	0.31
¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?	0.27
¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?	0.24

Tabla 23. Cálculo de la media de las variables del Encuadre Político en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

vii. Encuadre de Condición Social y Demografía

El último encuadre analizado desde sus categorías es el “Encuadre de Condición Social y Demografía” que se respalda en la segunda dimensión de Waisbord (2010) sobre el ciclo mediático-epidémico donde señala que la trascendencia de las divisiones sociales o geográficas respecto a la enfermedad sesga la cobertura noticiosa centralizando los casos

y los aleja del radar noticioso, es decir, que la condición social y la zona geográfica determina el interés periodístico de la enfermedad es por ello que este encuadre se conforma de categorías que pueden dar indicios de esta postura volviéndolo un eje en la discusión sobre la democratización de la comunicación y la realidad social.

En tal caso, la categoría con mayor presencia dentro de los mensajes emitidos por los programas informativos de televisión mexicanos son los que brindan información de datos y cifras sobre afectación en zonas rurales con la media calculada sobre la presencia de 0.34 (34%) y seguido se encuentra la categoría que visualiza en estos mensajes datos y cifras demográficas comparativas (0.26=26%); esto muestra que la dimensión planteada por Waisbord (2010) se cumple; es decir, hay un sesgo de interés noticioso respecto a la condición social y demográfica de los casos no urbanizados o “metropolizados” que denota un cohorte de “información centralizada”.

ENCUADRE DE CONDICIÓN SOCIAL Y DEMOGRAFÍA	MEDIA
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?	0.34*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?	0.26*
¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?	0.03
¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?	0.03

Tabla 24. Cálculo de la media de las variables del Encuadre de Condición Social y Demografía en las 62 emisiones de los programas informativos Hechos Noche con Javier Alatorre y Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo | |Elaboración propia.

IV.2 Sobre la prevalencia de los encuadres en la televisión pública y privada y su relación con la temporalidad.

Atendiendo al objetivo general de observar el ciclo mediático-epidémico de la noticia sobre la epidemia de Influenza Humana AH1N1 e identificar los encuadres que prevalecieron y se asocian a la temporalidad de la noticia; el siguiente ejercicio relaciona entre sí tres elementos: el primero, los encuadres; el segundo, la prevalencia expresada según la media de estos encuadres y, en tercer lugar, la semana en la que las categorías

de estos encuadres dominaron los mensajes emitidos en el programa informativo de televisión pública.

IV.2.1 Prevalencia de encuadres en el programa informativo Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo.

Tras este ejercicio se conforma la siguiente tabla, la cual mostró la prevalencia del encuadre en relación a la semana donde aparece; en tal sentido, se observa que el Encuadre Político, para la televisora pública, es el más prevalente con una media calculada de 0.5913 (59.13%) durante el ciclo mediático de la noticia, le sigue el Encuadre Económico con la media calculada de 0.3502 (35.02%) y por último en Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo 0.3441 (34.41%); es decir, los mensajes emitidos por la televisora pública se centran en atender mensajes emitidos por representantes políticos y gubernamentales tanto nacionales como extranjeros y de exponer las políticas públicas para contrarrestar el efecto de la crisis sanitaria, así como de presentar panoramas en torno a la afectación económica desde diversas aristas que van desde los comercios locales y micro empresarios hasta los consorcios mercantiles nacionales e internacionales abonando y a la perspectiva sobre la situación epidémica desde la comunicación de casos, decesos y comparativas de situaciones previas.

ENCUADRES PROGRAMA INFORMATIVO "ONCE NOTICIAS"	MEDIA
Encuadre Político	0.5913*
Encuadre Económico	0.3502*
Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo	0.3441*
Encuadre Preventivo	0.2396
Encuadre de Condición Social y Demografía	0.1774
Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas	0.1742
Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas	0.0194

Tabla 25. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 31 unidades de análisis correspondientes a la televisora pública Canal Once donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres político, económico y alarma y narrativa de riesgo | |Elaboración propia.

IV.2.2 Prevalencia de encuadres en el programa informativo Hechos Noche con Javier Alatorre.

En cuanto a la prevalencia de los encuadres en la televisora pública, el cálculo de la media arrojó que el encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo, que contiene variables sobre el número de casos de contagio y decesos nacionales e internacionales, así como elementos sensacionalistas, discusiones, comentarios o ejercicios comparativos con epidemias previas, es el más presente dentro de las 31 emisiones analizadas con una media calculada de 0.3118 (31.18%).

El segundo encuadre más prevalente en las emisiones de este programa informativo es el Encuadre Político con una media calculada de 0.2995 (29.95%) y que hace alusión a la presencia de representantes políticos y gubernamentales en alusión al brote epidémico donde con frecuencia informaban políticas públicas y posicionamientos internacionales para aminorar el impacto epidémico del brote de Influenza AH1N1. La presencia de este encuadre en comparación con el de Alarma y Narrativa de Riesgo logra presentar una panorámica sobre los efectos políticos y de agenda que suceden en una crisis sanitaria que tiene alcances internacionales; es decir, la implementación de estrategias de combate mediante políticas ya sea de salud, de comercio, de relaciones internacionales o sociales que encaminen la situación de desestabilidad a una pronta y efectiva salida.

El tercer encuadre que también mostró mayor prevalencia en las emisiones de la televisora privada es el Encuadre Preventivo con una muestra calculada de 0.2488 (24.88%) del total porcentual donde elementos informativos como ubicación de centros de abastecimiento y atención, medidas preventivas y opiniones de transeúntes se posicionaron. Este encuadre mostró que la exposición de vivencias sociales en torno a la crisis sanitaria constituye un elemento imprescindible para la socialización de otras agendas, por ejemplo, la política; es decir, a mayor presencia de vivencias es probable que exista una mayor interiorización de las políticas públicas.

ENCUADRES PROGRAMA INFORMATIVO "HECHOS NOCHE"	MEDIA
Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo	0.3118*
Encuadre Político	0.2995*
Encuadre Preventivo	0.2488*
Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas	0.1806
Encuadre de Condición Social y Demografía	0.1532
Encuadre Económico	0.0553
Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas	0.0065

Tabla 26. Cálculo de la prevalencia de los encuadres en las 31 unidades de análisis correspondientes a la televisora privada TV Azteca donde se observa, mediante el cálculo de la media mayor presencia en los encuadres alarma y narrativa de riesgo, político y de prevención | |Elaboración propia.

IV.2.3 La relación entre temporalidad y el encuadre de la noticia.

La relación entre temporalidad de los encuadres tuvo un tratamiento estadístico que parte desde el análisis de varianza (ANOVA) donde se ha seleccionado como factor la variable independiente Semana de Emisión de la Noticia y como variable dependiente la Prevalencia del Encuadre. El coeficiente ANOVA muestra el grado de significancia entre las medias de las variables sometidas y su regla de decisión pondera el resultado entre el 0 y 1 donde si el p valor es menor a 0.05 el grado de significancia y varianza es positivo y estadísticamente significativo.

El orden de cálculo de los encuadres en relación a las semanas mantiene el mismo orden en el que se han venido presentando los resultados hasta ahora manteniendo una concordancia con las aproximaciones resultantes en ese sentido, el primer encuadre sometido al análisis de varianza entre medias y la relación con el elemento de temporalidad es Encuadre de Prevención.

La prevalencia de este encuadre en asociación con las semanas presentó la varianza máxima en la primera semana haciendo que la media máxima calculada se observara en .5357; es decir, que el Encuadre de Prevención estuvo más presente en la primera semana que en las cinco restantes, si bien este resultado puede devenir de un supuesto razonable tener un respaldo estadístico contribuye a generar aproximaciones objetivas. En el caso

de la ANOVA que, como se comentó en el párrafo anterior, mide la varianza de las medias respecto a una variable dependiente y otra independiente, comprueba la presencia del encuadre durante el lapso temporal del acontecimiento reforzando la hipótesis donde el encuadre de prevención está presente en las emisiones [F(5,56)=7.345,p=0.000]. El sentido segundo de calcular este coeficiente es el de validar los encuadres esta investigación y abonar a un diagnóstico estadístico sobre la comunicación en televisión durante un proceso de crisis sanitaria.

	Media	Desviación
primera semana	.5357*	.27997
segunda semana	.3571	.29547
tercera semana	.2000	.19284
cuarta semana	.0429	.09642
quinta semana	.1571	.21770
sexta semana	.1143	.17561
Total	.2442	.27423

Tabla 27. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Prevención conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia.

ANOVA					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1.817	5	.363	7.345	.000*
Dentro de grupos	2.770	56	.049		
Total	4.587	61			

Tabla 28. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p < 0.05$ | |Elaboración propia.

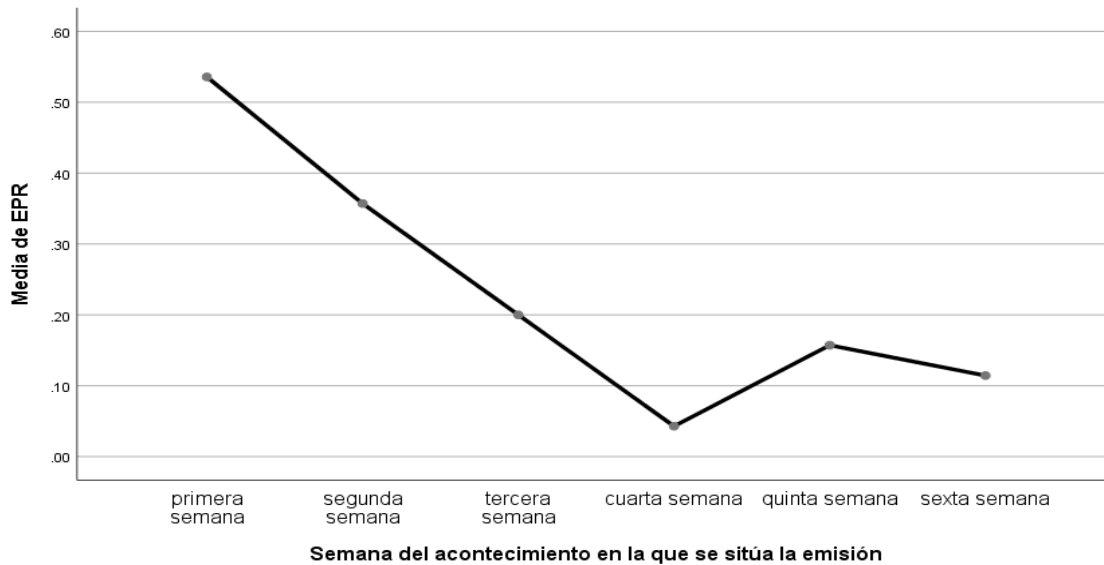


Gráfico 1. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Prevención en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

En la misma semana (primera), aunque con una prevalencia menor, se localiza el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo (.5000) donde la media coloca la mayor prevalencia de este encuadre en dicha semana mientras que la ANOVA refiere con una significancia de $[F(5,56)=2.170, p=0.070]$ una existencia de diferencia relativa entre las media a lo largo del lapso temporal.

	Media	Desviación
primera semana	.5000	.29302
segunda semana	.4333*	.26294
tercera semana	.2167	.17656
cuarta semana	.2333	.27442
quinta semana	.3000	.28109
sexta semana	.2500	.26352
Total	.3280	.27489

Tabla 29. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia.

ANOVA				
Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.

Entre grupos	.748	5	.150	2.170	.070
Dentro de grupos	3.861	56	.069		
Total	4.609	61			

Tabla 30. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p=0.07$ | |Elaboración propia.

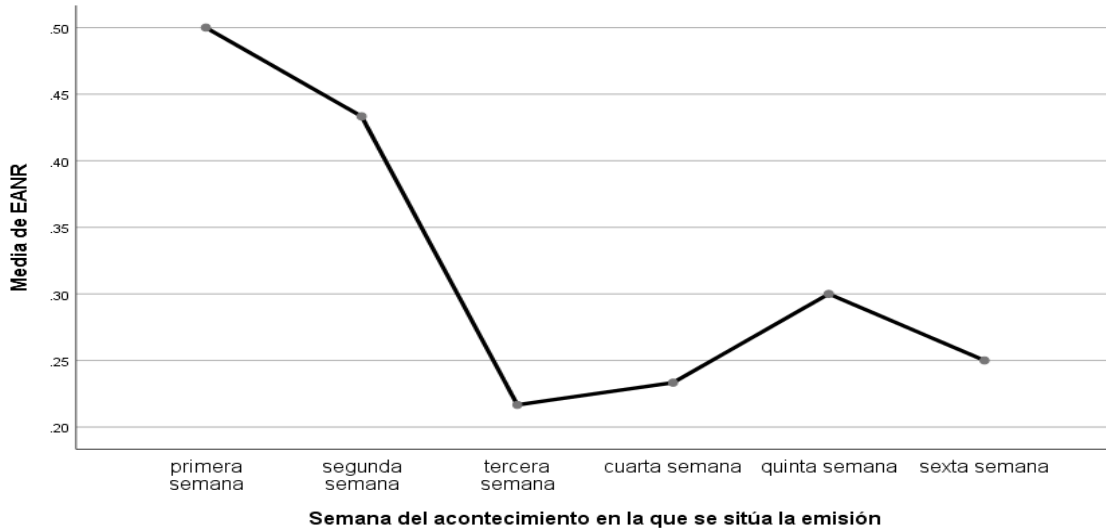


Gráfico 2. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Prevención en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

En el Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas sus categorías se hallan mayormente emitidos en la primera semana con una media calculada de .3167 apuntando a que es en esta semana donde, considerando los encuadres previos, se dota al emisor de elementos para la interiorización del acontecimiento siendo las fuentes especializadas las que pueden informar de modo científico y objetivo sobre prevención y datos encaminados al autocuidado.

El cálculo de la varianza para este encuadre lo hace menos significativo, pero no menos presente, es decir, muestra menos varianza de la aparición de este encuadre haciendo a lución a que éste está presente durante todas las semanas en la misma medida, pero no comparable con otras medias.

	Media	Desv. Desviación
primera semana	.3167*	.23290
segunda semana	.2000	.18856

tercera semana	.1600	.18379
cuarta semana	.1000	.14142
quinta semana	.1400	.16465
sexta semana	.1200	.16865
Total	.1774	.19199

Tabla 31. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Opinión de fuentes Especializadas conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia.

ANOVA					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.348	5	.070	2.049	.086
Dentro de grupos	1.901	56	.034		
Total	2.248	61			

Tabla 32. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde se observa una significancia $p=0.086$ | |Elaboración propia.

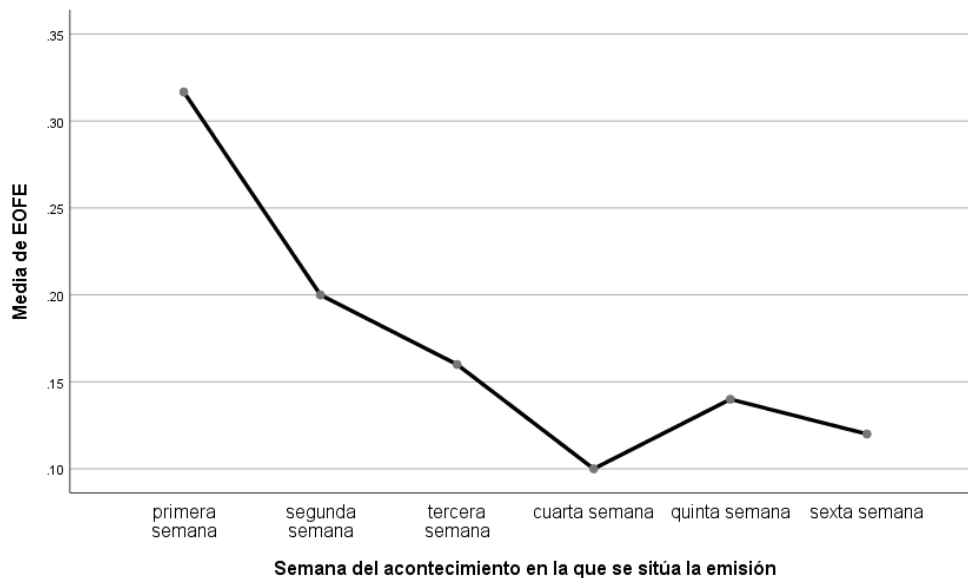


Gráfico 3. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

Con una diferencia consistente se encuentra el Encuadre Crítica de Fuentes Especializadas el cual muestra muy poca presencia dentro del lapso de temporalidad ya que la media máxima calculada se halla demasiado baja para su consideración (.0200); aunque está presente en la segunda, tercera y sexta semana la varianza, a modo inverso, expone que este encuadre no mostró diferencias consistentes con un valor de significancia

bastante elevado [$F(5,56)=.388, p=.855$], esto exhorta a considerar que tal encuadre no es consistente estadísticamente.

	Media	Desv. Desviación
primera semana	.0167	.05774
segunda semana	.0200*	.06325
tercera semana	.0200*	.06325
cuarta semana	.0000	.00000
quinta semana	.0000	.00000
sexta semana	.0200*	.06325
Total	.0129	.04954

Tabla 33. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Crítica de fuentes Especializadas conserva su mayor presencia en la segunda, tercera y sexta | |Elaboración propia.

ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.005	5	.001	.388	.855
Dentro de grupos	.145	56	.003		
Total	.150	61			

Tabla 34. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.855$ | |Elaboración propia.

