

EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE RIESGO EN SALUD DESDE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA SOBRE EL COVID-19

EVALUATION OF RISK COMMUNICATION IN HEALTH FROM JOURNALISTIC INFORMATION ON COVID-19

AVALIAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DE RISCO A SAÚDE A PARTIR DE INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS NO COVID-19

Janet García Gonzáles

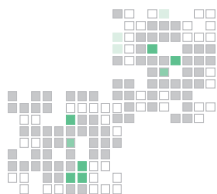
■ Profesora investigadora de Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

■ Email: janetgarcia71@yahoo.com.mx

Lilia Maricela Mendoza Longoria

■ Profesora investigadora de Tiempo Completo en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

■ E-mail: lmmlongoria@hotmail.com



RESUMEN

El contexto actual del COVID-19 pone de manifiesto el papel de la comunicación de riesgo en la toma de decisiones para responder a las necesidades de información de la sociedad. El objetivo es evaluar el manejo de la información periodística sobre comunicación de riesgo para determinar la percepción y construcción del objeto de riesgo, y las funciones de la comunicación de riesgo ante la pandemia. Es un estudio descriptivo, utilizando análisis de contenido. Los hallazgos se centran en el conocimiento y comprensión de los riesgos, la confianza pública de las instituciones y el significado de la minimización y prevención del riesgo.

PALABRAS CLAVE: EVALUACIÓN; COMUNICACIÓN DE RIESGO; PRENSA; SALUD.

ABSTRACT

The current context of COVID-19 highlights the role of risk communication in decision-making in responding to society's information needs. The objective is to evaluate the management of journalistic information on risk communication to determine the perception and construction of the object of risk, and the functions of risk communication to the pandemic. It is a descriptive study, using content analysis. The findings focus on knowledge and understanding of risks, public confidence of institutions and the meaning of risk minimization and prevention.

KEYWORDS: EVALUATION, RISK COMMUNICATION; PRESS; HEALTH.

RESUMO

O contexto atual do COVID-19 destaca o papel da comunicação de risco na tomada de decisão para responder às necessidades de informação da sociedade. O objetivo é avaliar o manejo da informação jornalística sobre a comunicação de risco para determinar a percepção e construção do objeto de risco e as funções da comunicação de risco diante da pandemia. É um estudo descritivo, por meio de análise de conteúdo. Os resultados enfocam o conhecimento e compreensão dos riscos, a confiança do público nas instituições e o significado da minimização e prevenção de riscos.

PALAVRAS-CHAVE: AVALIAÇÃO, COMUNICAÇÃO DE RISCO; PRESSÃO; SAÚDE.



1. Introducción

La salud pública se vuelve cada vez más vulnerable a sucesos que ponen en peligro la salud de las poblaciones en cuestión de horas o días, lo que pone de manifiesto el papel estratégico de la comunicación de riesgo como una de las herramientas más sensibles con que cuentan las autoridades y/o tomadores de decisiones para responder a las necesidades de información de la sociedad (Blanco, 2011).

Por ello, se requiere que las autoridades responsables del manejo de dichos eventos adversos a la salud consideren la incorporación de la planificación estratégica de la comunicación en sus planes de gestión del riesgo, que les permita llegar a las poblaciones más desfavorecidas en el menor tiempo posible y con mensajes que integren sus requerimientos de información.

En este contexto, la comunicación de riesgo se entiende como un procedimiento de interacción y reciprocidad de información, se constituye a partir de la necesidad de investigar qué tipo de información requiere la opinión pública en circunstancias de peligro, crisis o catástrofe, con el propósito fundamental de salvaguardar la integridad de las personas (Vallejos-Romero, 2017).

