



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Análisis de los temas y encuadres utilizados por Pedro
Sánchez en sus comparecencias durante la primera ola de la
pandemia del COVID-19**

Presentado por Cristina Díaz Iglesias

Tutelado por Ángel Carrasco Campos

Segovia, 12 de julio de 2021

RESUMEN

La crisis producida por la enfermedad COVID-19 hizo que la agenda política del Gobierno de España, cuyo líder en ese momento era Pedro Sánchez Pérez-Castejón, se adaptase para hacer frente a la nueva situación. Por ello, resulta interesante analizar los temas, así como los marcos que prevalecían en los discursos de las comparecencias de Pedro Sánchez relativas a ese 1.º estado de alarma sobre la crisis del COVID-19, declarado en España el 14 de marzo del 2020. En el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) se hace una revisión de las teorías de la Agenda Setting y del Framing para poder identificar los temas y los encuadres en las distintas comparecencias de Pedro Sánchez. Para ello se seleccionaron un total de ocho intervenciones relativas al 1.º estado de alarma: las de su declaración, las prórrogas y su finalización. Una vez escogidas las unidades de análisis se procedió a identificar los temas y los marcos, lo que correspondería al 1.º objetivo del TFG, para analizar, 2º objetivo, su presencia y, en el caso de los temas, también su relevancia. Esta identificación se hizo a partir de la técnica del análisis de contenido, que también se utilizó para observar la presencia de los temas y los encuadres, y la relevancia de los temas. Por último, se interpretan los datos a través de gráficos, y se realiza una revisión de los mismos para analizar en profundidad la relación entre los temas y los encuadres, alcanzando así el 3.º objetivo, así como el objetivo secundario al conocer la forma en que Pedro Sánchez se comunica durante la crisis del COVID-19. En el proceso seguido se pudo observar una prevalencia del tema “Política” sobre el tema “Crisis sanitaria”, así como de encuadres relativos a la guerra durante las primeras intervenciones de Pedro Sánchez, “Bélico”, y a la solidaridad, “Solidaridad ciudadana”.

PALABRAS CLAVE

COVID-19; Pedro Sánchez; 1.º estado de alarma; Agenda Setting; teoría del Framing



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PRESENTACIÓN	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.3. CONTEXTUALIZACIÓN: LA PRIMERA OLA DE LA PANDEMIA DEL COVID-19	4
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1. LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING	12
2.2. LA TEORÍA DEL FRAMING	21
2.3. LA COMUNICACIÓN DURANTE LA PRIMERA OLA DE LA PANDEMIA DEL COVID-19	28
3. MARCO METODOLÓGICO	32
3.1. OBJETIVOS	32
3.2. METODOLOGÍA	33
4. RESULTADOS	42
4.1. VARIABLE DE TEMAS	42
4.2. VARIABLE DE ENCUADRES	51
4.3. RELACIÓN ENTRE VARIABLES	58
5. CONCLUSIONES	65
REFERENCIAS	67
ANEXOS	72

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PRESENTACIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como fin principal analizar los discursos a causa de la expansión del COVID-19 del presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez Pérez-Castejón, centrándose en lo acontecido en las distintas ruedas de prensa sobre tal hecho durante la primera ola de la pandemia del COVID-19 en España, comprendida entre el 31 de enero de 2020 hasta el 21 de junio de 2020.

En el año 2020 el planeta Tierra se sumió en un periodo de pandemia provocada por una enfermedad muy contagiosa denominada COVID-19. A tal efecto, los gobiernos de todos los países empezaron a tomar medidas de contención del virus SARS-CoV-2. En España, el Gobierno decidió aplicar el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el cual se instauró el estado de alarma en el país. Como presidente de España durante la pandemia del COVID-19, Pedro Sánchez Pérez-Castejón tuvo que realizar sucesivas ruedas de prensa para informar a la población sobre las distintas medidas que desde el Gobierno de España se tomaban en relación al COVID-19. A partir de esta situación de excepcionalidad a la que el Gobierno hubo de hacer frente, surge el interés por analizar el contenido del discurso del presidente de España a la hora de dirigirse a la ciudadanía. Por ello, el presente trabajo tratará de identificar los temas y encuadres utilizados por Pedro Sánchez durante las comparecencias relativas a la instauración, a las prórrogas y a la finalización del 1.^{er} estado de alarma en España.

En un primer lugar, se realiza una contextualización de las razones que llevaron al Gobierno de España a aplicar el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, que instauró el estado de alarma en el país.

Una vez contextualizado el tema, se pasa al marco teórico en el que se profundiza en las teorías existentes de la Agenda Setting y de la teoría del Framing para conocer las nociones básicas a la hora de desarrollar la investigación final. Tras esto, se hace una breve revisión de literatura científica sobre investigaciones publicadas durante la 1^a ola de la pandemia del COVID-19 en relación a la comunicación durante este período de tiempo.

En el marco metodológico se explican los objetivos y la metodología del presente TFG. Los objetivos son 3: identificar, analizar y comparar los temas y marcos en las distintas

comparecencias de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 relativas al 1.º estado de alarma en España (que son las unidades de análisis). Asimismo, existe un objetivo secundario: conocer la estrategia discursiva del presidente del Gobierno de España, respecto a la selección de temas y encuadres de dichos temas, durante la crisis sanitaria producida por el COVID-19. A través de la técnica del análisis de contenido, se identifican las unidades de análisis, los temas y los encuadres, alcanzado así el 1.º objetivo. Además, se explican al detalle, así como el proceso seguido para alcanzar los siguientes objetivos. A partir de una ficha de codificación, en la que aparecen las unidades de análisis, los temas y los marcos identificados, se procede al análisis de las comparecencias de Pedro Sánchez seleccionadas, consiguiendo así el 2º objetivo del presente TFG. De esta ficha será extraída la presencia de los temas y de los marcos, y la relevancia de los temas.

Por último, los datos obtenidos tras haber observado los discursos de Pedro Sánchez a lo largo de la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 en España, son interpretados a través de la técnica del análisis de contenido. A través de gráficos se explican los resultados, se compara la presencia de temas y encuadres en aras de lograr el 3.º objetivo, y se consigue el objetivo secundario al conocer la forma en que el presidente de España se comunica en una situación de crisis como la pandemia del COVID-19. Entre los resultados veremos cómo, a pesar de ser la crisis provocada por la enfermedad COVID-19 la culpable de que se realicen las comparecencias, temas como “Política” se sobreponen al tema “Crisis sanitaria” durante las intervenciones de Pedro Sánchez. También se verá el uso de encuadres como el “Bélico”, una metáfora muy utilizada por Pedro Sánchez durante los primeros meses de la 1ª ola de la pandemia del COVID-19. Finalmente, el TFG culmina con las conclusiones.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Los sucesos acontecidos en los últimos tiempos en España tales como que de 2015 a 2019 se produjeron cuatro elecciones, junto al “nacionalismo [en Cataluña], las heridas mal cicatrizadas de la gran recesión económica de 2008 o la conciliación entre las formaciones políticas del mismo espectro ideológico” (Cueto, 2019), abrían las puertas a muchas posibilidades de analizar el discurso político en España.

En España, tras la crisis económica vivida desde 2008, irrumpieron nuevos partidos políticos tales como Podemos (posteriormente Unidas Podemos junto a Izquierda Unida

y Equo), Ciudadanos y Vox, pasando del bipartidismo de los partidos políticos PSOE y PP, que llevaban alternándose en el poder desde 1982, al pluripartidismo. A partir de entonces, “España no está siendo capaz de conseguir gobiernos estables que impulsen las políticas que demanda el país” (Cueto, 2019), y es por ello por lo que en 2019 los españoles tuvieron que acudir dos veces a las urnas para elegir al Gobierno de España. Finalmente, el 13 de enero de 2020, Pedro Sánchez Pérez-Castejón, líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), fue investido presidente del Gobierno de España tras formar, junto al partido político Unidas Podemos, el primer gobierno de coalición de la historia de España, que unió a un partido tradicional, PSOE, con uno de nuevo cuño (2019), Unidas Podemos. Pero no pasaría mucho tiempo hasta que, a principios de 2020, un virus completamente desconocido, el SARS-CoV-2, asolase al mundo y, por consiguiente, a España. La irrupción del COVID-19 provocó una situación realmente excepcional, y a la crisis política que ya yacía sobre España, se le sumó la crisis sanitaria causada por la pandemia del COVID-19.

Las crisis, como la causada por el COVID-19, llegan sin avisar. A esta crisis en concreto hay que sumarle el miedo que un virus como el SARS-CoV-2 causa en la población.

El virus se adelanta a la comunicación de los Gobiernos dando un mensaje de horror, incertidumbre, terror, y por ello los mensajes deben ser coherentes con los hechos, afirma María José Canel, catedrática de Comunicación Política de la Complutense de Madrid (González, 2020).

En las crisis, pero sobre todo en la crisis del COVID-19, una crisis sanitaria global y sin precedentes, la gestión que haga el Gobierno de la comunicación será fundamental para mantener el orden del país, en este caso, de España. Para aplacar el miedo ante un virus como el SARS-CoV-2, los gobiernos han de tomar el control de la situación, de esta forma lograrán infundir confianza en la ciudadanía. Para ello, el Gobierno ha de planificar al detalle los elementos que formarán parte de todo acto comunicativo como, por ejemplo, los discursos. Aquí es donde entran teorías tales como la Agenda Setting o la teoría del Framing, las cuales permiten analizar los contenidos de los discursos como, en este caso, los discursos de un gobierno como el Gobierno de España durante la crisis del COVID-19. Así es como surge el interés por entender cómo el Gobierno de España se comunica durante un período de crisis tan atípico como fue la crisis del COVID-19. Por todo ello, y gracias a mi tutor, Ángel Carrasco Campos, el tema del presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) fue seleccionado, centrándose en el análisis del discurso de un actor político

como el presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez Pérez-Castejón durante la 1ª ola de la crisis causada por la pandemia del COVID-19.

Por último, a título personal quiero destacar que el objeto de estudio elegido para la realización del presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) responde al interés que siento por la sociología y, especialmente, por la influencia que los medios de comunicación y los actores políticos o sociales ejercen en la formación de la opinión pública. A tal efecto, las asignaturas Teorías de la Comunicación y de la Información; Sistemas de Información y Comunicación; Estructura Social Contemporánea; Psicología de la Comunicación; y, finalmente, Métodos y Técnicas de Investigación Social, fueron las que más interés despertaron en mí y, sin lugar a dudas, fueron las que hicieron que me alegrase de haber escogido la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas. En mi opinión, es una gran suerte tener la posibilidad de profundizar en las influencias que los públicos recibimos por parte de figuras como los medios de comunicación o los actores políticos o sociales. La persona que entró por las puertas del Campus María Zambrano allá por 2014 ignoraba por completo la influencia que estas figuras ejercían en la formación de su opinión. Cuando se me facilitó una primera aproximación a autores tales como Ortega y Gasset, Harold Lasswell, Noelle-Neumann, la escuela de Palo Alto, George Orwell y un largo etcétera, junto a los estudios de la Agenda Setting, de la Aguja Hipodérmica, el panóptico y otro largo etcétera, fui capaz de desarrollar un razonamiento lógico-crítico.

Por todo ello, en el punto final de la carrera, la elaboración del Trabajo de Fin de Grado (TFG), quise tocar un tema que estuviese relacionado con las formas de influencia utilizadas por los medios de comunicación y los actores políticos o sociales, uniéndolo a la situación tan atípica que nos había tocado vivir: la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19.

1.3. CONTEXTUALIZACIÓN: LA PRIMERA OLA DE LA PANDEMIA DEL COVID-19

El 14 de marzo de 2020 se estableció en España el estado de alarma debido a la inminente expansión del COVID-19, una enfermedad que asoló a todo el mundo y por la que, según datos proporcionados por el INE, murieron más de 45.000 personas en España durante la primera ola¹. El COVID-19, como comúnmente se le conoce, es el nombre que recibe la

¹ Sánchez, R., Oliveres, V., Ordaz, A. (2020). Más de 45.000 personas murieron a causa de la COVID en la primera ola de la pandemia en España. elDiario.es. https://www.eldiario.es/datos/45-000-personas-murieron-causa-covid-primera-ola-pandemia-espana_1_6494110.html

enfermedad provocada por el SARS-CoV-2, un tipo de coronavirus que afecta al aparato respiratorio. Los coronavirus son una familia de virus que causan infección en los seres humanos y en una amplia variedad de animales, incluyendo aves y mamíferos. En concreto, el SARS-CoV-2 es un virus zoonótico, lo que significa que puede transmitirse de animales a seres humanos. Este fue el origen del COVID-19, un animal transmitió el virus a un ser humano². El primer caso de COVID-19 fue identificado en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, China. Los expertos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) hipotetizan que pudo originarse en el mercado en el que fueron detectados los primeros contagios, el Mercado de Mariscos de Huanan, en la ciudad de Wuhan, China. Los síntomas del COVID-19 suelen ser fiebre, tos y dificultad para respirar. Por lo general, son síntomas leves. Asimismo, existen personas que no padecen ningún síntoma (asintomáticos). Aun así, en personas de riesgo, mayores y enfermos, el COVID-19 puede provocar neumonía, falta de aire, fallo renal e incluso la muerte.

A mediados de enero de 2020 el virus se detectaba ya fuera del territorio chino, con casos en Tailandia y Japón. El COVID-19 comenzó a expandirse rápidamente por todo el mundo, alertando a la Organización Mundial de la Salud (OMS), que, el día 30 de enero de 2020, decidió declarar la situación como una Emergencia de Salud Pública de Importancia Internacional (ESPII). A partir de ese momento se produjeron contagios y muertes de forma descontrolada en todas partes del mundo y los países comenzaron a tomar medidas al respecto. Finalmente, el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce la gravedad de la situación y califica de pandemia el brote de COVID-19. Por aquel entonces se registraban ya más de 118.000 casos en 114 países, y más de 4.291 fallecidos a causa del COVID-19.

La OMS alerta a los países que no se toman en serio la epidemia de coronavirus: "¡No es un simulacro!"

Figura 1. La OMS alerta a los países que no se toman en serio la epidemia de coronavirus: "¡No es un simulacro!". Fuente: <https://www.20minutos.es/noticia/4177158/0/oms-alerta-paises-coronavirus-simulacro/?autoref=true>

² WHO. (2020). Origin of SARS-CoV-2. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/332197/WHO-2019-nCoV-FAQ-Virus_origin-2020.1-eng.pdf

En España, el primer caso de COVID-19 se conoció el 31 de enero de 2020: un turista alemán en la isla de La Gomera. El 24 de febrero se reportan los primeros casos en la península, y el 4 de marzo la primera muerte. El 9 de marzo España roza ya el millar de contagios por COVID-19. A partir de esa fecha, las Comunidades Autónomas más afectadas deciden adoptar medidas para evitar la propagación del virus. Finalmente, tras la calificación de pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Gobierno de España toma una decisión definitiva para hacer frente a la situación. Pedro Sánchez Pérez-Castejón, líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y presidente de España desde enero de 2020, convoca a los medios de comunicación a las 22.00 horas de la tarde del 13 de marzo de 2020 para anunciar a todo el país la instauración del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19³.

Sánchez detalla las restricciones de estado de alarma: "Las medidas son drásticas y tienen consecuencias"

Figura 2. Sánchez detalla las restricciones de estado de alarma: "Las medidas son drásticas y tienen consecuencias". Fuente: <https://www.20minutos.es/noticia/4188032/0/pedro-sanchez-detalla-restricciones-estado-alarma-medidas-drasticas-consecuencias/?autoref=true>

El estado de alarma, recogido en la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio⁴, hace referencia al instrumento que tiene el Gobierno para hacer frente a circunstancias que serían imposibles de controlar sin un poder mayor al habitual. La Ley dota al Gobierno de la máxima autoridad en todo el país, permitiéndole establecer límites en la circulación de las personas, los servicios y el consumo, expropiar bienes, u ocupar edificios durante los 15 días naturales desde su entrada en vigor. El 1.º estado de alarma, decretado el 14 de marzo de 2020 a causa del COVID-19, tuvo hasta 6 prórrogas, por lo que finalmente no fueron 15 los días que estuvo en vigor, sino 98 en total, hasta el 21 de junio de 2020.

³ BOE. (2020). Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692&b=5&tn=1&p=20200314#a3>

⁴ BOE. (1981). Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1981-12774>

CRONOLOGÍA DEL 1.º ESTADO DE ALARMA EN ESPAÑA DURANTE LA PRIMERA OLA DE LA PANDEMIA DEL COVID-19	
FECHA	ACONTECIMIENTO
14 DE MARZO DE 2020	EL 1.º ESTADO DE ALARMA ES DECLARADO POR EL REAL DECRETO
28 DE MARZO DE 2020	1ª PRÓRROGA
11 DE ABRIL DE 2020	2ª PRÓRROGA
25 DE ABRIL DE 2020	3ª PRÓRROGA
9 DE MAYO DE 2020	4ª PRÓRROGA
23 DE MAYO DE 2020	5ª PRÓRROGA
6 DE JUNIO DE 2020	6ª PRÓRROGA
21 DE JUNIO DE 2020	FIN DEL 1.º ESTADO DE ALARMA

Tabla 1. Cronología del 1.º estado de alarma en España durante la primera ola de la pandemia del COVID-19. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA a partir del Boletín Oficial del Estado (BOE)

El estado de alarma trajo consigo la imposición en España de una serie de medidas con el fin de combatir el virus que acechaba al país. En primer lugar, se restringió la circulación de la población a casos de fuerza mayor. Nadie podía salir de su domicilio sin una razón debidamente justificada como lo era el asistir al puesto de trabajo o la adquisición de bienes de primera necesidad. En segundo lugar, toda la actividad no esencial fue limitada, por lo que hubo muchos establecimientos que tuvieron que cerrar. Asimismo, la educación pasó a ser en línea, priorizándose el trabajo telemático en todos los ámbitos. En cuanto a la entrada en el país, solo estaba permitida a ciudadanos o residentes españoles.

La población española acató estas medidas con mucha incertidumbre, confinándose en sus hogares con el flujo constante de noticias abrumadoras sobre el COVID-19, los contagios y, sobre todo, las muertes. Fueron meses difíciles para todos, pero, sobre todo, para los profesionales de la salud, pues se vivieron situaciones límite en los hospitales de todo el país.

Los sanitarios, desprotegidos y desbordados por el coronavirus: "Esto parece una enfermería de guerra"

Figura 3. Los sanitarios, desprotegidos y desbordados por el coronavirus: "Esto parece una enfermería de guerra". Fuente: <https://afly.co/zsy5>

Finalmente, el 4 de mayo de 2020 se puso en marcha el Plan para la Transición hacia una Nueva Normalidad⁵, conocido como la desescalada. Organizada en cuatro fases, la desescalada fue “gradual, asimétrica y coordinada”. Cada provincia debía permanecer en cada fase al menos dos semanas y, si al cabo de ese tiempo presentaba una situación epidemiológica favorable, podía pasar a la siguiente. Este período trajo consigo la relajación paulatina de las medidas, lo que produjo el fin del confinamiento domiciliario. En la primera fase, la cero, se permitieron los paseos según franjas de edad, por horas, para proteger a los más vulnerables. Las siguientes fases se caracterizaron por la relajación de las medidas en el ámbito de la restauración, con restricciones de aforo que iban disminuyendo según se iba avanzando hacia la última fase.

Para cuando llegó el fin del 1.º estado de alarma el 21 de junio de 2020, todas las provincias de España habían mejorado sus datos. El país entró en la nueva normalidad, lo que supuso el fin de las limitaciones establecidas por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo. Esta fecha marcó el fin de la primera ola del COVID-19 en España.

A lo largo de la primera ola epidémica, que se desarrolló desde el inicio de la pandemia hasta el 21 de junio de 2020, se registraron en España 246.272 contagios por COVID-19. El pico de contagios se alcanzó el 26 de marzo con más de 9.000 casos en un solo día. La Comunidad de Madrid, Cataluña y Castilla y León fueron las más afectadas con 71.223, 60.645 y 19.499 contagios.

⁵ La Moncloa. (2020). El Gobierno aprueba un plan de desescalada que se prolongará hasta finales de junio. https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Paginas/2020/280420-consejo_ministros.aspx

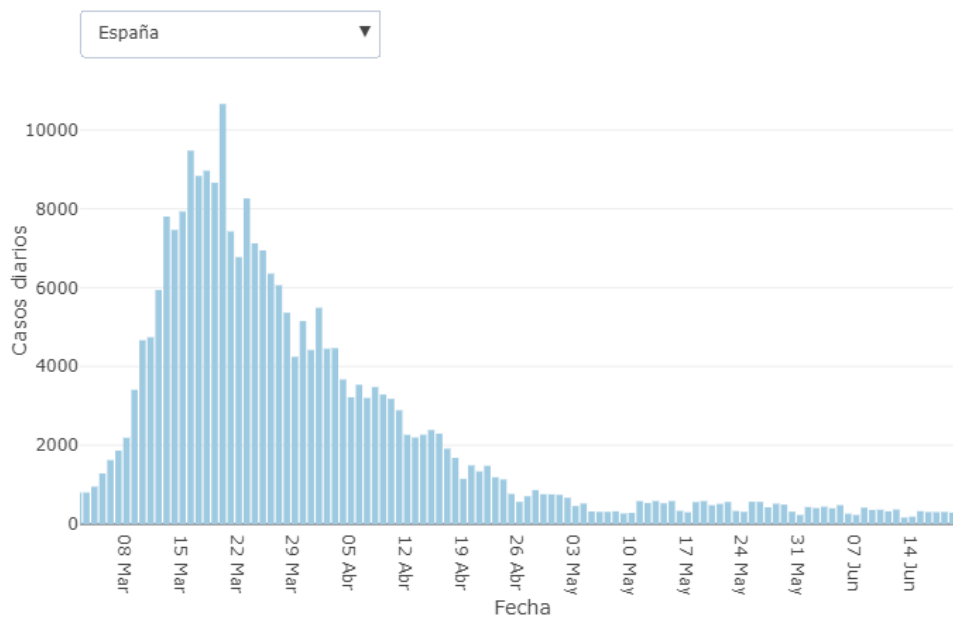


Figura 4. Curva epidémica del COVID-19 en España durante la primera ola⁶. Fuente: Instituto de Salud Carlos III

En cuanto al número de fallecidos, el Gobierno registró 28.323 decesos por causa directa del COVID-19⁷. Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística (INE), junto con los datos proporcionados por el Sistema de Monitorización de la Mortalidad diaria (MoMo), estimó más de 45.000 muertes. MoMo proporcionó datos en los cuales se comprueba un exceso de la mortalidad con respecto al año anterior, cuya causa el INE atribuye al COVID-19. De enero a junio de 2020 las defunciones aumentaron un 19,6% con respecto a las registradas en 2019. Este exceso de mortalidad se concentró en los mayores de 64 años, para los cuales el COVID-19 fue más letal que para otros rangos de edad. Las residencias de ancianos vivieron situaciones críticas y, según datos del INE, se produjeron más de 14.000 decesos en estos centros⁸.