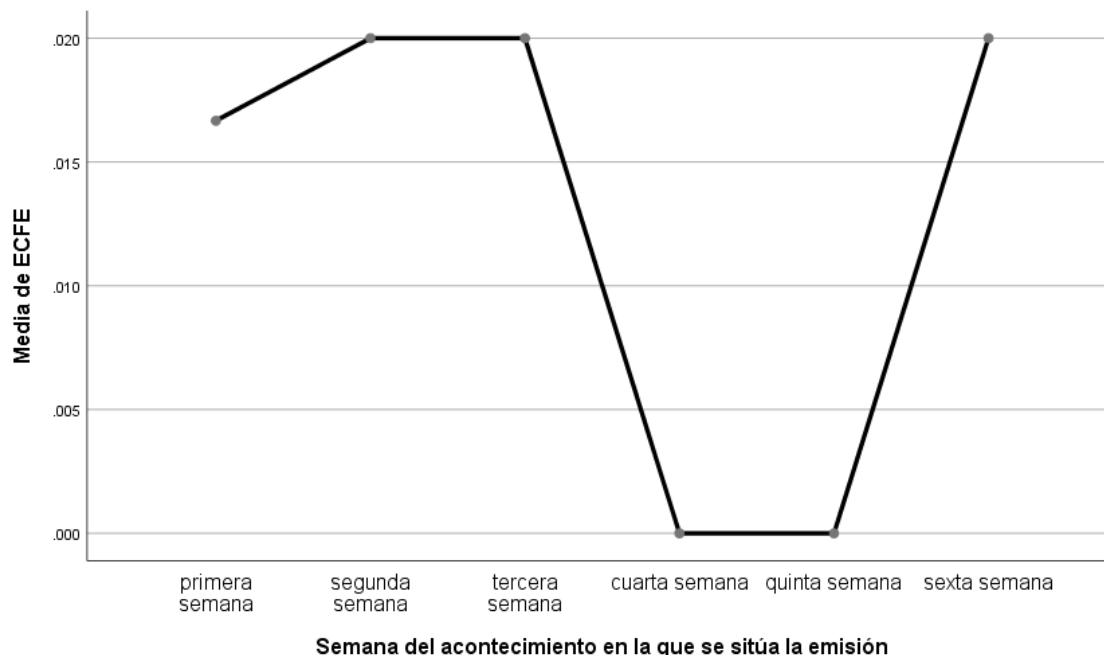


Gráfico 4. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

En el Encuadre Económico se observa el mismo comportamiento de los encuadres con mayor prevalencia; esta aparición connota el nombramiento del virus como “Gripe Porcina” y el cese de actividades comerciales a nivel nacional y a la vez con las decisiones de países extranjeros de interrumpir las relaciones mercantiles; en tal sentido, información sobre el desacelere económico, cifras de desempleo, afectación al desarrollo turístico, el comercio y las transacciones mercantiles van a dominar los mensajes y los intereses informativos; la media máxima calculada en este encuadre es de .3929 en la primera semana y la significancia de varianza es muy alta, lo cual dice que es un encuadre con poca distinción respecto al respecto al resto de los encuadres [$F(5,56)=.143, p=.229$].

	Media	Desv. Desviación
primera semana	.3929*	.33984
segunda semana	.2571	.36140
tercera semana	.1857	.27807
cuarta semana	.1000	.31623
quinta semana	.1000	.31623
sexta semana	.1429	.26937

Total	.2028	.32158
-------	-------	--------

Tabla 35. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre Económico conserva su mayor presencia en la primera semana | | Elaboración propia.

ANOVA					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.713	5	.143	1.428	.229
Dentro de grupos	5.595	56	.100		
Total	6.308	61			

Tabla 36. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.229$ | | Elaboración propia.

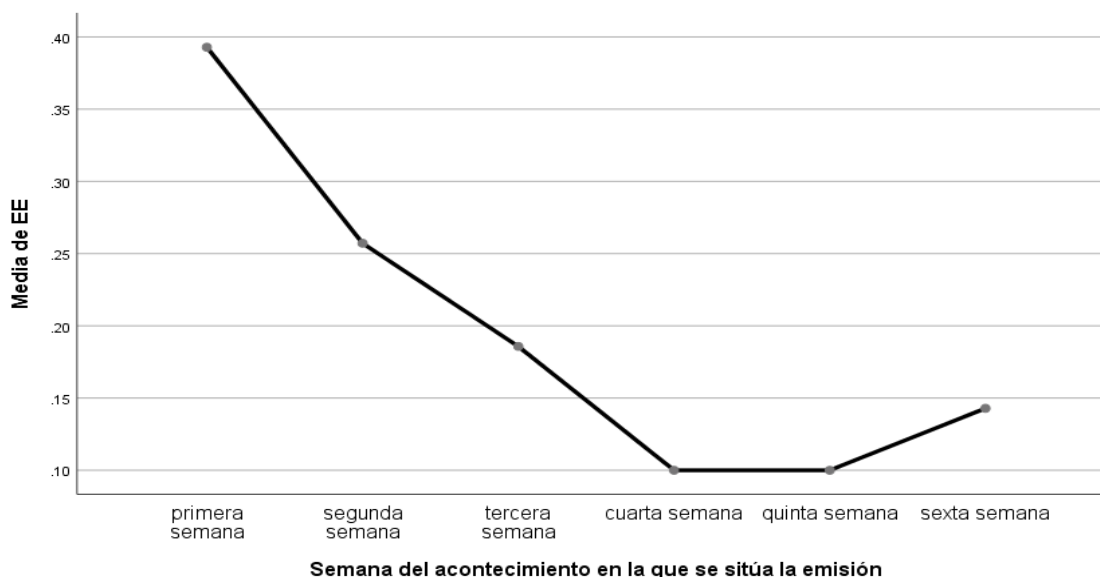


Gráfico 5. Distribución de la prevalencia del Encuadre Económico en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | | Elaboración propia.

Referente al Encuadre Político, el cálculo de la media es bastante consistente siendo éste uno de los más elevados en este desarrollo con .5595 manteniendo, según el cálculo de la varianza [$F(5,56)=1.258, p=.295$], poca significancia en su prevalencia, es decir, que el encuadre político fue consistente durante todas las semanas analizadas generando una tendencia informativa en las emisiones incluidas.

	Media	Desv. Desviación
primera semana	.5595	.31920

segunda semana	.5286	.30897
tercera semana	.3429	.15357
cuarta semana	.4857	.28730
quinta semana	.3571	.27970
sexta semana	.4000	.18808
Total	.4493	.26863

Tabla 37. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre Político conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia.

ANOVA					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.444	5	.089	1.258	.295
Dentro de grupos	3.957	56	.071		
Total	4.402	61			

Tabla 38. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.295$ | |Elaboración propia.

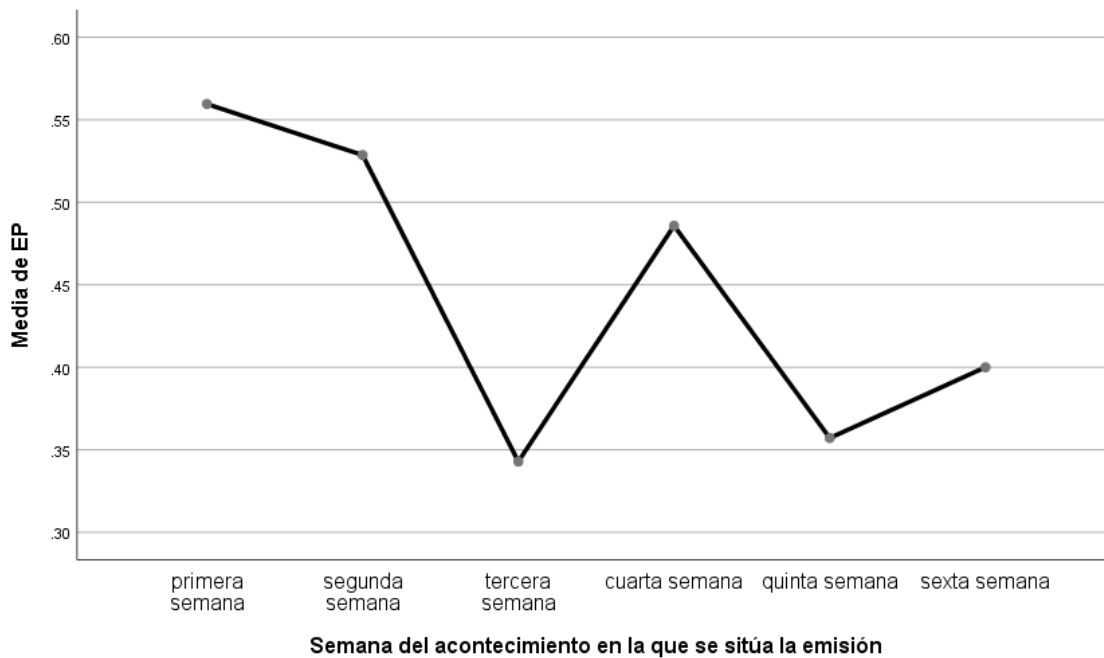


Gráfico 6. Distribución de la prevalencia del Encuadre Político en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

En cuanto al Encuadre de Condición Social que se asocia a la presencia de casos de contagios relacionados a la ruralización de las zonas donde se registra alza de contagios relacionados a la epidemia, la situación de clase social o el nivel económico de quienes

presentan síntomas o diagnóstico infeccioso; en ese sentido, que estas categorías tuvieran en la semana uno mayor aparición en los mensajes emitidos en el programa informativo refiere a una necesidad de generar más panoramas que visualizaran y socializaran el progreso de los casos infectados talvez con el objetivo de crear una prevención interiorizada en el receptor muestra una media calculada de .3542 y un valor estimado de varianza de $[F(5,56)=2.12, p=.021]$, es decir, muestra que hay una diferencia significativa entre las medias desde la primera a la sexta semana.

	Media	Desviación
primera semana	.3542	.27091
segunda semana	.2500	.33333
tercera semana	.0750	.16874
cuarta semana	.0500	.15811
quinta semana	.1500	.24152
sexta semana	.0750	.16874
Total	.1653	.25181

Tabla 39. Cálculo de la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión de la noticia en las 62 unidades de análisis donde se observa la frecuencia de los casos y el cálculo de la media donde el Encuadre de Condición Social y Demografía conserva su mayor presencia en la primera semana | |Elaboración propia.

ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.798	5	.160	2.912	.021
Dentro de grupos	3.070	56	.055		
Total	3.868	61			

Tabla 40. Cálculo de la varianza sobre la prevalencia de los encuadres respecto a las semanas de emisión donde no se observa una significancia $p=0.021$ | |Elaboración propia.

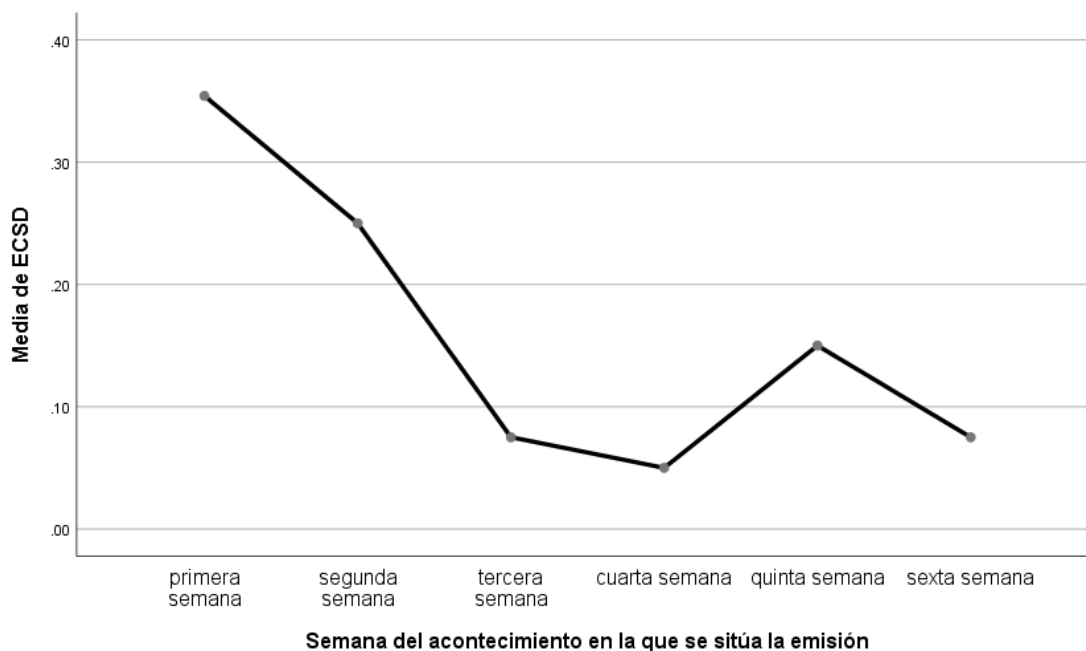


Gráfico 7. Distribución de la prevalencia del Encuadre de Condición Social y demografía en relación a la semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión | |Elaboración propia.

Si bien estas tablas muestran la prevalencia de los encuadres y su relación con las semanas de cobertura; resulta interesante observar el encuadre referente a la crítica de fuente especializada (científicos, especialistas en salud, especialistas de la industria farmacéutica, periodistas y el presentador del programa noticioso); este dato contribuye a la discusión sobre el tipo de coberturas que se hacen durante una crisis visibilizando la poca crítica que se ejerce durante un tema epidémico.

Partiendo de lo anterior, se puede inferir que los programas informativos no emiten mensajes que contengan contenido crítico de fuentes o sectores trastocados por el brote epidémico; este hallazgo de frecuencia permite reflexionar que la producción de noticias en la televisión pública en torno a un acontecimiento de interés mundial mantiene un sesgo importante respecto a la participación de fuentes privilegiando acciones y políticas emergentes para el control social y epidémico.

Según McQuail, los medios, como instrumentos de poder social o propaganda, pueden adoptar aspectos coercitivos como, por ejemplo, provocando deliberadamente miedo o alarma (1993, pág. 190), en ese sentido, el poco contenido crítico en los mensajes

emitidos durante una emergencia sanitaria forma parte de la instrumentalización de la propaganda política monopólica¹⁰³.

Para orientar de manera visual la prevalencia de los encuadres durante las seis semanas de la cobertura de la Influenza Humana AH1N1 en los programas informativos de televisión se infirió que el Encuadre Político mantuvo durante estas semanas la mayor prevalencia y menos varianza; es decir, la presencia de información política y gubernamental, relaciones políticas internacionales y la opinión de agentes políticos nacionales y extranjeros alrededor del brote epidémico, rigieron los mensajes emitidos en este lapso de tiempo, en ese sentido, la cobertura de la televisión pública atendió más las versiones oficiales que el resto de los encuadres.

En sentido contrario, y como ya se venía observando a lo largo del análisis de los resultados, el Encuadre sobre la Crítica de fuentes especializadas tiene presencia casi nula lo que refuerza la discusión sobre la ausencia de contenidos críticos en los mensajes emitidos sobre la crisis epidémica; este resultado puede ayudar a inferir que en situaciones de desestabilidad social acometidas por una epidemia, o cualquier otro factor que altere la estabilidad, no se construye desde la crítica de la fuentes especializadas, lo cual puede permear el impacto del acontecimiento, sino que, al menos en la televisión pública, la construcción de la noticia se origina desde la agenda política y los elementos categóricos que la componen.

Dentro de este primer análisis de resultados se han identificado diversos elementos que componen el ciclo mediático-epidémico de tal modo que muestran el flujo de la noticia en diferentes agendas (pública, política, mediática); la siguiente tabla se desarrolla sobre el tiempo del mensaje al aire y la cobertura del acontecimiento por parte del programa informativo de televisión pública; es decir, objetivo de esta gráfica es visualizar la tendencia de la noticia respecto a los días de cobertura y tiempo destinado en televisión.

¹⁰³ Por propaganda política monopólica entiéndase como la relación entre la disponibilidad actual de poderosos medios de comunicación y las acciones de agentes políticos, que mediante el medio y con una asociación de intereses, amplían las posibilidades de la persuasión.

La comunicación de crisis identifica tres estados en su evolución; la primera fase es la de Pre-Crisis en cuya etapa la crisis empieza a dar señales de vida y se detecta la posible existencia de problemas futuros; la segunda fase es la de Crisis donde la crisis ya ha salido a luz pública a través de los medios de comunicación y la tercera se es la Post-Crisis en la que se vuelve a la normalidad y se supera el punto álgido y se enfrenta la etapa de recuperación (González-Herrero, 1993 citado en García Ponce & Smolak-Lozano, 2013, pág. 54).

Piñuel & Westphalen (1993) distinguen cuatro etapas de la crisis; la primera etapa es la preliminar cuando se empiezan a advertir señales que pueden llevar a la crisis, lo deseable es que, prevenidos por estos síntomas, se empiecen a aplicar decisiones correctas para subsanar cualquier posible acontecimiento e desencadene la crisis; la segunda es la fase aguda en la que aumenta la precisión de los medios de comunicación, dando cobertura máxima al acontecimiento¹⁰⁴; la tercera fase es la crónica donde se observan las consecuencias a varios niveles derivados de la crisis (intervenciones externas, apertura de negociaciones, consecuencias mercantiles o desestabilidad); por último se encuentra la fase postraumática que es el momento de reflexión y extracción de balances y se toman las decisiones derivadas el efecto acción-reacción, tales como el refuerzo de las medidas de seguridad y reestructuración interna.

