



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12^º – 3^ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

[Facultad y Departamento de Ciencias de la Información](#): Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#)

38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Investigación](#) – [forma de citar/how to cite](#) – [informe revisores/referees](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)

[DOI](#): 10.4185/RLCS-64-2009-865-827-843

La 'gripe A', en la prensa española

Swine Flu, in the Spanish Press

Dra. Idoia Camacho Markina [C.V.] Profesora de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea - Bilbao - idoia.camacho@ehu.es

Resumen: Informar sobre epidemias constituye una situación excepcional para los medios de comunicación, cuya función debe ser ofrecer al público la información más completa posible para evitar que se extienda el pánico. Sin embargo, en las últimas epidemias muchos medios se han guiado más por criterios económicos, buscando el sensacionalismo, que por criterios de servicio público. El presente trabajo tiene como objetivo estudiar el tratamiento informativo que la prensa escrita diaria española ha hecho del brote de epidemia del virus de influenza A (H1/N1). El análisis de contenido de las noticias publicadas por los cinco diarios españoles de mayor difusión en la primera semana desde que se conoció la epidemia nos indica qué papel ha adoptado la prensa en esta ocasión.

Palabras clave: periodismo sobre salud; crisis informativa; epidemias; periodismo sensacionalista; periodismo de servicio.

Abstract: Mass media are faced with an exceptional challenge when they cover an epidemic, since the role of the media is to offer the most complete and accurate information in order to avoid spreading panic. However, many media outlets have been guided by financial reasons rather than public service criteria when they have covered the latest epidemic outbreak, which has resulted in a sensationalist coverage. The goal of this paper is to analyze the news coverage given by Spanish dailies to the outbreak and spread of the Novel H1N1 Virus, commonly known as the Swine Flu. This research points to the role played by print media in the coverage of this particular issue after a content analysis of the news articles published by the main five Spanish dailies during the first week after the Swine Flu outbreak.

Keywords: health coverage; news crisis; epidemic; yellow journalism; civic journalism.

Sumario: 1. El periodismo sobre salud y medicina. 1.1. La función educativa de la información sanitaria. 1.2. La información sobre epidemias. 2. Objetivos y metodología de la investigación. 3. Resultados. 3.1. Cobertura informativa de la epidemia. 3.2. Autoría de los textos. 3.3. Ubicación de los textos. 3.4. Contenido de las informaciones. 3.5. Géneros periodísticos. 3.6. Fuentes de información. 3.7. Información gráfica. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía. 6. Notas.

Summary: 1. Health journalism. 1.1. The educational role of health-related news coverage. 1.2. Epidemic-related information. 2. Research goals and methodology. 3. Research results. 3.1. Epidemic-related news coverage. 3.2. Contributors. 3.3. Location. 3.4. Contents. 3.5. Journalistic genres. 3.6. News sources. 3.7. Graphic information. 4. Conclusions. 5. Bibliography. 6. Notes.

Traducción supervisada por **Ana María Mendieta Bartolomé**, profesora de la Universidad del País Vasco

1. El periodismo sobre salud y medicina

1.1. La función educativa de la información sanitaria

Las investigaciones sociales apuntan a la salud y la medicina como uno de los temas emergentes que más interés despierta en la sociedad del siglo XXI, cada vez más sensibilizada en la adquisición y

mantenimiento de hábitos que contribuyan a mejorar su salud (López: 2004, 141-150). Esta demanda se ha venido manifestando reiteradamente en los últimos años en los estudios que hacen las empresas comunicativas para conocer los intereses de las audiencias.

Los medios de comunicación masiva han respondido a este interés social aumentando considerablemente la cantidad de informaciones relacionadas con la salud. En España, hasta la década de los ochenta del siglo XX el periodismo sanitario no tenía entidad ni espacios propios en los medios. La aparición de dos nuevos frentes noticiosos, el Síndrome Tóxico por aceite de colza y el SIDA, a principios de los ochenta, marca un antes y un después en el periodismo sobre salud y medicina. Fue en aquella época cuando la prensa de información general y la televisión empezaron a dedicar espacios informativos específicos a la salud y comenzaron a disponer de profesionales especializados en este tema. También las agencias de noticias se empezaron entonces a interesar por los asuntos relacionados con la salud, mientras que esta especialización llegaría a la radio un poco más tarde, ya en la década de los noventa (Catalán; López Iglesias: 2003, 21-22; 43; 65; 73).

A partir de entonces, las noticias sobre salud y medicina han ido ocupando cada vez más espacio en los medios de información general; los grandes diarios (y cada vez más otros medios impresos de menor entidad) han creado secciones y/o suplementos especializados en este tema; han aparecido nuevos programas de radio y televisión, así como nuevas publicaciones especializadas; comienzan a surgir agencias de comunicación especializadas en el sector sanitario... En fin, la información sobre el ámbito sanitario ha asumido un papel protagonista en los primeros años del nuevo milenio, si bien es cierto que en este aspecto la cantidad no va siempre unida a la calidad, tal y como demuestra una reciente investigación sobre el tratamiento de la salud en la prensa autonómica de Galicia, en la cual "conviene madurar en el tratamiento informativo de los temas médicos y sanitarios" (Costa: 2008).

Una de las principales funciones del periodismo sobre salud es la divulgación médica; es decir, es un mediador entre los médicos y el resto de la sociedad, con el objetivo de transmitir a ésta el conocimiento científico que pueda ser de su interés. Otra función básica es la difusión de contenidos educativos con el fin de ayudar al público a conocer y controlar su estado de salud, o lo que es lo mismo, educar a la población en salud. Si la educación es una de las responsabilidades de todos los medios de comunicación para con la sociedad, esta función cobra especial importancia cuando hablamos de la información sanitaria, porque, aunque la misión básica del periodismo es informar, el redactor de este ámbito se encuentra en una posición muy singular, ya que su información no será generalmente útil para el público si no va acompañada de una explicación (Calvo: 1997, 201).

Los medios masivos de comunicación, debido a su ubicuidad, tienen la capacidad de acceder a gran parte de la población, lo que los convierte en un instrumento de gran potencia educativa. Además, la mayoría de los ciudadanos recibe buena parte de su bagaje cultural a través de ellos, por lo que pueden contribuir a la difusión de modelos de vida saludable. Los avances en el campo científico han demostrado que existe una relación directa entre los estilos de vida de las personas y su estado de salud. La información difundida por los medios puede incidir en los comportamientos de los individuos, reforzando los que son adecuados y modificando aquellos que pueden perjudiciales para su salud.

El periodismo sanitario ejerce su influencia principalmente en las medidas preventivas que adopta el individuo por su cuenta antes de consultar a un profesional sanitario. Se trata de poner el énfasis en la necesidad de actuar antes de que se produzcan las enfermedades, sentando las bases para que la sociedad incorpore a su forma de vida hábitos saludables. No es habitual acudir al médico estando sano, por lo que este vacío informativo es ocupado en gran medida por el periodismo como transmisor de conocimientos que contribuyan a la mejora de la calidad de vida.

Ahora bien, tal y como señalan los estudios sobre el *newsmaking*, en la producción de información de masas existen una serie de rutinas profesionales necesarias para hacer frente a la vorágine que constituyen los hechos de actualidad. Una de estas rutinas es la *noticiabilidad* de un acontecimiento, que está constituida por el "conjunto de criterios, operaciones e instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias" (Wolf, 1996: 216). Consiste, en definitiva, en determinar cuáles de esos hechos se van a convertir en noticia y cuáles caerán en el olvido. Un componente de la noticiabilidad son los valores noticia (*news values*) que son aquellas características de los acontecimientos que hacen que éstos sean "considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes para ser transformados en noticia" (Wolf, 1996: 222). Ejemplos de valores noticia son el nivel jerárquico de los sujetos implicados, el impacto, la proximidad, la novedad, el conflicto, la curiosidad...

Para que el periodismo cumpla el papel de educador es necesario ir más allá de lo que es noticia según

los criterios meramente periodísticos –más allá de los valores noticia– y ofrecer informaciones en profundidad, contrastadas, comentadas y valoradas, que ayuden al público a tomar decisiones que mejoren su salud. Porque es cierto que –como dice la teoría del *newsmaking*– la noticiabilidad está determinada por las rutinas productivas, pero también depende de las iniciativas de los periodistas y de las demandas de la sociedad (Pena de Oliveira, 2006: 143).