⁶ Instituto de Salud Carlos III. <https://cnecovid.isciii.es/covid19/#ccaa>

⁷ Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias. (2020). Actualización nº 143. Enfermedad por el coronavirus (COVID-19). https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/Actualizacion_143_COVID-19.pdf

⁸ Sánchez, R., Oliveres, V., Ordaz, A. (2020). Uno de cada tres fallecidos por COVID durante la primera ola murió en su casa o en una residencia. elDiario.es. https://www.eldiario.es/datos/tres-fallecidos-covid-primera-ola-murio-casa-residencia_1_6496004.html

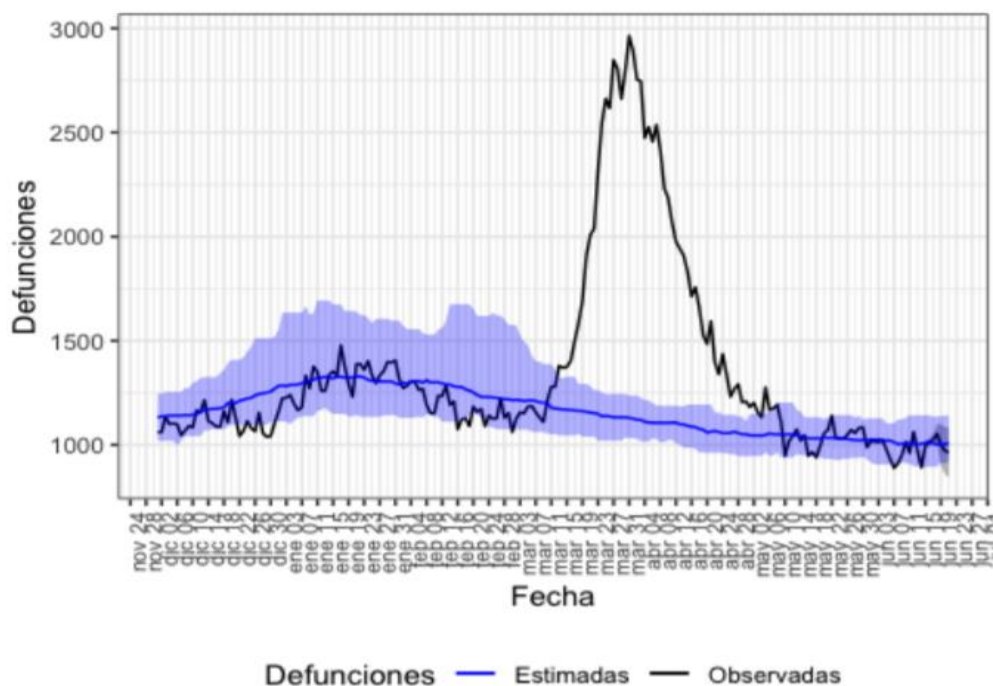


Figura 5. Mortalidad por todas las causas observada y esperada. España, diciembre 2019 hasta 21 de junio de 2020⁹. Fuente: Sistema de Monitorización de la Mortalidad diaria (MoMo)

En comparación con el resto de países, España fue uno de los más castigados por el COVID-19, pues al término de la primera ola se encontraba entre los 10 países que más contagios registraron alrededor de todo el mundo, solo por detrás de Rusia y Reino Unido en el continente europeo. Estados Unidos registró durante la primera ola casi 2,4 millones de contagios, unas cifras altísimas que le posicionaron en el primer lugar según los casos registrados, seguido por Brasil con 1 millón y Rusia con medio millón. En cuanto al número de fallecidos, España también se posicionó entre los 10 países con más decesos por COVID-19, pero esta vez por detrás de países europeos como Reino Unido, Italia y Francia cuyas cifras fueron mayores durante la primera ola.

La globalización influyó en la expansión del COVID-19, pues se extendió rápidamente por todos los países. Al igual que en España, los contagios crecían, así como el número de fallecidos. Los sistemas sanitarios, que no estaban preparados para una situación tan inesperada, colapsaron. Los países adoptaron medidas de contención que, aunque disminuyeron la gravedad de la situación, dejaron gravemente afectadas a las economías.

⁹ Instituto de Salud Carlos III. (2020). Vigilancia de los excesos de mortalidad por todas las causas. MoMo.

https://www.isciii.es/QueHacemos/Servicios/VigilanciaSaludPublicaRENAVE/EnfermedadesTransmisibles/MoMo/Documents/informesMoMo2020/MoMo_Situacion%20a%2021%20de%20junio_CNE.pdf

La producción, el consumo y el turismo se redujeron, lo que trajo consigo un aumento considerable del paro. Durante los dos primeros trimestres de 2020 se perdieron más de 555 millones de puestos de trabajo en todo el mundo, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT)¹⁰. El sector más afectado fue el del turismo, con pérdidas de hasta 173.686 millones de euros entre enero y abril de 2020, y con una disminución en abril del 97% en el número de llegadas internacionales, según la Organización Mundial del Turismo (OMT)¹¹. España es el segundo país del mundo que más turistas extranjeros recibe, solo por detrás de Francia. El sector turístico representa el 12% del PIB, por lo que las secuelas derivadas del COVID-19 fueron gravísimas.

La pérdida de vidas, de empleos, de oportunidades y de perspectivas de futuro a causa del COVID-19 provocaron una situación de inseguridad en todas las personas alrededor de todo el mundo. El 70% de los españoles manifestó haber tenido síntomas de ansiedad durante la cuarentena, según un estudio de la Universidad Complutense de Madrid¹².

En definitiva, la pandemia provocada por el COVID-19, que asoló de forma inesperada a todo el mundo, provocó durante la primera ola un elevado coste sanitario, económico, social y de vidas humanas que marcó un punto de inflexión en todos los países del mundo.

¹⁰ OIT. (2020). Observatorio de la OIT: La COVID-19 y el mundo del trabajo. Quinta edición. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_749470.pdf

¹¹ El País. (2020). El turismo internacional cayó en abril un 97% en todo el mundo, según la OMT. <https://elpais.com/economia/2020-06-22/el-turismo-internacional-cayo-en-abril-un-97-en-todo-el-mundo-segun-la-omt.html>

¹² ABC. (2020). Los jóvenes presentan más ansiedad, depresión y sentimiento de soledad que los mayores de 60. https://www.abc.es/sociedad/abci-jovenes-presentan-mas-ansiedad-depresion-y-sentimiento-soledad-mayores-60-202004210209_noticia.html

2. MARCO TEÓRICO

La comunicación es un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión (Hernández y Garay, 2005, p. 32).

Esta fue la tesis de muchas teorías como la de la Agenda Setting o la teoría del Framing, que tratan de explicar la influencia que tienen los medios de comunicación y actores políticos o sociales en la opinión pública. De estas teorías se sacarán los conceptos alrededor de los cuales gira el presente trabajo: los temas o *issues* de la Agenda Setting, y los marcos o *frames* de la teoría del Framing.

2.1. LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING

La teoría de la Agenda Setting es el nombre que recibe la teoría planteada por Maxwell McCombs y Donald Shaw, en la que se aborda la idea de que los medios de comunicación, a través de la jerarquización de temas, catalizan la conversación de los públicos. La teoría fue desarrollada por McCombs y Shaw a raíz de un estudio realizado durante las elecciones de Chapel Hill en Carolina del Norte, Estados Unidos, en el año 1968. En el estudio se analizaron los temas de los que los medios de comunicación se hacían eco y se compararon con las inquietudes que tenían los votantes que aún no habían decidido su voto. También se tuvo en cuenta la jerarquización que hacían tanto los medios de comunicación como los indecisos de dichas noticias e inquietudes. El estudio demostró una evidente relación entre la importancia que el público designaba a cada problema con el grado de exposición de dicho problema en las noticias. Aquellos temas de los que más se había hablado en los medios de comunicación eran los que más tenían preocupados a los votantes (Macedo, 2017, p. 89). Para desarrollar su teoría, McCombs y Shaw se inspiraron en autores como Walter Lippmann, considerado por McCombs como el padre intelectual de la Agenda Setting, y Bernard Cohen.

En 1922, Walter Lippmann publicó *Public Opinion*, un texto pionero en el análisis de los procesos que construyen la opinión pública y que, a día de hoy, continúa siendo un referente en el estudio de los públicos. Lippmann afirma que el ser humano es incapaz de interpretar el mundo por sí mismo, ya que su realidad, a la cual él llama pseudoentorno, está influenciada por actores como los medios de comunicación.

[...] queda claro hasta qué punto tenemos un conocimiento indirecto del entorno en que, sin embargo, vivimos. Observamos que las noticias sobre dicho entorno nos llegan ora con rapidez, ora despacio, pero que con independencia de cuál sea la imagen que consideremos cierta, actuamos como si correspondiera al entorno verdadero (Lippmann, 2003, p. 13).

A la hora de explicar el concepto de pseudoentorno, Lippmann se inspiró en el mito de la caverna de Platón. En él, el célebre filósofo relata la vida de unos hombres atados en una cueva. A causa de las cadenas que los atan, los hombres son incapaces de moverse, por lo que solo pueden visualizar aquello que se encuentra enfrente de ellos. La única fuente de luz que hay en la cueva está a sus espaldas. Esta fuente de luz es utilizada por otros hombres para proyectar sombras de distintas figuras en la pared. Al no conocer nada que no sea la pared de enfrente, los presos creen que las figuras que ven son reales. La proyección es su única fuente de información. Para Lippmann, los públicos, al igual que los presos de Platón, tan solo ven sombras, una pequeña parte de la realidad. Los medios de comunicación manejan la información a su antojo, filtrando la realidad. Esto hace que el público no tenga una concepción propia de la realidad, sino sesgada. Esta visión incompleta que tienen los públicos del mundo sería aquello a lo que Lippmann denomina como pseudoentorno (Lippmann, 2003, p. 5).

Por lo tanto, los públicos son incapaces de abarcar toda la realidad por sí mismos, por lo que recurren a los medios de comunicación. Los medios de comunicación se convierten en las ventanas a través de las cuales los públicos ven el mundo. Ellos creen que están viendo la realidad al completo, pero tan solo están observando aquella parte de la realidad que reciben por parte de los medios de comunicación. La realidad es presentada a través del filtro que los medios de comunicación aplican. Así pues, la opinión pública está formada por las imágenes mentales que los públicos construyen en sus mentes a partir de la información que reciben por parte de los medios de comunicación.

Aunque Walter Lippmann no utilizase en ningún momento el proceso del establecimiento de la agenda, sus ideas fueron las que sirvieron para desarrollar numerosas teorías entre las que se encuentra la teoría de la Agenda Setting.

En 1963, el politólogo Bernard Cohen, considerado el predecesor más cercano de la teoría de la Agenda Setting, publicó *The Press and Foreign Policy*. En su obra, Cohen investigó a la prensa, afirmando que es un error creer que la información que esta provee es objetiva. Para él, la prensa no se dedica solo a proveer información de forma desinteresada, sino

que la utiliza para influir en la opinión pública. Los periodistas, junto con los editores, elaboran el mapa del mundo para los públicos y, a partir de este mapa, se forman sus opiniones. En su frase más célebre, Cohen define esta idea afirmando que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (1963, p. 13). Esta frase inspiró a un gran número de estudiosos entre los que se encuentran McCombs y Shaw.

En 1972, Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, en donde defendieron la teoría de la Agenda Setting apoyándose en el estudio realizado en Chapel Hill. La Agenda Setting afirma que los medios de comunicación influyen a los públicos a través de la selección de las noticias a mostrar. Los medios de comunicación deciden la importancia de una noticia, eligiéndola u omitiéndola. Asimismo, las jerarquizan, exponiendo unas con más frecuencia que otras. Esto ejerce una gran influencia en la opinión pública, que hablará de aquellos temas a los que más haya sido expuesta. Si los medios de comunicación tratan un tema con asiduidad, será percibido como más importante por el público y, por el contrario, si un tema no se trata apenas, significará que no merece atención por su parte.

Como señala Shaw, uno de los creadores de este enfoque (citado por Wolf, 1987, p. 163):

[...] como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión, y de los demás medios de comunicación, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que los *media* incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas.

La agenda, parte fundamental de la teoría de la Agenda Setting, no es más que un conjunto de temas (en inglés, *issues*). La agenda mediática o de los medios atañe a la lista de temas que los medios de comunicación eligen de entre todos los que la realidad les ofrece. La lista, seleccionada de forma minuciosa por los medios de comunicación, dirige el debate de los públicos. La agenda de los medios dicta lo que es, y lo que no es, importante. Los medios de comunicación les dicen a los públicos sobre qué hablar, priorizando los temas que, según su criterio, son relevantes. Los temas que carecen de valor se omiten y, a veces, si no coinciden con los intereses del medio de comunicación, se ocultan.

La posibilidad de filtrar la información o en palabras de Lippman (2003) de orientar la atención de los lectores o receptores hacia algunos temas se debe a la capacidad de los hacedores de la información [...] de seleccionar la información que será presentada o publicada (Macedo, 2017, p. 85).

A esta forma de controlar la información se la conoce como *gatekeeping*, concepto que fue acuñado por Kurt Lewin (1947). El *gatekeeping* es realizado por la figura del *gatekeeper*, que es igual a seleccionador de información o de noticias. En el campo de los medios de comunicación, el *gatekeeper* sería aquella persona encargada de filtrar la información, destacándola u ocultándola a su antojo. A tal efecto, los medios de comunicación utilizan recursos tales como, por ejemplo, las cortinas de humo. A través de las cortinas de humo los medios de comunicación ensalzan un tema con el fin de desviar la atención de aquel que no les interesa. A su vez, los temas son susceptibles de ser manipulados por los medios de comunicación, pues, según los intereses del medio, son dotados de atributos que pueden ser tanto positivos como negativos. Para ello, los periodistas utilizan recursos como los eufemismos, que son palabras que sustituyen a otras palabras en aras de esconder el significado verdadero de lo que se quiere decir. En consecuencia, los medios de comunicación influyen en la percepción que la opinión pública tiene sobre los temas. Es por todo ello que se forma la agenda mediática o agenda de los medios que, una vez expuesta a los públicos, se convierte en la agenda pública o del público (White, 1950).

La agenda pública o del público está formada por la lista de temas que suscitan el interés de la opinión pública. Es el conjunto de los pensamientos que los públicos tienen sobre los temas, de lo que hablan entre ellos sobre estos y, en mayor medida, de los temas que perciben a través de los medios de comunicación. Por lo general, los públicos recurren a los medios de comunicación a la hora de determinar qué temas son los que merecen su atención, ya que por ellos mismos son incapaces de abarcar toda la realidad. Así es como los medios de comunicación se convierten en suministradores de temas para la opinión pública. Los temas que formen parte de la agenda de los medios influirán en la configuración de la agenda del público. A mayor relación entre las agendas, mayor será la influencia que los medios de comunicación ejerzan sobre la opinión pública. Esta es la tesis que sostiene la teoría de la Agenda Setting, que estudia la relación entre la agenda del público y la agenda de los medios. “La teoría del establecimiento de la agenda predice una correlación altamente positiva entre la agenda mediática y la posterior agenda del

público” (McCombs, 2006, p. 36-37). Las primeras investigaciones de McCombs como, por ejemplo, la ya mencionada de Chapel Hill junto a Donald Shaw, se centraron en conocer los temas que preocupaban a los públicos a partir de la realización de encuestas. De esta forma logró sustraer los principales temas que formaban parte de la agenda del público para, posteriormente, y después de estudiar los temas de los medios de comunicación a través del análisis de contenido, compararlos con los temas de la agenda de los medios y demostrar, por primera vez, de forma empírica, la existente correlación entre la agenda mediática y la agenda del público.

Por último, existe una tercera agenda: la agenda política o institucional, que recoge el conjunto de temas que los políticos quieren transmitir a la opinión pública. Los temas de esta agenda están determinados por las acciones políticas de los distintos actores que forman parte de ella. Por lo general, estas acciones son de actualidad y, por lo tanto, de interés general. Así es como la agenda institucional proporciona contenido al resto de agendas. Los medios de comunicación, cuya agenda es la mediática, requieren de información, cuanto más novedosa mejor, para suscitar el interés de los públicos y, de esta forma, influir en la agenda de estos, la agenda pública. Es por ello por lo que la información proporcionada por la agenda institucional se convierte en algo fundamental a la hora de elaborar su agenda, la agenda de los medios. En ocasiones, los políticos, con el fin de llegar a los públicos, pactan con los medios de comunicación para que, a la hora de establecer su agenda, la agenda de los medios, lo hagan según la agenda política.

[A menudo, los actores políticos] realizan o llevan a cabo pseudoeventos, como conferencias o ruedas de prensa, reuniones, juntas, entregas de obras, presentación de actividades, actos de campaña u otros, que les permitirán contar con la asistencia de los periodistas y la publicación de la información (Macedo, 2017, p. 100).

A pesar de la influencia que la agenda política pueda ejercer en el resto de agendas, esta también es susceptible de ser influenciada por parte de, por un lado, los medios de comunicación, pues ambas agendas se retroalimentan entre sí y, por otro, de la opinión pública, pues la agenda política busca adaptarse a los intereses de los públicos, a la agenda pública.

Así pues, según lo definido en párrafos anteriores, las agendas mediática, pública e institucional, forman parte de un proceso en el que se relacionan entre sí. Los medios de comunicación se inspiran en la agenda política a la hora de formar su agenda, la agenda

de los medios que, a su vez, influye en la agenda del público. La relación entre agendas es multidireccional, produciéndose distintos tipos de conexiones entre las tres. En este proceso no solo las agendas se influyen entre sí, sino que existen una serie de factores que actúan sobre estas. Uno de estos factores son las experiencias, tanto personales como interpersonales, de los públicos. “La experiencia personal, que incluye conversaciones sobre temas de relevancia pública con familiares, amigos y colegas del trabajo, ofrece también a los individuos información sobre muchos temas” (McCombs, 2006, p. 121). El otro factor es el mundo real. En mundo real es un factor determinante pues en él se producen hechos capaces de alterar los contenidos de las agendas, sobre todo si aparecen de forma inesperada. El mundo real cuenta con una serie de indicadores que determinan el rango de intensidad de los temas, y pueden ser la causa por la que un tema es tratado por las agendas como, por ejemplo, el aumento de la temperatura media de la Tierra.

El siguiente gráfico, realizado en 1988 por James W. Dearing y Everett M. Rogers, explica de forma esquematizada lo expuesto en el párrafo anterior:

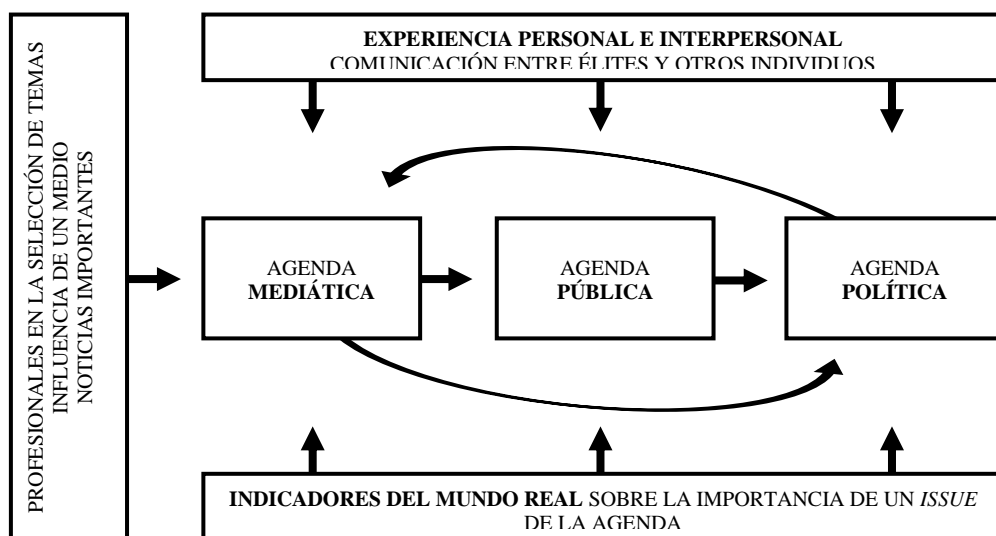


Figura 6. Elementos que forman la teoría de la Agenda Setting. Fuente: Rogers y Dearing (1988).

La relevancia es otro de los elementos clave de la teoría de la Agenda Setting. En las agendas (mediática, pública y política) conviven distintos temas a la vez, y no todos son considerados igual de importantes. A la de determinar qué temas, y cuáles no, tienen más o menos relevancia y, por lo tanto, presencia, habrá diferencias, las cuales son capaces de influir en la percepción de los públicos. “[...] cuando nos referimos a los medios de comunicación como fuentes de influencia que determinan sobre qué piensa la gente, nos planteamos la «salience» como un ítem temático que otorga prioridades a ciertas

informaciones”, “[...] [en] la agenda de los media [la relevancia] dependerá de la acción de los «Gatekeepers» que son los actores profesionales que, individual y organizativamente, determinan los ítems de actualidad valorados como relevantes en cada momento” (Saperas, 1987, p.66).

Los primeros trabajos sobre la teoría de la Agenda Setting se encuentran en lo que se denomina como el primer nivel de la teoría. En este primer nivel, las investigaciones se centraron en los temas o *issues* que forman parte de las agendas. El objetivo fue comprobar la influencia que los temas de los medios de comunicación ejercen en la agenda de los públicos. Este nivel duró, aproximadamente, hasta finales de los años 70. El segundo nivel consistió en el estudio de los atributos que los medios de comunicación asignan a los temas. La célebre frase de Bernard Cohen (1963) se transforma, pues los medios de comunicación no solo le dicen a la gente sobre qué tienen que pensar, que sería el primer nivel de la teoría de la Agenda Setting, sino que también le dicen cómo pensar sobre un tema, lo que equivaldría al segundo nivel de la teoría. La forma en que los medios de comunicación relatan los temas influye en la idea de los públicos sobre estos. Los medios de comunicación, al dar a conocer los temas, no son objetivos. Como vimos anteriormente en la función del *gatekeeping*, los temas se forman a partir de un entramado de elementos subjetivos por parte de los periodistas, influidos por sus opiniones, las de los políticos o las relativas al propio medio de comunicación. Este segundo nivel de la teoría se acerca a la teoría del Framing o del encuadre, de la que se hablará más adelante.