Slovic y Weber (2002) por su parte, la definen como un proceso que implica dos dimensiones: la evaluación de riesgos y la gestión de riesgos. La primera, implica la identificación, cuantificación y caracterización de las amenazas relacionadas con la salud humana y el medio ambiente; mientras que la gestión de riesgos, se centra en los procesos de comunicación, mitigación y toma de decisiones.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es evaluar el manejo de la información sobre comunicación de riesgo ante la pandemia del COVID-19 para determinar la contribución de la prensa en la formación de percepciones sobre los riesgos de esta enfermedad; a partir de la identificación de

la percepción de riesgo; determinar las funciones de comunicación de riesgo y de la construcción del objeto de riesgo en los mensajes de la prensa.

2. Evaluación de comunicación de riesgo

Como disciplina de investigación, la comunicación de riesgo estudia los actores, los procesos, los mensajes y los efectos de esa comunicación (Mayo et. al., 2017). Permite a los países y a las comunidades preservar su estabilidad socioeconómica, ambiental, política y cultural de cara a las emergencias.

En el mismo tenor, la comunicación de riesgo se puede definir como “El proceso de toma de decisiones, que considera los factores políticos, sociales y económicos; que analiza el riesgo como un peligro potencial a fin de formular, estudiar y comparar opciones de control con miras a seleccionar la mejor respuesta para la seguridad de la población ante un peligro probable” (Brennan y Gutiérrez, 2011).

Por lo tanto, se puede señalar que entre sus principales funciones está: propiciar la participación de todos los sectores involucrados; promover el conocimiento y la comprensión de los riesgos conocidos y desconocidos; integrar a la población en el proceso de manejo del riesgo y ayudar a establecer confianza pública en las instituciones encargadas de tomar decisiones; así como colaborar en el diseño de actividades que desarrollen capacidades en la población para que se prepare, participe de la minimización y prevención del riesgo (Arévalo, 2016).

Tomando como base estas funciones, paralelamente Mayo et. al., (2017) señalan, en este tipo de comunicación vinculada al riesgo se emplean herramientas y metodologías propias del marketing, las relaciones públicas y la publicidad; presuponen que el objetivo es mantener un flujo de información entre emisor y receptor, y que su éxito depende de la recepción del mensaje.

3. La agenda setting para el análisis de contenido en la información periodística en salud

El trabajo periodístico en los escenarios de catástrofes y de emergencias muestra que la práctica profesional es a menudo, objeto de críticas (Mayo et al., 2017). Los periodistas no aportan información rigurosa, ya que el espectáculo suele predominar; suelen cuantificar con rápidas impresiones, asegurar con observaciones efímeras y concluir con versiones insuficientemente contrastadas (Rodríguez y Odriozola, 2012).

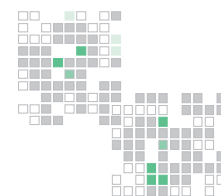
Así ante estos sucesos, los medios de comunicación elaboran informaciones sesgadas o distorsionadas de la realidad, acordes a su línea editorial o a la agenda política y/o social que dependa.

Por otro lado, se ha observado en el tratamiento informativo relacionado con emergencias de salud pública, una tendencia a orientar la información hacia el evento en sí, es decir, hacia los aspectos más llamativos o sensacionalistas del acontecimiento (Rodríguez y Odriozola, 2012; Lozano-Ascencio, 2009) minimizando las explicaciones de los expertos que podrían brindar una versión más certera de lo sucedido (Mayo et al., 2017). En términos sociales, el clima comunicativo debe promover confianza y credibilidad en la información requerida que, en cualquier circunstancia, debe emerger del problema del proceso de recepción en particular y de la percepción del riesgo en general. La clave para una evaluación pertinente se sustenta en la percepción y la recepción social del riesgo derivada del derecho de la ciudadanía a recibir, buscar y encontrar la información por sí misma, así como en el derecho de participar en el proceso de toma de decisiones (Farré, 2005). Una comunicación de información pertinente y clara sobre las percepciones y la construcción social de los riesgos cumple un importante papel en las crisis ante situaciones de

emergencia en general, y de salud pública.