Cuando el redactor responde a estas demandas y contempla a los receptores como el centro, el principio y el fin de su trabajo, el periodismo se convierte en una actividad educativa, que, además de ofrecer información directa, pretende ejercer influencia sobre las actitudes de la audiencia. “La información aparece entonces como un bien que personaliza y ayuda a conformar a la persona en todas sus dimensiones: individuales, familiares, sociales, recreativas, profesionales, de inmanencia y de trascendencia. Los productos derivados de la acción periodística se convierten en aliados del progreso y la calidad de vida individual, familiar, social, profesional” (Bartolomé, 2007: 253). En este sentido, los periodistas sanitarios “deben constituirse en nuevos educadores que, con capacidad pedagógica y analítica, y del modo más imparcial y menos paternalista posible, guíen con sus escritos a las mayorías de nuestros pueblos” (Calvo: 1997, 30).

No todas las informaciones sobre salud cumplen esta función educativa. Las que sí lo hacen se enmarcan dentro del denominado *periodismo de servicio*, entendido como la difusión de mensajes que la audiencia puede utilizar en su vida diaria. “Se trata de detectar las preocupaciones, necesidades y requerimientos de la gente y darles una respuesta directa” (Diezhandino, 1994: 78). Es un periodismo que busca temas que afectan o que pueden llegar a afectar a sus audiencias, menos atento a aquello que sucedió justo *ayer*, a lo cercano en el tiempo, para dar un énfasis especial a lo cercano a los intereses del público. El objetivo es ayudar a la audiencia a formarse una opinión con criterio sobre temas que le afectan diariamente de forma directa.

1.2. La información sobre epidemias

El término *epidemia* significa “aparición, en una comunidad o región definida, de casos de una enfermedad (o de un brote) con una frecuencia que claramente rebasa la incidencia normal prevista” (Revuelta y De Semir, 2008: 80). La comunicación de epidemias constituye una situación de crisis informativa, similar a la que se produce cuando ocurre una catástrofe, un accidente o una emergencia. Todos estos casos presentan las características propias de una crisis, entendida como aquella situación que “se produce por sorpresa, altera bruscamente los hábitos profesionales cotidianos y exige un esfuerzo extra de recursos humanos y técnicos para cubrir con eficacia la emergencia informativa” (Quesada, 2007: 71). Se trata, pues, de una situación excepcional en la que el periodismo ya no busca prevenir la enfermedad –función habitual del periodismo sanitario–, sino informar a la población de una manera equilibrada, evitando que se extienda el pánico.

La aparición y propagación de una enfermedad es el paradigma de noticia, porque posee numerosos *news values*, por ejemplo dimensión (afecta a una gran cantidad de personas), actualidad, magnitud de los efectos, riesgo, identificación del público con los protagonistas, proximidad –a veces–, etc. Por su noticiabilidad, pues, las epidemias suelen ocupar un lugar amplio y prioritario en los medios.

A pesar de esta clara noticiabilidad, informar sobre epidemias supone un enorme reto para los periodistas, debido a su carácter imprevisto y al gran impacto que tienen en la opinión pública. Su cobertura se caracteriza por lo que el Informe Quiral [1] denomina *Patrón Agudo*, “que coincide con un tipo de cobertura rápida (noticias cortas), poco especializada (uso de información procedente de agencias, fuentes oficiales e instituciones, etc.) y de gran impacto mediático (frecuencia elevada de portadas y editoriales)” (Revuelta y De Semir, 2008: 57). Esta profusión de portadas y editoriales hace que las epidemias sean más visibles en los medios que otro tipo de noticias y, por tanto, que despunten más en la agenda social.

Sin embargo, se trata generalmente de informaciones poco elaboradas por los periodistas, que tienden a publicar las noticias procedentes de las agencias, sin contrastarlas, detalladas o contextualizadas correctamente. El tratamiento informativo que los medios de comunicación españoles han hecho de las epidemias que se han producido en los últimos años –la enfermedad de las vacas locas (2000-2001), el SARS (2003) y la gripe aviar (2004-2006)– es un claro ejemplo de este Patrón Agudo, según el Informe Quiral.

Montserrat Quesada (2007: 72) coincide con esta reflexión cuando afirma que hasta hoy los medios de comunicación no han conseguido responder con eficacia a las situaciones de máxima tensión informativa. “Cuando la crisis estalla, suelen activar un dispositivo que incluye la inmediata ampliación del número de periodistas que intervendrán en la cobertura informativa de esos hechos, pero no tienen

en cuenta que más *cantidad* de información elaborada por una mayor *cantidad* de periodistas no suele equivaler a una mejora de la *calidad* de la información. No es la primera vez que una crisis política, social, tecnológica o de cualquier tipo acaba agravándose innecesariamente por la crisis informativa que se deriva de una comunicación periodística precipitada, desordenada y, en el peor de los casos, elaborada con inadecuados criterios de improvisación”.

Investigaciones sobre la actuación de los medios de comunicación en situaciones de crisis han demostrado que “la prensa escrita en general no cuenta en su organización interna con protocolos de actuación precisos frente a situaciones complejas, de crisis social y sobre todo de orden político, sino con procedimientos generales que pueden afectar su rol natural de informadores acreditados y de orientadores responsables de la opinión pública” (Carvajal, 2008: 107).

Los estudios desarrollados a partir de las aportaciones teóricas de la *Agenda Setting* y la teoría del *Framing* concluyen que la percepción que el público tiene de los asuntos sociales está condicionada, en gran parte, por la contribución de los medios de comunicación. Un mayor énfasis mediático sobre un determinado tema o asunto social tiende a provocar en la opinión pública una mayor preocupación sobre ese tema. Por tanto, los medios dictan implícitamente a los receptores una forma de pensar sobre ciertos asuntos al dar un enfoque determinado a las noticias, por cuanto seleccionan y enfatizan palabras, expresiones e imágenes, para conferir un punto de vista o una perspectiva concreta (Igartua, 2007: 93-94).

En el inicio de una epidemia los medios de comunicación también son protagonistas, ya que constituyen la principal fuente de información a la que recurren los ciudadanos. Su papel “es decisivo en el riesgo percibido por la población, que a veces puede alejarse mucho del riesgo real” (Hernández-Aguado y Ramírez, 2006: 109). Los medios pueden tranquilizar a la gente, mientras ofrecen la información más completa posible sobre la magnitud de la enfermedad o, por el contrario, pueden activar en el público temores infundados que hagan que se incremente la alarma social. Por eso, “más aún que otras especialidades del periodismo, el periodismo científico tiene la obligación de ser didáctico, principalmente en una cobertura de tamaño importancia como es la de una enfermedad de extrema gravedad” (ANDI; Red ANDI América Latina; Unicef; 2007: 14).

2. Objetivos y metodología de la investigación

El principal objetivo de este estudio es analizar el tratamiento informativo que la prensa escrita diaria española ha hecho del brote de epidemia del nuevo virus de influenza A (H1/N1), surgido en abril de 2009. Con este análisis pretendemos determinar si dicho tratamiento ha sido adecuado o desproporcionado.

La hipótesis de partida es que, tal y como ha ocurrido en anteriores brotes epidémicos, también en esta ocasión la prensa ha otorgado a la enfermedad una cobertura extraordinaria, publicando espacios informativos excesivamente amplios, ubicándolos en las zonas privilegiadas del periódico y destacando los términos y las imágenes negativas. Por tanto, se ha ofrecido una información demasiado alarmista y sensacionalista, que ha contribuido a extender el pánico y la angustia entre la población. Así, los medios no han cumplido con su papel de educadores, con su función de servicio público, que les exige explicar con profundidad los hechos para que la gente sepa cómo actuar. Por el contrario, lo que han hecho ha sido explotar excesivamente las historias de gravedad extrema y las fotografías impactantes.

Si bien es cierto que investigaciones realizadas han determinado que otros medios de comunicación – fundamentalmente la televisión– presentan habitualmente un mayor grado de sensacionalismo que la prensa escrita, en la que se cuida más la calidad de las informaciones, en lo que se refiere a la información gráfica, la prensa, al igual que la televisión, también tiende a utilizar de manera estratégica las imágenes dramáticas, colocándolas en situaciones de mayor protagonismo en los diarios (Igartua, 2007: 105).