Teniendo las anteriores perspectivas como respaldo teórico y taxonómico sobre la crisis se puede observar en esta muestra que el ciclo de atención de la noticia pasa por etapas diversas en relación al interés del acontecimiento, es decir, el tiempo de duración del mensaje y el abordaje del hecho noticiosos va menguando mientras la temporalidad se amplía; la noticia que al inicio ocupaba gran parte de la duración del programa informativo en los primeros días o semanas de cobertura cae lo que ayuda a concluir que hay una relación inversa entre la variable duración y temporalidad de la cobertura donde se pueden detectar las fases endémicas del acontecimiento.

¹⁰⁴ Según Piñuel y Westphalen en la fase aguda de la crisis, con la intervención de los medios de comunicación, la especulación puede llegar a distorsionar la información con consecuencias inesperadas.

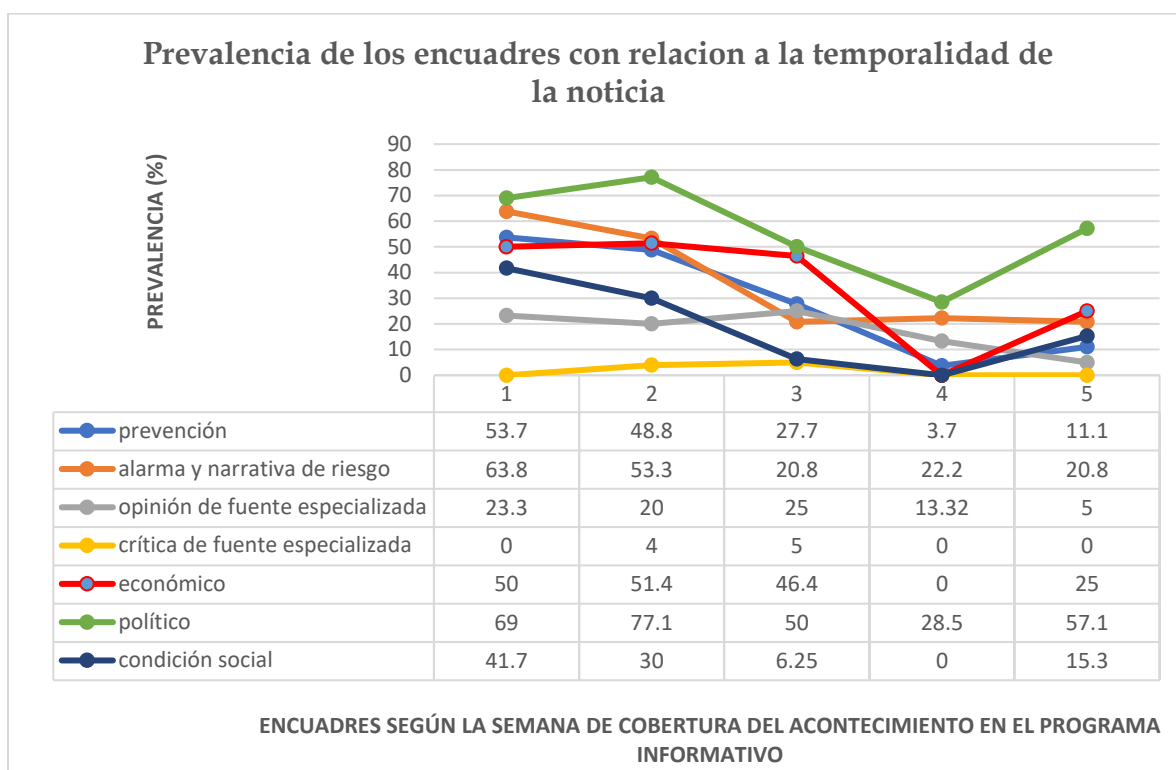
Los picos informativos que se observan en la gráfica responden a la activación de la enfermedad; el primero destaca la declaración de alerta epidémica por parte de representantes gubernamentales nacionales con base en los reportes del Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica (SINAVE) mientras que el segundo, tras un control epidémico a nivel mundial, reaviva la noticia en el mismo sentido que se reactiva el virus en Asia y África; este dato asiste a la hipótesis del ciclo mediático en relación al ciclo patógeno de la enfermedad que figuran una correspondencia directa y proporcional relacionando la variable de la temporalidad sobre la cobertura de la noticia en el programa informativo y la prevalencia del encuadre; el objetivo de esta contingencia es la de mostrar el flujo de la noticia y su paso por los encuadres lo cual hace viable visualizar la dinámica de la noticia y las agendas noticiosas.

Esta visualización coloca el Encuadre Político como el más prevalente en relación a la cobertura y muestra la actividad de sus categorías más relevante en la segunda mientras que en la cuarta semana cae, no obstante, se reactiva en la quinta esto como parte del efecto de reactivación epidémica que se mencionaba en la gráfica anterior.

El Encuadre de Alarma y Narrativa de riesgo presenta una prevalencia máxima en la semana uno y va en descenso durante la cobertura aunque muestra una estabilidad las tres últimas semanas el acontecimiento; en comparación con el encuadre previo, las categorías que conforman este encuadre no se observaron en ascenso cuando el virus se reactivó de manera importante hacia la cuarta y quinta semana por lo que es significativo considerar a estas narrativas como elemento de control que aparece en la primera fase de contingencia y no vuelve a aparecer considerablemente en la cobertura.

Similar al comportamiento del Encuadre Político se encuentra el Encuadre Económico; tal proceder es condescendiente a la estabilidad social pues las categorías de este encuadre muestran el panorama de una de las agendas de mayor flujo durante una situación epidémica y en la que se presentan las fases esenciales de una crisis.

Como se había tratado con anterioridad, el Encuadre de Crítica de las fuentes especializadas se visualiza con mayor interés en esta gráfica ya que muestra la tendencia durante la cobertura de sus categorías en relación a la producción del mensaje y su emisión; es decir, la crítica de fuentes especializadas sobre el acontecimiento no es parte de la comunicación durante una crisis epidémica y de desestabilidad social.



Gráfica 8. Prevalencia de los encuadres relacionados con la cobertura del acontecimiento epidémico en el programa informativo de televisión pública | |Elaboración propia.

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO V. Discusión y Conclusión.

Tras el análisis preliminar de la estadística descriptiva se puede ir construyendo un camino que lleva a concluir que en la televisión pública los encuadres con mayor presencia son el político y el económico; y este último, junto con el preventivo, conforman los encuadres con mayor prevalencia en la televisión privada; el encuadre de alarma y narrativa de riesgo se presenta en ambas televisoras y responden a razones de temporalidad más que de tipo de medio.

Estas aseveraciones resuelven sobre la primera pregunta de investigación donde se cuestiona la influencia de la tipología del medio en relación a los encuadres contribuyendo a afirmar las posturas de Waisbord (2010) y Brossard et al. (2008) respecto a la comunicación en momentos de crisis epidémicas, afirmaciones que se profundizarán en este capítulo.

La segunda pregunta de investigación que se respondió con este manejo estadístico cuestionó el tipo de cobertura en México por parte de los programas informativos; tras los resultados, se pudo concluir que esta cobertura es oficialista, sensacionalista y de alerta ya que las categorías para estos encuadres nunca desaparecen de los mensajes, tal vez se les da menor peso, en el caso de la narrativa de riesgo y alarma, pero no dejan de estar presentes durante el acontecimiento.

De modo contrario se observó que el encuadre que no forma parte activa de la cobertura informativa sobre la crisis epidémica es el que concluye sobre la crítica de las fuentes especializadas; es decir, no hay un contenido crítico especializado dentro de los mensajes pronunciados por estas televisoras dentro de su cobertura.

Estos hallazgos permiten identificar que los principales actores en las noticias de la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 en 2009 eran los representantes políticos y gubernamentales, nacionales y extranjeros; los representantes de las relaciones mercantiles y de comercio, especialista en el campo sanitario, así como aquellos que conformaban, día a día, las cifras de contagios y decesos tanto a nivel nacional como internacional; en ese sentido, los actores no sólo son aquellos que son entrevistados o aparecen en ruedas de prensa presentando acciones políticas y de control epidémico, sino también aquellos que conforman las consecuencias del proceso orgánico de la epidemia.

Con estos primeros resultados se puede disertar sobre si el tratamiento de la noticia tipifica al medio de comunicación que la emite, puesto que existe una asociación sólida partiendo de que la cobertura oficialista de una televisora pública va a favorecer las acciones de quien destina presupuesto para su manutención; en tal sentido que el encuadre político resulte ser el de mayor prevalencia en los mensajes emitidos por la televisora pública durante un proceso sanitario y social crítico proporciona un dato significativo de contenido propagandístico.

V.1 Discusión.

La discusión que va a encausar la conclusión de este trabajo de investigación partirá de tres variables asociadas como categorías de los siete encuadres planteados hasta ahora; estas variables se relacionan a elementos de la agenda setting, a los contenidos de los mensajes y al medio que los emite.

Si bien, a lo largo de esta tesis se han destacado posturas y planteamientos que justifican teórica y metodológicamente estos encuadres, es preciso hacer una comparación sobre los resultados empíricos de esta muestra y las aportaciones al campo de la comunicación que estos autores han elaborado.

La relación que se destacará en este apartado será entre las variables independientes tipo de medio, temporalidad y uso de fuentes con los encuadres

planteados con el fin de mostrar la fluidez que mantienen los encuadres respecto a estas tres variables para así aportar precisiones en torno al tipo de mensajes que se comunican en México durante una crisis sanitaria.

V.1.1 Sobre la nulidad de la mutua exclusión de los encuadres propuestos.

Hay diversas posturas sobre el planteamiento de los encuadres y la prevalencia de unos sobre el resto; algunas apuntan a que deben ser mutuamente excluyentes y otras afirman que hay encuadres que van a estar siempre presentes en un análisis de contenido y que estos convergen dentro de una unidad de análisis.

El dedicarles un apartado a ambas posturas se suscita en la consideración metodológica de esta tesis ya que su incorrecta interpretación puede llevar a una invalidez empírica respecto al manejo de las unidades de análisis y al protocolo de investigación que es su antesala y que se muestra explícito en la introducción al trabajo y la cuestión.

En estudios de análisis de contenido se entiende a la mutua exclusión como aquellas categorías que no pueden convivir con otra o más; es decir, es el espacio de análisis donde una variable no puede compartir proposición con otra en una situación simultánea, por ejemplo, que un encuadre ni sus categorías permitan la aparición de otro durante la unidad observada.

Trabajos como el de Igartua, Muñiz & Cheng, 2005; Humanes & Igartua, 2004; Semetko & Valkenburg, 2000 conforman las principales aportaciones contemporáneas de los estudios sobre encuadres que no se excluyen mutuamente y que presentan un panorama de la noticia que se construye desde diversas aristas. La comunicación mediática de situaciones de riesgo y problemas sociales en este abordaje se articula con elementos que se conservan en la realidad y que posiciona al receptor como el actor que debe ser informado desde todas las posibilidades.

En cambio, estudios contemporáneos como los de Brossard, Shanahan & McComas, 2004; Shih, Wijaya & Brossard, 2008; Waisbord, 2010; Suau-Gomilla, Percastre Mendizábal, Palá Navarro & Pont Sorribes, 2017 apuntan que la comunicación de situaciones de riesgo¹⁰⁵, desestabilidad social y acciones políticas mantienen un eje conductor que se fortalece a medida que intervienen otros factores; es decir, que el cubrimiento de una noticia se genera desde elementos previos con un solo enfoque y pese a la intervención de otras aristas de observación sólo será uno el que marque el rumbo mediático del acontecimiento.

Ambas posturas que tipifican las coberturas mediáticas en acontecimientos de crisis y desestabilidad social construyen el cómo se informa en regiones, circunstancias y territorios lo cual fortalece y argumenta la discusión de los estudios de la comunicación de riesgo y el establecimiento de agenda.

Con base en tales disertaciones y el tipo de hallazgos que esta tesis resolvió así como en la estrategia metodológica que se planteó hay una proximidad mayor a concebir que la cobertura sobre la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 de 2009 en México se construyó desde diversas aristas donde los encuadres y sus categorías no son mutuamente excluyentes ya que son sucesos colectivamente exhaustivos; es decir que la aparición, por ejemplo, de fuentes o representantes gubernamentales al menos va a suceder una vez cuando el encuadre político aparezca, sea o no el mayoritario en la unidad de análisis.

Esta afirmación sucede al cálculo de las correlaciones para la regresión lineal entre el tipo de medio y los encuadres ya que se halló, de forma colateral, que hay colinealidad entre éstos; si bien es un hallazgo que remite al modelo de generación de los encuadres, también nos dice que hay variables o categorías reiterativas que favorecen la posibilidad de generar índices en cuanto al diagnóstico de la forma en que se comunica en México durante una crisis sanitaria al mostrarse significancia válida al cruce de las categorías que

¹⁰⁵ Estos trabajos tienen como objeto de estudio situaciones de crisis a brotes epidémicos como el ébola, el dengue, la gripe aviar y noticias sobre el cambio climático.

conforman los encuadres. Para entender mejor cómo es que se llegó a ello la siguiente tabla opera a partir de la selección de las variables tipo de medio como variable independiente y los encuadres como variable dependientes; en ella se localiza la correlación que permitirá generar la regresión múltiple según el grado de significancia donde su resultado se encuentra entre el cruce de la variable tipo de medio y los encuadres político, dato que se desarrollará con mayor indagación en el siguiente apartado, pero que al observarse los siguientes cruces entre las variables dependientes (EPR, EANR, EOFE, ECFE, EE, EP, ECSD) se encuentra que sus características también permiten que se generen cruces entre ellos que de ser así tendrían significancia estadística. Este hallazgo abre el camino a una investigación más detallada que permita abordar ya no sólo los encuadres sino la identificación de las características específicas de la comunicación de crisis sanitarias con base en los mensajes que se emiten en programas informativos y que pueden posibilitar la concepción de la realidad de la audiencia construyendo imaginarios sociales que repercutan en la acción colectiva.

		Correlaciones							
		Tipo de medio	EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD
Tipo de medio	Correlación de Pearson	1	.017	-.059	.017	-.131	-.462*	-.562*	-.048
	Sig. (bilateral)		.896	.648	.896	.309	.000	.000	.709
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EPR	Correlación de Pearson	.017	1	.453*	.320	.109	.184	.175	.389
	Sig. (bilateral)	.896		.000	.011	.399	.152	.173	.002
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EANR	Correlación de Pearson	-.059	.453*	1	.298	.045	.313*	.160	.526
	Sig. (bilateral)	.648	.000		.019	.727	.013	.214	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EOFE	Correlación de Pearson	.017	.320	.298	1	.445	.311	.073	.197
	Sig. (bilateral)	.896	.011	.019		.000	.014	.574	.125
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECFE	Correlación de Pearson	-.131	.109	.045	.445	1	.304	.050	-.042
	Sig. (bilateral)	.309	.399	.727	.000		.016	.700	.744
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EE	Correlación de Pearson	-.462*	.184	.313*	.311	.304	1	.504*	.346
	Sig. (bilateral)	.000	.152	.013	.014	.016		.000	.006
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EP	Correlación de Pearson	-.562*	.175	.160	.073	.050	.504*	1	.225
	Sig. (bilateral)	.000	.173	.214	.574	.700	.000		.078
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECSD	Correlación de Pearson	-.048	.389	.526	.197	-.042	.346	.225	1
	Sig. (bilateral)	.709	.002	.000	.125	.744	.006	.078	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 41. Correlación de las variables tipo de medio y los encuadres donde se observa colinealidad significativa menor a 0.05 entre las características de cada una de las variables dependientes | | Elaboración propia.

V.1.2 Discusión de los avances teóricos sobre el análisis de contenido en contraste con los hallazgos.

Como se mencionó al inicio de este capítulo, tres van a ser las variables de discusión para este apartado las cuales construyen el artefacto teórico y metodológico que esta tesis tiene como producto; la constitución de tal discusión se genera desde las variables independientes: tipo de medio, temporalidad, duración del mensaje y uso de fuentes en correlación con cada uno de los encuadres propuestos; la traducción del trabajo de sofisticación estadística se simplifica en tres tablas que son la visualización argumentativa del protocolo de investigación que se lee en la introducción de esta tesis.

Como se mencionó en el apartado anterior sobre la identificación de esta tesis en cuanto a los últimos trabajos y más representativos encuadres, la discusión se centrará en lo que se halló con el tratamiento estadístico y los aportes teóricos que le influyeron.

a) Relación entre el tipo de medio y el tratamiento de la noticia.

Según Igartua, Muñiz, & Otero (2005) el medio televisivo destaca su mayor jerarquización enfatizando enfoques temáticos de carácter negativo y dramático en situaciones de crisis sociales y humanitarias (pág. 12); para resolver sobre ello se plantearon las preguntas de investigación con base en el tipo de medio ¿cuáles son los encuadres con mayor prevalencia? y ¿qué enfoques se jerarquizaron en la televisión mexicana durante la crisis epidémica de influenza Humana AH1N1 de 2009?

Proponiendo como variable independiente el tipo de medio y como variables dependientes cada uno de los encuadres se halló¹⁰⁶ que en las 62 unidades de análisis entre televisión pública y privada los encuadres con mayor prevalencia fueron el Encuadre Económico ($\chi^2(1.348)$ [F=16.310, $p<.001$]) donde se destacaban cifras e información sobre desaceleración y pérdidas económicas, desempleo y daños turísticos, afectación de establecimientos y relaciones mercantiles así como la presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales; así como el Encuadre Político ($\chi^2(1.391)$ [F=27.711, $p<.001$]) donde se acentuaba la presencia de información política y gubernamental, opinión de fuentes políticas y gubernamentales nacionales y extranjeras, presencia de representantes políticos nacionales y extranjeros e información sobre afectación de relaciones políticas internacionales.