Por lo general, la teoría de la Agenda Setting utiliza dos metodologías que dependen de la agenda que se quiera analizar. Por un lado, el análisis de contenido, que es el método usado para analizar los temas de las agendas de los medios e institucional y, por otro lado, las encuestas, utilizadas para analizar la agenda del público. También, a la hora de estudiar la agenda pública, se recurre a las entrevistas. Estas dos metodologías se complementan entre sí para medir la correlación entre las agendas, que fue el objetivo que siguieron las primeras investigaciones realizadas en el campo de la Agenda Setting. En 1981, McCombs introdujo la llamada tipología de Acapulco, un modo de clasificar las formas de analizar las agendas según dos variables: datos agregados (o acumulativos) o individuales. A la hora de medir la opinión de los públicos se pueden utilizar datos agregados (o acumulados), obtenidos a través de sondeos, o datos individuales, por medio de entrevistas. Por otro lado, para analizar los temas que configuran las agendas se utiliza el análisis de contenido, que puede estar enfocado en un único tema o en todos en su

conjunto. A partir de estas premisas, McCombs, en la denominada tipología de Acapulco, hizo una división en cuatro tipologías de estudio de la relevancia pública.

MEDIDA DE LA RELEVANCIA PÚBLICA

<i>FOCO DE ATENCIÓN</i>	DATOS AGREGADOS	DATOS INDIVIDUALES
TODOS LOS <i>ISSUES</i> DE LA AGENDA	PERSPECTIVA I <i>COMPETICIÓN</i>	PERSPECTIVA II <i>AUTÓMATA</i>
UN ÚNICO <i>ISSUE</i> DE LA AGENDA	PERSPECTIVA III <i>HISTORIA NATURAL</i>	PERSPECTIVA IV <i>RETRATO COGNITIVO</i>

Figura 7. Tipología de Acapulco. Fuente: McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós, p. 71.

La tipología I compara los temas o *issues* de la agenda de los medios con la percepción de estos por parte de los públicos en su totalidad. Los públicos han de seleccionar el tema que perciben como más importante. El resultado sería el grado de correlación entre la agenda de los medios y la de los públicos.

La tipología II observa las opiniones individuales sobre cada uno de los temas que los medios de comunicación ponen de manifiesto. Los individuos deben ordenar los temas que formen parte del estudio según les parezcan más o menos importantes. Posteriormente, las agendas son comparadas para estudiar las similitudes entre estas.

La tipología III examina un único tema de la agenda de los medios para observar la relevancia de este en las agendas durante un período de tiempo. El objetivo es la comparación entre la aparición de un tema y su desaparición con el tiempo (McCombs y Evatt, 1995).

Finalmente, la tipología IV analiza, al igual que la tipología III, un único tema de la agenda, pero no para compararlo con datos agregados, sino con datos individuales. En esta tipología se estudia a un único sujeto, antes y después de ser expuesto al tema en cuestión. “[...] tal estudio compararía la prominencia del tema entre los individuos expuestos a la comunicación con la prominencia del tema para quienes no están expuestos a ella” (McCombs y Evatt, 1995, p. 6).

En el pasado, cuando solo existía la prensa, la radio y/o la televisión, los públicos creían ciegamente en la veracidad de las noticias, sobre todo de aquellas que provenían del exterior. Al no existir formas de contrastar la información, los medios de comunicación eran capaces de ejercer una influencia mayor en los públicos. Eran, y son, una herramienta de control social. La politóloga Elisabeth Noelle-Neumann explicó esta idea en la teoría de la espiral del silencio. Para Noelle-Neuman, la opinión pública se crea en forma de espiral, donde las opiniones percibidas como mayoritarias estarían al comienzo y, las minoritarias, irían cayendo por la espiral hasta ser silenciadas. Debido al miedo de ser aislados, los públicos buscan los temas que son considerados de interés a través de los medios de comunicación “y, con base en la evaluación del clima social, otorgan su apoyo a quienes son mayoría” (Santillán, 2015, p. 11). La teoría de la espiral del silencio:

[...] se basa en el supuesto de que los medios de comunicación de masas representan la fuente más importante de observación de su entorno con que cuenta el individuo para enterarse de cuáles son las opiniones que encuentran la aprobación de la sociedad y cuáles las que conducen al aislamiento (Noelle-Neumann, 1993).

Por lo tanto, los medios de comunicación juegan un rol primordial pues, como apunta la teoría aquí tratada, la teoría de la Agenda Setting, la difusión que los medios de comunicación hagan de un tema o temas, determinará la importancia que los públicos otorguen a dicho tema o temas, influyendo de esta manera en la formación de la opinión pública.

En la actualidad, se sigue utilizando la teoría de la Agenda Setting a la hora de analizar la influencia que los medios de comunicación ejercen en la opinión pública. Hoy en día entran en juego otras variables, ya que la universalización del Internet, junto a la creación de las redes sociales, han tenido un efecto rotundo sobre las agendas. Ahora los públicos pueden informarse a través de Internet y las redes sociales de la realidad que va más allá de la expuesta por los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio y la televisión. Las redes sociales posibilitan a los públicos la creación de su propia agenda, la agenda del público. Estos nuevos medios de comunicación como, por ejemplo, las redes sociales como Twitter, a través de las cuales los públicos crean su propia agenda, tienen el potencial de crear un flujo inverso de la información, lo que quiere decir que son capaces de influir en la agenda mediática. (Saperas, 2020, p. 194). En la red social Twitter los usuarios crean la agenda a través de las Tendencias, que es un apartado en Twitter que jerarquiza los temas más importantes del momento. Los públicos forman las Tendencias

en Twitter sobre las que el resto, y los medios de comunicación, se interesarán. También, gracias a las redes sociales, los públicos pueden difundir, ya sea de forma escrita, gráfica o a través de vídeos, lo que está sucediendo en un momento dado en un lugar determinado. Los periodistas se nutren de estos contenidos a la hora de dar forma al contenido de sus agendas. “[...] Twitter y las redes sociales en general se han impuesto a las prácticas profesionales de los periodistas como fuente de información con un coste económico muy reducido” (Saperas, 2020, p. 199). A pesar de todo, los medios de comunicación siguen influenciando a los públicos, sobre todo en tiempos de crisis como, por ejemplo, la crisis por el COVID-19. La pandemia supone un ejemplo del mundo real, de como de la nada se cambian todas las agendas para girar alrededor de un único tema. Durante las crisis, los públicos son más influenciables, ya que, al ser temas desconocidos por ellos, recurren más a los medios de comunicación a la hora de informarse al respecto.

En conclusión, la teoría de la Agenda Setting deja aportaciones que a día de hoy siguen estando a la orden del día y que sirven de punto de partida para muchas investigaciones como, por ejemplo, la presente.

2.2. LA TEORÍA DEL FRAMING

A menudo, la teoría del Framing se relaciona con el segundo nivel de la Agenda Setting, ya que ambas teorías coinciden en la búsqueda de atributos de los temas o *issues* presentados por los medios de comunicación. El concepto central de la teoría del Framing son los marcos, o *frames* en inglés, que son aquellos elementos que utilizan los medios de comunicación para presentar los temas o *issues* de su agenda. A la hora de reconstruir la realidad, los medios de comunicación no solo seleccionan los temas o *issues*, sino que también los dotan de atributos que, lejos de ser objetivos, se ajustan a sus intereses y líneas editoriales. Es una teoría muy útil para analizar la postura de los medios de comunicación con respecto a un tema.

El concepto de *frame* es utilizado por primera vez en 1955 por el antropólogo Gregory Bateson quien, desde el punto de vista de la psicología, recurre a la noción de *frame* para explicar la razón por la cual los individuos se centran en un único elemento de la realidad a la par que excluyen otros. Para él, los marcos o *frames* son herramientas de la psique, mediante los cuales el ser humano construye sus pautas de conducta (Sábada, 2001, pp. 149-150). A la hora de interpretar un hecho, los individuos recurren a los distintos marcos o *frames* adquiridos a lo largo de sus vidas. El *frame* que se aplique estará determinado

por el contexto del hecho. Esto genera un ciclo constante en el que los *frames* se suceden unos tras otros adaptándose a los distintos hechos. El individuo solo percibe que está utilizando un *frame* cuando la situación requiere que sea cambiado por otro distinto. La utilización de un *frame* equivocado podría dar pie a confusiones.

En 1974, Erving Goffman introduce por primera vez el concepto de *frame* en el campo de la sociología. El autor estudia el funcionamiento de los *frames* en la sociedad. Para Goffman, los *frames* o marcos son los instrumentos a través de los cuales la sociedad interpreta la realidad. (Sábada, 2001, p. 150). En su opinión, lo importante no es la realidad, sino la interpretación que se hace de la misma. Los *frames* determinan la forma en la que se interpretan los hechos. Sin ellos los individuos no podrían interpretar la realidad. Serían algo así como el contexto, que es el conjunto de elementos que interfieren en los significados. La información no puede ser interpretada sin un contexto, por lo que los *frames* son imprescindibles a la hora de realizar dicha interpretación. Para Erving Goffman, “los marcos no son definitivos sino que están sometidos a una revisión continua confirme cambia la realidad” (Sábada, 2001, p. 151). A modo de ejemplo tenemos las imágenes de figura y fondo, que son reversibles, y que según el *frame* que el individuo aplique, verá una cosa u otra, pudiendo ver los distintos elementos de la imagen según el enfoque que haga.

Las investigaciones de Goffman dieron paso al estudio de los marcos o *frames* en relación con los medios de comunicación. En 1978, la autora Gaye Tuchman, traslada por primera vez el concepto de *frame* al campo de la comunicación.

La noticia es una ventana al mundo [...]. Pero la vista de una ventana depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio. La escena desarrollada también depende de dónde se sitúa cada uno, lejos o cerca, estirando el cuello o mirando todo recto, con los ojos paralelos al muro o donde está la ventana (Tuchman, 1983, p. 13).

A través de esta metáfora, Tuchman describe el proceso en el que los *frames* son utilizados por los medios de comunicación. En una habitación, los públicos, por medio de paredes, permanecen separados de la realidad. Los medios de comunicación, que sí tienen acceso a la realidad, recurren a esta a la hora de crear las noticias. De toda la realidad, los medios de comunicación seleccionan solo aquellos aspectos que sean afines a sus intereses. Esta selección estaría representada por las ventanas. Estas ventanas permiten a los públicos ver las partes de la realidad que los medios de comunicación

quieren que vean. Pero eso no es todo, pues como afirma la teoría del Framing, los medios de comunicación, a la hora de formar las noticias, utilizan atributos cargados de subjetividad. Estos atributos, que serían los marcos o *frames* estudiados por la teoría del Framing, estarían representados por los marcos que enmarcan las ventanas.

Influida por las ideas de Tuchman, la investigadora M.^a Rosa Berganza Conde cita a los autores Pamela Shoemaker y Stephen D. Reese:

[...] la perspectiva de la realidad que nos ofrecen esas ventanas abiertas al mundo que son los medios de difusión depende de distintos factores (objetivos y subjetivos) que intervienen en la producción de las noticias. Estos abarcan desde las características personales del periodista (tendencias políticas, edad, sexo, educación, valores, etc.) hasta el uso de fuentes, las prácticas habituales del medio (criterios de noticiabilidad, estilo informativo...), la infraestructura que este posee (personal, organización en secciones, red de corresponsales, hora de cierre...), su propiedad, y otros elementos externos (evolución social, presión de los grupos económicos y políticos, gustos de la audiencia, competencia, etc.) (2003, p. 2).

Lejos de ser objetivos, como apunta Berganza (2003), los marcos utilizados por los medios de comunicación son contruidos de forma subjetiva según factores tales como las características personales del periodista, las prácticas habituales del medio o los recursos del propio medio de comunicación. Al respecto, Teresa Sádaba Garraza (2001) sostiene que:

[...] los encuadres que se utilizan en los medios, en principio, se entiende que surgen como resultado del trabajo periodístico, que son parte de todo acercamiento interpretativo a la realidad y de una serie de circunstancias profesionales que acrecientan en el periodista un modo de ver la realidad particular (p. 155).

Un periodista, que a su vez es animalista, no va a escribir lo mismo sobre la prohibición en España de la caza del lobo que lo que escribirá un periodista que a su vez es ganadero. En la redacción de la noticia entrarán en juego todas estas influencias de carácter personal. Así es como los periodistas se convierten en *gatekeepers*, seleccionando y/u omitiendo la información a su antojo. Cada uno utilizará un *frame* distinto, por ejemplo, el animalista recurrirá a imágenes de lobos cazados, mientras que el ganadero utilizará fotografías de ovejas asesinadas por los lobos a la hora de enmarcar la noticia. La base sería la misma para ambos, pero las personalidades conferirán a la noticia de un marco totalmente distinto.

Cuando el periodista construye la noticia, cuando arma con palabras e imágenes la descripción de un aspecto de la realidad, realiza una selección de encuadre. Pero podría haber hecho otra, seleccionando otro aspecto diferente del asunto que ha de cubrir, empleando otras fuentes, otras construcciones sintácticas, otro léxico, utilizando otras fotografías, etc. (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 430).

De forma similar influyen las prácticas habituales del medio de comunicación, tales como el estilo informativo. Por ejemplo, el telediario, un programa informativo, a la hora de hablar de los premios Goya, utilizará un *frame* distinto al que utilizará la prensa rosa, dedicada al mundo de la farándula. Por un lado, el telediario informará sobre quienes han sido galardonados, mientras que, por otro lado, la prensa rosa se centrará en los atuendos que los asistentes hayan llevado. A tal efecto son muchas las investigaciones que se han llevado a cabo tales como el estudio realizado en 1999 por Sánchez Aranda y Berganza Conde, en el que investigaron el *framing* en la prensa española sobre la muerte de Diana de Gales. Sánchez y Berganza comprobaron cómo, según el diario (El País, El Mundo o ABC), Diana de Gales era tratada de forma más familiar o formal. (p. 150). Otro ejemplo sería la investigación realizada por los autores Bartolomé y Rodríguez-Virgili, que en 2012 evidenciaron como según el diario (El País, El Mundo, ABC o Público) se producía o no una alineación con el Gobierno de España a partir de una serie de discursos acontecidos entre 2008 y 2011. (pp. 446-447).

Por último, los recursos del propio medio de comunicación como, por ejemplo, el número de páginas de un diario o la duración de un programa, son otro de los factores que influyen en la formación de los marcos o *frames*. El ejemplo más evidente es el de la prensa de papel, que cuenta con una serie de elementos propios del medio que influyen en la elección de los marcos. No es lo mismo contar con una página que contar con solo la mitad. Asimismo, no es lo mismo encuadrar una noticia a través de un vídeo que no hacerlo, algo de lo que la prensa de papel es incapaz.

A partir de esta amalgama de factores, los medios de comunicación utilizan los marcos para conseguir que los públicos interpreten sus noticias en la forma en que ellos desean que sean interpretadas. Las noticias no son un reflejo de la realidad, sino que son una representación de ella. Para crear estas representaciones los medios de comunicación seleccionan aquellos retazos de la realidad que más se ajustan a sus intereses para, posteriormente, enmarcarla a partir de una serie de circunstancias subjetivas. Los

periodistas reconstruyen la realidad apoyándose en los instrumentos que el medio de comunicación pone a su disposición: palabras, imágenes, sonidos, vídeos, etc.

Otra de las ideas de Gaye Tuchman en los estudios de la teoría del Framing es la de que no todos los individuos interpretan de la misma forma una noticia. De hecho, señala la autora, no lo hacen. Las circunstancias de cada individuo influyen a la hora de experimentar las noticias y, por ende, a la hora de interpretarlas. Por ejemplo, un fanático del Real Madrid no experimentará la noticia de que su equipo ha perdido contra el Chelsea como lo hará un fanático del Chelsea.

Robert Entman, uno de los teóricos más importantes en los estudios de la teoría del Framing, opina que el *framing* consiste en:

[...] seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito (1993, p. 52).

Las acciones de selección, o lo que es lo mismo, el proceso por el cual los medios de comunicación eligen una parte de la realidad, y de énfasis, que es la forma en que los periodistas resaltan algunos aspectos de la noticia, influirán en la idea que los públicos se formen de la realidad. El autor señala que, a pesar de la capacidad de los medios de comunicación de influir, los públicos tienen sus propios marcos o *frames* de referencia, que pueden coincidir o no con los expuestos en una noticia. Por lo tanto, los marcos son más frágiles de lo que se podía pensar, ya que los públicos los interpretan de forma activa.

Por otro lado, Entman indica que los marcos o *frames* son estrategias que no solo los medios de comunicación utilizan, sino que también lo hacen otros actores tanto políticos como sociales. Los *frames* manifiestan el punto de vista de estos actores, con el objetivo de guiar la opinión pública hacia una idea acorde a sus intereses.

A la hora de crear las noticias y, por ende, de aplicar un *frame* u otro, entran en juego una serie de variables que influyen en el producto final. Estas variables fueron explicadas por los profesores Pamela Shoemaker y Stephen Reese en el modelo de investigación de jerarquía de influencias.

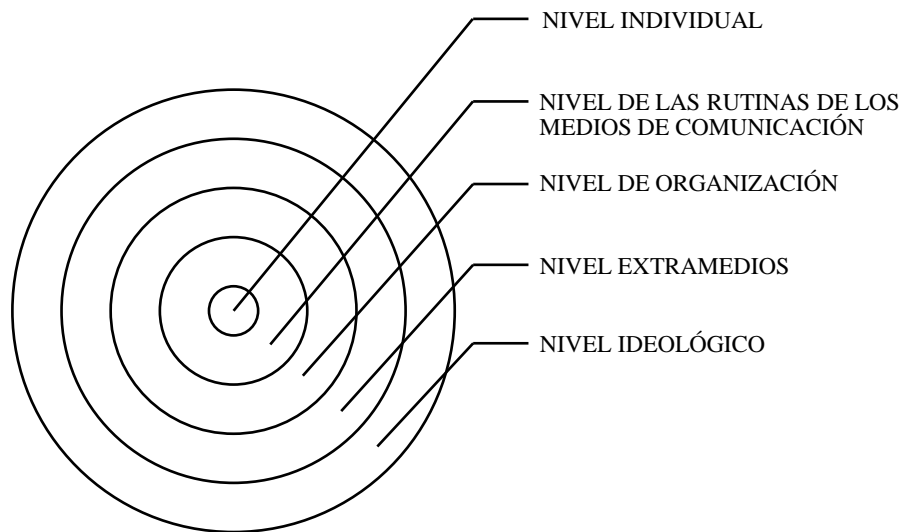


Figura 8. Modelo jerárquico de influencias sobre el contenido de los medios.

Fuente: Shoemaker y Reese (2014)

El primer nivel, el individual, hace referencia al conjunto de características personales de los trabajadores de los medios de comunicación. El segundo, alude a las formas de proceder de los medios de comunicación. El nivel de organización sería lo que se conoce como cultura empresarial, el ADN del medio de comunicación. El cuarto nivel serían aquellos factores políticos, económicos y sociales que interfieren con el medio de comunicación. Finalmente, sobre el último nivel, Shoemaker y Reese (1991) apuntan que:

[...] el nivel ideológico incluye a todos los demás de los que ya hemos hablado y por lo tanto, es el nivel macro en nuestra jerarquía. El nivel ideológico difiere de los niveles anteriores porque los procesos que tienen lugar en estos dependen del patrón ideológicamente relacionado de los mensajes y están a favor de los centros de mayor poder en la sociedad (p. 214).

Por lo tanto, la ideología determina los factores políticos, económicos y sociales, que influyen en las empresas como lo son los medios de comunicación, que de forma interna interfieren a través de su ADN, de sus formas de proceder y de sus trabajadores en la elaboración de las noticias.

A la hora de clasificar los marcos, *frames* o encuadres, autores como Scheufele y Tewksbury distinguen, por un lado, el encuadre de los medios y, por otro, el encuadre de los individuos. El encuadre de los medios es aquel que hace referencia a los recursos del propio medio de comunicación tales como, por ejemplo, las imágenes, las palabras o los sonidos. En cambio, el encuadre de los individuos es el que atañe al individuo, no al

medio, y se compone de esquemas tanto de información, como de procesamiento. Por su parte, Chong y Druckman clasifican los encuadres en débiles o fuertes según sea su fuerza persuasiva. Esta fuerza depende de factores tales como la frecuencia, la accesibilidad y la pertinencia. (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 432). Sin embargo, fueron las autoras Semetko y Valkenburg las que propusieron una de las clasificaciones más utilizadas en el campo de la teoría del Framing. Las autoras delimitaron dos tipos de encuadres: los encuadres genéricos y los encuadres específicos.

Los encuadres específicos sólo pueden aplicarse a un tema o acontecimiento concreto, mientras que los genéricos pueden aplicarse con mayor flexibilidad a acontecimientos diferentes, a veces incluso en espacios físicos, temporales y culturales diversos. (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 432).

Dentro de los encuadres genéricos, Semetko y Valkenburg establecieron cinco (Aruguete, 2010, pp. 119-120):

- La «Atribución de responsabilidad» se refiere a la responsabilidad de un gobierno, individuo o grupo en algún hecho o asunto.
- El «Interés humano» ofrece la cara humana o ángulo emocional en la presentación de los asuntos o problemas.
- El «Conflicto» alude a las controversias existentes entre individuos, grupos o instituciones.
- La «Moralidad» pone el evento o asunto en el marco de una aceptación religiosa o prescripción moral.
- Las «Consecuencias económicas» abordan un evento o tema en términos de las consecuencias que éste pueda tener económicamente para un individuo, grupo, institución, región o país.

A partir de cada uno de estos encuadres fueron desarrolladas una serie de preguntas, 20 en total¹³.

En cuanto a las técnicas más utilizadas en las investigaciones de la teoría del Framing son las de carácter cuantitativo y, en especial, el análisis de contenido (Saperas y Carrasco-Campos, 2015). A partir del análisis de contenido se identifican los elementos que dan forma a las noticias: los titulares, los subtítulos, las imágenes, los gráficos, etc. Tras haber identificado los elementos pertinentes se procede a su análisis en aras de localizar

¹³ Ver Anexo 1

el marco que haya sido empleado a la hora de redactar la noticia. Además, también se puede analizar la importancia de los *frames* observando la frecuencia con la que estos son expuestos. Por otro lado, a la hora de analizar cómo se redacta la noticia e identificar las influencias que se dan en su redacción, se utilizan técnicas como las entrevistas a profesionales de los medios de comunicación. En cambio, para observar los efectos de los marcos en los públicos, se utilizan los experimentos. Por lo tanto, se observa un:

[...] empleo de técnicas, herramientas y diseños de investigación que, como el análisis de contenido y el diseño de experimentos, resultan fácilmente replicables en futuras investigaciones; y su capacidad de generar datos cuantificables y objetivos, susceptibles de acumulación y comparación (Saperas y Carrasco-Campos, 2015, p. 58).

Para finalizar y, en resumidas cuentas, los individuos utilizan *frames* a la hora de entender la realidad. Los medios de comunicación lo saben, por lo que se aprovechan de ello para influenciar en los públicos. Pero no son los únicos, pues actores políticos y sociales también hacen uso de marcos para influir en la opinión pública a su antojo. Los públicos que aún no son conscientes de ello deberían preocuparse más por estos marcos que a menudo pasan desapercibidos que de las mismísimas *fake news* que tan célebres son en la actualidad.