Hemos llevado a cabo un análisis sincrónico, que pretende estudiar las características de la información sobre la influenza A (H1/N1) en un momento puntual, que fue cuando los medios de comunicación tuvieron noticia del brote epidémico. Para ello, hemos analizado la información publicada durante los primeros siete días desde que el tema saltó a los medios de comunicación, esto es, entre el 25 de abril y el 1 de mayo de 2009.

Para lograr el objetivo propuesto, hemos utilizado el método de análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. El universo objeto de estudio son los diarios de información general españoles publicados durante la primera semana del brote epidémico del virus de influenza A (H1/N1). La muestra elegida está compuesta por las siete ediciones nacionales (la regional de Madrid en el caso de *Abc*) que

publicaron durante esos siete días los cinco diarios con mayor difusión del Estado, según las últimas cifras publicadas por la OJD –correspondientes al periodo enero-diciembre de 2008–: *El País* (promedio de difusión: 431.033), *El Mundo* (323.587), *Abc* (251.642), *La Vanguardia* (201.859) y *La Razón* (154.410). Hemos incluido en el estudio los periódicos completos, con todas sus páginas, excluyendo los suplementos y las revistas con numeración independiente que se publican junto con los periódicos. Únicamente en el caso de *La Vanguardia* hemos incluido el suplemento “Vivir” porque, aunque lleva una numeración aparte de la del resto del periódico, en la práctica funciona como una sección diaria más.

La unidad de análisis utilizada ha sido cada texto informativo, interpretativo y de opinión sobre la epidemia del virus de influenza A (H1/N1), publicado en dichos diarios en la semana mencionada. Hemos considerado como un único texto aquellas informaciones que estaban compuestas por más de una pieza pero que, por aparecer maquetadas de forma conjunta y desarrollar aspectos diferentes de un mismo tema, se pueden considerar como una única unidad de análisis. La ficha utilizada para codificar los datos y las variables analizadas en cada texto es la siguiente:

Datos identificativos:

1. Nombre del diario.
2. Fecha de publicación.
3. Titular: elementos que lo componen (cintillo, antetítulo, título, subtítulo), enfoque.
4. Autoría: Redactor, Experto, Agencia, Redacción, Sin firma, Lector.
5. Sección: Nacional / España, Sociedad / Tendencias, Internacional / Mundo, Opinión, Economía, Primer plano / Primera plana, Enfoque / Punto de mira, Otras voces, Suplemento, Sumario / La Segunda

Datos descriptivos:

1. Aparición en portada: sí/no.
2. Apertura de sección: sí/no.
3. Tamaño: menos de un cuarto de página, entre uno y dos cuartos de página, entre dos y tres cuartos de página, más de tres cuartos de página pero no completa, página completa, más de una página.
4. Género periodístico: información (noticia, foto-noticia, reportaje gráfico), interpretación (reportaje, entrevista, crónica, análisis), opinión (editorial, artículo, columna o comentario, cartas al director y viñeta gráfica), otro.
5. Fuentes de información: número y tipo (instituciones, expertos, sociedad civil, agencias de prensa, otros medios de comunicación).
6. Imágenes: tipo (fotografía, gráfico, infográfico, dibujo), enfoque.
7. Imágenes: tipo (fotografía, gráfico, infográfico, dibujo), enfoque.

3. Resultados

3.1. Cobertura informativa de la epidemia

A lo largo de la semana de estudio se han recabado un total de 274 unidades de análisis. Hay que señalar que el número de textos analizados es sensiblemente superior a esta cifra –concretamente, 386–, pero, como ya hemos señalado, muchos de ellos dependen directamente de un texto principal (en cuanto a tema y diseño), por lo que se han considerado como una parte de esa información principal. En cualquier caso, se trata de un número excesivamente elevado de textos dedicados a un mismo tema, tal y como corresponde a una situación de anormalidad como lo es un brote epidémico en varios países.

Como puede observarse en la siguiente tabla, no hay notables diferencias en cuanto al espacio redaccional que cada diario dedica a la cobertura de la epidemia de gripe A. Si atendemos al número de informaciones, destaca ligeramente *El Mundo* como el periódico que más noticias publica, aunque si nos fijamos en el espacio total que dedican al tema, cuantificado según el número de páginas que ocupa la epidemia sobre el total de páginas de cada periódico, vemos que se reducen las diferencias entre los cinco medios, quedando solamente por debajo del resto *Abc*, como periódico que menos espacio dedica al tema. [2]

Tabla 1.- Espacio dedicado a la epidemia

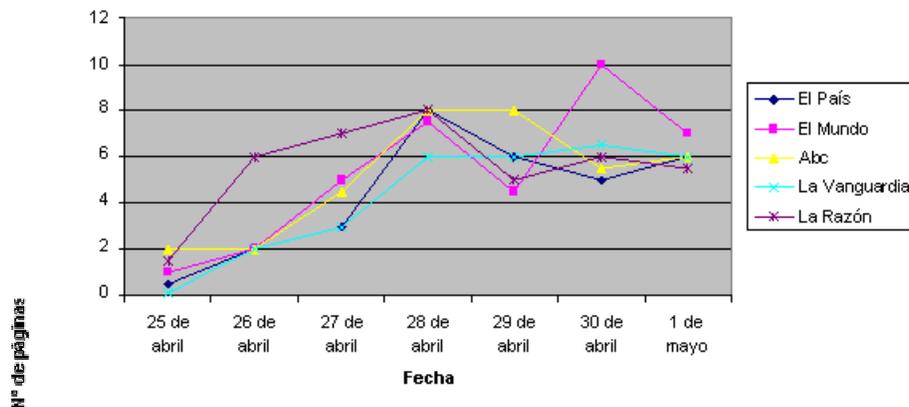
Cabeceras	Nº de informaciones (1)	Nº de páginas (1)	Total de páginas de cada periódico (2)	Porcentaje sobre el espacio total (2)
El País	48	30,5	432	7,1%
El Mundo	72	37	472	7,3%
Abc	57	36	720	5%
La Vanguardia	47	29,6	392	7,6%
La Razón	50	39	544	7,2%
Total	274	172,1	2.560	6,7%

(1) Incluidas las del suplemento de *El Mundo* del día 30.

(2) Sin incluir suplementos.

Además, el gráfico 1 indica que los cinco diarios han seguido una evolución muy similar en cuanto al número de páginas publicadas los siete días estudiados. La cantidad de noticias ha ido aumentando los primeros días, coincidiendo con la cada vez mayor profusión de comunicados y comparencias ofrecidos por las autoridades, que son especialmente abundantes el lunes día 27 –de ahí que el día 28 sea el día con más páginas publicadas por todos los diarios, con la excepción de *El Mundo*, que publica su mayor cantidad de páginas el día 30, ya que ofrece información especial sobre el tema en dos páginas y media de su suplemento semanal de salud (de 8 páginas)–.

Gráfico 1.- Páginas publicadas por día



También llama la atención el hecho de que en todos los periódicos aparecen otras informaciones que desarrollan como tema central uno distinto al que estamos estudiando –situación económica, política, inseguridad ciudadana, narcotráfico, psicología social...– pero que aluden explícitamente a la gripe A. Estos textos, obviamente, han quedado fuera de este análisis, pero de ellos podemos deducir que la presencia de la epidemia en los diarios sobrepasa el espacio dedicado a ella, que ya de por sí hemos visto que es muy amplio.

3.2. Autoría de los textos

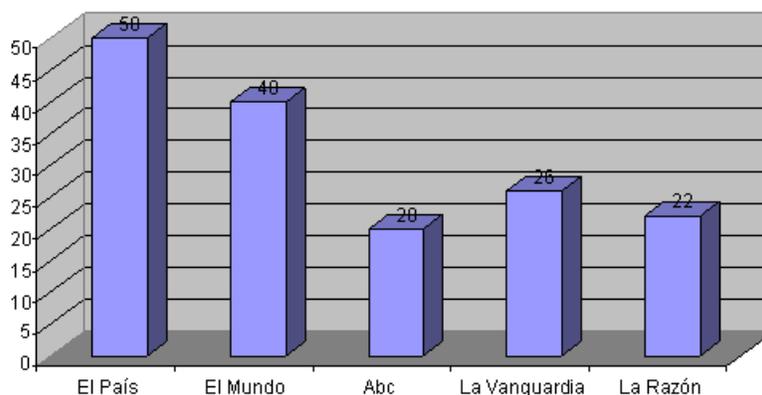
Si bien la mayoría de las informaciones aparecen firmadas por redactores del diario (75,2%) o por expertos colaboradores (4,7%), existe también un porcentaje elevado de textos sin firma (16,4%) o bajo el tópic *Redacción* (1,1%). Si a la suma de estas dos últimas cifras restamos los editoriales –siempre sin firma–, el resultado es que un 13,1% de las informaciones son anónimas.