Encuadre	X²	F	Eta²	Sig.
<i>EPR</i>	.001	.017	.000	.896
<i>EANR</i>	.016	.211	.003	.648
<i>EOFE</i>	.001	.017	.000	.896
<i>ECFE</i>	.003	1.053	.017	.309
<i>EE</i>	1.348	16.310	.214	.000*
<i>EP</i>	1.391	27.711	.316	.000*
<i>ECSD</i>	.009	.141	.002	.709

¹⁰⁶ en la correlación de las variables con regresión múltiple para destacar la significancia de la varianza para cada uno de los encuadres

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01

Tabla 42. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Tipo de Medio y Encuadre | |Elaboración propia.

Existían diferencias significativas entre la televisión pública y la televisión privada respecto a la jerarquización del enfoque de estos dos encuadres ya que para el encuadre económico, la televisión pública (M=.3502, D=.3776) contenía mayor características que la televisión privada (M=.0553, D=.1506) y la misma observación se encontró en el encuadre político donde la televisión pública reflejaba mayor usos de estas fuentes (M=.5991, D=.2286) que la privada (M=.2995, D=.21993) en sus emisiones y tratamiento noticioso.

Tipo de medio		EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD
PÚBLICO	Media	.2396	.3441	.1742	.0194	.3502	.5991	.1774
	N	31	31	31	31	31	31	31
	Desviación	.28425	.25069	.16118	.06011	.37767	.22863	.27533
PRIVADO	Media	.2488	.3118	.1806	.0065	.0553	.2995	.1532
	N	31	31	31	31	31	31	31
	Desviación	.26845	.30044	.22124	.03592	.15063	.21932	.22983
Total	Media	.2442	.3280	.1774	.0129	.2028	.4493	.1653
	N	62	62	62	62	62	62	62
	Desviación	.27423	.27489	.19199	.04954	.32158	.26863	.25181

Tabla 43. Cálculo medias y desviación estándar por encuadre según el Tipo de Medio | |Elaboración propia.

De forma incluyente respecto al resto de los encuadres, la jerarquización del tipo de enfoque para el brote epidémico de 2009 la televisora pública Canal Once mediante su programa informativo *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* atendió el acontecimiento de la siguiente manera, donde según el cálculo de sus medias de forma descendente el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo también presenta prevalencia de sus características dentro del análisis de los mensajes emitidos mientras que las características del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas son las menos presentes en los mensajes.

Encuadre	EP	EE	EANR	EPR	ECSD	EOFE	ECFE
Media	.5991	.3502	.3441	.2396	.1774	.1742	.0194
Desviación	.22863	.37767	.25069	.28425	.27533	.16118	.06011

Tabla 44. Cálculo de la jerarquización de los encuadres en el programa informativo de televisión pública *Once Noticias con Adriana Pérez Cañedo* | |Elaboración propia.

Para el caso de la televisora privada mediante su programa informativo *Hechos Noche con Javier Alatorre* la jerarquización del tipo de enfoque para el brote epidémico de 2009 se atendió de la siguiente manera donde, a pesar de tener mayor significancia del Encuadre Político, el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo muestra mayor prevalencia de sus características dentro del análisis de los mensajes emitidos así como el Encuadre Preventivo y el Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas; la menor prevalencia de sus características, al igual que en la televisión pública, es el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas donde se hacía referencia a la presencia de alguna crítica procedida por entidades científicas, especialistas en salud, especialistas en la industria farmacéutica, periodística o del propio presentador del informativo.

Encuadre	EANR	EP	EPR	EOFE	ECSD	EE	ECFE
Media	.3118	.2995	.2488	.1806	.1532	.0553	.0065
Desviación	.30044	.21932	.26845	.22124	.22983	.15063	.03592

Tabla 45. Cálculo de la jerarquización de los encuadres en el programa informativo de televisión pública *Hechos Noche con Javier Alatorre* | |Elaboración propia.

De acuerdo con lo hallado y atendiendo a la disertación de Igartua *et al.* (2005) el medio televisivo privado es el que destaca su mayor jerarquización enfatizando enfoques temáticos de carácter dramático y sensacionalista en situaciones de crisis epidémicas (específicamente la abordada en esta tesis); respecto a las preguntas que se plantearon al inicio sobre ¿cuáles son los encuadres con mayor prevalencia? y ¿qué enfoques se jerarquizaron en la televisión mexicana durante la crisis epidémica de influenza Humana AH1N1 de 2009? Se responde que son las características del Encuadre Político las que guardan mayor prevalencia en las unidades de análisis y seguido de éste se encuentran el Encuadre Económico el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo y el Encuadre Preventivo mientras que será un común denominador que las características del Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas sea, en ambas televisoras, el menos prevalente.

b) Correspondencia entre la temporalidad y el tratamiento de la noticia.

Para Waisbord (2010), hay múltiples factores que mantienen a la noticia en el ciclo noticioso por tiempo prolongado y estos operan como el ancla que sostiene

temporalmente la cobertura por un periodo inusitado siendo fundamentales para modificar el curso de la noticia comúnmente sosteniendo información sobre prevención y cuidado, así como declaraciones de altos funcionarios públicos y la aparición de conflictos políticos.

Para abordar esta aportación se plantearon las preguntas de investigación con base en la temporalidad ¿en qué parte del ciclo mediático se localizan qué tipo de encuadres? y ¿qué fuentes fueron las prevalentes en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009?

Proponiendo como variable independiente la temporalidad y como variables dependientes cada uno de los encuadres se encontró que los encuadres con mayor varianza fueron el Encuadre Preventivo ($\chi^2(.3633)$ [F=7.345, $p<.001$]) donde se destacaban consejos sobre la implementación de medidas sanitarias, información sobre centros de atención ciudadana así como la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico, opiniones a transeúntes y empleados, medidas anticontagio en territorio nacional y extranjero; así como el Encuadre de Condición Social y Demografía ($\chi^2(.160)$ [F=2.912, $p<.05$]) donde se acentuaba la presencia de información de datos y cifras de pobreza, afectación a zonas rurales, contagios asociados a la condición social y comparación demográfica.

Encuadre	X ²	F	Eta ²	Sig.
EPR	.363	7.345	.396	.000**
EANR	.150	2.170	.162	.070
EOFE	.070	2.049	.155	.086
ECFE	.001	.388	.033	.855
EE	.143	1,428	.113	.229
EP	.089	1.258	.101	.295
ECSD	.160	2.912	.206	.021*

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05

Tabla 46. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Temporalidad y Encuadre | |Elaboración propia.

En la exploración profunda de los datos arrojados por la varianza y la correlación se encontraron distribuciones indicadoras, según la media, de la jerarquización de los

enfoques por semana en torno a la cobertura del acontecimiento; el primer hallazgo reflejó que las categorías del Encuadre Político se mantuvieron constantes durante las seis semanas de cobertura de acuerdo a los mensajes en las unidades de análisis (M=.4493, D=.2686); con valores constantes similares se encontró al Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo (M=.3280, D=.2748) donde se hacía referencia a datos y cifras de casos de contagios nacionales y extranjeros, información no verídica o sensacionalista, casos de decesos, comparativas de epidemias previas o palabras como “muerte”, “caos”, “destrucción”, “fuera de control” y al Encuadre Preventivo (M=.2442, D=.2742) que será en las primeras tres semana donde sus categorías conformen la cobertura del acontecimiento.

Si bien hay encuadres con distribuciones más prominentes como el Encuadre de Condición Social y Demografía, que muestra mayor dinamismo durante las seis semanas de cobertura, sus categorías no jerarquizan en todo momento el enfoque de los mensajes hallados en las unidades de análisis lo que ayuda a concluir sobre el tipo de tratamiento del acontecimiento; es decir, la construcción de la noticia se nutría más del uso de fuentes gubernamentales y políticas que de la situación de pobreza u otras características como factores adyacentes a los casos de contagio.

Temporalidad		EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD
Primera semana	Media	.5357	.5000	.3167	.0167	.3929	.5595	.3542
	Desv.	.27997	.29302	.23290	.05774	.33984	.31920	.27091
Segunda semana	Media	.3571	.4333	.2000	.0200	.2571	.5286	.2500
	Desv.	.29547	.26294	.18856	.06325	.36140	.30897	.33333
Tercera semana	Media	.2000	.2167	.1600	.0200	.1857	.3429	.0750
	Desv.	.19284	.17656	.18379	.06325	.27807	.15357	.16874
Cuarta semana	Media	.0429	.2333	.1000	.0000	.1000	.4857	.0500
	Desv.	.09642	.27442	.14142	.00000	.31623	.28730	.15811
Quinta semana	Media	.1571	.3000	.1400	.0000	.1000	.3571	.1500
	Desv.	.21770	.28109	.16465	.00000	.31623	.27970	.24152

Sexta semana	Media	.1143	.2500	.1200	.0200	.1429	.4000	.0750
	Desv.	.17561	.26352	.16865	.06325	.26937	.18808	.16874
Total	Media	.2442	.3280	.1774	.0129	.2028	.4493	.1653
	Desv.	.27423	.27489	.19199	.04954	.32158	.26863	.25181

Tabla 47. Distribución de los Encuadres según su media y desviación estándar respecto de la Temporalidad del acontecimiento | |Elaboración propia.

Según lo encontrado y atendiendo al razonamiento de Waisbord (2010) la noticia sobre el brote epidémico sostuvo su ciclo mediático con información sobre prevención y cuidado, así como de declaraciones de altos funcionarios públicos y la aparición de conflictos políticos y sensacionalistas nutriendo al acontecimiento de elementos y características para su larga estadía. Respecto a las preguntas que se plantearon al inicio sobre ¿en qué parte del ciclo mediático se localizan qué tipo de encuadres? y ¿qué fuentes fueron las prevalentes en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009? se responde que son los encuadres que forjan la prevención y la expectativa así como la situación política de cara a la nación y al exterior los que prevalecen durante el ciclo mediático-epidémico y son las fuentes políticas y gubernamentales, tanto nacionales como internacionales presentes en el Encuadre Político, las que sostienen mayoritariamente el flujo informativo sobre la crisis epidémica concluyendo en una cobertura oficialista.

La acción y jerarquización de las fuentes oficiales sobre las fuentes científicas de expertos en la salud Waisbord (2010) la relaciona con el “riesgo político” es decir, que durante una crisis sanitaria el oficialismo tiende a defender sus acciones y cuando la perspectiva política asciende, es “habitual” que se las fuentes expertas sean sustituidas e incluso las historias de “drama humano” son focalizadas convirtiéndose en protagonistas de ahí que el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo sea un constante durante el ciclo mediático de la epidemia ya que muestran la vivencia con la enfermedad o las consecuencias e tiempos distantes; para Lupton, (1999) y Ungar (1998) respecto al posicionamiento de la alarma y el riesgo dentro del evento noticioso es un común del ciclo mediático-epidémico que los escenarios del contagio sean montados en narrativas de

riesgo alimentadas por la posibilidad de contagio y la dificultad (o fracaso) de contención donde la idea de “un mundo fuera de control” se posicione en el discurso del emisor, llámese fuente política o medio de comunicación.

c) Asociación entre el uso de fuentes y el tipo de medio.

Semetko y Valkenburg (2000) han planteado cuatro encuadres que rigen o jerarquizan el *grosso* de los tratamientos noticiosos en el mundo¹⁰⁷, específicamente, en el encuadre de Atribución de responsabilidad hacen referencia a la asociación entre el acontecimiento (causa-solución) y gobierno donde es a éste a quien se le atribuye o se le configura la comprensión pública de la responsabilidad por lo que dar parte al uso de fuentes gubernamentales elabora el tipo de “compromiso adquirido” del sistema ante el hecho noticioso.

Para abordar esta aportación se plantearon las preguntas de investigación ¿en qué tipo de medio prevalecen qué tipo de fuentes? y ¿qué fuente fue la de mayor prevalencia en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009?

Proponiendo como variable independiente el tipo de medio y como variables dependientes las categorías específicas sobre el uso de fuentes en los encuadres con mayor prevalencia o donde estas fuentes sean explícitas¹⁰⁸ se encontró que las fuentes con mayor prevalencia fueron los Representantes Políticos y Gubernamentales, según la media (M=.68, D=.471) y los Extranjeros según su significancia (χ^2 (22.026) [Eta²=.596, p<.001] así como los Representantes Económicos Mercantiles y Comerciales (χ^2 (12.130) [Eta²=.442, p<.001) donde se destacaba la emisión de información y opinión en torno al brote epidémico; el Encuadre de Opinión de Fuentes Científicas mantuvo media importante

¹⁰⁷ En su artículo “Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News” las autoras sugieren que son los encuadres de Conflicto (Conflict Frame), Interés Humano (Human Interest frame), Consecuencias Económicas (Economic Consequences frame), Moralidad (morality frame) y Atribución de Responsabilidad (Responsability frame) los que construyen la base de todas las coberturas mediáticas en prensa y televisión ya que los acontecimientos tienden a contener tópicos comunes

¹⁰⁸ Estos encuadres son el Económico, Político y de Opinión de Fuentes Especializadas.

sobre el total de las unidades de análisis lo que influye en la percepción del entorno del receptor ya que entre más información éste perciba, ejerce un valor de apropiación (*obtrusive*) sobre los consejos de prevención (M=.35, D=.482) aunque su valor de significancia sobre el cruce con el tipo de medio no sea muy elevado ($\chi^2(1.127)$ [Eta²=132, p=.288]).

Fuente	Media	Desv.	X ²	Eta ²	Sig.
Representantes Políticos y Gubernamentales Nacionales	.68	.471	7.381	.345	.007
Representantes Políticos y Gubernamentales Extranjeros	.61	.491	22.026	.596	.000*
Científica	.35	.482	1.127	.135	.288
Especialistas de la Salud	.32	.471	4.724	.276	.030
Representantes Económicos, Mercantiles y Comerciales	.26	.441	12.130	.442	.000*
Especialistas de la Industria Farmacéutica	.16	.371	4.292	.113	.038
Periodistas/Presentador	.05	.305	1.016	.128	.313

** La correlación es significativa en el nivel 0,01

* La correlación es significativa en el nivel 0,05

Tabla 48. Correlación, varianza y asociación entre la variable independiente Tipo de Medio y Uso de Fuentes | |Elaboración propia.

En la indagación a fondo de los datos arrojados por la contingencia cuadrática y la significancia se encontraron distribuciones indicadoras, según la media, de la jerarquización de los enfoques por semana en torno a la cobertura del acontecimiento; el primer hallazgo reflejó que la categoría de Encuadre Político referente a la presencia de Representantes Políticos y Gubernamentales Extranjeros mantuvieron el 90.3% de las 28 presencias en las 31 unidades de análisis en el Medio Público mientras que en el Medio Privado sólo hubo presencia en 10 siendo estas equivalentes al 32.3%; para el caso de los Representantes Políticos y Gubernamentales Nacionales su presencia en el Medio Público estuvo en 26 de las 31 unidades que en porcentaje representan el 83.9% mientras que en

el Medio Privado estos representantes se hallaron en el 51.6% de la unidades; con ello, las hipótesis previas sobre los mensajes de corte oficialista en el medio público se confirman.

Respecto a las categorías del Encuadre de Fuentes Especializadas, el Medio Privado favoreció a los Especialistas en Salud donde en 14 de las 31 unidades de análisis se localizó la presencia de estas fuentes que en porcentaje equivalen al 45.2% mientras que en la misma fuente en el Medio Público solo se halló presencia en el 19.4% del total porcentual; pero no fue la misma dinámica sobre el uso de la Fuente Científica donde el Medio Público mostró mayor uso ya que el 41.3% de las 31 unidades analizadas tenía presencia de esta fuente, el uso de las opiniones científicas se le puede atribuir a que el medio Público pertenece, igual que el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (CINVESTAV), al Instituto Politécnico Nacional (IPN).

Uso de Fuente/Tipo de Medio	Medio Público (Once TV)	Medio Privado (TV Azteca)
Representantes Políticos y Gubernamentales Extranjeros	28=90.3%	10=32.3%
Representantes Políticos y Gubernamentales Nacionales	26=83.9%	16=51.6%
Representantes Económicos, Mercantiles y Comerciales	14=45.2%	2=6.5%
Científica	13=41.3%	9=29.0%
Especialistas de la Industria Farmacéutica	8=25.8%	2=6.5%
Especialistas de la Salud	6=19.4%	14=45.2%
Periodistas/Presentador	0%	3=9.7%

Tabla 49. Distribución Porcentual del Uso de Fuentes según el Tipo de Medio | |Elaboración propia.

Respecto a las preguntas que se plantearon al inicio sobre ¿en qué tipo de medio prevalecen qué tipo de fuentes?, ¿qué fuente fue la de mayor prevalencia en la cobertura de los programas noticiosos de televisión durante el brote epidémico de 2009? y partiendo de las aproximaciones de Semetko y Valkenburg (2000), se responde que son las fuentes oficiales y económicas las que se mantienen en el flujo informativo durante una crisis

sanitaria y es el medio público el que las va a favorecer mientras que el medio privado, en este estudio, tendió a favorecer las fuentes de especialistas en salud.

V.2 Conclusión: Diagnóstico sobre los mensajes de dos televisoras en una crisis epidémica.