2.3. LA COMUNICACIÓN DURANTE LA PRIMERA OLA DE LA PANDEMIA DEL COVID-19

El COVID-19 llegó de forma imprevista a las vidas de todos los ciudadanos del planeta Tierra. Esta imprevisibilidad, unida al desconocimiento, hizo que en un primer momento las agendas se alineasen ante un único tema: la crisis del COVID-19. Estudios como el realizado por Goikoetxea y Argiñano (2020), que analizaron las portadas de la prensa en España durante la crisis del COVID-19, constataron esta prevalencia del tema de la crisis del COVID-19 en la agenda de los medios. “En abril la pandemia es portada todos los días en los cinco grandes diarios” (p. 8). En cuanto a la agenda del público, el CIS realizó un barómetro¹⁴ en el que se recogieron las principales preocupaciones de los españoles durante la crisis del COVID-19, siendo el COVID-19 el principal problema. Por lo tanto, en la agenda del público también prevaleció la importancia del tema de la crisis del COVID-19. En lo que a la agenda política respecta, en ese primer instante en el que el

¹⁴ CIS. (2020). Barómetro especial de abril 2020: Avance de resultados.
http://datos.cis.es/pdf/Es3279mar_A.pdf

virus golpea a España, “la categoría “Sanidad” se dispara hasta ocupar el 40,57% de la intervención [del 21 de marzo de Pedro Sánchez]” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 371). Por lo tanto, cuando el COVID-19 penetró en el país, las agendas se volcaron en esta enfermedad provocada por el SARS-CoV-2 y, tras este primer momento, las agendas se disgregaron según sus propios intereses.

En las crisis y, sobre todo, en una tan preocupante como fue la del COVID-19, la opinión pública se vuelve más vulnerable. Los públicos, a la hora de informarse sobre algo que desconocen como lo fue la enfermedad COVID-19, recurren a los medios de comunicación. Los medios de comunicación tienen un papel muy importante en las crisis, y así lo tuvo en la crisis del COVID-19. La misma Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que la evolución del COVID-19 estaría determinada por la forma en que la información fuese tratada por parte de los medios de comunicación. En este sentido, María Soledad Segura afirma lo siguiente sobre los medios de comunicación:

[...] tienen una responsabilidad social fundamental que cumplir, especialmente cuando se trata de temas de salud. Ese papel se torna crítico en situación de pandemia para poder detener su avance porque proveen información y fomentan valores cruciales para que la gente tome decisiones y medidas de protección individual y colectiva para mitigar los efectos del riesgo. La información sobre salud constituye información sensible y, por ende, debe ser particularmente protegida (2020, p. 56).

Asimismo, el presidente Pedro Sánchez, el ministro de Sanidad, Salvador Illa, y el director del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias (CCAES), Fernando Simón, que fueron las figuras más influyentes durante la primera ola del COVID-19 en España, influyeron en la opinión pública.

Cuando el orden social, político y económico se tambalea, y nos abruma la incertidumbre, buscamos en la figura del líder político a la persona que nos transmita seguridad, establezca una hoja de ruta compartida y nos dé la confianza necesaria para afrontar el trance (Hahn, 2020, p. 55).

Durante la primera ola del COVID-19, la capacidad de los medios de comunicación y del Gobierno de España para influir en los públicos fue mayor. Los públicos desconocían de qué se trataba el COVID-19, por lo que la información que recibían por parte de los medios de comunicación y del Gobierno de España era acatada ipso facto. Losada, Rodríguez y Paniagua realizaron un estudio en el que se observó que el “70% [de los encuestados] identifican las organizaciones oficiales y las autoridades como las fuentes

de información más creíbles” (2020, p. 9). Por su parte, las autoras Moreno, Fuentes-Lara y Navarro, que investigaron el uso y la percepción de las fuentes de información en tiempos de COVID-19, constataron que, durante “el primer mes de encierro, el Gobierno fue una fuente de gran confianza para la mitad de los ciudadanos españoles. Aún más creíble fue el Comité COVID-19 del Gobierno (58,3%)” (2020, p. 10). El otro factor que hizo que los públicos fuesen más influenciados fueron los confinamientos. En España la población se encerró en sus hogares durante meses. Los hábitos cambiaron y se produjo un aumento en el consumo de los medios de comunicación. Los medios de comunicación dirigieron sus contenidos al tema del COVID-19, eliminando programas de entretenimiento para sustituirlos por programas informativos.

[...] las cadenas de televisión adaptaron sus parrillas de programación a las nuevas circunstancias, dando mucha más prevalencia a la información, alargando la duración de los informativos, dando en directo las comparecencias de Pedro Sánchez y del comité de gestión técnica del coronavirus y diseñando especiales sobre la pandemia (Besalú, 2020, p. 105).

En el caso de España, la televisión fue el medio de comunicación más usado. El informe de Kantar Media¹⁵, por el que se estudian las audiencias de la televisión, manifestó la importancia que este medio tuvo durante la primera ola de la pandemia del COVID-19. En España, el consumo de televisión aumentó en un 6,7% con respecto al año 2019. La media diaria fue de 4 horas, cifra impensable desde 2012. La televisión fue el medio de comunicación preferido por los españoles por ser uno de los medios denominados medio refugio.

Los medios refugio son aquellos que, como el oro o el dólar en el terreno económico, generan más confianza, porque su tradición es un atributo que refuerza la relación que tenemos con ellos (Xifra, 2020, p. 12).

Por el contrario, la información aportada por medios de comunicación como Internet o las redes sociales durante la pandemia del COVID-19 estuvo plagada de bulos. Estos bulos o *fake news* fueron considerados otro tipo de pandemia, bautizada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como infodemia. A tal efecto, Nadia Koziner plantea:

¹⁵ Kantar Media. (2021). ¿Qué echaron en 2020? La vida de los españoles vista desde la televisión. https://www.ioncomunicacion.es/wp-content/uploads/RuedaPR_AnuarioAudTV2020_MAR21_vFinal-comprimido.pdf

La ‘infodemia de rumores y desinformación’ acerca de la cual alerta la OMS (que, técnicamente apunta a la difusión de mala información a través de datos falsos), puede tener consecuencias graves para la salud de la población, por promover el pánico y/o la toma de decisiones riesgosas, pero el tratamiento espectacularizado, dramatizado y focalizado en historias individuales en busca del rating también colabora con esa situación¹⁶.

Cabe destacar la figura de los sanitarios, que durante esta primera ola del COVID-19, vivieron en primera línea el caos que produjo la enfermedad. Los testimonios del personal sanitario fueron los más valorados y, por consiguiente, creídos por los públicos. Tan fue así, que los españoles crearon el hábito de asomarse a las 20:00 horas de la tarde a sus ventanas para aplaudir a los profesionales de la salud.

[...] entran en escena nuevas voces que hasta el momento habían participado poco: las de los sanitarios. Profesionales médicos y de enfermería explican sus experiencias de primera mano, asustados ante la situación que empiezan a vivir y la que intuyen que se les viene encima. El impacto en la opinión pública es presumiblemente muy elevado, dado que es un clásico en estudios de opinión que estos se sitúan en el primer puesto en el ranking de profesiones que inspiran credibilidad (Revuelta, 2020).

A pesar de todo, la información que recibieron los públicos durante la primera ola de la pandemia del COVID-19 no fue ni tan veraz ni tan falsa. Al estar todas las agendas polarizadas por la agenda política del Gobierno de España, todos los medios de comunicación tenían la misma información a la hora de crear sus noticias. El Gobierno de España, a través de los estudios realizados por el ministerio de Sanidad, actualizaba la información sobre el COVID-19 a diario. Los distintos medios de comunicación elaboraban las noticias a partir de esta información. Para que su noticia sobresaliese sobre el resto de noticias iguales a la propia, muchos medios de comunicación recurrieron al amarillismo, que consiste en exagerar la información con el fin de provocar asombro o escándalo en los públicos.

¹⁶ Lijalad, A. (2020). Información vs Show: la cobertura mediática del coronavirus. El Destape. <https://www.eldestapeweb.com/nota/informacion-vs-show-la-cobertura-mediatica-del-coronavirus-202032119260>

A lo largo de estos meses, nos hemos acostumbrado a la controversia y a utilizar múltiples fuentes y canales para obtener información. Cada uno de nosotros tenemos nuestra propia percepción de la situación, dependiendo mucho de cómo y con quién compartimos información (Revuelta, 2020).

En conclusión, en tiempos de crisis, y aún más, si se trata de una crisis sanitaria como la del COVID-19 en donde están en juego las vidas de las personas, los públicos son más influenciables. Los medios de comunicación, junto con los actores políticos y sociales, son las principales fuentes de información de los públicos. Lo que hagan estas dos figuras determinará el curso que tomen los acontecimientos. Por ello, los *media* y los actores políticos y sociales han de hacer uso de su influencia de forma responsable, idílicamente, siempre, pero más en tiempos de crisis.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. OBJETIVOS

El primer objetivo de esta investigación es **identificar** los *issues* y *frames* o, lo que es lo mismo, los temas y marcos utilizados en las intervenciones del presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez Pérez-Castejón, a lo largo de la primera ola de la pandemia del COVID-19.

El segundo objetivo consiste en **analizar** los *issues* y los *frames* identificados. El fin de este análisis es el de profundizar en las características de estos elementos. De esta forma podremos determinar, por ejemplo, qué temas, y qué marcos se repiten. También podremos ver la evolución de estos aspectos en las distintas intervenciones.

En cuanto al tercer objetivo, será **comparar** los temas con los marcos para entender ambos de forma conjunta.

Finalmente, un objetivo secundario de esta investigación es el de **conocer** cómo el Gobierno de España actúa, y qué recursos utiliza en sus discursos en una situación de crisis como lo fue la producida por el COVID-19.

3.2. METODOLOGÍA

A la hora de lograr los objetivos se utilizó el análisis de contenido, una técnica de investigación objetiva, sistemática y cuantitativa.

[...] el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite descubrir el "ADN de los mensajes mediáticos", dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos. De este modo, el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación de masas, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir su funcionamiento y predecir su mecanismo de influencia (Igartua y Humanes, 2004, p. 75).

El objetivo de esta técnica es desentrañar el ADN del producto analizado.

Los objetivos del análisis de contenido consisten, esencialmente, en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, y descubrir y evidenciar sus contenidos latentes (Guix, 2008, p. 27).

El enfoque cuantitativo, como su nombre indica, tiene por objetivo cuantificar las unidades de análisis con el fin de observar, y comparar, la frecuencia de las mismas.

El primer paso a seguir sería el de definir la muestra que será codificada más adelante. En la presente investigación, se decidió escoger las intervenciones relativas al 1.º estado de alarma en sí, es decir, a su declaración, a las prórrogas y a su finalización. Esto nos aportaría contenidos a lo largo de toda la primera ola de la pandemia del COVID-19, que ayudarían en la observación del desarrollo de los *issues* y *frames*.

Para ello, en primer lugar, se accedió al Boletín Oficial del Estado (BOE) para ver las fechas de las resoluciones de la declaración, de las seis prórrogas y de la finalización del 1.º estado de alarma en España. Tras determinar las fechas en las cuales se hicieron válidas las medidas tomadas por el Gobierno de España, se accedió a los contenidos de La Moncloa a través de su página web¹⁷. Mediante una búsqueda sesgada por fecha, se seleccionaron las intervenciones relativas a los acontecimientos definidos en la Tabla 1.

¹⁷ La Moncloa. Vídeos del presidente del Gobierno.
<https://www.lamoncloa.gob.es/multimedia/videos/presidente/Paginas/index.aspx>

CRONOLOGÍA DE LAS RUEDAS DE PRENSA DE LA MUESTRA ESTUDIADA			
FECHA	ACONTECIMIENTO	DURACIÓN	ENLACE
13 DE MARZO DE 2020	SE DECLARA EL 1.º ESTADO DE ALARMA	6 MINUTOS 11 SEGUNDOS	PEDRO SÁNCHEZ ANUNCIA LA DECLARACIÓN DEL ESTADO DE ALARMA
28 DE MARZO DE 2020	1ª PRÓRROGA	16 MINUTOS 56 SEGUNDOS	EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO ANUNCIA LA SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LAS ACTIVIDADES NO ESENCIALES
18 DE ABRIL DE 2020	2ª PRÓRROGA	22 MINUTOS 42 SEGUNDOS	EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO ANUNCIA UNA NUEVA PRÓRROGA DEL ESTADO DE ALARMA
25 DE ABRIL DE 2020	3ª PRÓRROGA	20 MINUTOS 17 SEGUNDOS	COMPARECENCIA DEL PRESIDENTE ANTE LA TERCERA PRÓRROGA DEL ESTADO DE ALARMA
9 DE MAYO DE 2020	4ª PRÓRROGA	19 MINUTOS 57 SEGUNDOS	COMPARECENCIA DEL PRESIDENTE DEL GOBIERNO
31 DE MAYO DE 2020	5ª PRÓRROGA	26 MINUTOS 07 SEGUNDOS	EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO ANUNCIA QUE SE SOLICITARÁ UNA NUEVA PRÓRROGA DEL ESTADO DE ALARMA
7 DE JUNIO DE 2020	6ª PRÓRROGA	35 MINUTOS 20 SEGUNDOS	CONFERENCIA DE PRENSA DEL PRESIDENTE DEL GOBIERNO
20 DE JUNIO DE 2020	FIN DEL 1.º ESTADO DE ALARMA	23 MINUTOS 14 SEGUNDOS	COMPARECENCIA DEL PRESIDENTE DEL GOBIERNO

Tabla 2. Cronología del 1.º estado de alarma en España durante la primera ola de la pandemia del COVID-19. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Cada una de estas intervenciones correspondería a una unidad de análisis, por lo que en total fueron 8 unidades de análisis las que fueron analizadas, un total de 170 minutos y 73 segundos. Las unidades de análisis: las comparecencias de Pedro Sánchez relativas al 1.º estado de alarma, no son más que partes de una muestra: todas las comparecencias de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19. Para el presente trabajo se decidió seleccionar aquellas intervenciones de Pedro Sánchez relativas a la instauración, prorrogación y finalización del 1.º estado de alarma en España debido a la importancia de las mismas, a que se ajustan al objetivo de analizar la comunicación de

crisis del Gobierno de España, y a que todas ellas tuvieron la misma finalidad: hacer pública una nueva decisión sobre el estado de alarma relativo a la crisis del COVID-19.

El 80,9% de la audiencia vio la comparecencia de Sánchez informando del estado de Alarma

20MINUTOS NOTICIA 16.03.2020 - 09:08H



■ Más de 18 millones de espectadores siguieron sus palabras, más que en las Campanadas, donde hubo 16,6 millones.

Figura 9. El 80,9% de la audiencia vio la comparecencia de Sánchez informando del estado de Alarma.

Fuente: <https://www.20minutos.es/noticia/4188761/0/el-80-9-de-la-audiencia-vio-la-comparecencia-de-sanchez-informando-del-estado-de-alarma/>

Una vez identificadas las unidades de análisis, y antes de proceder a la identificación de los elementos que serán observados en las distintas comparecencias de Pedro Sánchez, se establecieron una serie de variables que nos permitieron categorizar dichos elementos. Estas variables fueron tres: de identificación, de agenda y de encuadres.

En primer lugar, las variables de identificación, como su nombre indica, son las características de las unidades de análisis que permiten tanto identificarlas como diferenciarlas unas de otras. Para el presente trabajo se optó por identificar las unidades de análisis o, lo que es lo mismo, las comparecencias de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19, según la fecha y la duración (en minutos y segundos) de las mismas.

En segundo lugar, las variables de agenda son aquellas compuestas por los temas que serán desarrollados a continuación, de los cuales nos habla la teoría de la Agenda Setting. A la hora de observar estos temas en las distintas comparecencias del presidente del Gobierno de España, se optó por hacerlo según la presencia, es decir, si aparece o no el tema, y la relevancia, que sería la duración total dedicada a cada tema.

En tercer lugar y, por último, las variables de encuadres atañen a los marcos de la teoría del Framing que, al igual que los temas correspondientes a las variables de agenda, serán explicados a continuación. Para observar los marcos se decidió utilizar la clasificación propuesta por Semetko y Valkenburg, en la que distinguen los encuadres en genéricos y específicos ya que, como apunta Ardèvol-Abreu:

La utilización de encuadres genéricos facilita la comparación de los resultados de diferentes trabajos en diferentes lugares y sobre diferentes temas. Permite, por tanto, la generalización, necesaria para engrosar el cuerpo teórico del framing. La búsqueda de encuadres específicos dificulta esta labor, pero a cambio ofrece resultados concretos que radiografían con exactitud el tratamiento mediático (y su reflejo en el público) sobre un tema concreto (2015, p. 432).

Por todo ello, la categorización según variables quedaría de la siguiente forma:

- Variables de identificación
 - o Fecha
 - o Duración
- Variables de agenda
 - o Presencia de temas o *issues*
 - o Relevancia de temas o *issues*
- Variables de encuadres
 - o Encuadres genéricos (Semetko y Valkenburg, 2000)
 - o Encuadres específicos

Una vez fueron definidas tanto las unidades de análisis como las categorías, se procedió a seleccionar, por un lado, los temas y, por otro, los marcos que serían observados para alcanzar los objetivos del presente TFG.

A la hora de elegir los temas a observar en las distintas intervenciones de Pedro Sánchez en relación al 1.º estado de alarma, se hizo un recabado de información de distintos estudios relativos a la comunicación gubernamental durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 (Arceo y Álvarez, 2020; Losada, Rodríguez y Paniagua, 2020), y se seleccionaron los siguientes temas:

- “[...] [**Alusiones**] **al futuro**, como las menciones a la “recuperación”, el “relanzamiento” o el final de la pandemia” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 366). Ejemplo: “los trabajadores recuperarán las horas de trabajo” (Sánchez, 28/03/20).
- **Dimensión internacional**, “si Sánchez mencionaba a bloques geopolíticos, otros países, u organismos supranacionales” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 366), y si hablaba de la pandemia del COVID-19 como un problema de carácter global, o hacía referencia del seguimiento de la pandemia en otros países. Ejemplo: “en un país, fíjense, tan próximo y admirable como es Gran Bretaña esta semana aún ha

- habido 1.636 muertes por Covid-19 y en una superpotencia como EEUU han sido 6.344.” (Sánchez, 07/06/20).
- “**Política**, cuando Sánchez hablaba del Estado, partidos, administraciones, los derechos de la ciudadanía y las ideas de unión o división” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 366). Ejemplo: “ese Plan de Desescalada que hemos diseñado entre el Gobierno de España y las Comunidades Autónomas” (Sánchez, 07/06/20).
 - “**Menciones a cifras**: [...] [cuando] Sánchez proporcionó cantidades, estadísticas o costes” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 366). Ejemplo: “hoy hemos recibido la noticia del alta de más de 12.285 compatriotas que se han curado” (Sánchez, 28/03/20).
 - **Profesionales sanitarios**: cuando Pedro Sánchez hace referencia al personal sanitario de España. Ejemplo: “la primera línea la forman los profesionales de la salud. Nuestro escudo frente al virus” (Sánchez, 13/03/20).
 - **Crisis sanitaria**, que atañe a cuando el presidente de España habla sobre la pandemia del COVID-19, los recursos sanitarios, etc. Ejemplo: “estamos demandando [...] medidas para combatir la emergencia sanitaria, como por ejemplo garantizar la disponibilidad de recursos sanitarios de primera necesidad” (Sánchez, 28/03/20).
 - “**Fuerzas del orden**: este [tema] se utilizó para registrar los fragmentos que Sánchez dedicó a las policías, la Guardia Civil y las Fuerzas Armadas” (Arceo y Álvarez, 2020, p. 367). Ejemplo: “gracias también a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, a las Policías Autonómicas, a las Policías Locales, a las Fuerzas Armadas por desplegar su profesionalidad y amparo” (Sánchez, 20/06/20).
 - **Medidas**: la actualización por parte de Pedro Sánchez de las medidas de los sucesivos decretos recogidos en el BOE durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 en España. Ejemplo: “las personas de seis años en adelante tendrán la obligación de usar mascarillas, siempre que no resulte posible garantizar el mantenimiento de una distancia de seguridad” (Sánchez, 07/06/20).
 - **Alcance económico**: atañe a las referencias de Sánchez sobre la trascendencia de la pandemia del COVID-19 en la economía. Ejemplo: “el virus [...] dejaba un rastro de destrucción que se contaba por decenas de miles de empresas que tenían que cerrar sus actividades, de negocios que tenían que echar la persiana, y por cientos de miles en empleos que se están perdiendo” (Sánchez, 18/04/20).

- **Criterios científicos**, cuando Sánchez se apoyó en la ciencia y en los expertos. Ejemplo: “en la senda del cumplimiento de estas orientaciones que marca la OMS y, en consecuencia, no es posible levantar las medidas generales de confinamiento” (Sánchez, 18/04/20).

En cuanto a los marcos, como se había adelantado anteriormente, la elección se basó en la clasificación propuesta por Semetko y Valkenburg¹⁸, en la que distinguen dos tipos de encuadres: genéricos y específicos. Los encuadres genéricos son cinco (Casado, Sánchez, Luque, García-Guerrero, 2020, pp. 414-415):

- **Atribución de responsabilidad**: [son aquellos] que atribuyen la responsabilidad de problemas o soluciones derivados del [COVID-19] al gobierno y otras instituciones del Estado, a individuos, o grupos (ciudadanía, médicos, científicos,). Ejemplo: “todas, y todos, tenemos, por supuesto, un deber personal; seguir a rajatabla las indicaciones de los expertos” (Sánchez, 13/03/20).
- **Interés humano**: [consiste en enfocar] el tema del [COVID-19] desde el rostro humano o el ángulo emocional de los hechos, mostrando casos concretos de personas o grupos involucrados. Ejemplo: “el conjunto de la sociedad española comparte el dolor de la pérdida y también la impotencia del duelo abrupto que sufren hoy miles de personas en nuestro país” (Sánchez, 28/03/20).
- **Conflicto**: enfatiza [las discrepancias] entre individuos, grupos o instituciones como un medio para captar el interés de la audiencia. Ejemplo: “hay quienes buscan culpables; otros trabajan por las soluciones” (Sánchez, 28/03/20).
- **Moralidad**: comprende las publicaciones enmarcadas en debates religiosos o prescripciones sociales o morales. Ejemplo: “[...] los más jóvenes [...] si se mantienen lejos de la infección están protegiendo a los mayores [...] háganlo por sus padres, por sus abuelos.” (Sánchez, 07/06/20).
- **Consecuencias económicas**: los temas relacionados con el [COVID-19] se abordan desde la perspectiva de sus consecuencias económicas en las personas, organizaciones o el país. Ejemplo: “el endeudamiento público que estamos asumiendo muchos estados miembros para poder resolver y hacer frente a esta pandemia” (Sánchez 28/03/20).