Las creencias y valoraciones sociales sobre una pandemia como un problema de salud pública condicionan las reacciones ante el problema, tanto en la dimensión individual como en la colectiva. Ante esto, se vuelve necesario determinar el uso de la información sobre la comunicación de riesgo vinculada con la pandemia del COVID-19, que genera en la ciudadanía la interpretación del riesgo según sus contextos sociales y culturales específicos; los estudios de la Agenda Setting investigan el impacto de los medios masivos de comunicación en la agenda pública. Según sus postulados, los *mass media* logran establecer qué tipo de asuntos son importantes para la opinión pública a través de dos mecanismos centrales. En primer lugar, le otorgan relevancia a las noticias a partir de su reiteración y disposición. En segundo, la inclusión en las piezas periodísticas de ciertos componentes afectivos asociados a los temas y actores, a la vez que influyen sobre la percepción de la audiencia, realzan su visibilidad (Zunino, 2016).

Para el estudio de la comunicación en la relación emisor-receptor, se utiliza una técnica metodológica de estudio, denominada “Análisis de Contenido”, entendida como el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos contenidos en mensajes, textos o discursos, que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), o cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (Raigada, 2002).



4. Metodología

Se realizó un estudio cuantitativo con un diseño transversal descriptivo y exploratorio. El estudio de la Agenda Setting y la cobertura periodística del objeto de estudio, se fundamentó en el análisis de contenido como una estrategia teórico-metodológica, que permite observar las características del contenido en cuanto a su forma para revelar procedimientos de propaganda o persuasión, para medir la legibilidad del material impreso y/o digital, y para descubrir rasgos estilísticos en lenguajes, en periodos históricos, en tipos de discurso y en autores individuales. Y en cuanto a su fondo, permite hacer inferencias; analizar el aparato conceptual que se utiliza para la descripción de una porción de la realidad (Krippendorff, 1980).

En este marco, se proponen quince indicadores para analizar las características de la forma y el fondo de los mensajes objeto de estudio. Para la forma se contemplaron seis indicadores: Sección (referir la sección en la que se ubica la nota analizada); Importancia (clasificar la importancia colocando un valor de acuerdo a la posición de la hoja donde se publicó la nota); Afirmación (identificar si se expresan hechos o expectativas, preferencias o demandas y/o afirmaciones de las personas que hablan o dicen); Intensidad (clasificar el componente emocional o sentimental del mensaje: entusiasmo, excitación o agitación que se genera en el lector al leer la nota); Adjetivos (identificar cómo describen a los actores en la nota); y Mecanismo/Recurso (identificar el

recurso estilístico de propaganda, persuasión o tendencia que se usa en la nota periodística).

Para el fondo, los siguientes nueve indicadores: Macro categoría (identificar la primera categoría que se vincula con la pandemia: gran asunto que tiene que ver con la nota: lo que se dice del COVID-19); Micro categoría (subdividir la macro categoría en orden jerárquico: subtemas vinculados con el gran tema); Dirección (clasificar la dirección de la nota, de acuerdo al tipo de tratamiento o presentación que el mensaje hace del asunto a tratar. Si el suceso en sí o sus posibles consecuencias son juzgadas como favorables, desfavorables o neutrales para contener la pandemia de COVID-19); Criterio/Valor (determinar la base que sirve para hacer la clasificación en términos de “dirección” o “punto de vista”, es decir, la base sobre la que descansa la presentación o el tratamiento del asunto, hecho por el autor del mensaje); Autoridad/Fuente (identificar las personas, grupos, instituciones, entre otros; que se citan en la nota en apoyo de una afirmación, o en cuyo nombre se hacen afirmaciones o declaraciones); Objetivo/Meta (clasificar los objetivos que se desean alcanzar en la nota, responde a la pregunta ¿cuál es el fin de la nota?); Actores (clasificar las personas, grupos o autores que en la nota son los que realizan las acciones u ocupan la posición central; Origen (identificar si la información es emitida por una institución gubernamental o no); y Destino (responder a la pregunta ¿hacia qué receptor va dirigida la nota?).