La conclusión elemental de esta tesis fundamenta que la prevalencia significativa de los encuadres sobre la cobertura en México durante la crisis sanitaria de Influenza Humana AH1N1 confirman que había una directriz hacia el tipo de comunicación oficialista del acontecimiento donde el constante uso de fuentes políticas y gubernamentales, nacionales y extranjeras, dirigía las acciones comunicativas de los medios y predisponiendo, probablemente, la concepción de la realidad y el entorno del receptor.

La integridad del análisis cuantitativo determinó que dicha orientación se verifica con relación a la temporalidad; es decir, que durante las seis semanas de cobertura las fuentes oficiales mantuvieron presencia; si bien no fueron las únicas fuentes que los medios analizados optaron por atender, sí encausaron la agenda mediática.

Las fuentes especializadas complementaron más que al medio, a la audiencia ya que, junto con las categorías del encuadre preventivo, tuvieron momentos de mayor inserción en los mensajes emitidos; tales momentos se refieren a las primeras dos semanas de cobertura del brote epidémico y a la semana cinco donde, según los informes del centro epidemiológico, se detectó una reactivación virulenta.

Tipificar la cobertura según el medio, enmarca las orientaciones sobre el cómo se quiere comunicar en México partiendo de elementos distintivos de la televisión mexicana que refleja alineaciones económicas y mediáticas ancladas a su función histórica. En virtud de esta aseveración se concluye que, en la televisión pública dado que mantiene un anclaje o subordinación gubernamental tanto mediático como institucional, la

construcción de su agenda favorece intervenciones políticas e institucionales mediante fuentes, comunicados, aproximaciones científicas y comunidades identitarias. En la televisión privada determinan pertinente abordar el acontecimiento desde categorías preventivas, alarmistas y económicas, destacando como fuentes aquellas que posibiliten enmarcar la noticia como un suceso altamente riesgoso no solo en el plano sanitario sino en el social y económico.

Si bien hay una relación equilibrada entre el número de unidades de análisis sobre cada una de las televisoras, la relación entre la duración destinada a los mensajes varía puesto que la televisión pública destina mayor tiempo de su programación a la cobertura sobre el acontecimiento sanitario, a excepciones de coberturas especiales como conferencias de prensa o mensajes presidenciales, mientras que a televisión privada ofrece menos tiempo de cobertura pero más diversidad de enfoques por ejemplo el impacto en espectáculos en vivo, aglomeraciones deportivas, impactos bursátiles entre otros, enfoques que en la televisión pública no se observaron.

El tratamiento de las notas revela la economía política del medio dado que hay una vinculación de personajes específicos, por ejemplo, en el caso de la televisora pública, en los mensajes donde hubo presencia de medidas preventivas éstas con regularidad estaban acompañadas de la opinión de un científico de la unidad de epidemiología del CINVESTAV o por algún directivo de alguna de las unidades de enseñanza-aprendizaje del IPN; en el caso de la televisora privada, en los mensajes donde hubo presencia de ubicación de centros de abastecimiento con regularidad se hacía también referencia a las donaciones tecnológicas (ventiladores hospitalarios) y médicas (unidades de medición de temperatura que permitían un seguimiento específico a pacientes diagnosticados con Influenza Humana AH1N1) de directivos de TV Azteca mediante su Fundación Azteca a centros hospitalarios de comunidades de insuficiente ayuda pública; ambos casos auto publicitando la función social del medio.

La diagnosis de esta investigación recae en analizar los mensajes que se emitieron durante la crisis epidémica de Influenza Humana AH1N1 en México; a la par de la

profundización de la exploración se fueron hallando hilos que tejieron los elementos teóricos y prácticos que debieron nutrir las interrogantes sobre el mensaje y su constitución. La reflexión sobre la ubicación de “el problema de investigación” no se situaba en el contexto social del brote epidémico, ni tampoco en la práctica profesional de quienes construyeron el mensaje, sino en lo que antecede a lo social y al quehacer periodístico e informativo; es decir, se encontraba en la conjunción de la palabra y la intención como sustancia que dio efecto a un comportamiento individual o a una acción colectiva que modificó el entorno.

La situación como mensaje se halla vinculada a elementos comunicativos imprescindibles dentro de la dinámica comunicacional los cuales han sido planteados, comprobados y corroborados convirtiéndose en teorías en torno al cómo, el qué y el porqué de la relación íntima entre el emisor, el mensaje y el receptor. Ubicar al mensaje como el interés de esta tesis llevó a también posicionarlo como eje esférico de las preguntas de investigación, objetivos específicos, encuadres y categorías, que al ejercer una dinámica conjunta dotaron de sentido a la percepción y función de éste.

Identificar en las unidades de análisis las categorías de los encuadres propuestos y considerar a tales como la definición de los mensajes, dio lugar a que el panorama actual de un suceso mediático-sanitario acontecido hace una década pudiera resolver sobre el abordaje “normalizado” de un hecho social desestabilizante; en ese sentido, la implementación de estas categorías en las coberturas mediáticas de acontecimientos similares puede probar si la colinealidad que el instrumento mostró contribuye a generar macro-encuadres, escalas o índices sobre la comunicación de crisis.

Países de América como Estados Unidos, Colombia, Brasil, Argentina, y de Europa como España y Reino Unido, contienen la mayor producción de estudios experimentales donde se ha reportado que la construcción de un mensaje con características y fines específicos, pese al nivel de interiorización de la realidad del receptor, puede conducir acciones individuales y colectivas inducidas.

Por último, esta investigación plantea tópicos sobre la comunicación de crisis, y sugiere continuar desarrollando investigaciones con mayores unidades de análisis, así como subrayar la necesidad de colocar el objetivo en un siguiente nivel donde se pueda visualizar la relación causa y efecto; es decir, entre el mensaje, el receptor y la acción social con miras a un estudio multidisciplinario.

Las limitaciones de esta tesis de maestría se relacionan con el aporte teórico y las unidades de análisis; lo primero se enlaza con el cuestionamiento sobre hasta qué punto la definición de noticia queda entredicho respecto de la identificación de las unidades de análisis, con lo que definiría si se ha convertido el programa informativo en un abordaje único de tan solo una noticia o se ha transformado en un relato global con múltiples microrrelatos, o incluso, si en realidad es un relato único que va fomentando distintas facetas del tema general en medida que intervienen mayores factores.

Pese a las limitaciones, esta tesis es un intento empírico, a mediana escala, dirigido explicar teórica y estadísticamente las características de algunos mensajes emitidos por programas informativos durante una crisis sanitaria, exponiendo también la identificación del ciclo mediático-epidémico y su relación con elementos fundamentales de la teoría del encuadre y establecimiento de agenda mediática.

BIBLIOGRAFÍA

- Aladro, E. (2013). Las teorías profesionales las cinco crisis del periodismo. *Cuadernos de Información y Comunicación* , 69-81.
- Alvira Martin, F. (1983). Perspectiva cualitativa/Perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*(22), 53-75.
- Arias, M. (2014). *La noticia televisiva. Resplandor de un discurso inquietante* . buenos Aires: Biblos.
- Arroyave, J., Obregón, R., & Barrios, M. M. (2008). *Análisis del cubrimiento periodístico de los temas de Gestión de Riesgo y Prevención de Desastres en diarios disponibles online en la Subregión durante el período comprendido entre abril, 2007 y julio, 2008* . Barranquilla: PREDECAN .
- Arrueta, C. (Antofagasta, Chile de 2010). Los diarios como actores influyentes del sistema público. Tensiones en torno al proceso de construcción de la realidad. *Tercer Milenio*(19).
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, 15, 67-80.
- Aruguete, N. (2017). Agenda Building. Revisión de la literatura sobre el roceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, 36, 36-52.
- Aruguete, N., Raimondo, N., Zunino, E. A., Koziner, N. S., & Fabbro, G. (2018). Matriz para el estudio de noticias televisivas sobre delito, violencia e inseguridad: una articulación teórico-metodológica. *Austral Comunicación*, 7(2), 229-250.
- Bandrés, E. (2000). *El periodismo en la televisión digital*. España: Paidós.
- Bartels, L. (1996). Politicians and the press: Who leads, who follows? *Annual Meeting of the America Political Science Association*, 01-60.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interaccionism. Perspective and method*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey : Prentice-Hall.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Brossard, D., Shanahan, J., & McComas, K. (2004). Are Issue-Cycles Cylturally Constructed? A Comparison of French and American Coverage of Global Climate Change. *Mass Communication & Society*, 359-377.
- Caseneuve, J. (1974). *L'Homme téléspectador*. (J. Elias, Trad.) Gonthier, Paris : Éditions Denoël . Recuperado el 09 de Enero de 2018
- Center for Disease Control Prevention. (2016). AIDS Public Information Data in the United States for the years 1981-2002. *CDC AIDS Public Information* . Atlanta

- Georgia: CDC U.S. Department of Health & Human Services. Recuperado el 31 de marzo de 2018, de <https://wonder.cdc.gov/wonder/help/aids.html>
- Cervantes Barba, C. (1993). *Las nuevas sociologías en el estudio de la producción de noticias. Revisión de interpretaciones y perspectivas*. . Guadalajara: Mimeo.
- Cervantes Barba, C. (2001). La Sociología de las Noticias y el Enfoque Agenda-Setting. *Convergencia*(24), 49-65.
- Clausse, R. (1961). *Bosquejo de una sociología de la noticia*. Caracas: Universitaria.
- Coe, G. (1998). Comunicación y promoción de la Salud. *Revista Latinoamericana de Comunicación*(63), 26-29.
- Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre periodismo* . Barcelona: Anagrama.
- Cook, D., & Colby, D. (1992). The mass mediated epidemic: The politics of AIDS on the Nightly Networks News. (E. Fee, & D. Fox, Edits.) *AIDS: The MAKing of a Chronic Disease*.
- Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. SAGE Publications, Inc.
- Diez Zamora, M. (2008). Los medios de comunicación ante el incremento del narcotráfico. En K. A. Fundación, & P. Kohar (Ed.), *Aportes para conocer mejor la realidad de Nicaragua* (págs. 27-31). Managua, Nicaragua: Fundación Konrad Adenauer.
- Douglas, M. (1996). *La aceptabilidad del riesgo según las ciencias sociales*. Grupo Planeta.
- Downs, A. (1972). Up and Down with Ecology: The Issue Attention Cycle. En L. Aguilar Villanueva, *Problemas públicos y agenda de gobierno* (págs. 141-160). Porrúa.
- Elías, C. (2008). El periodismo científico como paradigma de la "noticia acatamiento". Una demostración desde las fuentes y una alerta de sus peligros. *Periodística*(11), 81-93.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Epstein, I. (Septiembre de 1998). Comunicación y Salud Pública. *Revista Latinoamericana de Comunicación*.
- Erikson, R., Wright, G., & McIver, J. (1993). *Statehouse democracy: public opinion and policy in the America States*. New York: Cambridge University Press.
- Farré Coma, J. (enero-junio de 2005). Comunicación de riesgo y espirales de miedo. (U. d. Guadalajara, Ed.) *Comunicación y sociedad*(3), 95-119.

- Fiol, A. (2001). Propiedad y acceso a los medios de comunicación en el mundo. *Revista Chasqui*(74).
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata Paideia.
- Framing and the understanding of citizenship. (2005). En Z. Pan, G. Kosicki, & J. M. McLeod (Ed.), *The evolution of key mass communication concepts* (págs. 165-20).
- Garcés Prettel, M., & Arroyave Cabrera, J. (Octubre de 2015). Autonomía profesional y riesgos de seguridad de los periodistas en Colombia. *Perfiles Latinoamericanos*.
- García-Ponce, D., & Smolak-Lozano, E. (2013). Comunicación de crisis: Compilación y Revisión de Teorías y Taxonomías prácticas desde una perspectiva cualitativa. *Revista de Comunicación, XV*(124), 51-67.
- Gómez, R. (2004). TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica. *Comunicación y Sociedad, 1*, 51-90.
- Goodman, L. (1961). Snowball Sampling. En I. o. Statistics, *The Annals of Mathematical Statics* (Vol. 32, págs. 148-170).
- Guerrero, M. A. (2018). *¿Cómo se informa hoy en México?: cinco tendencias noticiosas ante la narrativa oficial*. México: Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
- Guzmán, J. (2015). *Framing Aplicado: Los encuadres mediáticos durante la campaña electoral presidencial de Colombia 2014*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Hayes, A., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures, 1*, 77-89.
- Hernández Ramírez, M. E. (1992). ¿Qué son las noticias? *Comunicación y Sociedad*(14-15), 235-250.
- Hernández, I. R. (2011). Comunicación en Salud: Conceptos y Modelos Teóricos. *Perspectivas de la Comunicación, 4*(1), 123-140.
- Herte de Moraes, C., Beling Loose, E., & Tourinho Girardi, I. (2017). Dengue, Zika e Chikungunya: Análise da cobertura dos risco de doenças associadas ás mudancas climáticas sob a ótica do jornalismo ambiental. *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social, 10*(2), 120-132.
- Hofstetter, R., Zukin, C., & Buss, T. (1976). *Las imágenes políticas en una era de la televisión: la campaña de 1972*.
- Hopmann, D., Van Aelst, P., & Legnante, G. (2012). Political Balance in the News: A review of concepts, operationalizations and key findings. *journalism, 240-257*.

- Humanes, M. L., & Igartua, J. J. (2004). Imágenes de Lationamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre. *Comunicación y Sociedad*, XVII(1), 47-75.
- Ibáñez, J. (1994). El regreso del sujeto. La investigación social dl segundo orden. En M. G. Fernando, *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza.
- Idoyaga, N. (2014). Gripe A y el rol de los medios de cmunicación en una pandemia. *Revista Internacional de Humanidades Médicas*, 3(2), 37-47.
- Idoyaga, N., Valencia, J. F., Gil de Montes, L., & Ortiz, G. (2012). Efectos del Framing y representaciones sociales de epidemias sanitarias: El Caso de la Gripe A. *Estudios de Psicología*, 5(3), 31-42.
- Igartua , J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones Empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*(17), 143-181.
- Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de Investigación en Comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Igartua, J. J. (2005). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing . *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, 3(5), 1-15.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación* . Barcelona: BOSCH.
- Igartua, J. J., Cheng, L., & Muñiz, C. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones. Revista del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*(17), 143-181.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Otero, J. A. (2005). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, 3(5), 1-15.
- Igartua, J., & Humanes , M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Jensen, K. B. (2014). *La comunicacion y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. (K. Bruhn Jensen , Ed.) México: Fondo de Cultura Económica.
- Keren, G. (2011). On the definition and possible underpinnings of framing effects: a brief review and critical evaluation. En G. Keren (Ed.), *Perspectives on framing* (págs. 3-34). New York: Psychology Press.

- Kinder, D., & Sanders, L. (1996). *Divided By Color: Racial Politics and Democratic Ideals*. Chicago: University of Chicago Press.
- Klapp, O. E. (1978). *Opening and Closing. Strategies of Information Adaptacion in Society* . (E. L. Suárez, Trad.) Cambridge , Reino Unido: Cambridge University Press .
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis. An Introduction o ts Methodology*. USA: Sage Publications, Inc.
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de analisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Lang, G., & Lang, K. (1991). Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process. En D. P. Maxwell McCombs (Ed.), *Agenda Setting. Reading on Media, Public Opinion, and Policymaking* (págs. 277-291). Routledge.
- Larson, C. (1986). *Persuasion* (Cuarta ed.). Belmont: Wadsworth.
- Lippmann, W. (1997). *Public Opinion*. New York: Free Press Paperbacks.
- Llorens, C. (2006). El informe Lancelot y el debate sobre pluralismo y concentración de medios en Francia. *Quaderns del CAC*, 217-227.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Baecelona: Paidós.
- López-Escobar, E., Llamas, J. P., & McCombs, M. (1996). Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: agenda-setting y consenso. *Comunicación y Sociedad*, 91-125.
- Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health: Public Health and the Regulated Body*. London: SAGE .
- MacKuen, M. (1984). Exposure to Information, belief Integration and Individual Responsiveness to Agenda. En A. P. Association, *The American Political Science Review* (págs. 372-391).
- Mairal, G., Bergua, J., & Puyal, E. (1997). *Agua, Tierra, Riesgo y Supervivencia* . Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Mancinas Chávez, R. (2008). *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación*. Sevilla: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura (AUCC).
- Martín Barbero, J. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica*, 5.

- Mastrini, G. (2013). Medios públicos y derecho a la información. En G. Mastrini , A. Bizberge, & D. de Charras, *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos* (pág. 64). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). Globalización, mercado e industrias culturales: ¿resistencia o simulacro? *Ponencia presentada en el XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social*. Bogotá: FELAFACS - Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicación. Revista Científica de Educomunicación.*, 18(36), 51-59.
- Mattelart, A., & Michele, M. (1988). *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México: Siglo Veintiuno.
- Mayorga Rogel, A. J. (2010). Concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. La compleja relación entre oligopolio y democracia. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 131-141.
- McClure, R., & Patterson, T. (1976). Print vs. network news. *Journal of Communication*, 2(26), 23-28.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant, & D. Zillman, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (págs. 13-34). Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. (2004). La evolución de la Teoría de la agenda-setting. En R. Rodríguez Díaz, *Teoría de la Agenda-Setting*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales .
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Problemas y atributos: explorar una nueva dimensión en la configuración de la agenda. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- McCombs, M., & Masel-Walters, L. (1976). Establecimiento de la agenda: una nueva perspectiva de la comunicación de masas. *Mass Communication Review*, 3(2), 3-7.
- McCombs, M., & Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. En J. B. Zillmann, *Media effects. Advances in theory and research* (págs. 1-18). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. .
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting. Function of Mass Media . *Public Opinion Quarterly* , 36(2), 176-187.