¹⁸ Ver Anexo 1

Por otro lado, los encuadres específicos serían los relativos a la crisis ocasionada por el COVID-19. Para delimitar los encuadres específicos se recurrió al estudio realizado por Shih, Wijaya y Brossard (2008), en el que observaron los marcos que más prevalecían en los medios de comunicación durante las crisis sanitarias provocadas por la enfermedad de las vacas locas, el virus del Nilo Occidental y la gripe aviar. En su investigación, los autores determinaron 6 marcos distintos relativos a las crisis sanitarias, y como la pandemia del COVID-19 es una, se decidió utilizarlos para el presente TFG. Los 6 marcos son los siguientes (p. 149):

- **Consecuencia:** las consecuencias de las enfermedades, como la vida humana (víctimas) o el impacto social son el centro de la historia. Ejemplo: “el virus ha dejado un rastro de dolor en 20.000 familias que han perdido a un ser querido” (Sánchez, 18/04/20).
- **Incertidumbre:** [desconocimiento de] cualquier aspecto de la [pandemia del COVID-19], incluida la causa, la cura, la posible propagación, etc. Ejemplo: “no cabe descartar que en la próxima semana alcancemos, desgraciadamente, los más de 10 mil afectados” (Sánchez, 13/03/20).
- **Acción:** [se] enfatiza cualquier acción(es) contra la enfermedad, incluida la prevención, posibles soluciones o estrategias. Ejemplo: “hemos duplicado, también, los test diarios” (Sánchez, 18/04/20).
- **Seguridad:** [se] expresa la idea de que el público no debe preocuparse por los efectos de la enfermedad. También se incluyen historias que enfatizan la preparación y/o los éxitos de las autoridades en la lucha contra la enfermedad. Ejemplo: “haremos desde el Gobierno de España lo que haga falta, cuando falta y donde haga falta” (Sánchez, 13/03/20).
- **Nuevas evidencias:** se refiere a nuevos hallazgos [...] de esfuerzos de investigación o al descubrimiento de nuevas evidencias que ayudan a avanzar en la comprensión [del COVID-19] [...]. En este marco se incluyen: descubrimiento de nuevas cepas de la enfermedad, nueva forma de propagación [...], nuevos métodos para prevenir/curar/tratar la enfermedad, desarrollo de nuevos medicamentos, etc. Ejemplo: “el día anterior a la declaración al estado de alarma [...] cada persona infectada contagiaba de media a un promedio de más de 3 personas [...] es lo que los científicos y los epidemiólogos nos dicen que se llama

el ritmo de reproducción del virus [...] hoy [...] el índice de reproducción está en el conjunto de nuestro país por debajo del 1” (Sánchez, 18/04/20).

- y, por último: **Conflicto** que, al coincidir con uno de los encuadres genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg, no se tuvo en cuenta como encuadre específico.

Asimismo, se decidió añadir cuatro enfoques más que fuesen significativos en esta crisis en concreto, la de la pandemia del COVID-19 en España:

- **Bélico**: durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 se utilizó mucho la metáfora de la “guerra contra el virus”. Ejemplo: “ahora Europa se enfrenta a un desafío distinto, que es librar unida una guerra contra un enemigo común” (Sánchez, 28/03/20).
- **Solidaridad ciudadana**: durante la pandemia del COVID-19 se mandan mensajes de cohesión social, apelando a la unión. Ejemplo: “igual que comenzamos a parar al virus, unidos; igual que lo derrotaremos, unidos. Así saldremos adelante, también unidos” (Sánchez, 18/04/20).
- **Despolitización**: en sus comparecencias, Pedro Sánchez remarcó que el virus que causa la enfermedad COVID-19 “ni respeta fronteras ni distingue entre gobiernos de uno u otro color político” (Sánchez, 28/03/20).
- **Esperanza**: el énfasis se desplaza hacia historias que dan esperanza a la ciudadanía y las tranquilizan incluso en medio de la crisis del COVID-19. Ejemplo: “quiero lanzar un mensaje de ánimo, de esperanza” (Sánchez, 28/03/20).

Una vez definidas las unidades de análisis, las variables, y los elementos, se procedió a realizar una ficha de codificación que nos permitiese, de forma organizada, documentar la observación de los temas y de los encuadres en las 8 comparecencias de Pedro Sánchez. Para ello se recurrió a Excel, un programa que nos proporcionó una vista de hoja de cálculo de los datos recopilados. Mediante unos códigos (tabla 3) se identificó cada caso y cada tema y encuadre y luego, se rellenaron las tablas según las cuestiones que serían analizadas: la presencia de los temas y marcos, y la relevancia de los temas según el tiempo dedicado a estos. Para la obtención de los datos se hizo, por un lado, una identificación de los temas y de los encuadres en las transcripciones de las intervenciones de Pedro Sánchez analizadas a través del recuento de la presencia de dichos temas y encuadres. Por otro lado, a la hora de obtener la relevancia de los temas, se visionaron las 8 comparecencias y se anotaron los minutos y segundos dedicados por Pedro Sánchez a

cada tema. Posteriormente, los datos obtenidos se procesaron en el mismo programa, Excel, para generar los gráficos que nos mostrasen los resultados derivados de la observación de las 8 comparecencias relativas al 1.º estado de alarma a causa del COVID-19 en España. Así es como finalmente quedó organizada la ficha de análisis:

VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN	
NÚMERO DE CASO	DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN (EN MINUTOS Y SEGUNDOS)
1. 13 DE MARZO DE 2020	1. 6:11
2. 28 DE MARZO DE 2020	2. 16:56
3. 18 DE ABRIL DE 2020	3. 22:42
4. 25 DE ABRIL DE 2020	4. 20:17
5. 9 DE MAYO DE 2020	5. 19:57
6. 31 DE MAYO DE 2020	6. 26:07
7. 7 DE JUNIO DE 2020	7. 35:20
8. 20 DE JUNIO DE 2020	8. 23:14
VARIABLES DE AGENDA	
PRESENCIA	RELEVANCIA: DURACIÓN TOTAL DEDICADA A CADA TEMA (MINUTOS Y SEGUNDOS)
1. ALUSIONES AL FUTURO	1. ALUSIONES AL FUTURO
2. DIMENSIÓN INTERNACIONAL	2. DIMENSIÓN INTERNACIONAL
3. POLÍTICA	3. POLÍTICA
4. MENCIONES A CIFRAS	4. MENCIONES A CIFRAS
5. PROFESIONALES SANITARIOS	5. PROFESIONALES SANITARIOS
6. CRISIS SANITARIA	6. CRISIS SANITARIA
7. FUERZAS DEL ORDEN	7. FUERZAS DEL ORDEN
8. MEDIDAS	8. MEDIDAS
9. ALCANCE ECONÓMICO	9. ALCANCE ECONÓMICO
10. CRITERIOS CIENTÍFICOS	10. CRITERIOS CIENTÍFICOS
VARIABLES DE ENCUADRES	
PRESENCIA DE ENCUADRES GENÉRICOS	PRESENCIA DE ENCUADRES ESPECÍFICOS
1. ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD	1. CONSECUENCIA
2. INTERÉS HUMANO	2. INCERTIDUMBRE
3. CONFLICTO	3. ACCIÓN
4. MORALIDAD	4. SEGURIDAD
5. CONSECUENCIAS ECONÓMICAS	5. NUEVAS EVIDENCIAS
	6. BÉLICO
	7. SOLIDARIDAD CIUDADANA
	8. DESPOLITIZACIÓN
	9. ESPERANZA

Tabla 3. Ficha de análisis y libro de códigos para la observación de los temas y *frames* de las comparecencias seleccionadas de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19. Fuente:

ELABORACIÓN PROPIA

4. RESULTADOS

4.1. VARIABLE DE TEMAS

- PRESENCIA

A continuación se analizarán los resultados relativos a los temas identificados en las distintas comparecencias de Pedro Sánchez relativas al 1.º estado de alarma a causa de la pandemia del COVID-19, pero antes se muestra gráficamente la presencia que representó cada tema en el total de las unidades de análisis:

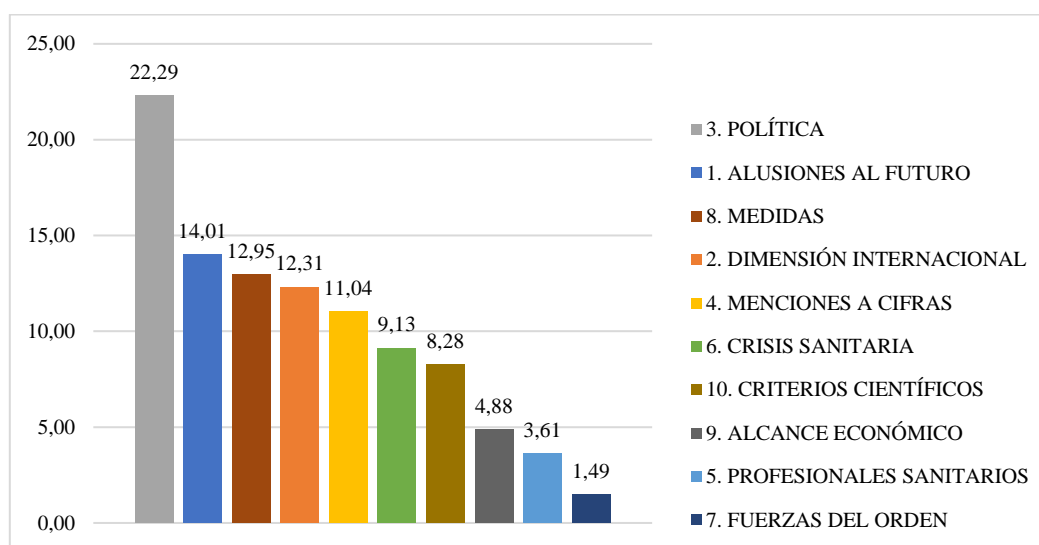


Figura 10. Porcentaje de presencia de temas en el total de las unidades de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

De todos los temas seleccionados, el que más se repite es “Política”, que representó el 22,29%, muy por encima del resto de temas. Esto se debe a las menciones por parte de Pedro Sánchez al Gobierno, a los partidos políticos, a las Administraciones Públicas, etc. Con frecuencia, Sánchez nombraba a su gobierno, ya fuese por la responsabilidad que este tenía de hacer frente a las consecuencias de la pandemia del COVID-19, para transmitir una decisión como, por ejemplo, las prórrogas del 1.º estado de alarma o la implementación del aumento del Salario Mínimo Interprofesional, o para explicar la propuestas y planes de acción del Gobierno. A menudo también nombraba a las Administraciones Públicas relativas a las CCAA, pues son las que tienen las competencias en materia sanitaria.

El 13 de marzo de 2020, el tema “Política” se centró en la decisión del Gobierno de implantar el estado de alarma, amparándose en la Ley y en la Constitución Española. El 28 de marzo de 2020 aparece muy poco (5,6%), únicamente para mencionar al Gobierno

en su decisión de limitar la actividad no esencial. En abril, en la 1ª de las comparecencias analizadas durante ese mes, Sánchez hace referencia a las reuniones acontecidas con los presidentes de las distintas CCAA de España, ya fuera por la solicitud de una nueva prórroga del 1.º estado de alarma, por las nuevas decisiones que se habrían de tomar de cara a la desescalada, o para enfrentarse de forma conjunta a las consecuencias de la pandemia del COVID-19: “los Ayuntamientos deben, serán, actores clave en la tarea de desescalada y de Reconstrucción Económica”. El 25 de abril de 2020, el tema “Política” aparece cuando Pedro Sánchez vuelve a referirse a la “colaboración, cooperación y coordinación entre los distintos niveles de la administración”. También habla de un Cuadro de Mandos Integral en” los que se van a basar las autoridades públicas para fundamentar las decisiones políticas”. En mayo, concretamente, el día 9 de 2020, el presidente de España expresa su opinión, la opinión de su partido político, el PSOE, en relación a la reconstrucción.

¿Qué significa, a mi juicio, la reconstrucción? Pues significa que debemos abordar las grandes transformaciones que nos permitan retomar el crecimiento económico y la creación de empleo cuanto antes, impulsando la digitalización, la transición ecológica, el fortalecimiento de nuestros sistemas educativos, la ciencia y la investigación, que se han vislumbrado como esenciales, como prioritarios para cualquier Gobierno [...].

Asimismo, vuelve a apelar a la unión entre las distintas Administraciones Públicas. Por otro lado, el 31 de mayo de 2020, el tema “Política” crece de un 13,2% (9 de mayo de 2020) a un 26,7%. Pedro Sánchez volvió a defender el Estado de Alarma e hizo mención de la Constitución Española. También habló de las Conferencias de Presidentes, pues a partir de ese momento, a partir de la desescalada, las CCAA tendrían mucha responsabilidad: “en manos del Gobierno, lo único que quedará será la regulación de la movilidad”. Otros de los asuntos del tema “Política” a los que Sánchez hizo más mención fueron las problemáticas que ya existían en España antes de la pandemia del COVID-19 tales como la pobreza, mencionando el Ingreso Mínimo Vital que había sido aprobado el viernes anterior. También habló sobre los acuerdos que el Gobierno de España había conseguido con la UE en materia económica: “el nuevo Plan Marshall europeo se concentrará en la transformación medioambiental, la transición digital y en la creación de empleo”. Por último, también habló sobre los ERTes. Por lo tanto, en la comparecencia del 31 de mayo de 2020, el presidente de España recurrió mucho al tema “Política”, sobre todo en su dimensión económica.

El 7 de junio de 2020 la presencia del tema “Política” volvió a crecer, pues representó el 31%, casi 5 puntos más que en la comparecencia del 9 de mayo. Durante esta intervención, Sánchez mencionó mucho a los presidentes de las CCAA en relación a la “Reconstrucción Social y Económica” de España, y recapituló lo que desde el Gobierno, junto a las CCAA, se había hecho hasta el momento para combatir la crisis sanitaria causada por la enfermedad COVID-19. Además, hizo hincapié en cómo debían actuar las CCAA una vez acabado el 1.º estado de alarma. Asimismo, otro de los asuntos que prevaleció en la comparecencia del 7 de junio fueron actuaciones del Gobierno tales como el Ingreso Mínimo Vital o el Fondo no reembolsable, al que Sánchez dedicó especial atención. Finalmente, en la intervención del 20 de junio de 2020, Sánchez relata lo acontecido en la 1ª ola de la pandemia del COVID-19, y defiende la implantación del 1.º estado de alarma, que estaba a punto de finalizar, por parte del Gobierno. También habla sobre las actuaciones futuras que se iban a realizar desde el Gobierno de España para hacer frente a las consecuencias de la pandemia del COVID-19. Pero sobre todo, el tema “Política” estuvo muy presente debido a las continuas alusiones del presidente de España a los distintos actores políticos. Sánchez apeló a la unión entre la CCAA, las Administraciones Públicas y los partidos políticos: “España debe entenderse con España”. En resumidas cuentas, el tema “Política” es más recurrente en las últimas comparecencias, aunque en todas tiene una gran presencia, y es por ello por lo que se yergue como el tema que más presencia tiene a lo largo de todos los discursos de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19.

El segundo tema con más presencia fue “Alusiones al futuro”, que representó el 14,01% del número de temas. Las “Alusiones al futuro” son utilizadas por el presidente de España durante todas las intervenciones de forma similar. Recurre al futuro para hablar de las posibles soluciones frente al COVID-19: “reforzaremos las medidas de protección nuevamente como hemos hecho durante estas últimas semanas”, para mandar mensajes de esperanza: “nos vamos a recuperar. Es lo que tengo más claro. Todos estamos aquí para ayudar a este país a recuperarse y a avanzar”, y para hablar de las acciones que serán tomadas por parte del Gobierno: “va a haber distintos Estados de Alarma, de hecho ya estamos viendo distintos Estados de Alarma”.

Tras las “Alusiones al futuro” se encuentra el tema “Medidas”, que predomina más en unas comparecencias que en otras. Representa el 12,95% del total de temas, y hace referencia a todas aquellas acciones relativas al 1.º estado de alarma como, por ejemplo,

la obligación para los mayores de 6 años de usar mascarilla. Según se iban desarrollando los acontecimientos (el pico de contagios, etc.), se tomaban unas u otras medidas pues, por ejemplo, al principio predominaron aquellas relativas a las restricciones y, al final, Sánchez habló más sobre las medidas que se iban a tomar para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales derivadas de la pandemia del COVID-19.

Cabe destacar el tema “Dimensión internacional”, cuya presencia fue del 12,31%. Pedro Sánchez hizo muchísima alusión a la Unión Europea, sobre todo, como se verá más adelante, en la comparecencia del 28 de marzo de 2020. Asimismo, la presencia del tema “Crisis sanitaria” llama la atención, pues fue solo del 9,13%, siendo la pandemia del COVID-19 la razón por la cual se instauró el 1.º estado de alarma en 2020 y, por consiguiente, por la que Pedro Sánchez tuvo que comparecer.

Finalmente, destacar el tema “Criterios científicos”, muy utilizado por Sánchez para amparar sus decisiones en los expertos, cuya presencia fue del 8,28%, y que sufrió un descenso de forma gradual según iban desarrollándose los acontecimientos relativos a la pandemia del COVID-19.

En el siguiente gráfico podemos observar la presencia de cada tema en las distintas comparecencias analizadas relativas al 1.º estado de alarma a causa del COVID-19:

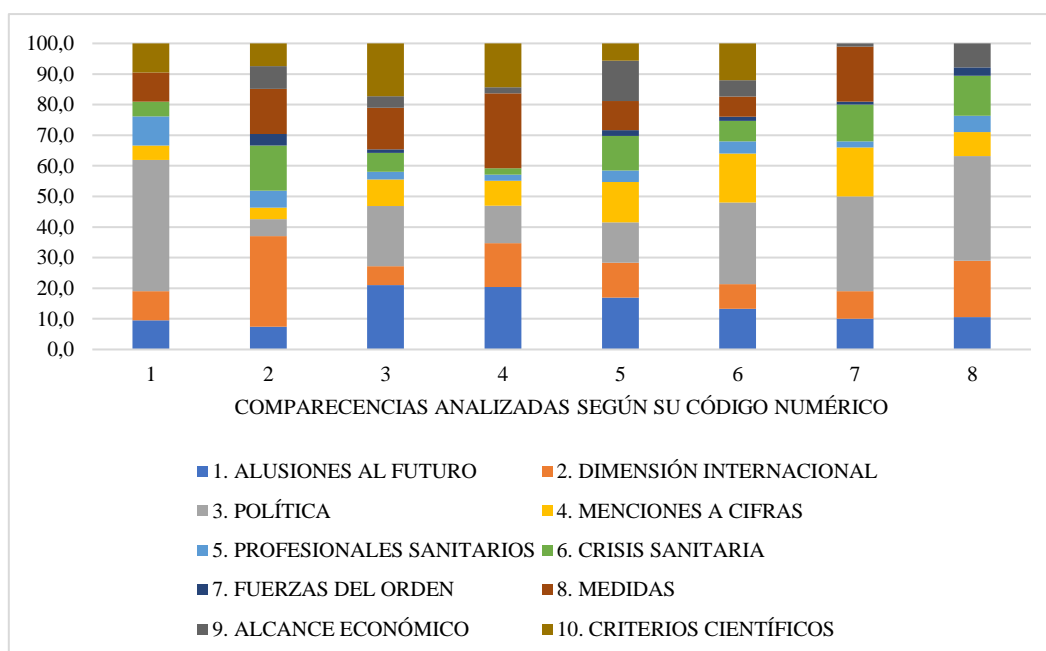


Figura 11. Presencia de temas en cada unidad de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

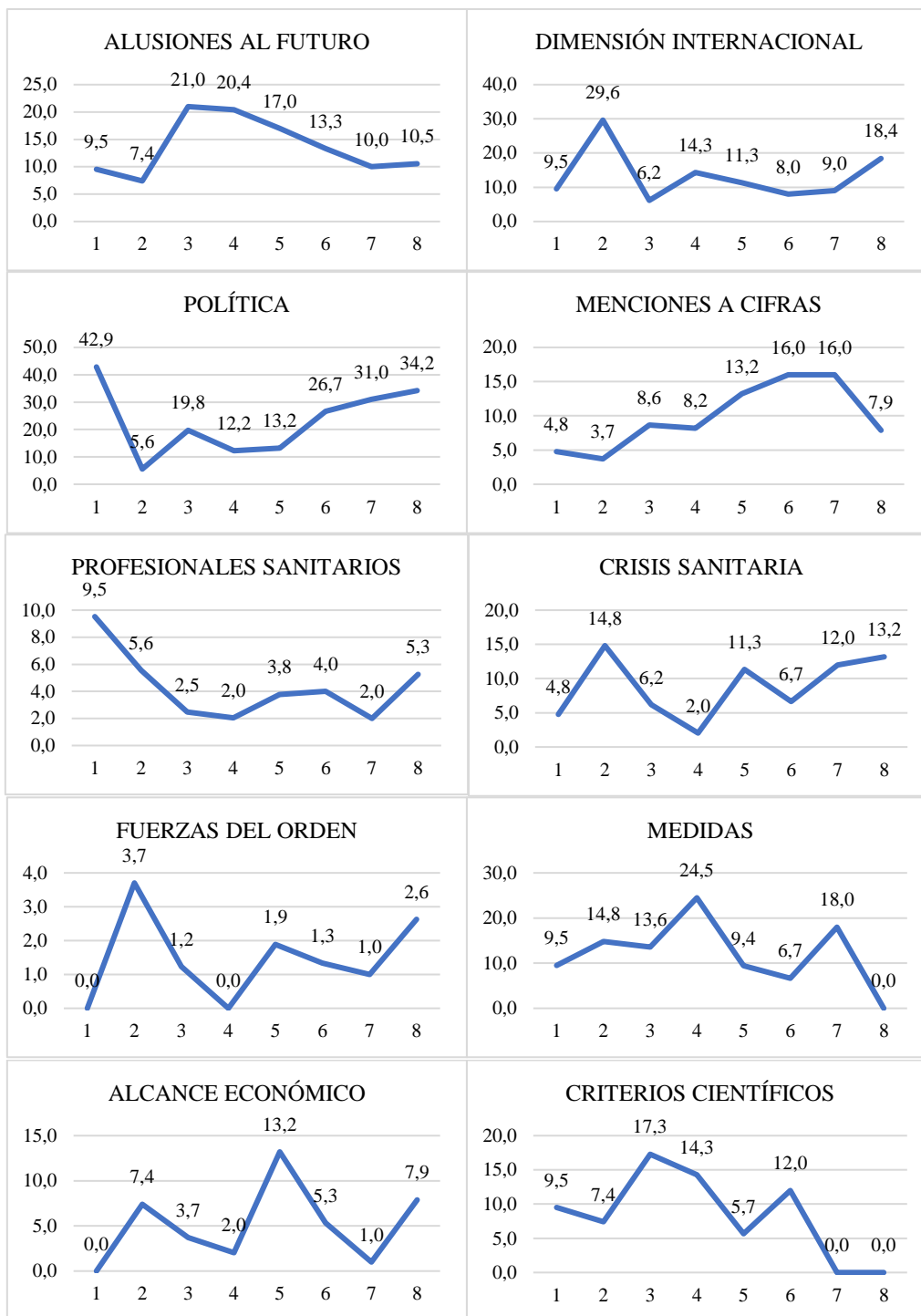
Del gráfico anterior podemos extraer ideas tales como que el tema “Alusiones al futuro” se desarrolla más en las comparecencias de abril y mayo, coincidiendo con la preparación

de la desescalada, que en las de marzo y junio. Esto se debe a que durante el mes de abril, uno de los más duros y en el cual la población de España y de todo el mundo estaba confinada en sus hogares, Pedro Sánchez buscó trasladar a su discurso la esperanza que hacía falta en aquel momento. A finales de abril se inició el proceso de desescalada, por lo que las “Alusiones al futuro” se utilizaron para informar sobre a qué atenerse a partir de ese momento. En cuanto al tema “Dimensión internacional”, llama mucho la atención la presencia que este tema tuvo el 28 de marzo de 2020. El presidente de España hizo hincapié en la responsabilidad de la Unión Europea con los países miembros como España en una situación tan excepcional como la de la pandemia del COVID-19. En el resto de comparecencias, Sánchez recurre al resto de países para comparar su situación con la de España que, a menudo, era mejor que la del resto.