Sabemos que los textos anónimos y los firmados por el diario en realidad a menudo son informaciones en las que se oculta que han sido elaboradas por una o varias agencias de noticias, y se publican

prácticamente sin ninguna intervención por parte de los periodistas que las escriben.

Pero lo más reseñable en lo que se refiere a esta variable radica en los periodistas que elaboran las informaciones y cuyo nombre se indica casi siempre en la firma pero otras veces en el interior o al final de una información anónima o firmada por otro redactor. En total, los cinco diarios utilizan 158 periodistas para cubrir el brote de epidemia, distribuidos según señala el gráfico 2. Se trata de una cantidad excesiva de redactores, que indica el interés de los medios por producir un gran número de informaciones en poco tiempo, en lugar de buscar elaborar menos informaciones pero de más calidad.

Gráfico 2.- Cantidad de periodistas que elaboran las informaciones



Además, una parte importante de los textos (16,8%) están firmados de forma colectiva por varios redactores o por redactores y agencias; y otras veces la autoría de la agencia no aparece en la firma, sino que es mencionada en el texto como fuente informativa, como veremos en el apartado dedicado a las fuentes. Por tanto, en muchas ocasiones, no queda claro si la información ha sido elaborada por el periodista o –como suele ser lo más habitual en situaciones en las que lo importante es la cantidad y no la calidad de las piezas– por una agencia, siendo la intervención del redactor mínima.

La mayoría de los periodistas (72,5%) escriben una única pieza informativa en toda la semana analizada y un 8,9% de ellos escriben dos piezas. Si tenemos en cuenta únicamente los que elaboran tres o más textos, es decir, los que producen el grueso de las informaciones sobre el brote de la epidemia, el número de redactores se reduce a 33, reflejados en la tabla 2. Como podemos apreciar, algunos de ellos son periodistas especializados en salud, es decir, que escriben habitualmente sobre este tema (un 33,3%), pero una amplia mayoría (un 66,7%) son redactores que se encuentran trabajando en el lugar desde donde se ha de informar. Por tanto, podemos concluir que un factor determinante para escribir sobre la epidemia de gripe A no es la especialización del periodista en el ámbito temático sobre el que informa, sino la territorialidad (ser corresponsal o enviado especial en ciudades en las que se ha extendido el brote, o trabajar en la delegación de la provincia en la que aparecen afectados por la enfermedad). Otro síntoma más de que el objetivo principal no es calidad de los textos.

Tabla 2.- Periodistas más prolíficos (con tres o más piezas)

Redactores	Perfil	Diario	Nº de textos
Jacobo G. García	México, especial	<i>El Mundo</i>	9
Emilio de Benito	especializado en salud	<i>El País</i>	8
María R. Sahuquillo	Madrid	<i>El País</i>	8
Nuria Ramírez de Castro	especializada en salud	<i>Abc</i>	8
Manuel M. Cascante	corresponsal México	<i>Abc</i>	8
M ^a Teresa Benítez de Lugo	Ginebra, especial	<i>El Mundo</i>	7
Pedro Rodríguez	corresponsal Washington	<i>Abc</i>	7
María Poveda	especializada en salud	<i>La Razón</i>	7
Pablo Ordaz	corresponsal México	<i>El País</i>	6
Ana Pantaleoni	especializada en salud	<i>El País</i>	6
Alberto Urona	Bilbao	<i>El País</i>	6

Rosa Serrano	especializada en salud	<i>La Razón</i>	6
José Luis de la Serna	médico	<i>El Mundo</i>	5
Rafael J. Álvarez	especializado en salud	<i>El Mundo</i>	5
Olga R. Sanmartín	Madrid	<i>El Mundo</i>	5
María Ramírez	corresponsal Bruselas	<i>El Mundo</i>	5
Elisabet Sabartés	México, servicio especial	<i>La Vanguardia</i>	5
Josep Corbella	especializado en salud, enviado esp. Ginebra	<i>La Vanguardia</i>	5
Celeste López	especializada en salud	<i>La Vanguardia</i>	5
Marta Ricart	especializada en salud	<i>La Vanguardia</i>	5
Marta Torres	Nueva York	<i>La Razón</i>	5
Yolanda Monge	corresponsal Washington	<i>El País</i>	4
Eusebio Val	corresponsal Washington	<i>La Vanguardia</i>	4
S. R.	Nueva York	<i>La Razón</i>	4
Humberto Montero	enviado especial	<i>La Razón</i>	4
Javier Sampedro	experto científico	<i>El País</i>	3
E. G. Sevillano	Madrid	<i>El País</i>	3
Ángeles Lucas	Sevilla	<i>El País</i>	3
Belén Kayser	Santiago	<i>El País</i>	3
Carlos Fresneda	corresponsal Nueva York	<i>El Mundo</i>	3
Maribel Núñez	corresponsal Bruselas	<i>Abc</i>	3
Esther Armora	especializada en salud	<i>Abc</i>	3
Andy Robinson	enviado especial	<i>La Vanguardia</i>	3

3.3. Ubicación de los textos

La mayoría de las informaciones sobre la epidemia se publican en la heterogénea sección de 'Sociedad' (58,4%). Cuatro de los cinco diarios –*El País*, *Abc*, *La Vanguardia* y *La Razón*– sitúan el grueso de sus informaciones en esta sección, que en el diario catalán se denomina 'Tendencias'. *El Mundo* es el único que opta por un criterio geográfico a la hora de ubicar las piezas: los dos primeros días las inserta en la sección de 'Mundo' y los tres siguientes en 'España', los dos últimos días, sin embargo cambia este criterio por el de relevancia de la información, publicando los textos en la sección de 'Primer plano'.

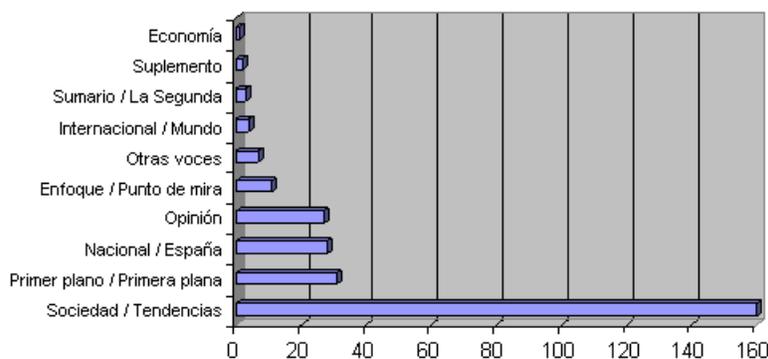
El Mundo parece es el único periódico que se plantea dudas a la hora de elegir el lugar donde sitúa la epidemia. Cuando la noticia saltó a las páginas de la prensa se refería únicamente a México y EE.UU., por lo que parece lógico colocarla en la sección de 'Mundo' (*La Vanguardia* hizo lo propio y la colocó el primer día en 'Internacional'); cuando el caso llegó a nuestro país optó por trasladar el tema a 'España', pero incluía también las noticias que se producían en América y el resto de Europa, por lo que optó por un segundo cambio trasladando la cobertura a 'Primer plano'.

Éste es también el único medio que lleva el tema a su suplemento sobre salud, lo que es sinónimo de un mejor tratamiento que en el resto de las secciones. En este caso, sin embargo, no se puede considerar un dato a comparar con el resto de los diarios, ya que los tres que publican suplemento sobre salud lo hacen el fin de semana y en esta primera semana que hemos analizado fue el sábado el día que se conoció la noticia, por lo que no tuvieron tiempo para incluirla. *El Mundo*, sin embargo, al publicar su suplemento el jueves tuvo varios días para planificar su inclusión en el cuadernillo temático.