- McCombs, M., & Zhu, J.-H. (1994). Diversity, volatility, and paradigm shift of the public agenda: trends from 1939-1993. *Congreso de la International*. Sydney.
- Mitofsky, C. (2009). *Los números no mienten. Estudios sobre salud, bienestar y sexualidad*. México: Consulta Mifofsky .
- Mondragón, L., Hermelin, D., & Moreno Londoño, J. (2013). La Gripe H1N1 y los noticieros de TV en Colombia: entre las representaciones del riesgo y las resonancias de imaginarios. *Disertaciones. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 6(2), 174-205.
- Moreno Espinosa, P. (2003). El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*.
- Moreno, A. R., & Peres, F. (2011). El estado del arte de la comunicación de riesgos en la región de América latina. *Revista de Comunicación y Salud*, 1(1), 52-68.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Morton, T., & Duck, J. (2001). Communication and Health Beliefs. Mass and Interpersonal Influences on Perceptions of Risk to Self and Others. *Communication Research*, 28(5), 602-626.
- Morton, T., & Duck, J. (2001). *Communication and Health Beliefs. Mass and Interpersonal influences of perceptions of Risk to self and others*.
- Mosquera, M. (2003). Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias. *Organización Panamericana de la Salud/Universidad del Norte*, 1-15. Recuperado el 31 de Marzo de 2018, de <http://www.comunit.com/content/comunicaci%C3%B3n-en-salud-conceptos-teor%C3%ADas-y-experiencias>
- Muñiz, C. (2011). Búsqueda de información durante tiempos de crisis. *Revista de Ciencias Sociales*, XVII(1), 9-21.
- Muñiz, C. (2011). Búsqueda de información durante tiempos de crisis. Efectos de la comunicación interpersonal y masiva en la percepción del riesgo personal ante la gripe AH1N1. *Revista de Ciencias Sociales*, XVII(1), 09-21.
- Murdock, G., & Golding, P. (1974). Towards a political economy of the media. *Socialist Register*, 205-34.
- Neuendorf, K. (2016). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). California: Sage.
- Nien-Tsu, N. C., & Murphy, S. (2012). Examining the role of media coverage and trust in public health agencies in H1N1 influenza prevention. En J. Merrick (Ed.), *Public Health Yearbook 2011* (págs. 41-50). Nova Science Publishers, Inc.

- Nisbet, M., & Huges, M. (2007). Where do science debates come from? Understanding attention cycles and framing. En C. N. D. Brossard (Ed.), *he media, the public, and agricultural biotechnology* (págs. 193-230). Wallingford, UK: CAB International.
- Pareja Sánchez, N. (2009). Entretenimiento de calidad y una dieta balanceada, claves del modelo de televisión de servicio público en México: El caso de Canal Once. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(206), 119-136.
- Parveen, H., & Chitrapu, S. (2017). Texts: Framing, Agenda Setting. *Communications Research*.
- Pedroso, N., & Rosa. (1994). Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad*(21), 139-157.
- Pestano Rodríguez, J. (2008). Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63(11 2º Época), 453-462.
- Piñero, V. e. (2018). El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico. En J. L. Piñuel, *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación*. (págs. 253-272). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Pont Sorribes, C. (2014). *Comunicar las emergencias*. Barcelona: Obertura UOC Publishing, SLU.
- Ramírez Leyva, M. (2017). *Encuadres noticiosos de la salud en los informativos de la televisión*. Elche: Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Rangel Flores, Y. (2014). El Modelo Histórico-narrativo. Una propuesta para estudiar el riesgo en salud . *Index de enfermería*, 23(1-2), 70-74.
- Retegui, L. (2017). The Process of Making News from the Newsmaker's Perspective A Review of Newsmaking. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 12(23), 103-121.
- Riffe, D., & Freitag, A. (1997). A content analysis of contents analyses: Twenty-five years of Journalism Quarterly. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(4), 873.
- Ríos Hernández, I. (2011). Comunicación en salud: conceptos y modelos teóricos. *Perspectivas de la comunicación*, 4(1), 123-140.
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting*. Barcelona: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales .
- Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *La mirada en el cristal La información en TV*. España: Fragua.
- Roland, B. (1982). Estructura de la noticia. *Critica e verdade*.

- Romero, L. (2016). Producción Informativa en salud: periodismo radiofónico en Puebla. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. Disertaciones*.
- Romo, C. (1991). *Ondas, canales y mensajes: un perfil de la radio en México*. ITESO.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. (2000). Enmarcando la política europea: un análisis de contenido de noticias de prensa y televisión. *Revista de Comunicación, 50(2)*, 93-109.
- Shih, T.-J., Brossard, D., & Wijaya, R. (2012). News coverage of public issues: The role of news sources and the process of news construction. En M. o. National Institute of Child Health and Human Development, & J. Merrick (Ed.), *Public Health Yearbook 2011* (págs. 93-106). Jerusalem: Nova Science Publishers, Inc.
- Shih, T.-J., Wijaya, R., & Brossard, D. (2008). Media Coverage of Public Health Epidemics: Linking Framing and Issue Attention Cycle Toward an Integrated Theory of Print News Coverage of Epidemics. (A. f. Communication, Ed.) *Mass Communication & Society(1)*, 141-160.
- Shoemaker, P., & Reese, S. (1991). *Mediating the message: theories of influence on mass media content*. New York: Longman.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Suau-Gomilla, G., Percastre Mendizábal, S., Palá Navarro, G., & Pont Sorribes, C. (2017). Análisis de la comunicación de emergencias en Twitter. El caso del Ébola en España. En J. Sierra, & S. Liberal, *Uso y Aplicación de las Redes Sociales en el Mundo Audiovisual y Publicitario* (págs. 119-130). Madrid, España: McGraw Hill Education.
- Tankard, J. (2001). The empirical approach to the study of Media Framing. En S. Reese, O. Gandy, & A. Grant (Edits.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (págs. 95-106). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Toussaint Alcaráz, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 51(206)*, 105-118.
- Trejo Delarbe, R. (2009). Eficacia Mediática. *Comunicación ante la Influenza*.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ungar, S. (1998). Hot crises and media reassurance. *British Journal of Sociology, 35-56*.
- Vargas, M., & Lahera, G. (2011). "Asignación de la relevancia": una propuesta para el término inglés "salience".

- Veron, E. (1981). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Waisbord, S. (2010). Cuando la Salud es titular: Dengue, Gripe AH1N1 y Ciclos "Mediáticos-Epidémicos". *Folios*(23), 93-103. Recuperado el 20 de Febrero de 2018
- Wanta, W. (1997). *The Public and the National Agenda: how people learn about important issues*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wanta, W., & Golan, G. (2001). Second-Level Agenda Setting in the New Hampshire Primary. *Journalism and mass communication Quarterly*, 247-259.
- Weaver, D. H. (1982). Media agenda-setting and media manipulation. En *Mass communication review yearbook* (Vol. 3, págs. 213-229). CA.: Sage.
- Wilkin, H., & ball-Rokeach, S. (2006). Wilkin, Reaching at risk groups: The importance of health storytelling in Los Angeles Latino media. *Journalism*, 299-320.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (2011). *Mass Media Research: An Introduction* (9° ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Winter, J., & Eyal, C. (1981). Establecimiento de agenda para el tema de derechos civiles. *Opinión pública trimestral*, 3(45), 376-383.
- Wolf, M. (2016). *La investigación de la comunicación de masas*.
- Yu, N., Frohlich, D., Fougner, J., & Ren, L. (2012). Reporting the risks of the 2009 swine flu pandemic: Coverage in major U.S. newspapers. En J. Merrick (Ed.), *Public Health Yearbook 2011* (págs. 63-79). Nova Science Publishers, Inc.
- Zucker, H. (1978). The variable nature of news media influence. En A. o. Association, *Communication yearbook 2* (págs. 225-245). New Jersey: Transaction Books.

ANEXO I. Libro de Códigos

LIBRO DE CÓDIGOS¹⁰⁹

¹⁰⁹ Esta construcción sobre el tratamiento de las variables y su codificación tiene un respaldo estructural en el libro de códigos de Valeriano Piñeiro-Naval relacionado con su tesis doctoral *El Patrimonio Cultural en la Sociedad Digital. Un estudio de su Difusión a través de Internet*.

Las categorías de análisis que construyen este libro de códigos se dividen en tres grupos: 1) las relativas a la localización de la emisión en los materiales recolectados; dichos datos comprenden las variables que servirán a los codificadores para ubicar las unidades de análisis a codificar así como las fechas en las que la emisión salió al aire televisivo; 2) las relacionadas a la temporalidad de la noticia y el tiempo destinado a la emisión y 3) las correspondientes a las características de cada encuadre.

Las unidades de análisis contenidas en la muestra corresponden a 62 emisiones transmitidas entre los días 24 de abril de 2009 y 05 de junio del mismo año en los programas informativos *prime time* “Once Noticias” con Adriana Pérez Cañedo y “Hechos Noche” con Javier Alatorre de las televisoras CANAL ONCE y TV AZTECA respectivamente bajo la temática del brote epidémico de Influenza Humana AH1N1 en México.

A modo de precisión, las 62 emisiones son las únicas obtenidas del acceso a las videotecas de ambas televisoras y comprenden a los días de registro y de lunes a viernes que éstas pudieron facilitar, aunque se quería observar los días póstumos a la desaparición de la noticia como acontecimiento de mayor visualización no se pudo obtener el material. Si bien es cierto que se trata de una muestra considerablemente pequeña no menos cierto es que su contenido dota a esta investigación de elementos de análisis de valía.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Primer Grupo: las variables contenidas en este primer grupo dotan de información necesaria para la ubicación de la emisión en los archivos y unidades extraíbles.

1. REG_EMISION Registro y ubicación de la emisión en la unidad extraíble o archivo; por ejemplo, CD01_01 o VENTINFLUENZA 28_5356383_0. Las emisiones correspondientes a la televisora CANAL ONCE se conservan en CD’s por lo que su registro de emisión comenzará con CD; las emisiones correspondientes a la televisora TV AZTECA se conservan en archivo digital y comenzarán con VENTINFLUENZA.

2. FECHA_NO. NOTA Registro de la fecha de la emisión, dado que las emisiones constan desde el 24 de abril de 2009 al 05 de junio del mismo año, la fecha de emisión debe estar comprendida dentro de estos días.

Segundo Grupo: variables las relacionadas a la temporalidad de la noticia y el tiempo destinado a la emisión

3. SEMANA Localización de la fecha de la emisión en la semana del acontecimiento; por ejemplo, los días comprendidos entre el 24.04.09 al 01.05.09 corresponden a la semana 1; entre el 04.05.09 al 08.05.09 corresponden a la semana 2; es importante descartar los fines de semana ya que las emisiones son las comprendidas en los horarios y días del programa informativo.

1= "primera semana" 2= "segunda semana" 3= "tercera semana"

4= "cuarta semana" 5= "quinta semana" 6= "sexta semana"

4. DIA Hace referencia al día consecutivo de muestra; es decir preciso hacer notar que ésta variable no se debe confundir con la fecha de la transmisión de la emisión; por ejemplo, si la pieza analizada corresponde a la fecha 24.04.09 el día debe ser 01, si la fecha es 25.04.09 el día debe ser 02 y así consecutivamente.

5. UBICACIÓN Precisión de la ubicación de la unidad de análisis dentro del archivo digital o unidad extraíble; por ejemplo, 00:00-21:12; 12:39-18:43; 30:20-30:52.

6. DURACIÓN_DECIMALES Refiere a la extensión en minutos y segundos de la emisión donde se identifican las categorías de los encuadres; por ejemplo, si la emisión tiene una ubicación precisa en el archivo digital de 00:00-26:51, su duración será expresada en decimales de la siguiente manera 26.51.

7. DURACIÓN_ENTEROS Si bien esta variable se resuelve con la variable 6. DURACIÓN_DECIMALES es preciso solucionar sobre ella ya que puede facilitarnos la lectura en torno al tratamiento noticioso del acontecimiento.

8. REPORTAJES ¿Hay presencia de presencia de reportajes?

NOTA¹¹⁰: esta variable se relaciona a los formatos de presentación del acontecimiento; se entiende como reportaje un trabajo documental planificado con el propósito de informar; el reportaje puede contener opiniones y tiende a crearse desde la subjetividad de quien lo realiza pues parte de sus consideraciones sobre el acontecimiento acompañado de palabras, imágenes y vídeos, desde una perspectiva actual, utilizando un lenguaje accesible y popular para un público lo más extenso y diverso posible. En el caso del brote epidémico se va a considerar como reportaje aquello que contenga *vox populi*, entrevistas, elaboración de gráficas sobre las tendencias del acontecimiento, voz en *off* acompañado de imágenes, entre otros.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

9. INFORMA_QUE_ES ¿Hay presencia de información o explicación sobre los orígenes¹¹¹ patógenos de la epidemia y sus modos de contagio?

NOTA: en esta variable se debe de considerar la presencia de TODO lo que informe sobre el brote epidémico; las consideraciones para hallar esta variable presente vienen desde la información sobre la morfología, síntomas, modos de contagio y métodos de acción para su erradicación. Esta variable se va a asociar a diversas consideraciones de variables contenidas en el tercer grupo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

Tercer grupo: variables que corresponden a las características de cada encuadre, algunos encuadres se dotarán de 4 categorías mínimas y 7 categorías máximas; estas categorías de

¹¹⁰ La nota, en este libro de códigos, se entiende como un referente conceptual para el grupo de codificadores con el objetivo de lograr la mayor objetividad y fiabilidad posible.

¹¹¹ Si habla específicamente del virus

análisis se basan en investigaciones previas similares (Brossard et al., 2008; Waisbord, 2010; Downs, 1972; Igartua 2005; Muñiz, 2008).

10. EP_CONSEJOS_MEDIDAS_SANITARIAS ¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

NOTA: en esta investigación se entiende como consejo sanitario aquello que se relaciona con las medidas preventivas y de anticontagio ya sean incentivadas por el presentador del informativo o por una entidad oficial nacional o internacional.

11. EP_INFORMACION_CENTROS_ATENCION ¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?

NOTA: esta variable hace referencia a la información proporcionada por la emisión sobre los centros de atención en caso de síntomas específicos; así como posibles acciones en caso de una urgencia de contagio.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

12. EP_INFORMACION_LOCALIZACION_CENTROS_ABASTECIMIENTO¹¹² ¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

¹¹² Hace referencia a si se informa sobre farmacias, lugares de distribución de cubrebocas, gel antibacterial, laboratorios que tengan vacunas. Únicamente porque el reportero lo informa o porque el entrevistado (que no es gente del común) lo menciona.

13. EP_OPINION_EMPLEADOS_CENTROS ¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?

NOTA: por empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico se refiere a empleados de farmacias, hospitales, centros de salud y de atención temprana.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

14. EP_OPINION_TRANSEUNTE_BROTE_MEDIDAS_PREV. ¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

15. EP_OPINION_DEMANDA_PROPOSTA_A_REPRESENTANTES ¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/gobierno sobre el brote epidémico?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

16. EP_INFORMACION_MEDIDAS_PREVENTIVAS_EXTRANJERO ¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?

NOTA: por medidas preventivas en el extranjero se comprenden los mecanismos de filtro, control y prevención del contagio implicando las relaciones con México tanto con productos de exportación mexicana o de visitantes al país.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

17. EANR_INFORMACION_DATOS_CIFRAS_NACIONALES ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

NOTA: respecto a la información de datos y cifras estas contemplan los decesos y contagios¹¹³.

18. EANR_INFORMACION_DATOS_CIFRAS_INTERNACIONALES ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

19. EANR_INFORMACION_NO_VERIDICA_SENSACIONALISTA¹¹⁴ ¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?

NOTA: en esta variable se debe entender al sensacionalismo como "algo elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto" (Roland, 1982, pág. 59) lo cual puede generar en el espectador un reflejo de la realidad aumentada; <<el efecto de la noticia sensacionalista adquiere contornos visuales, estilísticos e ideológicos en el imaginario del receptor; "hay violencia en la ciudad", el receptor elabora otro discurso reflejo que dota a la violencia de un poder fantasma que "puede estar en cualquier parte">> (Pedroso & Rosa, 1994, pág. 145).

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

¹¹³ Incidencia, prevalencia, decesos México

¹¹⁴ Ejemplo: "si no tiene que salir de casa no salga" "cada vez hay más personas que no besan en la boca a su pareja porque se pueden contagiar" "los restaurantes se encuentran vacíos". Algo que genera en el espectador la sensación de desesperación o desesperanza.