Respecto a la “Política”, como ya se ha comentado, está muy presente durante todas las comparecencias de Pedro Sánchez, y eso nos lleva al tema de “Menciones a cifras”, pues, aunque al principio las cifras a las que Sánchez hacía referencia eran sobre la situación de la pandemia del COVID-19, al final estuvieron más relacionadas con las decisiones políticas del Gobierno, tales como los 16.000 millones del fondo no reembolsable a los que hizo mención el 7 de junio de 2020.

En relación a los “Profesionales sanitarios” y a las “Fuerzas de seguridad”, fueron dos temas cuya presencia fue, más bien, esporádica. La mención a los “Profesionales sanitarios” y a las “Fuerzas de seguridad” fue en señal de agradecimiento por parte de Sánchez. El tema “Crisis sanitaria” siguió un desarrollo más o menos similar a lo largo de todas las comparecencias de Pedro Sánchez. Sin embargo, las “Medidas” desaparecieron en la última comparecencia, pues Sánchez se dedicó a relatar lo sucedido en los meses previos en relación a la pandemia del COVID-19, a agradecer a todos los ciudadanos de España su actuación durante el 1.º estado de alarma, y a despolitizar y apelar a la unión. Lo mismo sucedió con el tema “Criterios científicos”, muy recurrente durante las primeras comparecencias debido a las medidas que se debían tomar para hacer frente a la curva del COVID-19, pero desaparecido en la intervención del 20 de junio de 2020. Por último, el tema que queda por mencionar es “Alcance económico”, que siguió un desarrollo lejos de ser lineal.

A continuación se puede observar la presencia seguida por cada tema a lo largo de las comparecencias de Pedro Sánchez analizadas:



Figuras 12-21. Evolución de la presencia de cada tema en las unidades de análisis. Fuente: ELABORACIÓN

PROPIA

- RELEVANCIA

Como se explicó en la metodología, también se observó la duración dedicada a cada tema en aras a obtener la relevancia de los mismos. En el siguiente gráfico se muestra la relevancia que representó cada tema en el tiempo total de las unidades de análisis:

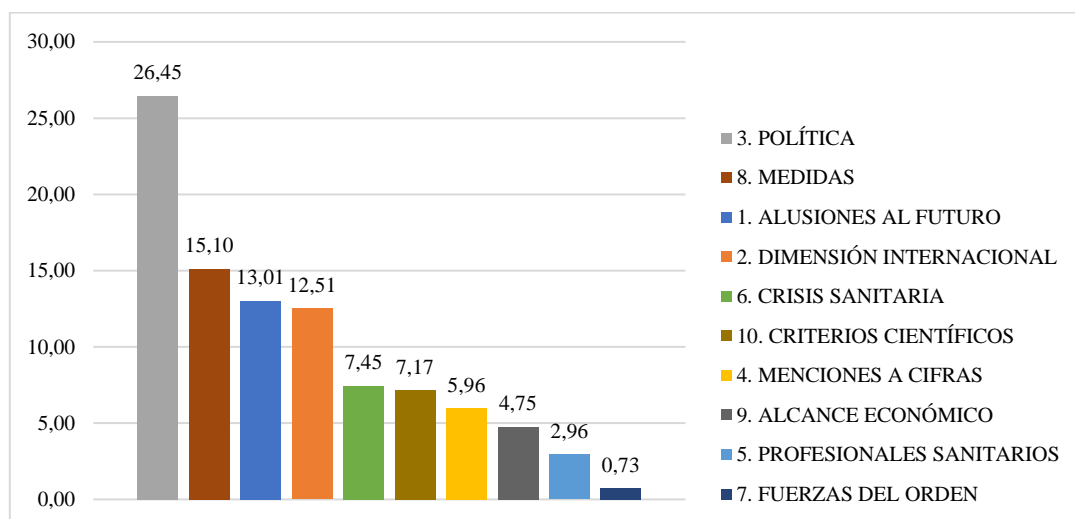


Figura 22. Porcentaje de relevancia de temas en el tiempo total de las unidades de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

El orden de relevancia coincide, en muchos casos, con el de la presencia pues, a más presencia, más tiempo se dedicará a, en este caso, un tema. Aún así, hay diferencias, pues unos temas, por mucho que sean nombrados, no requieren del mismo tiempo que otros. Este es el ejemplo del tema “Medidas” que, en cuanto a presencia ocupaba el 3.º puesto, muy seguido de cerca por el 4º. En cuanto a relevancia “Medidas” ocupa la 2ª posición de forma holgada, representando un 15,10%. En total, los minutos dedicados a “Medidas” fueron 25 (y 78 segundos). Esto se debe a que abordar un tema como “Medidas” requiere de más explicaciones que otros temas, pues se han de definir bien las decisiones adoptadas para que no haya ninguna duda, y más en una situación como la pandemia del COVID-19. El primer tema sigue siendo “Política”, que en este caso representó el 26,45% del tiempo total de las intervenciones, un total de 45 minutos y 17 segundos de los 170 minutos y 73 segundos analizados. En la siguiente tabla se pueden observar estas apreciaciones, así como las del resto de temas:

TEMA	DURACIÓN TOTAL
POLÍTICA	45 MIN 17 S
MEDIDAS	25 MIN 78 S
ALUSIONES AL FUTURO	22 MIN 22 S
DIMENSIÓN INTERNACIONAL	21 MIN 37 S
CRISIS SANITARIA	13 MIN 22 S
CRITERIOS CIENTÍFICOS	12 MIN 23 S
MENCIONES A CIFRAS	10 MIN 18 S
ALCANCE ECONÓMICO	8 MIN 12 S
PROFESIONALES SANITARIOS	5 MIN 05 S
FUERZAS DEL ORDEN	1 MIN 25 S
TOTAL	170 MIN 73 S

Tabla 4. Duración total dedicada a cada tema durante todas las unidades de análisis. Fuente:

ELABORACIÓN PROPIA

Vuelve a llamar la atención la poca relevancia de un tema como “Crisis sanitaria”. Por el contrario, no lo hace la de los temas “Fuerzas del orden” o “Profesionales sanitarios”, pues, por lo general, Sánchez solo los mencionó, sin explayarse, no como en temas como “Criterios científicos”, al que dedicó 12 minutos y 23 segundos, que requieren de explicaciones más extensas que los temas mencionados.

En cuanto a la relevancia de los temas por comparecencia, en la del 13 de marzo de 2020 “Política” fue el tema al que Sánchez más tiempo dedicó, pues fue cuando compadeció para decretar el 1.º estado de alarma en España debido a la pandemia del COVID-19, y habló sobre esta decisión política amparándose en el Gobierno y en la Constitución Española. El 28 de marzo de 2020 el tema “Dimensión internacional” abarcó casi la mitad del tiempo de los temas analizados debido a las menciones a la Unión Europea, algo que no se volvería a repetir hasta finales de junio. En el mes de abril Sánchez invirtió el tiempo de sus intervenciones en desarrollar las “Medidas” que se estaban estableciendo para luchar contra el COVID-19. También utilizó muchas “Alusiones al futuro” y “Criterios científicos” para avalar las “Medidas”. A partir de mayo podemos observar un crecimiento del tema “Política”, que no dejará de crecer hasta la última comparecencia el 20 de junio de 2020. En la siguiente tabla se observan las ideas expuestas en este párrafo, es decir, la relevancia de los temas según las ocho comparecencias analizadas:

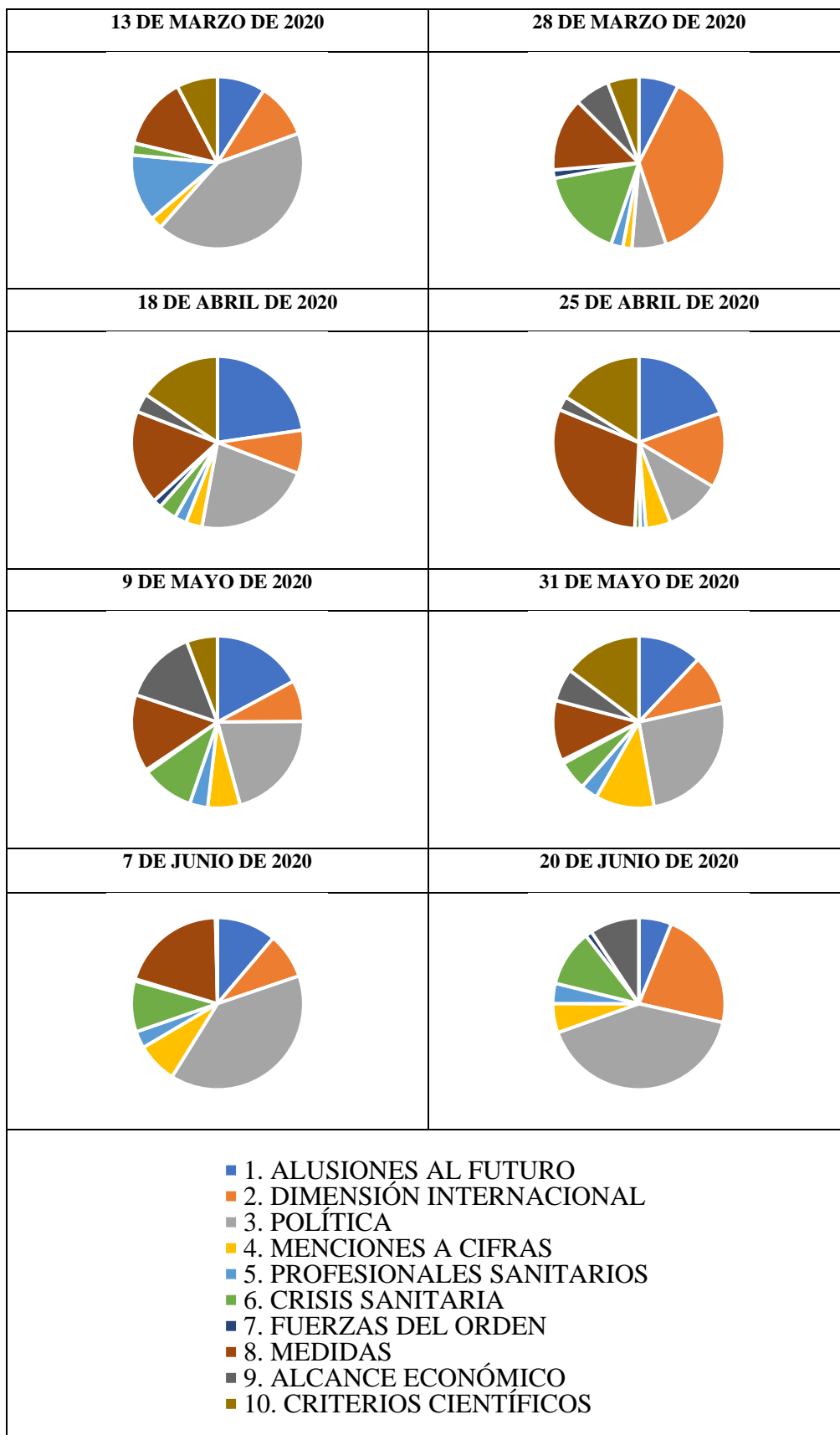


Tabla 5. Gráficos sobre la relevancia de cada tema en cada unidad de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

A modo de conclusión de este apartado, sorprende la presencia y relevancia del tema “Política” sobre temas como “Crisis sanitaria”, lo que nos indica que Pedro Sánchez decidió no centrarse tanto en la situación, sino en las soluciones, tanto las del propio Gobierno como las tomadas junto al resto de Administraciones Públicas. Asimismo, en las últimas comparecencias, el tema “Política” predomina pues Sánchez habla sobre las propuestas y planes de acción del Gobierno y de cómo se han de solventar las consecuencias del COVID-19 desde el punto de vista político.

4.2. VARIABLE DE ENCUADRES

En este punto se analizarán los resultados relacionados con los encuadres identificados en las distintas comparecencias de Pedro Sánchez relativas al 1.º estado de alarma a causa de la pandemia del COVID-19, pero antes se muestra gráficamente la presencia que representó cada encuadre en el total de las unidades de análisis:

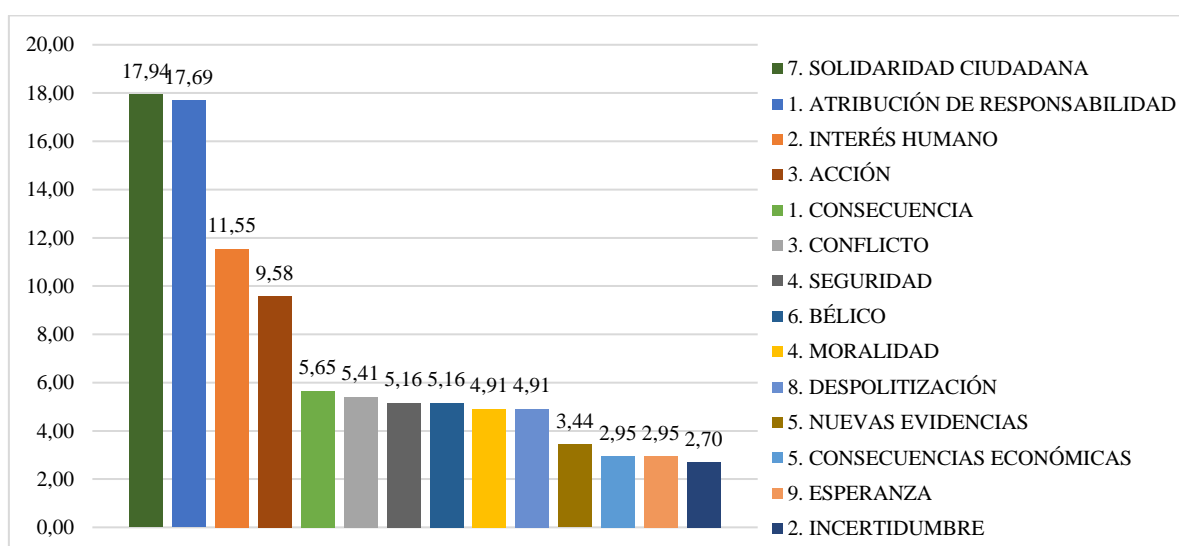


Figura 23. Porcentaje de presencia de encuadres en el total de las unidades de análisis. Fuente:

ELABORACIÓN PROPIA

El encuadre de “Solidaridad ciudadana” fue el más utilizado por Pedro Sánchez durante sus intervenciones, representando el 17,95% de la presencia de todos los encuadres, tanto genéricos como específicos. A lo largo de todas las comparecencias, el presidente de España apeló a la unión, con frases tales como: “este virus lo pararemos unidos”, que se convirtió en el lema del Ministerio de Sanidad y fue convertido en *hashtag*: #EsteVirusLoParamosUnidos¹⁹. Asimismo, no solo apeló a la unión de la ciudadanía, sino

¹⁹ Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. (2020). #EsteVirusLoParamosUnidos. *Campañas 2020*. <https://www.mscbs.gob.es/campannas/campanas20/coronavirus.htm>

que también lo hizo en relación a las Administraciones Públicas, la Unión Europea y los partidos políticos. Así es que también hubo muchos encuadres de “Despolitización”, que representaron casi un 5%. Sánchez hizo bastantes alusiones a que el virus concernía a todos, y que “ni respeta fronteras ni distingue entre gobiernos de uno u otro color político”. También utilizó encuadres de “Conflicto” para evidenciar la importancia de la unión en tiempos de pandemia como la provocada por el COVID-19. A tal efecto Sánchez señaló que en “el ámbito de la política [...] lo que no se destila es precisamente ese entendimiento”.

Retomando la clasificación según los encuadres con más presencia, “Atribución de responsabilidad” fue el segundo, representando el 17,69%. Este encuadre ha sido muy utilizado por Sánchez, pero de distintas formas. Al principio se dedicó a atribuir a su propio Gobierno la responsabilidad ante la pandemia del COVID-19 que se cernía sobre España para infundir “Seguridad” en los ciudadanos. Después se dirigió a la Unión Europea, y de forma más positiva lo hizo con los españoles de a pie, a los cuales les pidió que fuesen responsables, pues de todos, pero también de ellos, dependía la evolución que siguiese el COVID-19 en España. En lo relativo a la “Seguridad”, fue un encuadre que se dio sobre todo al principio, en aras a tranquilizar a los españoles ante una situación tan excepcional como la pandemia del COVID-19 y el 1^{er} estado de alarma.

El tercer encuadre con más presencia fue “Interés humano”, pues Sánchez apeló al ángulo emocional de los hechos mencionando situaciones vividas por los trabajadores como los sanitarios o por la propia ciudadanía. De esta forma intentó empatizar con sus “compatriotas”, y representó el 11,55% del total de encuadres.

Para finalizar el análisis de este gráfico, señalar el encuadre “Acción”, que representó el 9,58%, y se situó por encima de la gran mayoría de encuadres. En “Acción” se incluyeron aquellos planteamientos de Sánchez en relación a las estrategias para frenar el COVID-19.

En el siguiente gráfico podemos observar por encuadres la presencia que cada uno de ellos ha tenido en las distintas comparecencias analizadas relativas al 1^{er} estado de alarma a causa del COVID-19:

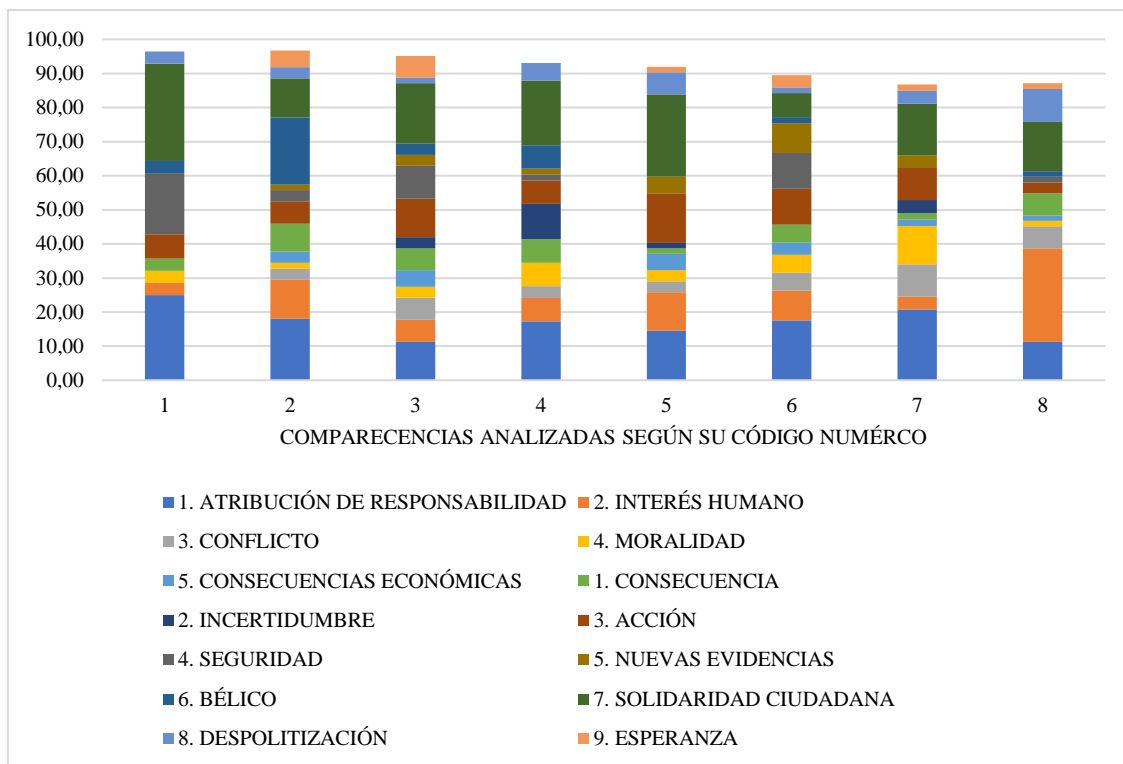


Figura 24. Presencia de encuadres en cada unidad de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Del gráfico anterior podemos obtener evidencias tales como que el encuadre “Interés humano” adquirió la máxima importancia en la última comparecencia analizada, la del 20 de junio de 2020, en la cual Pedro Sánchez se “despedía” relatando la situación que se había vivido en España durante este 1^{er} estado de alarma, dando las gracias a todos los españoles según profesión o edad, por ejemplo. También se observa que el encuadre “Acción” siempre está presente, al igual que “Consecuencia”, que apela a los impactos de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, aunque sin tener en cuenta los económicos, que corresponderían al encuadre genérico “Consecuencias económicas”, un encuadre que no tuvo un grado de presencia alto, sino más bien bajo (el 2,95%). Otro aspecto a señalar es el encuadre “Incertidumbre”, el cual aparece con más ahínco en abril, en concreto el 18 de abril de 2020, debido a que Sánchez dio a conocer las primeras medidas de alivio para el desconfiamento. Por ello fue por lo que recurrió al encuadre de “Incertidumbre”, para avisar a la ciudadanía de que aún no se debía de bajar la guardia pese a los avances que se iban a realizar en relación al desconfiamento.