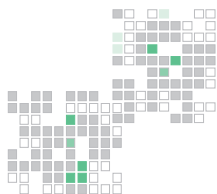
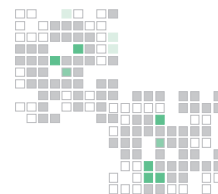


Tabla No. 1 Elementos de evaluación de Comunicación de riesgo en la información periodística del COVID

Categorías de análisis	Variables	Definición	Indicadores para el manual de codificación
Construcción de la percepción de riesgo	Información / Difusión	Intercambio de información, consejos y opiniones en tiempo real entre expertos y personas que enfrentan amenazas a su salud, bienestar económico o social (OMS, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sección 2. Adjetivos 3. Mecanismo/Recurso 4. Macro categoría 5. Micro categoría 6. Objetivo/Meta 7. Actores
	Valor simbólico	El riesgo se refiere a la incertidumbre y la gravedad de las consecuencias (Española, R. A., 2005) resultados) de una actividad con respecto a algo que los humanos valoran (Aven y Renn, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adjetivos 2. Mecanismo/Recurso 3. Criterio/valor 4. Destino
Funciones de comunicación de riesgo	Educación	Proceso de socialización y aprendizaje encaminado al desarrollo intelectual y ético de una persona (Española, R. A., 2005). Durante la etapa previa a la crisis, las nociones tradicionales de promoción de la salud y comunicación de riesgos son apropiadas para educar al público sobre las posibles amenazas y para alentar una preparación adecuada y comportamientos de reducción de riesgos (Reynolds y Seeger 2005)	<ul style="list-style-type: none"> ! Macro categoría ! Objetivo/Meta
	Psicología	La comunicación de riesgos se puede utilizar para influir en la opinión pública o en la elección, o para despertar o aliviar las preocupaciones públicas sobre un problema de riesgo (Kasperson et al., 1988; Sandman, 1993)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensidad 2. Mecanismo/Recurso 3. Macro categoría 4. Objetivo/Meta
	Información	La forma en que se presenta la información sobre el riesgo también puede afectar cómo se percibe ese riesgo en términos de su magnitud o aceptabilidad (NRC, 1989).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia 2. Afirmación 3. Mecanismo/Recurso 4. Macro categoría 5. Dirección 6. Autoridad/Fuente 7. Objetivo/Meta
Construcción del	Semiótica del	Las características culturales y	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensidad

Fuente: Elaboración propia



El universo de investigación lo comprenden 5959 notas relacionadas con palabras clave “COVID-19”, “Coronavirus” y “Pandemia”, del periódico “El Norte”, perteneciente al Grupo Reforma (esta editorial es la segunda mayor compañía de medios impresos en México y América Latina); comprendidas entre el 27 de febrero y el 31 de marzo de 2020 en su formato digital. Estas fechas fueron argumentadas por la situación epidemiológica del país, ya que el 27 de febrero fue el primer caso de contagio del COVID-19 en el país y el cierre fue determinado por el equipo de investigación.

Se determinó la nota periodística como unidad de análisis. La muestra fue no probabilística por conveniencia que consistió en 170 notas, y se eligieron cinco notas diarias entre el 27 de febrero y 31 de marzo de 2020; el motivo de esta elección fue por el gran número de notas diarias relacionadas con el objeto de estudio.

5. Resultados

La muestra consistió en 170 notas de un universo de 5959 notas revisadas. Observando las categorías de análisis: Construcción de percepción de riesgo, Funciones de la comunicación de riesgo y Construcción del objeto de riesgo. A partir de 16 indicadores, 6 de forma y 9 de fondo.