20. EANR_CASOS_DECESOS_CONTAGIOS ¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?

NOTA: investigación sobre casos se refiere al abordaje periodístico sobre casos específicos; es decir, se tomarán en cuenta como referencia a esta variable entrevistas, reportajes, notas audiovisuales a personas implicadas en algún caso de contagio o fallecimiento a causa del brote epidémico.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

21. EANR_COMPARATIVA_EPIDEMIAS_PREVIAS ¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?

NOTA: en esta variable se entienden como ejercicios, comentarios o discusiones comparativas aquellos nombramientos, ya sea por el presentador del informativo o algún otro actor, referentes a otras epidemias para hacer referencia a posibles causas y desenlaces del brote epidémico.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

22. EANR_PALABRAS_MUERTE_CAOS_DESTR_FUERACONTROL ¿Hay presencia de palabras como "muerte", "caos", "destrucción", "fuera de control"?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

23. EOFE_CIENTIFICA ¿Hay presencia de opinión científica?

NOTA: por opinión científica se debe entender aquello expresado por investigadores que no tienen, en estricto sentido, una formación médica pero sí una formación epidemiológica que fortalece las indagaciones en torno al brote epidémico; por ejemplo, bacteriólogo, epidemiólogo, químico, farmacobiólogo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

24. EOFE_ESPECIALISTAS_SALUD ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?

NOTA: por opinión de especialistas de la salud se debe entender aquello expresado por profesionales de la salud que mantienen una formación y práctica médica, éstos pueden ser también directores de instituciones de salud o escuelas de medicina siempre y cuando sean nombrados bajo un título médico; por ejemplo, inmunólogo, pediatra, médico general, enfermero.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

25. EOFE_ESPECIALISTAS_INDUSTRIA_FARMA ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?

NOTA: por especialista de la industria farmacéutica se va a entender a aquel actor que, aunque sea especialista en salud o investigador científico, exprese los hallazgos o posturas específicas de laboratorios clínicos pertenecientes a la industria farmacéutica.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

26. EOFE_PERIODISTICA ¿Hay presencia de opinión periodística?

NOTA: en esta variable la opinión periodística se va a entender como la expresada por periodistas o medios de comunicación tales como canales de televisión o diarios nacionales o internacionales.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

27. EOFE_PRESENTADOR ¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?

NOTA: la opinión del presentador del informativo será la considerada como aquella ejercida a título personal y no como parte del guion narrativo del programa informativo. Es probable que esta variable no se halle en la emisión, pero no está de más considerarla por si llegase a aparecer.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

28. ECFE_CIENTIFICA ¿Hay presencia de crítica científica?

NOTA: la presencia de esta variable tiende a mostrar una postura crítica en la opinión científica; para que esta variable sea positiva tiene que haber una declaración de crítica del experto/científico respecto a las acciones, hallazgos o motivaciones en torno al brote epidémico de Influenza.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

29. ECFE_ESPECIALISTAS_SALUD ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?

NOTA: para que en esta variable se note presente debe contener una crítica expresada por los especialistas en salud con formación médica en torno a las acciones encaminadas sobre el brote epidémico. Esta presencia puede hallarse en cifras propuestas por el especialista, alternativas de tratamiento o nuevos modelos de control y contagios.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

30. ECFE_ESPECIALISTAS_INDUSTRIA_FARMA ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?

NOTA: en caso de que esta variable resulte presente se debe de tomar en cuenta que para ello el especialista de la industria farmacéutica debe expresar una crítica ya sea sobre algún producto farmacológico, hallazgos científicos o sobre las estrategias para mitigar el brote epidémico; cabe mencionar que la crítica no necesariamente debe estar acompañada de una propuesta que aborde el producto de la opinión.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

31. ECFE_PERIODISTICA ¿Hay presencia de crítica periodística?

NOTA: la presencia de esta variable se considerará si la crítica periodística está abordada desde una opinión o postura clara; la identificación de esta variable, a veces, puede suceder a un abordaje investigativo de alguna arista sobre el brote epidémico.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

32. ECFE_PRESENTADOR ¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?

NOTA: en esta variable se debe tener en cuenta una observación precisa para no confundir el guion de la emisión con la opinión/crítica del presentador; en ese sentido, si hay presencia de una opinión que el presentador emita a título personal posiblemente le suceda una crítica; es decir, si la opinión del presentador se encamina a presentar inconformidades sobre modos de acción y abordaje del brote epidémico, en su mayoría no favorable, es muy posible que a esta intervención le acontezca una crítica.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

33. EE_DATOS_CIFRAS_DESACELERACION_ECONOMICA ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?

NOTA: la desaceleración económica se va a entender como un periodo en el que se produce una ralentización en el crecimiento económico que tiene un antecedente comparable. Para el caso del brote epidémico y el análisis de ésta se tiene en cuenta la anterior medición en un lugar y sector determinado; por ejemplo, el turismo o la exportación de productos porcinos.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

34. EE_DATOS_CIFRAS_PERDIDAS_ECONOMICAS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?

NOTA: como pérdida económica se considerarán aquellas disminuciones económicas de cualquier sector y se refiere a ella en resultados negativos; en tal sentido, todas las menciones con cifras económicas negativas a raíz del brote epidémico entrarán en esta variable.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

35. EE_DATOS_CIFRAS_DESEMPLEO ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?

NOTA: esta variable puede aparecer cuando se traten temas sobre desaceleración económica, mercantil y turística a causa del brote epidémico. Para que esta variable se considere como presente debe concretizar las cifras y datos sobre pérdidas laborales que tengan como causa las acciones implementadas en torno al cierre de establecimientos y las relaciones de mercadeo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

36. EE_DATOS_CIFRAS_DAÑOS_TURISTICOS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?

NOTA: esta variable resultará presente cuando se traten temas en torno a la afectación turística, tal información puede estar abordada por el presentador del informativo, representantes gubernamentales, representantes de cámaras de turismo, representantes de firmas hoteleras, trabajadores, encargados o microempresarios que tengan como ingreso económico el turismo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

37. EE_DATOS_CIFRAS_AFECTACION_RELACIONES_MERCANTILES ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?

NOTA: la variable sobre las cifras de afectación a las relaciones mercantiles estará presente cuando se aborde, concretamente, la disminución de productos comerciales a causa del brote epidémico. La afectación de las relaciones mercantiles con otros países se puede considerar desde cierre de fronteras para el intercambio de productos, aplicación de impuestos, nula comercialización de productos, desaceleración del ingreso económico por la compra/venta de productos, pérdidas a causa de merma de productos por su falta de comercio, entre otras.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

38. EE_OPINION_ESTABLECIMIENTOS_MERCANTILES_COMERCIO ¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

39. EE_REPRESENTANTES_ECON_MERCA_COMER ¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?

NOTA: por representantes económicos, mercantiles y comerciales se entenderán a dueños de locales comerciales, presidentes y representantes de asociaciones mercantiles y de comercio privadas, representantes de la Cámara Nacional de Comercio, entre otros.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

40. EP_INFORMACION_POLITICA_GUBERNAMENTAL ¿Hay presencia de información sobre políticas públicas en torno al brote epidémico?

NOTA: la información sobre políticas públicas se refiere a las difundidas por el gobierno para prevenir y contrarrestar el contagio del virus por Influenza de tipo AH1N1, estas políticas públicas se divulgan para ser implementadas en todos los sectores y espacios de riesgo (escuelas, restaurantes, lugares de trabajo y de aglomeración de personas); pueden estar comunicadas por representantes gubernamentales o por el presentador del informativo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

41. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?

NOTA: se hace referencia a la opinión de fuentes políticas y gubernamentales cuando éstas sean entrevistadas; estas entrevistas pueden ser consideradas durante una conferencia de prensa, después de una cumbre o en transmisión programada en el informativo.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

42. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?

NOTA: esta es una variable que confirma las anteriores a modo de corroborarlas dado que trata la presencia de representantes políticos y gubernamentales ya sea brindando información sobre acciones políticas para la contención del brote epidémico o en el pleno ejercicio de la opinión.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

43. EP_INFORMACION_POLITICA_GUBERNAMENTAL_EXTRANJERA ¿Hay presencia de información sobre políticas públicas extranjeras en torno al brote epidémico?

NOTA: la información sobre políticas públicas extranjeras se refiere a las difundidas por representantes de gobiernos extranjeros para prevenir y contrarrestar el contagio fronterizo del virus por Influenza de tipo AH1N1.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

44. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES_EXTRANJERAS ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?

NOTA: las consideraciones en esta variable actúan de la misma manera que las expresadas en la variable de opinión de las fuentes políticas y gubernamentales (39. EP_OPINION_FUENTES_POLITICAS_GUBERNAMENTALES) pero, la que corresponde a la presente, será sobre los gobiernos y fuentes políticas extranjeras.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

45. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES_EXTRANJEROS ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?

NOTA: las consideraciones en esta variable para los representantes gubernamentales extranjeros actúan de la misma manera que la variable 40. EP_REPRESENTANTES_POLITICOS_GUBERNAMENTALES.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

46. EP_AFECTACION_POLITICAS_INTERNACIONALES ¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?

NOTA: en esta variable se hace referencia a las relaciones de México con otros países respecto al brote epidémico; la afectación de las políticas internacionales estará presente cuando se traten temas como interrupción del libre paso de turistas mexicanos en otros países, interrupción de las relaciones comerciales con otros países, retención y puesta en cuarentena de turistas recién llegados de México, entre otros.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

47. ECSD_DATOS_CIFRAS_POBREZA ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?

NOTA: esta variable se relaciona con la pobreza y la adquisición del virus AH1N1; la presencia de esta variable hará referencia a las cifras de pobreza o de ingreso económico mínimo de la localidad donde se presentan casos de contagio o descenso a causa del brote epidémico.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

48. ECSD_DATOS_CIFRAS_AFECTACION_ZONAS_RURALES ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?

NOTA: la presencia de esta variable en la emisión consta de exponer datos sobre las afectaciones en zonas, específicamente, rurales; es decir, donde la asociación entre los casos de contagios y decesos a causa del brote epidémico de Influenza AH1N1 y la marginalidad de las zonas rurales sea positiva. Esta descripción no se debe confundir con la variable 48. ECSD_DATOS_CIFRAS_DEMOGRAFICAS_COMPARATIVAS ya que ésta hace referencia a cualquier Estado o Municipio del país ya sea rural o urbano.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

49. ECSD_DATOS_CIFRAS_CONTAGIOS_ASOC_COND_SOC ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?

NOTA: esta variable será positiva cuando los contagios o decesos a causa del virus de la Influenza Humana AH1N1 se mencionen como asociados al grado de marginalidad y condición social del contrayente; es decir, donde la posesión del brote epidémico sea a causa de factores asociados a la condición social; por ejemplo, educación (grados académicos y tipo de educación), vivienda (hacinamiento), acceso a la salud (programas de salud gubernamentales), ingresos económicos (tipo de trabajo y percepción económica), números de integrantes de la familia (tipo de familia).

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

50. ECSD_DATOS_CIFRAS_DEMOGRAFICAS_COMPARATIVAS ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?

NOTA: en esta variable se hace referencia a las distinciones geográficas del contagio y deceso a causa del brote epidémico; la presencia de esta variable será cuando, en la emisión, se mencionen cifras en los Estados, Municipios y Delegaciones de la república mexicana; las cifras pueden ser parte de un reportaje, del guion de la emisión, de alguna conferencia de prensa de los representantes de salud y gobiernos.

0= "No hay presencia"

1= "Si hay presencia"

ANEXO II. Cálculo de la Contingencia Cuadrática y el Eta Cuadrado según la correlación entre el tipo de variable independiente y encuadre.

I Variable Independiente Tipo de Medio

I.1 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre Preventivo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.703	7	.360
Razón de verosimilitud	10.043	7	.186
Asociación lineal por lineal	.018	1	.895
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EPR dependiente	.017
		Tipo de medio dependiente	.352

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.017	.127	.131	.896
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.043	.128	.334	.739
N de casos válidos		62			

I.2 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18.306	6	.006
Razón de verosimilitud	23.582	6	.001
Asociación lineal por lineal	.213	1	.644
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EANR dependiente	.059
		Tipo de medio dependiente	.543

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.059	.126	-.459	.648
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.072	.132	-.559	.578
N de casos válidos		62			

I.3 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.821	4	.306
Razón de verosimilitud	5.652	4	.227
Asociación lineal por lineal	.018	1	.895
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EOFE dependiente	.017
		Tipo de medio dependiente	.279

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.017	.126	.131	.896
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.037	.129	-.284	.777
N de casos válidos		62			

I.4 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.069	1	.301		
Corrección de continuidad	.267	1	.605		
Razón de verosimilitud	1.115	1	.291		
Prueba exacta de Fisher				.612	.306
Asociación lineal por lineal	1.052	1	.305		
N de casos válidos		62			

Medidas direccionales

		Valor
Nominal por intervalo	Eta	
	ECFE dependiente	.131
	Tipo de medio dependiente	.131

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.131	.115	-1.026	.309
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.131	.115	-1.026	.309
N de casos válidos		62			

I.5 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre Económico.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21.103	7	.004
Razón de verosimilitud	26.715	7	.000
Asociación lineal por lineal	13.038	1	.000
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EE dependiente	.462
		Tipo de medio dependiente	.583

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.462	.084	-4.039	.000
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.507	.098	-4.554	.000
N de casos válidos		62			

I.6 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre Político.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24.202	7	.001
Razón de verosimilitud	29.894	7	.000
Asociación lineal por lineal	19.272	1	.000
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EP dependiente	.562
		Tipo de medio dependiente	.625

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.562	.082	-5.264	.000
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.562	.089	-5.256	.000
N de casos válidos		62			

I.7 Correlación entre la variable Tipo de Medio y el Encuadre de Condición Social y Demografía.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.675	3	.014
Razón de verosimilitud	12.341	3	.006
Asociación lineal por lineal	.143	1	.705
N de casos válidos		62	

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	ECSD dependiente	.048
		Tipo de medio dependiente	.415

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.048	.124	-.376	.709
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.046	.129	-.357	.722
N de casos válidos		62			

II. Variable Independiente duración del mensaje

II.1 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre Preventivo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	434.000	301	.000
Razón de verosimilitud	212.518	301	1.000
Asociación lineal por lineal	10.461	1	.001
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EPR dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.540

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.414	.100	3.524	.001
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.330	.120	2.711	.009
N de casos válidos		62			

II.2 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	372.000	258	.000
Razón de verosimilitud	211.723	258	.984
Asociación lineal por lineal	12.603	1	.000
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EANR dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.500

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.455	.109	3.953	.000
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.478	.113	4.218	.000
N de casos válidos		62			

II.3 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	248.000	172	.000
Razón de verosimilitud	147.716	172	.910
Asociación lineal por lineal	4.022	1	.045
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EOFE dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.305

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.257	.107	2.058	.044
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.334	.121	2.742	.008
N de casos válidos		62			

II.4 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	62.000	43	.030
Razón de verosimilitud	29.663	43	.939
Asociación lineal por lineal	.921	1	.337
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	ECFE dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.123

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.123	.116	.959	.341
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.191	.088	1.506	.137
N de casos válidos		62			

II.5 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre Económico.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	434.000	301	.000
Razón de verosimilitud	169.683	301	1.000
Asociación lineal por lineal	14.983	1	.000
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EE dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.561

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.496	.127	4.420	.000
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.609	.080	5.951	.000
N de casos válidos		62			

II.6 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre Político.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	434.000	301	.000
Razón de verosimilitud	238.478	301	.997
Asociación lineal por lineal	6.489	1	.011
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EP dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.476

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
--	--	-------	------------------------------	--------------	-----------------------------

Intervalo por intervalo	R de Pearson	.326	.109	2.672	.010
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.335	.116	2.751	.008
N de casos válidos		62			

II.7 Correlación entre la variable Duración del Mensaje y el Encuadre de Condición Social y Demografía.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	186.000	129	.001
Razón de verosimilitud	124.046	129	.607
Asociación lineal por lineal	6.826	1	.009
N de casos válidos		62	

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	ECSD dependiente	1.000
		Duración del mensaje	.507

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.335	.101	2.749	.008
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.390	.111	3.278	.002
N de casos válidos		62			

III. Variable independiente Temporalidad.

III.1 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre Preventivo.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	46.811	35	.088
Razón de verosimilitud	53.667	35	.023
Asociación lineal por lineal	17.695	1	.000
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EPR dependiente	.629
		Temporalidad	.615

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.539	.083	-4.952	.000
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.538	.098	-4.946	.000
N de casos válidos		62			

III.2 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre de Alarma y Narrativa de Riesgo.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28.474	30	.545
Razón de verosimilitud	31.335	30	.399
Asociación lineal por lineal	5.764	1	.016
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EANR dependiente	.403
		Temporalidad	.486

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.307	.124	-2.502	.015
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.319	.125	-2.611	.011
N de casos válidos		62			

III.3 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre de Opinión de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.762	20	.790
Razón de verosimilitud	13.782	20	.841
Asociación lineal por lineal	6.731	1	.009
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EOFE dependiente	.393
		Temporalidad	.350

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.332	.114	-2.728	.008
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.312	.119	-2.544	.014
N de casos válidos		62			

III.4 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre de Crítica de Fuentes Especializadas.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.076	5	.839
Razón de verosimilitud	3.274	5	.658
Asociación lineal por lineal	.245	1	.621
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	ECFE dependiente	.183
		Temporalidad	.063

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.063	.137	-.492	.624
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.063	.137	-.491	.625
N de casos válidos		62			

III.5 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre Económico.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	37.837	35	.341
Razón de verosimilitud	41.407	35	.211
Asociación lineal por lineal	5.154	1	.023
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EE dependiente	.336
		Temporalidad	.483

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.291	.120	-2.353	.022
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.368	.120	-3.070	.003
N de casos válidos		62			

III.6 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre Político.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30.822	35	.670
Razón de verosimilitud	38.718	35	.305
Asociación lineal por lineal	3.030	1	.082
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	EP dependiente	.318
		Temporalidad	.396

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.223	.120	-1.771	.082
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.195	.126	-1.538	.129
N de casos válidos		62			

III.7 Correlación entre la variable Temporalidad y el Encuadre de Condición Social y Demografía.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
--	-------	----	--

Chi-cuadrado de Pearson	22.844	15	.088
Razón de verosimilitud	25.674	15	.042
Asociación lineal por lineal	7.685	1	.006
N de casos válidos	62		

Medidas direccionales

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	ECSD dependiente	.454
		Temporalidad	.460

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-.355	.102	-2.941	.005
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-.389	.118	-3.272	.002
N de casos válidos		62			

ANEXO III. Cálculo de correlaciones para los Modelos de Regresión Múltiple.