Resulta significativo el encuadre de “Despolitización”, utilizado por el presidente de España en su última intervención, el 20 de junio de 2020, para pedir la unión de las Administraciones Públicas y los partidos políticos una vez hubiese finalizado el 1^{er} estado de alarma, en aras a hacer frente a las consecuencias de la pandemia del COVID-19 de

forma conjunta. Por su parte, el encuadre “Esperanza”, cuenta con una mayor presencia al principio, que es cuando más vulnerable estaba la sociedad española. Por eso mismo también el encuadre “Seguridad” es más utilizado durante esos meses en los que España más lo necesitaba. Finalmente, destacar el encuadre “Nuevas evidencias”, relativo a las novedades en cuanto a la enfermedad COVID-19, el cual experimentó un crecimiento gradual, algo lógico pues a medida que se iba desarrollando la pandemia del COVID-19, más información se tenía sobre la enfermedad.

Por otro lado, uno de los encuadres no mencionados hasta el momento es el encuadre “Bélico”, que presenta unas características muy peculiares tales como que fue frecuentemente utilizado, pero sufrió un descenso muy acusado como se puede observar en el siguiente gráfico. El enfoque “Bélico” fue utilizado por presidentes de muchos países del mundo, sobre todo durante las primeras semanas de la pandemia del COVID-19²⁰. Así lo hizo Pedro Sánchez, que utilizó términos como “guerra”, “batalla”, “lucha”, “combate”, “victoria”, “enemigo”, etc.

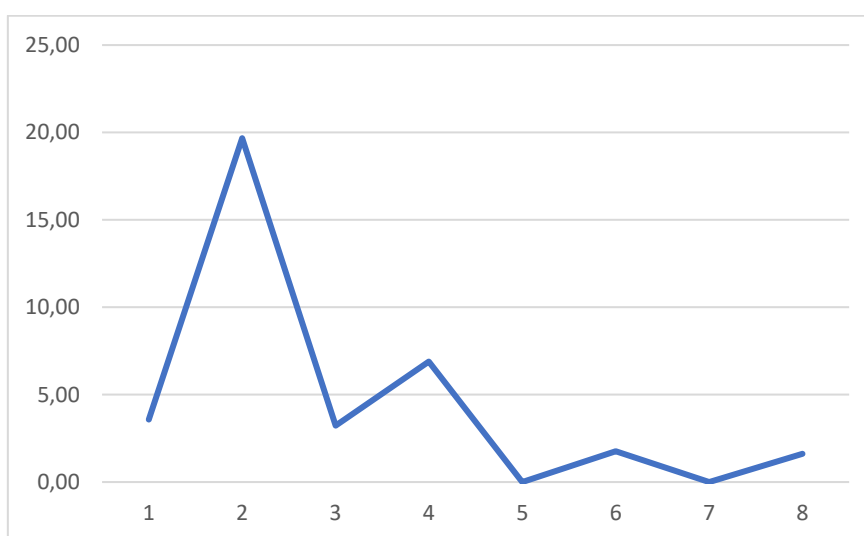


Figura 25. Evolución de la presencia del encuadre “Bélico”. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Como podemos observar en el gráfico, el enfoque “Bélico” dominó en la comparecencia del 28 de marzo de 2020. Tras esta, el enfoque fue descendiendo y apareciendo de forma ocasional.

²⁰ Sáenz de Ugarte, I. (2020). Guerra, enemigo, movilización: el Estado adopta el lenguaje bélico en la batalla contra el coronavirus. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/politica/coronavirus-sanchez-macron_1_1019557.html

Otro de los enfoques que aún no han sido mencionados es el de “Moralidad”, que apela a las cuestiones prescriptas social o moralmente. Pedro Sánchez recurre a la “Moralidad” para que sus mensajes lleguen a aquellos a los que está haciendo referencia como, por ejemplo, cuando se refiere a los jóvenes y señala que de ellos depende que sus seres queridos se contagien o no. El siguiente gráfico nos indica como este encuadre ha ido apareciendo en todas las comparecencias de Pedro Sánchez de menos a más con sus correspondientes subidas y bajadas:

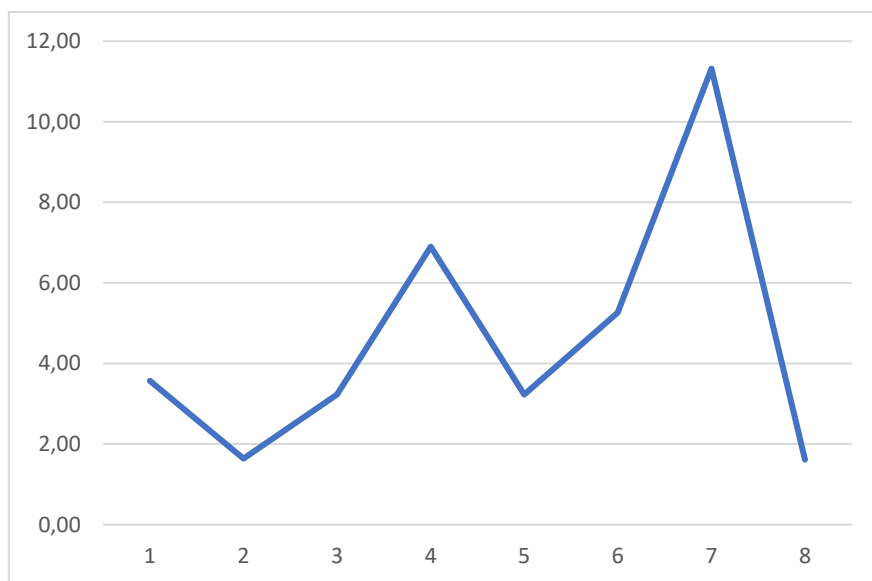


Figura 26. Evolución de la presencia del encuadre “Moralidad”. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

Si hablamos de encuadres genéricos y encuadres específicos, vemos que en cada una de estas categorías hay encuadres que tienen una mayor presencia que otros. Por ejemplo, en los encuadres genéricos, “Atribución de responsabilidad” e “Interés humano” son los encuadres que predominan. Esto se debe a las distintas alusiones de Sánchez a la responsabilidad, a las soluciones y a las respuestas por parte de él mismo y del Gobierno, de la Unión Europea, de las CCAA y por tanto de las Administraciones Públicas y de los partidos políticos y, finalmente, por parte de los ciudadanos. En un primer momento predominó la “Atribución de responsabilidad” hacia sí mismo y el Gobierno en aras a infundir confianza y, por consiguiente, tranquilidad en sus “compatriotas”. En la intervención del 28 de marzo de 2020, como se ha ido viendo a lo largo de este análisis, el enfoque “Atribución de responsabilidad” es utilizado para apelar a la Unión Europea. Durante los meses de abril y de mayo Sánchez pide la responsabilidad de la ciudadanía para hacer frente a la enfermedad COVID-19. Asimismo, también es frecuente el uso de este encuadre para hacer referencia a los demás actores políticos además de a su propio

Gobierno. En el mes de junio son estas las apelaciones que proliferan, pues Sánchez llama a la unión entre CCAA, partidos políticos y demás para hacer frente a una situación que los concernía a todos: las consecuencias de la pandemia del COVID-19.

En cuanto al encuadre “Interés humano”, es frecuentemente utilizado para empatizar con los españoles, sobre todo en su comparecencia de “despedida” el 20 de junio de 2020, donde decide recapitular lo vivido desde un punto de vista más humano que, por ejemplo, en la intervención del 7 de junio de 2020, que se centró más en los encuadres “Conflicto” y “Moralidad”. Estos dos últimos encuadres se pueden relacionar con el uso de la “Atribución de responsabilidad” en junio, dirigido a apelar a la responsabilidad de todos los actores políticos ante el COVID-19, por lo que también utilizó encuadres de “Conflicto”, para llamar la atención de forma contundente, y de “Moralidad”, para influenciar, también utilizado para influenciar a los ciudadanos en aras a que acataran las normas impuestas por el Gobierno y siguieran las recomendaciones de los expertos para hacer frente a la pandemia del COVID-19.

Por otro lado, en cuanto a los encuadres específicos, vemos distintas evoluciones según el encuadre. El que predomina, como ya se ha explicado, es el de “Solidaridad ciudadana”, presente durante todas las intervenciones de Pedro Sánchez. El encuadre “Incertidumbre” predomina en la mitad del 1.º estado de alarma, cuando se empezaba a ver en el horizonte la desescalada, por lo que Sánchez utilizó la “Incertidumbre” para instar a la precaución. “Acción” es un encuadre que forma prácticamente una pirámide, es decir, al principio no había demasiadas acciones frente al COVID-19. En cambio, sí las hubo en los meses de abril y mayo con acciones tales como las PCRs o los test rápidos y, finalmente, en el mes de junio vuelve a decrecer, pues proliferaron las medidas de carácter económico y social, así como el “Interés humano”. “Seguridad” y “Esperanza” son encuadres recurrentes durante las primeras comparecencias pues, como se ha explicado, fue cuando los españoles eran más vulnerables ante el desconocimiento y la proliferación de malas noticias debido a los incrementos de las curvas de contagios y muertes. También el enfoque “Bélico” solo aparece en el inicio, probablemente para dotar de contundencia al discurso, pero finalmente deja de ser utilizado. Las “Nuevas evidencias”, como es lógico, se dan a medida que evoluciona la pandemia del COVID-19, y así se puede observar en la figura 24.

Por lo tanto, los encuadres nos facilitan información muy valiosa acerca del sentido que el Gobierno, a través de las palabras de Pedro Sánchez, quiso darle al discurso en las

distintas comparecencias durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 en España. Por lo general, al principio se trató de infundir “Esperanza” y “Seguridad”, como, por ejemplo: “haremos desde el Gobierno de España lo que haga falta, cuando falta y donde haga falta”, muchas veces utilizando el encuadre de “Atribución de responsabilidad” hacia el propio Gobierno. Luego, al hacer referencia a la Unión Europea, también se utilizó el último encuadre mencionado, así como el enfoque “Bélico”, adaptándose al resto de líderes europeos, que también recurrieron a este encuadre en sus comparecencias sobre la pandemia del COVID-19. Durante los meses de abril y mayo “Acción”, “Solidaridad ciudadana” e “Interés humano” fueron los encuadres más presentes, puesto que España se encontraba o, en el confinamiento o, en la desescalada, por lo que se tomaban muchas acciones relativas al COVID-19 y se apelaba a la unión para no poner en riesgo los avances que se habían logrado. El encuadre de “Interés humano” fue utilizado sobre todo al final para relatar lo vivido y empatizar con lo españoles.

En resumidas cuentas, Pedro Sánchez adecuó sus discursos a la situación, encuadrándolos según lo que fuese requerido en el momento, “Esperanza” y “Seguridad” al principio, “Acción”, “Incertidumbre”, “Moralidad” y “Solidaridad ciudadana” entre medias, e “Interés humano” y “Despolitización” al final.

4.3. RELACIÓN ENTRE VARIABLES

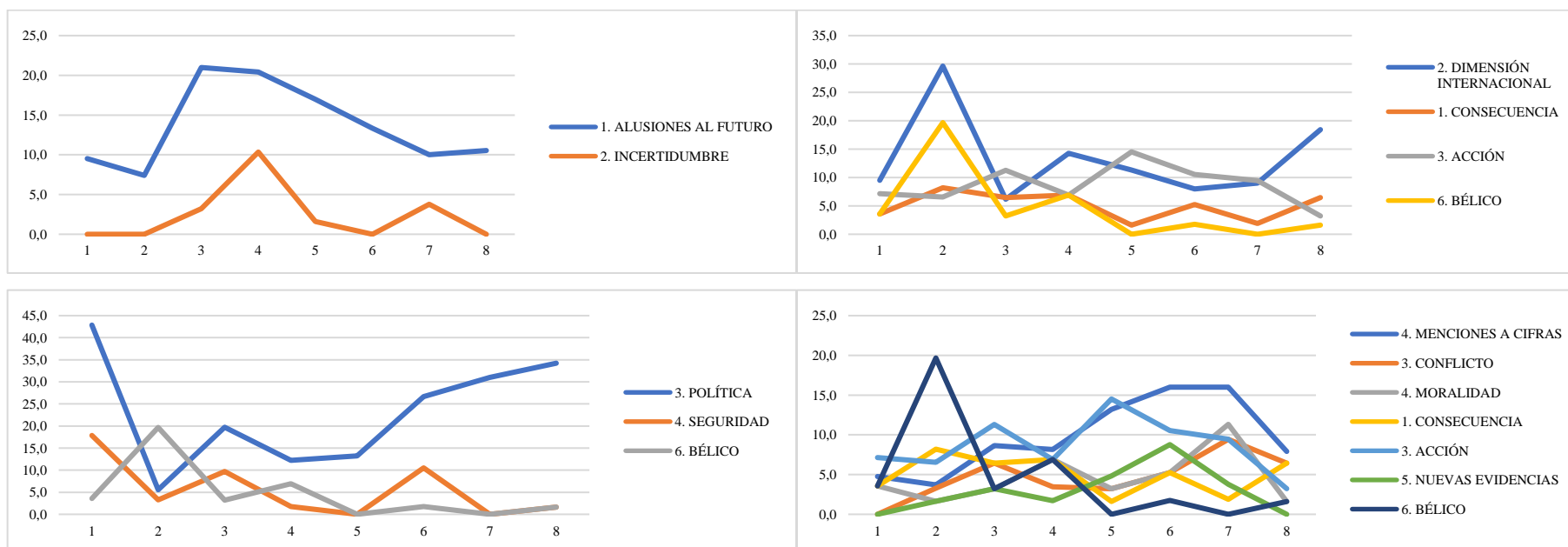
Tras haber identificado y analizado los temas y los encuadres (o marcos), dos de los objetivos que nos habíamos propuesto en el presente TFG, pasamos a centrarnos en el tercero de los objetivos: comparar temas con marcos en la medida que sea posible. Para ello se extrajo el Coeficiente de Correlación entre los temas y los encuadres, y se obtuvo la siguiente tabla:

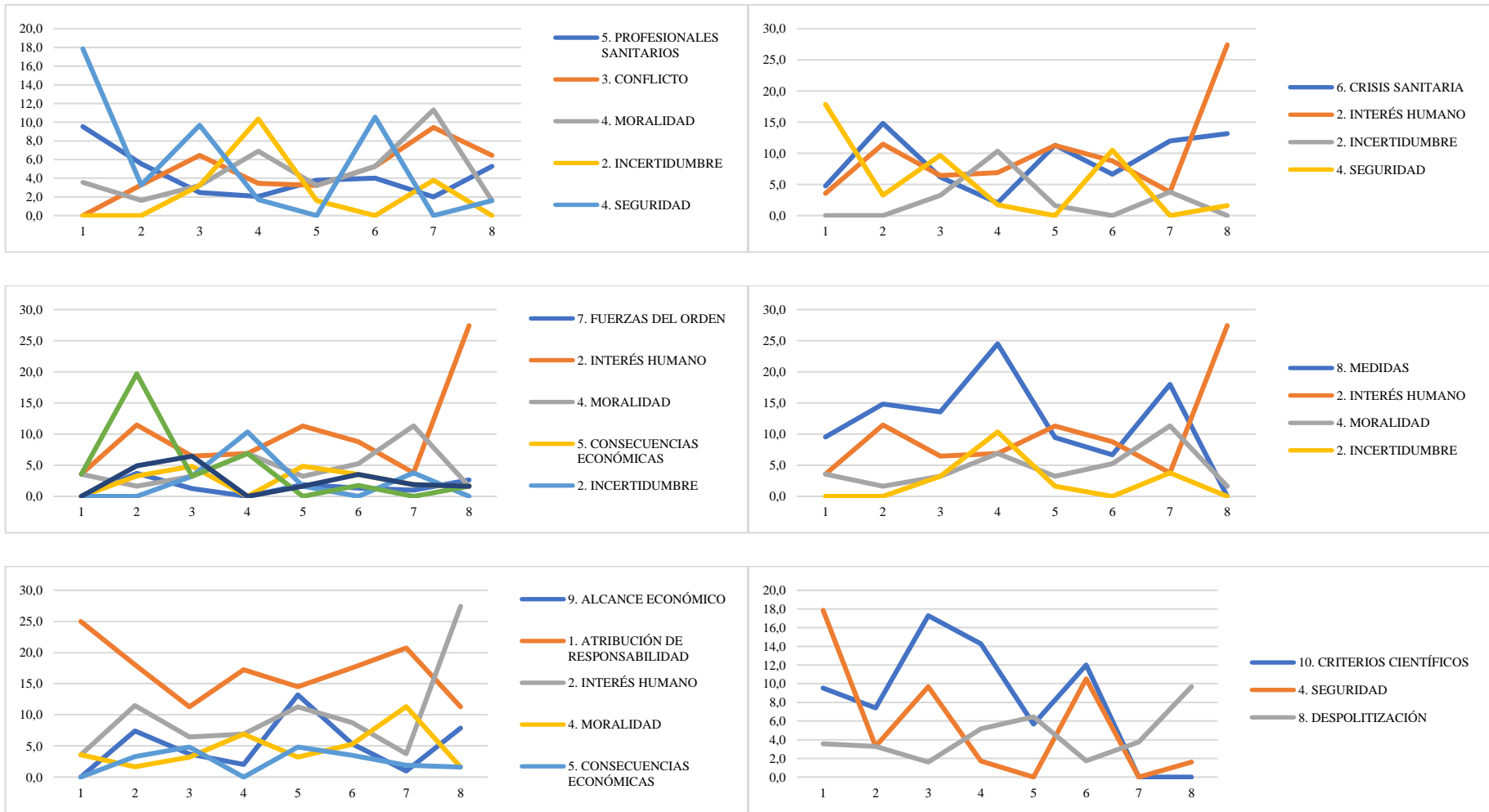
	ALUSIONES AL FUTURO	DIMENSIÓN INTERNACIONAL	POLÍTICA	MENCIONES A CIFRAS PROFESIONALES SANITARIO	CRISIS SANITARIA	FUERZAS DEL ORDEN	MEDIDAS	ALCANCE ECONÓMICO	CRITERIOS CIENTÍFICO	
ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD	-0,497	-0,063	0,362	-0,073	0,492	-0,223	-0,439	0,296	-0,583	-0,079
INTERÉS HUMANO	-0,203	0,464	0,029	-0,166	0,094	0,520	0,621	-0,670	0,577	-0,475
CONFLICTO	0,046	-0,201	0,053	0,599	-0,708	0,354	0,170	0,020	-0,049	-0,352
MORALIDAD	0,069	-0,446	0,164	0,629	-0,521	-0,213	-0,540	0,574	-0,542	-0,155
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS	0,258	-0,085	-0,454	0,331	-0,345	0,380	0,505	-0,234	0,646	0,144
CONSECUENCIA	0,055	0,579	-0,389	-0,606	-0,003	-0,057	0,364	0,077	-0,050	0,407
INCERTIDUMBRE	0,655	-0,168	-0,350	0,070	-0,628	-0,558	-0,544	0,815	-0,349	0,355
ACCIÓN	0,472	-0,546	-0,286	0,578	-0,362	-0,108	-0,162	0,137	0,322	0,282
SEGURIDAD	-0,084	-0,373	0,518	-0,287	0,646	-0,526	-0,413	-0,228	-0,479	0,504
NUÉVAS EVIDENCIAS	0,234	-0,430	-0,183	0,805	-0,438	-0,068	-0,026	-0,045	0,231	0,211
BÉLICO	-0,307	0,837	-0,590	-0,671	0,192	0,240	0,511	0,316	0,038	0,179
SOLIDARIDAD CIUDADANA	0,189	-0,281	0,250	-0,320	0,406	-0,333	-0,496	0,097	-0,105	0,060
DESPOZITIZACIÓN	-0,117	0,316	0,119	-0,117	0,083	0,359	0,250	-0,390	0,449	-0,632
ESPERANZA	0,108	0,104	-0,394	-0,020	-0,270	0,286	0,521	-0,068	0,193	0,334

Tabla 6. Coeficiente de Correlación entre los temas y los encuadres analizados en el presente Trabajo de Fin de Grado. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

El Coeficiente de Correlación nos permite conocer la correlación entre dos variables, en este caso, entre los temas y los encuadres identificados en las comparencias de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19. A la hora de interpretar los Coeficientes de Correlación de la Tabla 6 se tuvieron en cuenta premisas tales como que la correlación entre 0 y $\pm 0,10$ es inexistente; entre $\pm 0,10$ y $\pm 0,29$ débil; entre $\pm 0,30$ y $\pm 0,50$ moderada; y, finalmente, entre $\pm 0,50$ y $\pm 1,00$ fuerte. Asimismo, y en este caso, se ha de tener la noción de que la correlación puede ser tanto positiva como negativa (como se puede observar en la Tabla 6). Un Coeficiente de Correlación positivo indica que, si una variable crece, la otra también lo hará. Sin embargo, un Coeficiente de Correlación negativo indica que, si una variable crece, la otra lo hará de forma inversa, es decir, en vez de crecer, decrecerá.

Por todo ello, se decidió seleccionar los Coeficientes de Correlación que presentasen una correlación fuerte (entre $\pm 0,50$ y ± 1), que son los que aparecen subrayados en la Tabla 6. A continuación, y previo al análisis de los Coeficientes de Correlación, se muestran los gráficos que reflejan las correlaciones entre temas (en azul), que será la variable según la cual se desarrollará el análisis de los Coeficientes de Correlación, y los cuadros.





Figuras 27-36. Evolución de los temas y encuadres cuyo Coeficiente de Correlación es fuerte (entre $\pm 0,50$ y ± 1) en las unidades de análisis. Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

El tema “Alusiones al futuro” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Incertidumbre”: 0,655. En la comparecencia del 25 de abril de 2020, el tema de “Alusiones al futuro” evolucionó de manera paralela al encuadre “Incertidumbre”. Este hecho se produjo cuando comenzó el proceso de desescalada, y Pedro Sánchez quiso hacer hincapié en el hecho de que el COVID-19 seguía ahí, y que aún se desconocían muchos aspectos, por lo que era necesario seguir actuando en consecuencia.

“Dimensión internacional” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Bélico” (0,837) y con el encuadre “Consecuencia” (0,579). Sin embargo, tiene un Coeficiente de Correlación negativo con el encuadre “Acción” (-0,546). La correlación entre “Dimensión internacional” y “Bélico” se observa cuando el 28 de marzo de 2020, como se ha venido señalando, Sánchez se centró en la Unión Europea, “Dimensión internacional”, adaptándose al resto de los discursos de los líderes europeos, encuadre “Bélico”. Asimismo, la correlación del tema “Dimensión internacional” con el encuadre “Consecuencia”, nos indica que cuando Pedro Sánchez hablaba sobre, por ejemplo, otros países (“Dimensión internacional”) en su relación con la pandemia del COVID-19, también trataba el encuadre “Consecuencia”, aludiendo a las consecuencias de la pandemia del COVID-19 (menos las económicas que forman parte del encuadre “Consecuencias económicas”) en dichos países. En cuanto al Coeficiente de Correlación negativo que “Dimensión internacional” presenta con el encuadre “Acción”, se puede entender que cuando Sánchez se centra en, por ejemplo, la UE, deja de lado todas aquellas acciones (encuadre “Acción”) relativas a combatir el virus SARS-CoV-2.