5.1 Construcción de la Percepción de Riesgo

En la variable *Información/Difusión* se analizaron los indicadores: Macro categoría y Adjetivos, obteniendo que los tres cruces con mayores frecuencias fueron: Prevención y Prevenido con

16 frecuencias y el 9.4%; mientras que Propagación de coronavirus y Contagiado tuvieron 13 frecuencias y el 7.6%. En tercer lugar, se encontraron Riesgo y En riesgo con 10 frecuencias y el 5.9%. Lo que denota que en esta primera fase, donde inicia la pandemia, la difusión de información va dirigida hacia la prevención, la cual es básica para la construcción de la percepción de riesgo.

En el cruce de los indicadores Macro categoría y Actores, se obtuvieron los tres cruces por frecuencia: Propagación del virus y Hombres con nueve frecuencias y el 5.3%; seguida por Prevención y Gobierno federal con siete frecuencias y el 4.1%. En tercer lugar, se encontró Impacto político y Gobierno federal con seis frecuencias y el 3.5%.

Asimismo, se realizó una tabla cruzada para los indicadores Macro categoría y Micro categoría, en la cual se encontró que el cruce de Prevención y Prevención en salud fue el que tuvo más frecuencias y un 14.1%. Fue seguida por Propagación de coronavirus con Casos confirmados que tuvieron 13 frecuencias y un 7.6%; en tercer lugar, con cinco frecuencias y el 2.9% encontramos varios cruces, entre ellos la Cancelación de eventos con Eventos deportivos (ver tabla No. 2). Se puede notar que la información va dirigida a la prevención en salud y propagación de la enfermedad, esto es lo esperado en la construcción de mensajes de comunicación de riesgo, dar énfasis a la parte de prevención dado el inicio de la pandemia y asegurar el manejo de acciones preventivas.

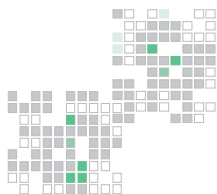


Tabla No. 2 Información / Difusión para construir la percepción de riesgo: Macro categoría y Micro categoría

Macro categoría	Micro categoría	Frecuencia	Porcentaje ¹
Prevención	Prevención en salud	24	14.1
Propagación del coronavirus	Casos confirmados	13	7.6
Cancelación de eventos	Eventos deportivos	5	2.9
Impacto económico	Incertidumbre económica	5	2.9
Propagación del coronavirus	Primero contagios confirmados	5	2.9
Propagación de coronavirus	Suspensión de actividades	5	2.9
Riesgo	Casos descartados	5	2.9

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la variable *Valor simbólico* se ejecutó una tabla cruzada para los indicadores Mecanismo/Recurso y Criterio/Valor; encontrándose que los tres cruces más frecuentes fue-

ron: Discurso con Riesgo (52 frecuencias) que representa el 30.6%, Discurso con Salud con 35 frecuencias (20.6%) y Discurso con Económico con 22 frecuencias y el 12.9%.

Tabla No. 2 Información / Difusión para construir la percepción de riesgo: Macro categoría y Micro categoría

Mecanismo/Recurso	Criterio/Valor	Frecuencia	Porcentaje ²
Discurso	Riesgo	52	30.6
Discurso	Salud	35	20.6
Discurso	Económico	22	12.9

Fuente: Elaboración propia

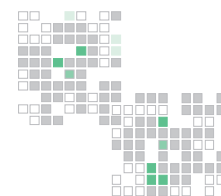
5.2 Funciones de Comunicación de Riesgo

Para la variable *Educación*, se realizó una tabla de contingencia con los indicadores de Macro categoría y Objetivo/Meta, en donde se encontró que el cruce de Propagación del coronavirus con Informar obtuvo 39 frecuencias y el 22.9%; seguida por Riesgo e Informar con 26 frecuencias y el 15.3%. En tercer lugar, Prevención e Informar tuvieron 23 frecuencias y 13.5%. Asimismo, se

corrió una tabla cruzada para los indicadores Micro categoría y Objetivo/Meta en la cual se encontró que el cruce de las categorías Propagación del riesgo con Informar obtuvo 39 frecuencias y 22.9%; seguido por Riesgo e Informar con 26 frecuencias y el 15.3%. En tercer lugar, el cruce de Prevención e Informar tuvo 23 frecuencias y un 13.5%. La función de educación muestra mayor énfasis en la información sobre la propagación

1. Los porcentajes no corresponden al 100% debido a que solo se seleccionaron los primeros tres porcentajes más elevados de cada tabla.