III.1 Tipo de Medio

Correlaciones

		T.M.	EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD
T.M.	Correlación de Pearson	1	.017	-.059	.017	-.131	-.462**	-.562**	-.048
	Sig. (bilateral)		.896	.648	.896	.309	.000	.000	.709
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EPR	Correlación de Pearson	.017	1	.453**	.320	.109	.184	.175	.389*
	Sig. (bilateral)	.896		.000	.011	.399	.152	.173	.002
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EANR	Correlación de Pearson	-.059	.453**	1	.298	.045	.313*	.160	.526*
	Sig. (bilateral)	.648	.000		.019	.727	.013	.214	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62

	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EOFE	Correlación de Pearson	.017	.320*	.298*	1	.445*	.311*	.073	.197
	Sig. (bilateral)	.896	.011	.019		.000	.014	.574	.125
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECFE	Correlación de Pearson	-.131	.109	.045	.445*	1	.304*	.050	-.042
	Sig. (bilateral)	.309	.399	.727	.000		.016	.700	.744
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EE	Correlación de Pearson	-.462**	.184	.313*	.311*	.304*	1	.504**	.346*
	Sig. (bilateral)	.000	.152	.013	.014	.016		.000	.006
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EP	Correlación de Pearson	-.562**	.175	.160	.073	.050	.504**	1	.225
	Sig. (bilateral)	.000	.173	.214	.574	.700	.000		.078
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECSD	Correlación de Pearson	-.048	.389*	.526**	.197	-.042	.346**	.225	1
	Sig. (bilateral)	.709	.002	.000	.125	.744	.006	.078	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones

		Tipo de medio	EOFE	EE	EP
Tipo de medio	Correlación de Pearson	1	.017	-.462**	-.562**
	Sig. (bilateral)		.896	.000	.000
	N	62	62	62	62
EOFE	Correlación de Pearson	.017	1	.311*	.073
	Sig. (bilateral)	.896		.014	.574
	N	62	62	62	62
EE	Correlación de Pearson	-.462**	.311*	1	.504**
	Sig. (bilateral)	.000	.014		.000
	N	62	62	62	62
EP	Correlación de Pearson	-.562**	.073	.504**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.574	.000	
	N	62	62	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

III.2 Duración del Mensaje.

Correlaciones

		D.M	EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD
D.M.	Correlación de Pearson	1	.414**	.455**	.257*	.123	.496**	.326**	.335**
	Sig. (bilateral)		.001	.000	.044	.341	.000	.010	.008
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EPR	Correlación de Pearson	.414**	1	.453**	.320*	.109	.184	.175	.389**
	Sig. (bilateral)	.001		.000	.011	.399	.152	.173	.002
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EANR	Correlación de Pearson	.455**	.453**	1	.298*	.045	.313*	.160	.526**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.019	.727	.013	.214	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EOFE	Correlación de Pearson	.257*	.320*	.298*	1	.445**	.311*	.073	.197
	Sig. (bilateral)	.044	.011	.019		.000	.014	.574	.125
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECFE	Correlación de Pearson	.123	.109	.045	.445**	1	.304*	.050	-.042
	Sig. (bilateral)	.341	.399	.727	.000		.016	.700	.744
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EE	Correlación de Pearson	.496**	.184	.313*	.311*	.304*	1	.504**	.346**
	Sig. (bilateral)	.000	.152	.013	.014	.016		.000	.006
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EP	Correlación de Pearson	.326**	.175	.160	.073	.050	.504**	1	.225
	Sig. (bilateral)	.010	.173	.214	.574	.700	.000		.078
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECSD	Correlación de Pearson	.335**	.389**	.526**	.197	-.042	.346**	.225	1
	Sig. (bilateral)	.008	.002	.000	.125	.744	.006	.078	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

III.3 Temporalidad

Correlaciones

		EPR	EANR	EOFE	ECFE	EE	EP	ECSD	Temp
EPR	Correlación de Pearson	1	.453**	.320*	.109	.184	.175	.389**	-.539**
	Sig. (bilateral)		.000	.011	.399	.152	.173	.002	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EANR	Correlación de Pearson	.453**	1	.298*	.045	.313*	.160	.526**	-.307*
	Sig. (bilateral)	.000		.019	.727	.013	.214	.000	.015
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EOFE	Correlación de Pearson	.320*	.298*	1	.445**	.311*	.073	.197	-.332**
	Sig. (bilateral)	.011	.019		.000	.014	.574	.125	.008
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECFE	Correlación de Pearson	.109	.045	.445**	1	.304*	.050	-.042	-.063
	Sig. (bilateral)	.399	.727	.000		.016	.700	.744	.624
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EE	Correlación de Pearson	.184	.313*	.311*	.304*	1	.504**	.346**	-.291*
	Sig. (bilateral)	.152	.013	.014	.016		.000	.006	.022
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
EP	Correlación de Pearson	.175	.160	.073	.050	.504**	1	.225	-.223
	Sig. (bilateral)	.173	.214	.574	.700	.000		.078	.082
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
ECSD	Correlación de Pearson	.389**	.526**	.197	-.042	.346**	.225	1	-.355**
	Sig. (bilateral)	.002	.000	.125	.744	.006	.078		.005
	N	62	62	62	62	62	62	62	62
Temp	Correlación de Pearson	-.539**	-.307*	-.332**	-.063	-.291*	-.223	-.355**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.015	.008	.624	.022	.082	.005	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

ANEXO IV. Cálculo de los Modelos de Regresión.

Resumen del modelo ^b				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.414 ^a	.171	.158	.25168

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: EPR

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.787	1	.787	12.419	.001 ^b
	Residuo	3.801	60	.063		
	Total	4.587	61			

a. Variable dependiente: EPR

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	.153	.041		3.707	.000
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.010	.003	.414	3.524	.001

a. Variable dependiente: EPR

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.1558	.7334	.2442	.11356	62
Residuo	-.44769	.64414	.00000	.24961	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.779	2.559	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EPR

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.455 ^a	.207	.193	.24688

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: EANR

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.952	1	.952	15.625	.000 ^b
	Residuo	3.657	60	.061		
	Total	4.609	61			

a. Variable dependiente: EANR

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	.227	.040		5.623	.000
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.011	.003	.455	3.953	.000

a. Variable dependiente: EANR

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.2306	.8662	.3280	.12495	62
Residuo	-.53157	.59217	.00000	.24485	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-2.153	2.399	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EANR

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.257 ^a	.066	.050	.18709

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: EOFE

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.148	1	.148	4.236	.044 ^b
	Residuo	2.100	60	.035		

Total	2.248	61			
-------	-------	----	--	--	--

a. Variable dependiente: EOFE

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	.138	.031		4.496	.000
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.004	.002	.257	2.058	.044

a. Variable dependiente: EOFE

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.1390	.3898	.1774	.04930	62
Residuo	-.25948	.55581	.00000	.18555	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.387	2.971	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EOFE

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.496 ^a	.246	.233	.28162

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: EE

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1.549	1	1.549	19.536	.000 ^b
	Residuo	4.759	60	.079		
	Total	6.308	61			

a. Variable dependiente: EE

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	.074	.046		1.611	.112
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.014	.003	.496	4.420	.000

a. Variable dependiente: EE

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.0786	.8893	.2028	.15937	62
Residuo	-.46805	.87794	.00000	.27931	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.662	3.117	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EE

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.326 ^a	.106	.091	.25605

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: EP

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.468	1	.468	7.142	.010 ^b
	Residuo	3.934	60	.066		
	Total	4.402	61			

a. Variable dependiente: EP

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	.379	.042		9.036	.000
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.007	.003	.326	2.672	.010

a. Variable dependiente: EP

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.3811	.8267	.4493	.08761	62
Residuo	-.46212	.54654	.00000	.25394	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.805	2.134	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EP

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.335 ^a	.112	.097	.23927

a. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

b. Variable dependiente: ECSD

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.433	1	.433	7.560	.008 ^b
	Residuo	3.435	60	.057		
	Total	3.868	61			

a. Variable dependiente: ECSD

b. Predictores: (Constante), Duración del mensaje en minutos y segundos

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	.097	.039		2.487	.016
	Duración del mensaje en minutos y segundos	.007	.003	.335	2.749	.008

a. Variable dependiente: ECSD

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.0997	.5282	.1653	.08423	62
Residuo	-.30553	.77657	.00000	.23730	62
Desv. Valor pronosticado	-.779	4.308	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.277	3.246	.000	.992	62

a. Variable dependiente: ECSD

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.539 ^a	.290	.278	.23297

a. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

b. Variable dependiente: EPR

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1.331	1	1.331	24.518	.000 ^b
	Residuo	3.257	60	.054		
	Total	4.587	61			

a. Variable dependiente: EPR

b. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	.533	.065		8.153	.000
	Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión	-.084	.017	-.539	-4.952	.000

a. Variable dependiente: EPR

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.0266	.4483	.2442	.14770	62
Residuo	-.36394	.55172	.00000	.23105	62
Desv. Valor pronosticado	-1.474	1.381	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.562	2.368	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EPR

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.332 ^a	.110	.096	.18259

a. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

b. Variable dependiente: EOFE

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.248	1	.248	7.441	.008 ^b
	Residuo	2.000	60	.033		
	Total	2.248	61			

a. Variable dependiente: EOFE

b. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	.302	.051		5.897	.000
	Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión	-.036	.013	-.332	-2.728	.008

a. Variable dependiente: EOFE

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.0834	.2655	.1774	.06377	62
Residuo	-.26552	.53448	.00000	.18109	62
Desv. Valor pronosticado	-1.474	1.381	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.454	2.927	.000	.992	62

a. Variable dependiente: EOFE

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.355 ^a	.126	.111	.23737

a. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

b. Variable dependiente: ECSD

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	.487	1	.487	8.649	.005 ^b
	Residuo	3.381	60	.056		
	Total	3.868	61			

a. Variable dependiente: ECSD

b. Predictores: (Constante), Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	.340	.067		5.106	.000
	Semana del acontecimiento en la que se sitúa la emisión	-.051	.017	-.355	-2.941	.005

a. Variable dependiente: ECSD

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.0336	.2888	.1653	.08938	62
Residuo	-.28879	.76224	.00000	.23542	62
Desv. Valor pronosticado	-1.474	1.381	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.217	3.211	.000	.992	62

a. Variable dependiente: ECSD

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.613 ^a	.376	.344	.408

a. Predictores: (Constante), EP, EOFE, EE

b. Variable dependiente: Tipo de medio

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	5.826	3	1.942	11.644	.000 ^b
	Residuo	9.674	58	.167		
	Total	15.500	61			

a. Variable dependiente: Tipo de medio

b. Predictores: (Constante), EP, EOFE, EE

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	1.887	.113		16.627	.000
	EE	-.455	.199	-.291	-2.293	.025
	EOFE	.363	.288	.138	1.259	.213
	EP	-.799	.227	-.426	-3.524	.001

a. Variable dependiente: Tipo de medio

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	.82	2.03	1.50	.309	62
Residuo	-.773	.798	.000	.398	62
Desv. Valor pronosticado	-2.202	1.721	.000	1.000	62
Desv. Residuo	-1.892	1.953	.000	.975	62

a. Variable dependiente: Tipo de medio

ANEXO IV. Fiabilidad intercodificadores

EPR

1) ¿Hay presencia de consejos sobre la implementación de medidas sanitarias?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.6173	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EPR_CONS EPR_CO_1 EPR_CO_2

2) ¿Hay presencia de Información sobre centros de atención ciudadana?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.5061	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EPR_INFO EPR_IN_1 EPR_IN_2

3) ¿Hay presencia de Información sobre la localización de centros de abastecimiento higiénico y médico?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.6757	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EPR_INFO EPR_INFR EPR_IN_1

4 ¿Hay presencia de opinión de empleados de centros de abastecimiento higiénico y médico?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .6944 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EPR_OPIN EPR_OP_1 EPR_OP_2

5) ¿Hay presencia de opinión a transeúnte en torno al brote epidémico y la implementación de medidas de prevención?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .8730 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EPR_OPIN EPR_OP_1 EPR_OP_2

6) ¿Hay presencia de opinión/demanda/propuesta a representantes de salud/gobierno sobre el brote epidémico?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .7979 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EPR_OPIN EPR_OP_1 EPR_OP_2

7) ¿Hay presencia de información sobre las medidas preventivas en el extranjero?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .5757 17.0000 3.0000 51.0000

EANR

1) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos nacionales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .8148 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EANR_INF EANR_I_1 EANR_I_2

2) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre casos internacionales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .8377 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EANR_INF EANR_I_1 EANR_I_2

3) ¿Hay presencia de información no verídica o sensacionalista?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .5051 17.0000 3.0000 51.0000

Judges used in these computations:

EANR_INF EANR_I_1 EANR_I_2

4) ¿Hay presencia de investigaciones sobre los casos de decesos y contagios?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.8696	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EANR_CAS EANR_C_1 EANR_C_2

5) ¿Hay presencia de ejercicios/comentarios/discusiones comparativas con epidemias previas?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.9259	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EANR_COM EANR_C_1 EANR_C_2

6) ¿Hay presencia de palabras como "muerte", "caos", "destrucción", "fuera de control"?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EANR_PAL EANR_P_1 EANR_P_2

EOFE

1) ¿Hay presencia de opinión científica?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.9615	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EOFE_CIE EOFE_C_1 EOFE_C_2

2) ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la salud?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.7354	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EOFE_ESP EOFE_E_1 EOFE_E_2

3) ¿Hay presencia de opinión de especialistas de la industria farmacéutica?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.5814	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EOFE_ESP EOFE_E_1 EOFE_E_2

4) ¿Hay presencia de opinión periodística?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.5102	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EOFE_PER EOFEP_1 EOFEP_2

5) ¿Hay presencia de opinión del presentador del informativo?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EOFE_PER EOFEP_1 EOFEP_2

ECFE

1) ¿Hay presencia de crítica científica?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECFE_CIE ECFEC_1 ECFEC_2

2) ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la salud?

Alpha

Units	Obsrvrs	Pairs
-------	---------	-------

Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000
-------	--------	---------	--------	---------

Judges used in these computations:

ECFE_CIE ECFEC_1 ECFEC_2

3) ¿Hay presencia de crítica de especialistas de la industria farmacéutica?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECFE_CIE ECFEC_1 ECFEC_2

4) ¿Hay presencia de crítica periodística?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.6944	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECFE_PER EOFEP_1 EOFEP_2

5) ¿Hay presencia de crítica del presentador del informativo?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECFE_PRE EOFEP_1 EOFEP_2

EE

1) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desaceleración económica nacional?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.5066	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_DATOS EE_DAT_1 EE_DAT_2

2) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas económicas?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.6894	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_DATOS EE_DAT_1 EE_DAT_2

3) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de desempleo?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.7093	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_DATOS EE_DAT_1 EE_DAT_2

4) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de pérdidas turísticas?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.5051	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_DATOS EE_DAT_1 EE_DAT_2

5) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación a relaciones mercantiles?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.7407	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_DATOS EE_DAT_1 EE_DAT_2

6) ¿Hay presencia de opinión de establecimientos mercantiles y de comercio?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.7692	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EE_OPINI EE_OPI_1 EE_OPI_2

7) ¿Hay presencia de representantes económicos, mercantiles y comerciales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
--	-------	-------	---------	-------

Ratio .6711 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EE_REPRE EE_REP_1 EE_REP_2

EP

1) ¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .7093 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_INFOR EP_INF_1 EP_INF_2

2) ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .7317 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_OPINI EP_OPI_1 EP_OPI_2

3) ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .5682 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_REPRE EP_REP_1 EP_REP_2

4) ¿Hay presencia de información brindada por fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .8687 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_INFOR EP_INF_1 EP_INF_2

5) ¿Hay presencia de opinión de fuentes políticas y gubernamentales extranjeras?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .6920 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_OPINI EP_OPI_1 EP_OPI_2

6) ¿Hay presencia de representantes políticos y gubernamentales extranjeros?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate
Alpha Units Obsrvrs Pairs
Ratio .6098 17.0000 3.0000 51.0000
Judges used in these computations:
EP_REPRE EP_REP_1 EP_REP_2

7) ¿Hay presencia de información sobre afectación de relaciones políticas internacionales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.8871	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

EP_AFECT EP_AFE_1 EP_AFE_2

ECSD

1) ¿Hay presencia de información de datos y cifras sobre pobreza?

rippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECSD_DAT ECSD_D_1 ECSD_D_2

2) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de afectación en zonas rurales?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECSD_DAT ECSD_D_1 ECSD_D_2

3) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras de contagios asociados a la condición social?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	1.0000	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECSD_DAT ECSD_D_1 ECSD_D_2

4) ¿Hay presencia de información sobre datos y cifras demográficas comparativas?

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

	Alpha	Units	Obsrvrs	Pairs
Ratio	.6920	17.0000	3.0000	51.0000

Judges used in these computations:

ECSD_DAT ECSD_D_1 ECSD_D_2