Los otros cuatro diarios eligen el camino más fácil publicando prácticamente toda la semana en 'Sociedad', con la excepción mencionada del primer día en el diario catalán (comprensible por tratarse de una noticia referida a un país extranjero) y del tercer día en *La Razón*, que ubica el tema en 'Primera plana' (seguramente, por la competencia de otras noticias que ese día consiguieron hacerse con un sitio en la sección de 'Sociedad'). Por otro lado, *Abc* y *La Razón*, además de la sección principal de 'Sociedad', utilizan 'Enfoque' y 'Punto de mira' respectivamente como secciones secundarias para abordar la epidemia. Se trata de secciones similares, que recogen foto-noticias sobre las informaciones más destacadas de cada día. Al incluir la epidemia, subrayan la importancia que le dan al tema.

En el gráfico 3 podemos observar la distribución de los textos sobre la epidemia en el conjunto de los periódicos analizados.

Gráfico 3.- Secciones que acogen los textos sobre la epidemia



El análisis de las portadas pone de manifiesto la enorme relevancia que han dado todos los medios a las informaciones sobre el brote gripe A, ya que cuatro diarios llevan el tema a portada seis de los siete días y el quinto (*Abc*) lo hace los siete días de la semana de estudio. Es decir, la epidemia se publica en portada en un 88,6% de los ejemplares. Este dato coincide casi exactamente con las portadas interiores de la principal sección que contiene las piezas sobre la epidemia: el tema abre sección los siete días en *Abc*, seis días en *El País*, *La Vanguardia* y *La Razón*, y cinco en *El Mundo*.

3.4. Contenido de las informaciones

Los titulares sirven como 'gancho' para atraer la atención de lector hacia los textos, por lo cual es conveniente que sean llamativos. Sin embargo, también deben ser informativos y resumir con rigor el contenido de las noticias a las que preceden, por lo que se deben evitar aquellos que buscan alcanzar las emociones del público por su carácter morboso o por su curiosidad, más que por la relevancia social del acontecimiento.

Hay que señalar que los titulares utilizados por los diarios analizados son de carácter interpretativo más que informativo, es decir, que incluyen una valoración del redactor. Esto es lógico, si pensamos que cada día se ha publicado un elevado número de piezas que ofrecen informaciones complementarias sobre un mismo hecho: la propagación del virus de influenza A (H1N1). Así, siendo conocida la noticia principal, los diarios tratan de incluir un toque de originalidad e interpretación en los títulos. Con frecuencia se utilizan los subtítulos y/o antetítulos para destacar datos más informativos.

Los titulares del primer día de la cobertura, el 25 de abril, son de carácter eminentemente informativo, dando cuenta de la aparición de la enfermedad en México y EE. UU. No hay diferencias reseñables en los diferentes diarios.

El día 26, todos los diarios excepto *Abc* incluyen cintillos en la cabecera de las páginas que contienen la información sobre la enfermedad: "Alerta sanitaria" (*El País*), "Emergencia planetaria" (*El Mundo*), "Un nuevo enemigo llamado H1N1" (*La Vanguardia*) y "Pandemia de gripe porcina" (*La Razón*). Estos cintillos se mantendrán en los cinco periódicos, con algunas variaciones, durante toda la semana analizada. Ya en las piezas analizadas, además de algunos titulares informativos, son más abundantes aquellos más interpretativos, tales como "México se pone la mascarilla", ¿Y si esta es la pandemia? (ambos de *El País*); ¿Está también Obama en peligro?, Un catarro que acabó en un ataúd (de *El Mundo*); "Miedo a la gripe porcina", "Un país paralizado por un virus" (*Abc*); "Alerta global por una nueva gripe", "Megalópolis con mascarilla" (*La Vanguardia*); o "Preocupación ante la gripe porcina", "Un virus muy singular" (*La Razón*).

El día 27, proliferan de manera clara los titulares interpretativos, tendencia que se mantendrá el resto de la semana. Algunos de ellos son los siguientes: "Alerta sin histeria", "El mundo se prepara para la pandemia", "Del peligro de las aves a la amenaza de los cerdos" (*El País*); "Fiebre con buena evolución repartida por media España", "El temor a una mutación diabólica", "De la Riviera Maya al hospital" (*El Mundo*); "Controlar el virus", "Dejen su teléfono de contacto y lugar de residencia antes de salir del avión", "Una amenaza sin fronteras" (*Abc*); "La alarma llega a España", "Mascarillas en El Prat", "Ir o no ir a México, esa es la cuestión" (*La Vanguardia*); "La gripe porcina pulveriza las fronteras", "Colas de turistas en el hospital", "Una mecha de pólvora" (*La Razón*).

Algunos de los titulares publicados el cuarto día de la semana son los siguientes: "Jóvenes, estudiantes y constipados", "Atrapados entre controles y cancelaciones", "Y para colmo un terremoto" (*El País*); "La gripe porcina, una amenaza a escala global", "En caso de tos y fiebre alta, llamar al 112", "Mándanos a los niños para España" (*El Mundo*); "Crece la preocupación en el mundo por la gripe porcina", "¿Cuánto vale una mascarilla?", "El virus viaja en tranvía" (*Abc*); "Tenía tos, vomitaba...", "¿Alarma sin alarmismo?", "Seísmo sanitario en México" (*La Vanguardia*); "El mundo se protege tras una mascarilla", "He venido por mis padres; están muy preocupados", "México tiembla al borde de la cuarentena" (*La Razón*).

El quinto día nos dejó titulares como estos: "Hora de armarse contra la pandemia", "El cerdo nos devuelve el regalo", "Carteles de prevención en aeropuertos de todo el mundo" (*El País*); "La OMS cae en el alarmismo", "¿Una epidemia suave?", "La población busca culpable de la epidemia" (*El Mundo*); "Prepararse para lo que pueda suceder", "El nombre de la cosa", "Los del Namur vinieron vestidos de astronautas" (*Abc*); "Un inquietante goteo de casos leves", "Estamos en cuarentena", "Mi peor miedo es no poder volver" (*La Vanguardia*); "Más gripe porcina en España", "No me beséis, que no se puede", "Los contagios se estancan en una capital paralizada" (*La Razón*).

El día 30 se publicaron titulares como los siguientes: "El riesgo de pandemia es inminente", "El dilema de la vacuna" (*El País*); "Media Europa cogerá la nueva gripe", "Séptima planta, prohibido el paso" (*El Mundo*); "Cinco días encerrados en casa", "La fiebre llega a Montmeló" (*Abc*); "PANDEMIA inminente", "Control virtual en la frontera" (*La Vanguardia*); "Edgar, la génesis de la epidemia", "Dificultades para crear la vacuna" (*La Razón*).

Ejemplos de titulares publicados el último día de la semana, el 1 de mayo, son: "No hay razón para el pánico", "El virus mata el sueño de México" (*El País*); "Cuando la pandemia se acerca", "Guerra sin cuartel a la carne de cerdo" (*El Mundo*); "Margaret Chan: Toda la humanidad está en peligro", "El extraño caso de la caída de muertes en México" (*Abc*); "Que viene el virus", "Vacuna contra el pánico" (*La Vanguardia*); "Comisión mixta, o la forma de no admitir el error de llevar el Carlos III a Ciencia", "Toque de queda en México" (*La Razón*).

Es destacable que tanto gran parte de estos titulares interpretativos como de aquellos que son más informativos ofrecen un enfoque angustioso de la situación de los afectados por la enfermedad, destacando términos alarmistas, tales como 'emergencia', 'pandemia', 'alarma', 'miedo', o 'muerte' y presentando situaciones extraordinariamente anormales, como el uso generalizado de mascarillas o el cierre de restaurantes y colegios. Aunque también es cierto que hay algunos que inducen a la calma, son los menos.

Así, la mayoría de titulares son desproporcionados al destacar este tipo de sensaciones de alarma, porque difunden una situación irreal. "Esto es lo que ocurre con preocupante asiduidad en el mundo desarticulado y descontextualizado que nos muestran los medios. No parece imperar en ellos la reflexión o la búsqueda de la verdad a la hora de mostrar la realidad de los hechos, de manera que éstos aparecen como encerrados en una caja oscura, y cuando se abre esa caja (la televisión) no sabemos si el gato de Schrödinger está vivo o muerto, si es negro o blanco, todo parece ya una cuestión de fe (Camiñas, 2007).