“Política” tiene un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Seguridad”: (0,518). Sin embargo, presenta un Coeficiente de Correlación negativo con el encuadre “Bélico” (-0,590). En la 1ª comparecencia de Pedro Sánchez, el 13 de marzo de 2020, el tema “Política” y el encuadre “Seguridad” estuvieron muy presentes. Sánchez se centró en hablar en nombre del Gobierno de la decisión que se había tomado: la declaración del 1.º estado de alarma a causa del COVID-19 y, en aras de infundir tranquilidad a la ciudadanía, utilizó el encuadre de “Seguridad”. Por otro lado, “Política” y “Bélico” siguen una tendencia inversa, pues el tema “Política” a partir de la 4ª comparecencia crece, mientras que el encuadre “Bélico” decrece.

“Menciones a cifras” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con los encuadres “Nuevas evidencias” (0,805), “Moralidad” (0,629), “Conflicto” (0,599) y “Acción”

(0,578). Sin embargo, tiene un Coeficiente de Correlación negativo con los encuadres “Bélico” (-0,671) y “Consecuencia” (-0,606). “Menciones a cifras” se correlaciona con los encuadres “Nuevas evidencias”, pues cuando Sánchez daba datos acerca de las novedades de la enfermedad COVID-19, también daba cifras; con “Moralidad” y “Conflicto” que, al igual que las “Menciones a cifras”, tuvieron poca presencia al principio, pero a medida que se fue desarrollando la pandemia del COVID-19, aumentaron; y con “Acción”, pues cuando se habló de las acciones acerca del COVID-19, por ejemplo, sobre las pruebas PCR, se dieron cifras. En cuanto al Coeficiente de Correlación negativo entre el encuadre “Bélico” y el tema “Menciones a cifras”, se debe a que el “Bélico” fue utilizado al principio de la 1ª ola, mientras que las “Menciones a cifras” fueron apareciendo a medida que se desarrollaba la pandemia del COVID-19. Finalmente, en cuanto al encuadre “Consecuencia”, el Coeficiente de Correlación nos indica que estuvo correlacionado con el tema “Menciones a cifras” de forma inversa, pues cuando “Menciones a cifras” decreció como en la intervención del 20 de junio de 2020, el encuadre “Consecuencia” creció.

El tema “Profesionales sanitarios” tiene un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Seguridad” (0,646). Sin embargo, presenta un Coeficiente de Correlación negativo con los encuadres: “Conflicto” (-0,708), “Incertidumbre” (-0,628), y “Moralidad” (-0,521). El Coeficiente de Correlación positivo entre “Profesionales sanitarios” y “Seguridad” nos indica cómo Pedro Sánchez, cuando hablaba de los “Profesionales sanitarios”, también utilizaba el encuadre “Seguridad”, pues entre otras cosas, ellos eran los que al final estaban “en primera línea”. Respecto a los Coeficientes de Correlación negativos, cuando crece el tema “Profesionales sanitarios”, decrecen los encuadres “Conflicto”, “Incertidumbre” y “Moralidad”.

“Crisis sanitaria” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Interés humano” (0,520). Sin embargo, tiene un Coeficiente de Correlación negativo con los encuadres: “Incertidumbre” (-0,558) y “Seguridad” (-0,526). La correlación entre “Crisis sanitaria” e “Interés humano” se debe a que los relatos de Sánchez sobre la “Crisis sanitaria” eran enmarcados en el encuadre “Interés humano”, que hace referencia al ángulo emocional de los hechos. Mientras que, los Coeficientes de Correlación negativos, muestran esa correlación inversa entre “Crisis sanitaria” e “Incertidumbre” y “Seguridad”, pues cuando “Crisis sanitaria” crece, los encuadres decrecen, y si “Crisis sanitaria”

decrece, los encuadres crecen. Por lo tanto, el tema “Crisis sanitaria” no es enmarcado en un encuadre ni de “Incertidumbre” ni de “Seguridad”.

“Fuerzas del orden” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con los encuadres “Interés humano” (0,621), “Esperanza” (0,521), “Bélico” (0,511), y “Consecuencias económicas” (0,505). Sin embargo, tiene un Coeficiente de Correlación negativo con los encuadres: “Incertidumbre” (-0,544) y “Moralidad” (-0,540). El tema “Fuerzas del orden” fue escasamente utilizado por Pedro Sánchez, pues aparece de vez en cuando. Así pues, sucede lo mismo con los encuadres “Esperanza”, “Bélico” y “Consecuencias económicas”, que tienen un Coeficiente de Correlación positivo con “Fuerzas del orden”. En cambio, sí se observa un crecimiento de este tema y encuadres como “Interés humano” en las comparencias del mes de junio, pues fue cuando Sánchez más apeló al ángulo emocional de los hechos, agradeciendo a grupos tales como las “Fuerzas del orden”. En cuanto a los Coeficientes de Correlación negativos, “Incertidumbre” y “Moralidad” fueron encuadres a los cuales Sánchez recurrió en plena desescalada, algo que no hizo con el tema “Fuerzas del orden”.

El tema “Medidas” tiene un Coeficiente de Correlación positivo con los encuadres “Incertidumbre” (0,815) y “Moralidad” (0,574). Sin embargo, presenta un Coeficiente de Correlación negativo: -0,670, con el encuadre “Interés humano”. Como se expuso en el párrafo anterior, los encuadres “Incertidumbre” y “Moralidad” fueron utilizados por Pedro Sánchez durante la desescalada, que, además, fue el momento en el que más “Medidas” se dieron a conocer, por eso los Coeficientes de Correlación de este tema son positivos con cada uno de los encuadres mencionados. Respecto al encuadre “Interés humano”, cuando Sánchez se centró en relatar el ángulo emocional de los hechos como, por ejemplo, en la comparencia del 20 de junio de 2020, descartó las “Medidas”.

“Alcance económico” tiene un Coeficiente de Correlación positivo con los encuadres “Consecuencias económicas” (0,646) e “Interés humano” (0,577). Sin embargo, presenta un Coeficiente de Correlación negativo con los encuadres “Atribución de responsabilidad” (-0,583) y “Moralidad” (-0,542). Durante la intervención del 9 de mayo de 2020, Pedro Sánchez rindió cuentas sobre el “Alcance económico” de la pandemia del COVID-19, muy relacionado con el encuadre “Consecuencias económicas”, que fue cuando más presencia tuvo a lo largo de las comparencias relativas a la 1ª ola analizadas. Asimismo, el tema “Alcance económico” se correlaciona con el encuadre

“Interés humano”, pues, por ejemplo, cuando Sánchez habló de la pobreza, “Alcance económico”, utilizó también el encuadre “Interés humano”: “nos hemos volcado para socorrer a quienes se encontraban en situación de indefensión por haber perdido su trabajo, por haber visto paralizado su negocio o por carecer de cualquier ingreso”. En cuanto a los Coeficientes de Correlación negativos, “Atribución de responsabilidad” y “Moralidad”, crecen en abril y a finales de mayo, y decrecen en la intervención del 20 de junio de 2020, en cambio, “Alcance económico” se distribuyó de forma inversa.

Finalmente, el tema “Criterios científicos” presenta un Coeficiente de Correlación positivo con el encuadre “Seguridad” (0,504). Sin embargo, tiene un Coeficiente de Correlación negativo con el encuadre “Despolitización” (-0,632). Fue frecuente que Pedro Sánchez se amparase en los “Criterios científicos” como fuente de confianza (“Seguridad”) ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, y es por ello por lo que muestran una correlación positiva, si uno crece/decrece, el otro también lo hace. El Coeficiente de Correlación negativo entre “Criterios científicos” y “Despolitización” revela una correlación inversa, pues ambas variables poco tenían que ver.

5. CONCLUSIONES

A través del presente Trabajo de Fin de Grado hemos podido observar las características de los discursos de Pedro Sánchez, presidente de España durante la crisis sanitaria de la pandemia del COVID-19 en el año 2020, durante la 1ª ola de la pandemia del COVID-19 y el 1.º estado de alarma declarado a tal efecto.

La revisión de las teorías de la Agenda Setting y del Framing, así como la revisión de distintos estudios realizados sobre el tema, nos permitió identificar lo que serían los temas y los encuadres, tanto genéricos, como específicos (tanto de las crisis sanitarias, como de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19), a analizar en las unidades de estudio que habían sido previamente seleccionadas. Tras la observación y el análisis de las ocho comparecencias de Pedro Sánchez elegidas, pudimos sacar conclusiones tales como la presencia de los temas y de los encuadres, y la relevancia de los primeros. Asimismo, pudimos observar la evolución de estos en las distintas intervenciones del presidente del Gobierno de España. Esto nos permitió conocer la importancia que el Gobierno atribuyó a cada tema y encuadre, y la forma en que decidió enfocar cada una de las intervenciones relativas a ese 1º estado de alarma a causa del COVID-19.

En un primer lugar, en la comparecencia del 13 de marzo de 2020, Sánchez buscó transmitir “Seguridad”, haciéndole ver a la ciudadanía que el Gobierno iba a hacer todo lo posible para controlar la situación ocasionada por la pandemia del COVID-19. España se encontraba en una situación de vulnerabilidad ante una enfermedad, el COVID-19, desconocida, por lo que Sánchez buscó no crear más alarma de la que ya había, dejando de lado temas tales como “Alcance económico” y encuadres genéricos como “Consecuencias económicas”. Así pues, se centró en el tema “Política” y en el encuadre “Seguridad”. El tema “Política” fue el tema que más presencia (el 22,29%) y relevancia (el 26,45%) presentó a lo largo de las intervenciones de Pedro Sánchez durante la 1ª ola de la pandemia. En esta 1ª comparecencia, Sánchez se centró más en las posibles soluciones que en la situación en sí, por lo que el tema “Crisis sanitaria”, a pesar de ser la causante de que Sánchez tuviese que comparecer, careció de presencia.

En la intervención del 28 de marzo de 2020, Sánchez planteó la crisis del COVID-19 como una crisis global, que requería soluciones y alianzas globales, en especial por parte de la Unión Europea, por lo que se centró en el tema “Dimensión internacional”, apelando a la acción a la UE. Asimismo, este tema estuvo presente a lo largo de todas sus

intervenciones, pues recurrió a la situación de otros países para evidenciar que España no estaba tan mal si se comparaba con, por ejemplo, Estados Unidos. El 28 de marzo Sánchez también utilizó, cuando más, el encuadre “Bélico”, adaptando así su discurso al resto de los líderes de la Unión Europea.

Las “Medidas”, “Menciones a cifras” y “Criterios científicos” predominaron durante los meses de abril y mayo, debido a que, por un lado, comenzó el proceso de desescalada y, por otro lado, se conocían más datos sobre el COVID-19. Asimismo, también recurrió al tema “Alusiones al futuro” y al encuadre “Incertidumbre”, pues la desescalada requería de cierta precaución, por lo que Sánchez no dudó en aludir a la “Incertidumbre” que aún asolaba a España y al mundo.

En la comparecencia del 7 de junio de 2020, Sánchez habló de las propuestas y planes de acción del Gobierno, un tema puramente de “Política”. Ya en la última comparecencia, el 20 de junio de 2020, Pedro Sánchez decidió enfocar su discurso en el “Interés humano” para conectar con sus “compatriotas”, los ciudadanos de España, y los actores políticos, apelando a la unión, pues la “Solidaridad ciudadana” fue el encuadre que registró más presencia, un 17,94% en el total de las unidades de análisis.

Así pues, se consiguieron alcanzar todos y cada uno de los objetivos propuestos en el presente Trabajo de Fin de Grado. Incluso el objetivo específico fue alcanzado, pues se lograron interpretar los distintos temas y encuadres utilizados por el presidente de España.

Las situaciones extraordinarias, como la crisis sanitaria causada por la pandemia del COVID-19 en todo el mundo, requieren comunicaciones extraordinarias. Así se ha demostrado en el presente Trabajo de Fin de Grado, en el que, en suma, se ha podido comprobar como la comunicación por parte del Gobierno de España fue adaptándose a la fase en la que se encontraba la pandemia del COVID-19, enfatizando unos temas y unos encuadres según la situación: “Política” y “Seguridad” el 13 de marzo de 2020; “Dimensión internacional” y “Bélico” el 28 de marzo de 2020; “Alusiones al futuro”, “Medidas”, “Menciones a cifras”, “Criterios científicos” e “Incertidumbre” en los meses de abril y mayo; “Política” el 7 de junio de 2020; y, finalmente, el 20 de junio de 2020, “Interés humano” y “Solidaridad ciudadana”.

REFERENCIAS

- Arceo Vacas, A., Álvarez Sánchez, S. (2020). La *agenda building* de Pedro Sánchez ante la crisis del COVID-19: descripción de sus atributos e impacto sobre los medios y la opinión pública. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (E35), 363-376. Recuperado a partir de <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-agenda-building-de-pedro-sánchez-ante-crisis/docview/2453792386/se-2?accountid=201395>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). *Framing* o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 423-450. Recuperado a partir de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053.pdf>
- Argiñano, J. L., Goikoetxea Bilbao, U. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico. *Revista de Comunicación y Salud*, 10 (2), 1-23. Recuperado a partir de <http://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/259/169>
- Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL. *América Latina Hoy*, 54, pp. 113-137. Recuperado a partir de <https://revistas.usal.es/index.php/1130-2887/article/view/6958/6930>
- Bartolomé Castro, M., Rodríguez Virgili, J. (2012). Pugna de *frames* en el debate político español sobre la situación económica (2008-2011). *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, Nº2 (julio-diciembre), pp. 439-457. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41018/39266>
- Berganza Conde, M. R. (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la teoría del enfoque. *Comunicación y sociedad*. Vol. XVI, Nº2, 9-3. Recuperado a partir de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8046/1/20091008132641.pdf>
- Besalú, R. (2020). Pandemia y medios de comunicación convencionales. En Gutiérrez-Rubí, Antoni, y Pont Sorribes, Carles (coords.). *Comunicación política en tiempos de coronavirus*. Cátedra Ideograma–UPF de Comunicación Política y

- Democracia. Recuperado a partir de <https://www.upf.edu/documents/220602201/233560922/Definitiu+Comunicaci%C3%B3n+Coronavirus/1c1d3def-34ae-fe5d-0019-ef40c936b0e3>
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Cueto, J. C. (2019). Elecciones en España: 4 claves para entender por qué el país va por cuarta vez a las urnas en 4 años. *BBC*. Recuperado a partir de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-50301242>
- Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 43 (4), pp. 51-58. Recuperado a partir de https://is.muni.cz/el/fss/jaro2017/POL510/um/68100463/Entman_1993.pdf
- González Harbour, B. (2020). Cinco fallos y cuatro aciertos del Gobierno en la comunicación de esta crisis. *El País*. Recuperado a partir de <https://elpais.com/sociedad/2020-04-30/cinco-fallos-y-cuatro-aciertos-del-gobierno-en-la-comunicacion-de-esta-crisis.html>
- Guix Oliver, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de calidad asistencial*, 23 (1), 26-30. Recuperado a partir de <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-pdf-S1134282X08704640>
- Hahn Utrero, A. (2020). Discursos de aceptación: una oportunidad para el liderazgo democrático. En Gutiérrez-Rubí, Antoni, y Pont Sorribes, Carles (coords.). *Comunicación política en tiempos de coronavirus*. Cátedra Ideograma–UPF de Comunicación Política y Democracia. Recuperado a partir de <https://www.upf.edu/documents/220602201/233560922/Definitiu+Comunicaci%C3%B3n+Coronavirus/1c1d3def-34ae-fe5d-0019-ef40c936b0e3>
- Hernández Mendo, A., Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. En A. Hernández Mendo. *Psicología del deporte*. Fundamentos Vol. I Fundamentos. Wanceulen: Ed Deportiva SL. Recuperado a partir de <http://psicologia.del.deporte.uma.es/archivos/comunicacion.pdf>
- Igartua, J. J., Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Lewin, K. (1947). Group decision and social change. En T. M. Newcomb y E. L. Hartley, eds., *Readings in Social Psychology*. New York: Holt.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.

- Losada Díaz, J. C., Rodríguez Fernández, L., Paniagua Rojano, F. J. (2020). Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78,23-40. Recuperado a partir de <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/297/810>
- Macedo García, A. (2017) La agenda setting y el framing en situaciones de crisis. Estudio de caso la cobertura informativa en La Jornada y el Reforma sobre el desafuero del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. Universidad Complutense, Madrid. Recuperado a partir de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42248/1/T38686.pdf>
- McCombs, M. E., Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*. *Comunicación y sociedad*. Vol. VIII, Nº1, p. 7-32. Recuperado a partir de <https://hdl.handle.net/10171/8401>
- McCombs, M. E. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Moreno, Á., Fuentes-Lara, C., Navarro, C. (2020). Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation. *El profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290402. Recuperado a partir de <http://ddfv.ufv.es/xmlui/bitstream/handle/10641/1959/1.-%20Covid-19%20communication%20management.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noelle-Neumann, E. (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación. *Comunicación y sociedad*. Vol. VI, Nº1-2, p. 9-28. Recuperado a partir de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8031/1/20091113225431.pdf>
- Núñez-Gómez, P., Abuín-Vences, N., Sierra-Sánchez, J., Mañas-Viniegra, L. (2020). El enfoque de la prensa española durante la crisis del Covid-19. Un análisis del *framing* a través de las portadas de los principales diarios de tirada nacional. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78,41-63. Recuperado a partir de <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/151/811>
- Revuelta, G. (2020). COVID-19: crónica de una comunicación no anunciada. *Revista 360upf*, Nº6. Recuperado a partir de <https://www.upf.edu/web/360upf/numero6/calidoscopi/gema-revuelta>

- Rogers, E. M., Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? En J. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 11* (pp. 555–594). Newbury Park, CA: Sage.
- Sádaba Garraza, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y sociedad*. Vol. XIV, N°2, p. 143-175. Recuperado a partir de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7975/1/20100226122720.pdf>
- Sánchez Aranda, J. J., Berganza Conde, M. R. (1999). *Framing* en la prensa española: la información sobre la muerte y funeral de Diana de Gales. *Comunicación y sociedad*. Vol XII, N°1, p. 137-161. Recuperado a partir de <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36408/31137>
- Santillán Buelna, J. R. (2015). Teorías de la comunicación y opinión pública. *Razón y palabra*, v. 19, n. 2_90, pp. 672-684. Recuperado a partir de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/32_Santillan_V90.pdf
- Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel. Recuperado a partir de: <http://hdl.handle.net/10637/2194>
- Saperas, E., Carrasco-Campos, A. (2015). La operacionalización de la noción de *framing* en *Journal of Communication* (2009-2013). Objetos de estudio, técnicas de investigación y construcción teórica. *Communication & Society*, 28 (4), 49-66. Recuperado a partir de <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35941/30128>
- Saperas, E. (2020). Novas direções na investigação sobre o agendamento: os processos de agendamento na era digital. En Camponez, C., Ferreira, Gil B. y Rodríguez-Díaz, R. (org). *Estudos do agendamento. Teoria, desenvolvimentos e desafios - 50 anos depois*. Covilhã: Editora LabCom. Coleção Livros de Comunicação: 171-209. Recuperado a partir de https://labcom.ubi.pt/ficheiros/202103102105-202014_estagendamento_ccamponezgbferreirarrdiaz.pdf#page=171
- Segura, M. S. (2020). Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia. *Revista De La Facultad De Ciencias Médicas De Córdoba*, 77 (1), 55–58. Recuperado a partir de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/28066/29334>

- Shih, Tsung-Jen., Wijaya, Rosalyna., Brossard, Dominique. (2008). Media Coverage of Public Health Epidemics: Linking Framing and Issue Attention Cycle Toward an Integrated Theory of Print News Coverage of Epidemics. *Mass Communication and Society - MASS COMMUN SOC.* 11. 141-160. Recuperado a partir de https://www.researchgate.net/publication/241728339_Media_Coverage_of_Public_Health_Epidemics_Linking_Framing_and_Issue_Attention_Cycle_Toward_an_Integrated_Theory_of_Print_News_Coverage_of_Epidemics
- Shoemaker, P. J., Reese, S. D. (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Nueva York: Longman. Recuperado a partir de <http://chinhnghia.com/mediating-the-message.pdf>
- Shoemaker, P. J., Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st: A Media Sociology Perspective*. Nueva York: Routledge. Recuperado a partir de https://psipp.itb-ad.ac.id/wp-content/uploads/2020/10/Pamela-J.-Shoemaker-Stephen-D.-Reese-Mediating-the-Message-in-the-21st-Century_-A-Media-Sociology-Perspective-2013-Routledge.pdf
- Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Van Dijk, T. A., Mendizábal, I. R. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito: Ediciones Abya-Yala. Recuperado a partir de https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1414&context=abya_yala
- White, D. M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism quarterly*, 27(4), 383-390.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290220. Recuperado a partir de <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/mar/xifra.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1.

CORRESPONDENCIA ENTRE ENCUADRES (Semetko y Valkenburg, 2000, en Aruguete, 2010, p. 120):

ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD

- ¿La información sugiere que algún nivel de gobierno tiene responsabilidad en el asunto o problema?
- ¿La información sugiere que algún nivel del gobierno tiene la habilidad de resolver el problema?
- ¿La información sugiere soluciones al tema o problema abordado?
- ¿La información sugiere que un individuo o grupo social tiene responsabilidad en el asunto?
- ¿La información sugiere que el problema requiere una acción urgente?

INTERÉS HUMANO

- ¿La información muestra la cara humana de un tema o problema; con un ejemplo concreto del problema se presenta su lado más emocional?
- ¿La información emplea adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión?
- ¿La información enfatiza que los individuos o grupos se ven afectados por el asunto o problema?
- ¿La información se introduce en la vida privada o personal de los actores?
- ¿La información contiene información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión?

CONFLICTO

- ¿La información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos, instituciones o países?
- ¿Algún partido político, individuo, institución o país realiza algún tipo de crítica o reclama a otro partido político, individuo, institución o país?
- ¿La información se refiere a dos o más posturas alrededor de un asunto o problema?
- ¿La información alude a ganadores o perdedores?

MORALIDAD

- ¿La información contiene algún tipo de mensaje moral?
- ¿La información hace referencia a la moralidad, a Dios o a otros principios religiosos?
- ¿La historia ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar?

CONSECUENCIAS ECONÓMICAS

- ¿Se mencionan ganancia o pérdidas financieras que puedan producirse en el momento del relato o en el futuro?
- ¿Se alude a costes asociados al asunto o problema narrado?
- ¿Se hace referencia a las consecuencias económicas que puedan emerger si se sigue o no una determinada acción?