Esta tendencia alarmista de los titulares no coincide con el tono que presentan los textos, ya que en la mayoría de ellos el mensaje es de una alarma comedida y de tranquilidad por la levedad de los casos de gripe A registrados. Efectivamente, los mensajes que han transmitido las autoridades sanitarias durante el brote epidémico son de preocupación, dada su función de alertar a la población ante la expansión de la enfermedad.

No es ésta, sin embargo, la función de los medios, que, como ya hemos señalado, deben transmitir esta alerta, pero sin alarmar a los ciudadanos, completando los mensajes de las autoridades con los de los expertos en este ámbito. Efectivamente, cada vez que los diarios recaban la opinión de algún experto sus declaraciones son tranquilizadoras, en el sentido de que se trata de una epidemia muy extendida, pero con síntomas muy leves. Sin embargo no son estos mensajes los que los diarios llevan habitualmente a titulares.

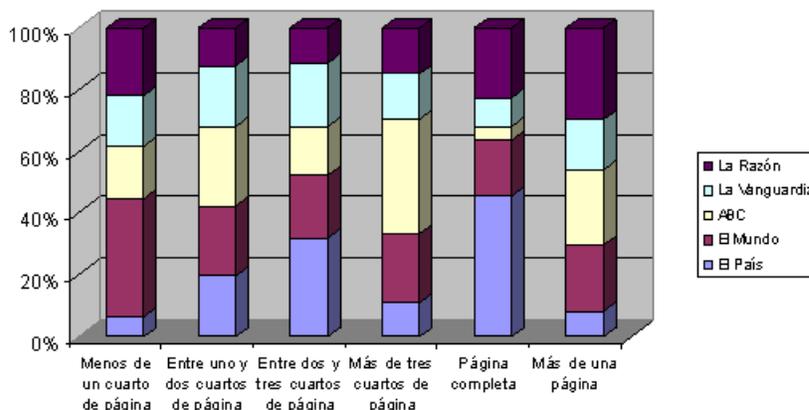
La lectura pormenorizada de titulares y textos refleja un mimetismo generalizado en la cobertura de la gripe por los diferentes diarios, ya que con frecuencia encontramos titulares muy similares y, sobre todo, informaciones prácticamente idénticas.

En lo que se refiere a la extensión de las informaciones, hay que señalar que la mayoría de ellas (52,6%) ocupa menos de la mitad de una página, por lo que en general se trata de textos de formato

reducido. Concretamente, un 28,5% ocupa menos de un cuarto de página, un 24,1% ocupa entre uno y dos cuartos, un 16,1% entre dos y tres cuartos, un 9,9% más de tres cuartos pero menos de una página, un 8% la página completa y un 13,5% ocupa más de una página.

Tal y como se puede deducir del gráfico 4, en este caso sí hay diferencias entre los diarios en cuanto al tamaño de sus textos. *El Mundo* es el que más textos cortos publica (41,7% menor de un cuarto; 20,8% entre uno y dos cuartos) y *El País* el que menos (10,4% menor de un cuarto; 27,1% entre uno y dos cuartos) y el segundo que más textos largos publica (20,8% de una página; 6,3% mayor de una página), después de *La Razón* (10% de una página; 22% mayor de una página).

Gráfico 4.- Extensión de las informaciones



3.5. Géneros periodísticos

Lo primero que llama la atención al analizar esta variable es que durante la semana de estudio muchas veces no hay una clara distinción entre los géneros utilizados para plasmar la información, sino que se produce un mestizaje sobre todo entre el reportaje, la crónica y el análisis. No podemos saber si se debe a la falta de tiempo para elaborar los textos o al estilo propio de los diarios. La observación del resto de variables nos hace inclinarnos por la primera opción, pero para corroborarlo habría que hacer una investigación más amplia sobre el contenido general de los diarios. Lo cierto que la posible confusión entre estos textos no afecta al resultado final, al tratarse todos de un mismo tipo de géneros: los interpretativos.

También hay que señalar que para diferenciar las noticias de los reportajes en muchas ocasiones no nos ha servido el criterio del tamaño, ni el de la actualidad del tema, ni el de la cantidad de fuentes utilizadas, que son características que habitualmente marcan la diferencia entre uno y otro género. Por un lado, el análisis nos ha demostrado que son abundantes las noticias que tienen un formato extenso, de una página o más (24,4%); por otro lado, ya sabemos que el tema de todos los textos analizados es de absoluta actualidad; y en tercer lugar, como también nos han arrojado los resultados de la investigación, muchas noticias utilizan una gran cantidad de fuentes (en un 32,1% de las noticias se menciona entre 5 y 10 fuentes). Así, para diferenciar la noticia y el reportaje nos hemos guiado fundamentalmente por el tipo de fuentes utilizadas –más variadas y propias las de los reportajes– y por la introducción o no de elementos interpretativos.

La siguiente tabla muestra que la cobertura del brote epidémico se ha tratado desde la perspectiva de un periodismo informativo, es decir, formado mayoritariamente por textos poco elaborados y sin demasiada profundidad. Es un dato que concuerda perfectamente con los resultados que hemos obtenido con el análisis de las anteriores variables. También es reseñable el alto porcentaje de géneros de opinión utilizados, fundamentalmente columnas o comentarios, editoriales y cartas al director.

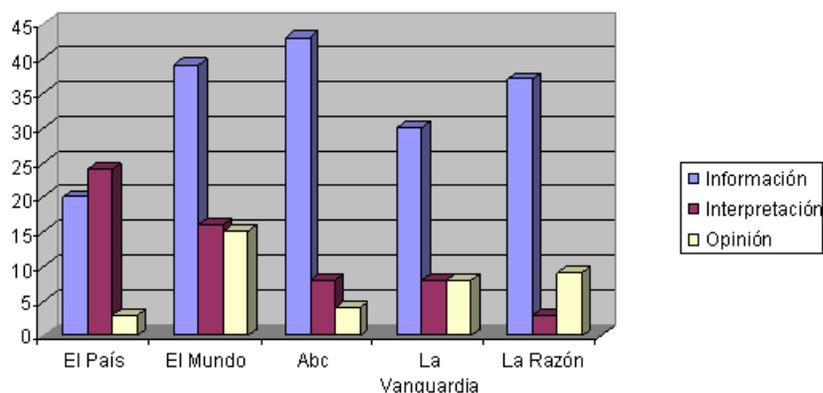
Tabla 3.- Géneros periodísticos utilizados

		Nº de textos	Porcentaje
INFORMACIÓN 61,7%	Noticia	156	56,9%
	Foto-noticia	7	2,6%
	Reportaje gráfico	6	2,2%

INTERPRETACIÓN 21,4%	Reportaje	23	8,4%
	Entrevista	13	4,7%
	Crónica	13	4,7%
	Análisis	10	3,6%
OPINIÓN 14,2%	Editorial	12	4,4%
	Artículo	2	0,7%
	Columna o comentario	16	5,8%
	Cartas al director	6	2,2%
	Viñeta gráfica	3	1,1%
	Otro	7	2,6%

Si analizamos las diferencias entre los diferentes diarios, observamos que en todos predomina el estilo eminentemente informativo, con la excepción de *El País*, en el que son mayoritarios los géneros interpretativos (51,1%). Podemos decir, por tanto, que este es el diario que hace un mayor esfuerzo por ofrecer informaciones más contextualizadas y elaboradas. Por su parte, *El Mundo* también tiene un reseñable número de textos interpretativos (22,9%) y deja un amplio espacio a la opinión de periodistas y expertos (21,4). En tercer lugar, *La Vanguardia* dedica un 17,4% de sus textos a la interpretación y el mismo porcentaje a la opinión. Los otros dos diarios publican bastante menos textos interpretativos (*Abc*, 14,5%; *La Razón*, 6,1%).

Gráfico 5.- Distribución de los género según diarios



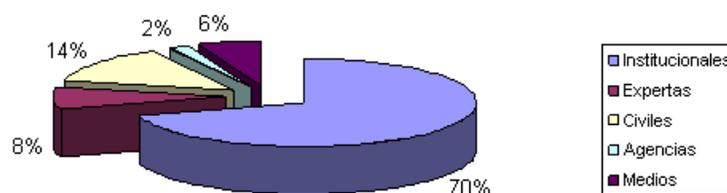
3.6. Fuentes de información

Durante la semana de estudio se han detectado un total de 919 fuentes de información mencionadas en los textos analizados, una cifra considerable que en un principio el uso de varias fuentes es sinónimo de informaciones contrastadas, sobre todo si tenemos en cuenta que en un 67,2% de los textos se citan dos o más fuentes de información. En un 13,5% de las piezas no se explicita el origen de las informaciones y en un 19,3% se indica una única fuente.

El tipo de fuentes más utilizadas son las institucionales –principalmente autoridades, hospitales y empresas–, mencionadas en el 73,7% de los textos. En segundo lugar, a gran distancia, nos encontramos con dos tipos de fuentes: los expertos –científicos y médicos, sobre todo, que hablan a título individual–, y la sociedad civil –representada de forma individual (pacientes, protagonistas...) o colectiva (asociaciones ciudadanas)– ambas citadas en un 18,6% de los textos. Les siguen a poca distancia los medios de comunicación –principalmente periódicos y televisiones extranjeros y revistas científicas internacionales–, mencionados como fuente en un 16,8% de las informaciones. Por último, las agencias de noticias son citadas tan sólo en un 5,8% de las piezas.

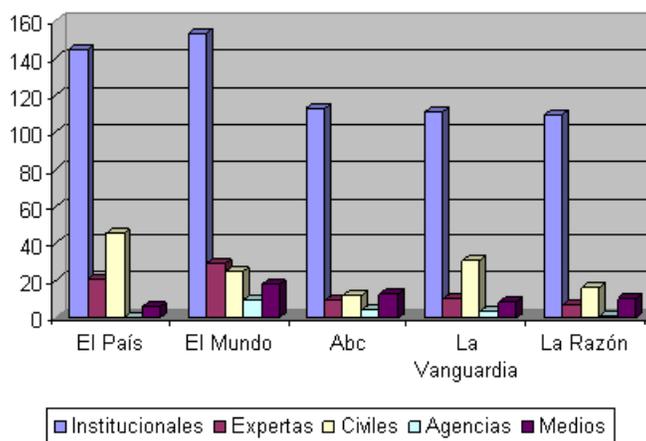
Si tenemos en cuenta la cantidad de fuentes de información citadas, éstas se distribuyen de la manera que muestra el gráfico 6.

Gráfico 6.- Fuentes de información citadas



Al analizar la utilización de las fuentes en los cinco diarios, comprobamos que no hay sustanciales diferencias entre ellos. Todos citan mayoritariamente a fuentes institucionales y el resto aparece a gran distancia por debajo. *El País* y *La Vanguardia* son, en este orden, los que más fuentes civiles mencionan, mientras que *El Mundo* y *El País*, también en este orden, son los diarios que más expertos citan en sus páginas, tal y como muestra el gráfico 7.

Gráfico 7.- Fuentes de información según diarios



Por tanto, de los datos deducimos que sí se han empleado varias fuentes para elaborar las informaciones, pero que no se trata de fuentes diversas, ya que predominan sobremanera las institucionales.

3.7. Información gráfica

Antes de abordar los resultados que hemos obtenido al analizar esta variable, tenemos que señalar que, en la fase de codificación de los datos, a menudo hemos tenido dificultades para saber a qué pieza correspondían determinadas imágenes, ya que una tendencia generalizada de los cinco diarios estudiados en el tratamiento del brote de gripe A ha sido publicar gran cantidad de fotografías, gráficos e infográficos incluso sin tener textos escritos a los que acompañar. Además, a veces aparecen imágenes maquetadas junto a un texto pero que no corresponden al mismo, sino a otro que se encuentra un poco más apartado y también es frecuente maquetar una fotografía sobre dos textos diferentes.

En cualquier caso, dado que el objetivo de esta investigación es analizar el contenido textual de los diarios y entendemos la información gráfica como un complemento de aquél, siempre hemos hecho

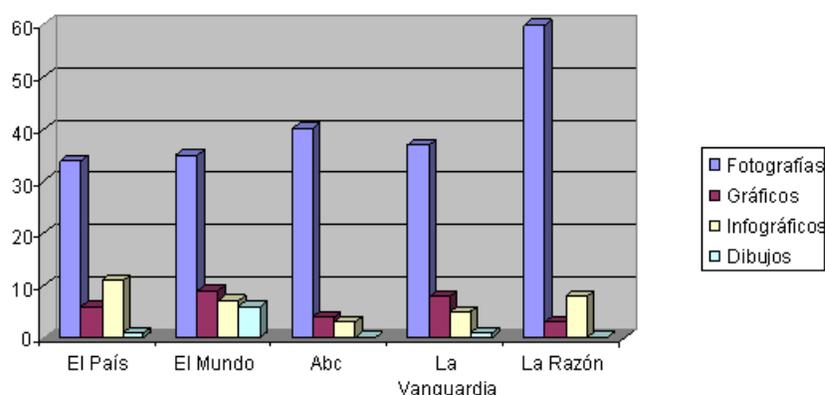
corresponder cada imagen con una única información.

La gran mayoría de las piezas (63,9%) están acompañadas de algún tipo de información gráfica, ya sean fotografías, gráficos, infográficos o dibujos. Si desglosamos esa cifra en tipos de imágenes, tenemos en un 53,6% de los textos se utilizan fotografías, infográficos en un 9,9% de ellos, gráficos en un 9,1% y dibujos en un 3,3%.

Atendiendo ahora a la cantidad de imágenes, los datos nos indican que la cobertura del brote epidémico ha utilizado un total de 278 piezas gráficas, de las cuales la gran mayoría son fotografías (74,5%), seguidas a gran distancia de infográficos (12,2%) y gráficos (10,8%), mientras que una pequeña parte corresponden a dibujos (3,2%).

Por diarios, *La Razón* es el que más información gráfica publica con diferencia (71 imágenes), seguido por *El Mundo* (57), *El País* (52), *La Vanguardia* (51) y *Abc* (47). En el siguiente gráfico podemos apreciar cómo distribuyen los cinco periódicos sus imágenes.

Gráfico 8.- Distribución de las imágenes según diarios



Para valorar con mayor rigurosidad la calidad y pertinencia de las imágenes sería necesario llevar a cabo una investigación más exhaustiva sobre su contenido. Sin embargo, la simple observación nos permite extraer la conclusión de que la mayoría de las fotografías (no así los gráficos e infográficos, que son explicativos y clarificadores de la magnitud de la enfermedad) representan situaciones que no corresponden con la verdadera realidad de la mayoría de los afectados por la enfermedad. Se trata de imágenes que muestran a todo tipo de gente con mascarillas, profesionales sanitarios y hospitales, intentando ofrecer una sensación de gravedad extrema de la situación.

En realidad, no se trata de fotografías informativas, por el hecho de que no aportan elementos complementarios al texto que ayuden al lector a comprender los hechos que se explican, sino que buscan sobre todo tocar la sensibilidad humana. Por eso, concluimos que el uso de que ha hecho de ellas ha sido desproporcionado. Además, las mismas fotografías se repiten una y otra vez en los diferentes periódicos, por lo que entendemos que los medios han aprovechado las distribuidas por las agencias para dar mayor visibilidad a la cobertura informativa del tema. De nuevo nos encontramos con que prima el criterio de la cantidad de la información, más que el de la calidad.

4. Conclusiones

El análisis de contenido llevado a cabo nos lleva a confirmar nuestra hipótesis de partida, a saber, que la prensa escrita española ha ofrecido una información demasiado alarmista y sensacionalista sobre el brote epidémico de la llamada 'gripe A', de manera que ha contribuido a extender el pánico entre la población. Por tanto, en este caso los diarios no han cumplido con su papel de educadores al servicio de la sociedad, sino que su principal objetivo ha sido llenar espacio informativo, sin atender en gran medida a la calidad de los textos publicados. Para ello, no han dudado en llevar a titulares las historias de gravedad extrema y en explotar las imágenes impactantes.

A esta conclusión general hemos llegado tras obtener las siguientes conclusiones parciales:

1. El número de informaciones referidas al tema estudiado es excesivamente amplio, al igual que el

espacio que los diarios dedican al mismo contabilizado en número de páginas. Se trata de una cobertura inusual para un único tema informativo, que indica la importancia para los medios de publicar gran cantidad de información.

2. Ante la vorágine de noticias que ofrecen las agencias de prensa, los medios se encuentran con una producción elevada de noticias que no consiguen maquetar de manera coherente. Así, con frecuencia hay dificultades para establecer las fronteras entre distintos textos y géneros, además de para ubicar correctamente las imágenes, muchas veces publicadas sin textos a los que hacen referencia.

3. Se da una situación de mimetismo entre todos los periódicos, ya que a menudo encontramos titulares e informaciones muy similares en ellos. Además, sucede a veces que dentro de un mismo texto o un mismo día se publican datos repetidos o incluso contradictorios. También se han localizado algunos textos sin ningún interés informativo, pero que parecen incluidos para rellenar el espacio que el medio dedica a la enfermedad. Todos estos datos indican que más que la calidad de los textos el objetivo principal es la cantidad.

4. Prácticamente todas las noticias sobre el tema se ubican en la sección 'Sociedad', una sección que es un auténtico cajón de sastre en cuanto a la temática de las informaciones que recoge. No se hacen esfuerzos por clasificar los textos más de manera más exhaustiva.

5. El tema ha sido llevado a portada en casi todos los ejemplares analizados, lo que indica la intención de los medios de darle un lugar privilegiado en la jerarquía de las noticias publicadas. Esta misma intención queda reflejada en los muchos editoriales a los que ha dado lugar, además de en la gran cantidad de espacio que se ofrece a la epidemia en las páginas de opinión.

6. Sin embargo, la cobertura de la enfermedad tiene un carácter eminentemente informativo, ya que casi todos los textos contienen datos básicos poco elaborados, sin ser tratados en profundidad. De nuevo, prima la rapidez en la publicación de informaciones que la calidad de las mismas.

7. La mayoría de los textos publicados son de formato reducido, lo que corrobora la conclusión anterior.

8. Se ha publicado una cantidad notable de informaciones anónimas y colectivas. Esta práctica habitualmente se corresponde con noticias distribuidas por las agencias que se publican casi exactamente tal y como se han recibido, sin apenas elaboración por parte de los periodistas del medio. Otro síntoma más de que prima la cantidad sobre la calidad.

9. Una gran mayoría de los periodistas que han cubierto el brote epidémico no están especializados en salud. El criterio seguido para escribir sobre el tema ha sido el geográfico, es decir, la ubicación del redactor en el lugar donde sucede la noticia. Esto significa que el tratamiento de las informaciones es menos contextualizado y completo que si hubieran sido elaboradas por periodistas especializados.

10. Las fuentes de información utilizadas son sobre todo institucionales, con escasas aportaciones de expertos científico-sanitarios. Así, la mayoría de las informaciones difunden datos oficiales sobre el inventario de la crisis (cifras de fallecidos o enfermos, pérdidas económicas y dificultades a la hora de contener la expansión de la enfermedad), sin atender a recomendaciones expertas sobre cómo hacer frente a la epidemia.

11. El día 28 de abril se produce un repunte en los flujos informativos de los diarios, lo que corrobora la dependencia de las fuentes institucionales, ya que el día anterior se produjo una avalancha de comparecencias y comunicados oficiales.

12. Una parte importante de los titulares ofrecen un enfoque negativo de la enfermedad, en el sentido en que están orientados, por un lado, a destacar aspectos angustiosos y consecuencias exageradas de la gripe –utilizando términos como 'alarma', 'muerte', 'emergencia', 'amenaza', 'miedo' o 'peligro'– y, por otro lado, a presentar situaciones anormales que no reflejan la situación general vivida por la mayoría de los infectados –ciudades paralizadas, uso masivo de mascarillas, restricciones de viajes, cierre de restaurantes y colegios, suspensión de actos multitudinarios...–.

La OMS declaró la pandemia por el brote del virus AH1N1 el día 11 de junio, no tanto por la gravedad de la epidemia –28.774 afectados, de los cuales habían fallecido 144–, sino por rápida y amplia expansión en diferentes continentes –74 países–. Sin embargo, las primeras noticias que se publicaron sobre la enfermedad ya llevaban titulares que hablaban de pandemia.

13. Las fotografías publicadas son muy abundantes y, en general, no aportan valor informativo a los

textos, al mostrar una imagen exagerada de las consecuencias de la enfermedad. En todos los diarios se repiten prácticamente las mismas fotografías de gente con mascarillas, médicos y hospitales.

14. Los datos oficiales son muchas veces preocupantes, porque es obligación de las autoridades asegurar la protección de la población y alertarla sobre la propagación de la enfermedad. Sin embargo, los medios han transmitido esta preocupación aumentándola, debido al amplio espacio dedicado al tema, a los titulares negativos utilizados y a las muchas fotografías alarmistas divulgadas. Al reproducir el discurso del miedo se genera impotencia entre la población y aumenta el pánico.

5. Bibliografía

ANDI; Red ANDI América Latina; Unicef (2007): *Periodismo preventivo y cobertura de situaciones de riesgo: una guía para profesionales de prensa centrada en la gripe aviar*. Recuperado el 18 de junio de 2009 de: http://www.andi.org.br/pdfs/gripe_aviar.pdf.

Bartolomé, D. (2007): "La persona: referente permanente y necesario de la información educativa", en Esteve, F. y Moncholi, M. A. *Teoría y técnicas del periodismo especializado*. Madrid, Fragua, pp. 253-278.

Calvo, M. (1997): *Manual de periodismo científico*. Barcelona, Bosch.

Camiñas, T. (2007): "Valores en alza: guerras, propaganda mediática, cultura del miedo y 'hedocinismo'". *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 18 de junio de 2009 de: http://www.revistalatinacs.org/200713Tasio_Caminas.htm

Carvajal, J. (2008): "Productividad informativa en situaciones de crisis social: los casos de *Abc*, *El País* y *La Razón* durante el 11-M". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 99-109.

Costa Sánchez, C. (2008): "Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia". *Revista Latina de Comunicación Social*, 63. Universidad de La Laguna, ULL (Tenerife). Recuperado el 18 de junio de 2009 de: http://www.revistalatinacs.org/2008/03/Costa_Sanchez.html

Diezhandino, M. P. (1994): *Periodismo de servicio*. Barcelona, Bosh.

Hernández-Aguado I. y Ramírez R. (2006): "El impacto sanitario de los medios de comunicación en las alertas sanitarias. El caso de la gripe aviaria". *Enfermería Clínica*, vol.16, nº 3, pp. 109-111.

Kurtz, H. (2009) (en prensa): "A Fierce Outbreak of Swine Flu Coverage. Sheer Extent of Attention Implies Full-Blown Crisis". *The Washington Post*, 28 de abril de 2009. Recuperado el 18 de junio de 2009 de: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/04/27/AR2009042703762.html>

Igartua, J. J.; Muñiz, C.; Otero, J. A. y de la Fuente, M. (2007): "El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, pp. 91-110.

Pena de Oliveira, F. (2006): *Teoría del periodismo*. Sevilla, Comunicación social.

Quesada, M. (2007): "Medios de comunicación y crisis informativa: a propósito del 11-M", en Esteve, Francisco y Moncholi, Miguel Ángel: *Teoría y técnicas del periodismo especializado*. Madrid, Fragua, pp. 71-82.

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

Wolf, M. (1996): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona, Paidós.

6. Notas

[1] Estudio que, desde 1996, analiza la actualidad informativa sobre salud y medicina en los diarios *El País*, *El Mundo*, *Abc*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, por iniciativa del Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra y la Fundación Vila Casas.

[2] Aunque hemos excluido los suplementos de la investigación, hemos considerado interesante incluir las noticias publicadas en el suplemento semanal sobre salud de *El Mundo* al informar sobre los datos brutos del número de noticias y páginas dedicadas a la epidemia.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS - HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Camacho Markina, Idoia (2009): "La 'gripe A', en la prensa española", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 827 a 843. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el ___ de ___ de 2_____, de
http://www.revistalatinacs.org/09/art/865_Bilbao/66_92_Idoia_Camacho.html
DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-865-827-843

Nota: el DOI es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.