2. Los porcentajes no corresponden al 100% debido a que solo se seleccionaron los primero tres porcentajes más elevados de cada tabla.



del coronavirus, y menos intensidad hacia la prevención de la propia enfermedad.

Por otra parte, en la variable *Psicología*, la tabla cruzada realizada para los indicadores Mecanismo/Recurso con Macro categoría y Micro categoría arrojó que el cruce de Discurso con Prevención y Prevención en Salud obtuvo 21 frecuencias, seguido por Discurso, Propagación del coronavirus y Casos confirmados con 13 frecuencias; en tercer lugar, se encontró Discurso con Cancelación de eventos y Eventos deportivos

con cinco frecuencias. Se denota que los mensajes van encaminados a la prevención.

En los indicadores de Intensidad con Objetivo/ Meta, la tabla cruzada mostró que el cruce de las categorías Baja con Informar obtuvo 65 frecuencias y el 38.2%; seguida por Media con Informar que contabilizó 56 frecuencias y un 32.9%. En tercer lugar, se encontró el cruce de Alta con Informar con 26 frecuencias y un 15.3%. Lo que señala que la intensidad de los mensajes es baja en el momento de informar.

Tabla No. 4. Función de la psicología en comunicación de riesgo : Intensidad y Objetivo/Meta

		Objetivo/Meta			Total	
		Informar	Informar y Prevenir	Prevenir		
Intensidad	Sin Intensidad	Recuento	20	0	2	22
		% del total	11.8%	0.0%	1.2%	12.9%
	Baja	Recuento	65	1	0	66
		% del total	38.2%	0.6%	0.0%	38.8%
	<i>Media</i>	Recuento	56	0	0	56
		% del total	32.9%	0.0%	0.0%	32.9%
	<i>Alta</i>	Recuento	26	0	0	26
		% del total	15.3%	0.0%	0.0%	15.3%
	Total	Recuento	167	1	2	170
		% del total	98.2%	0.6%	1.2%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

La comunicación de riesgos es una disciplina con base científica que se enfrenta a este dilema: los riesgos que matan a las personas y los riesgos que alarman. A menudo son completamente diferentes. Donde los datos indican que un peligro no es grave, aunque el público está cerca del pánico, puede usarse para calmar a las personas; para este tipo de situación, su objetivo es brindar tranquilidad. También puede ayudar a generar una sensación de urgencia donde los datos indican que el peligro es grave, pero la respuesta pública es de apatía (Covello, 2001).

En la función de la información en comunicación de riesgo, el indicador de Dirección estuvo presente en las 170 notas; la categoría Negativa obtuvo la mayor cantidad de frecuencias, al

contabilizar 101 frecuencias y un 59.4%. Seguido por la categoría Positiva con 40 frecuencias y un 23.5%. La categoría Neutral, fue la última de la lista, con 29 frecuencias que representaron el 17.1%. La gran mayoría de las notas tuvieron una dirección negativa, lo que no ayuda a la contención de la pandemia, generando pánico e incertidumbre.

Con respecto al indicador Macro categoría, también presente en las 170 notas; destacando la categoría de Propagación del coronavirus, la cual obtuvo 39 frecuencias (22.9%), seguida por Riesgo, con 26 frecuencias (15.3%); y en tercera posición, Prevención con 24 frecuencias (14.1%). Estas categorías suman el 52.3% de esta variable (ver tabla 5).

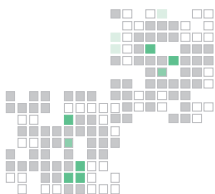


Tabla No. 5 La función de la información en comunicación de riesgo: Macrocategoría

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alta de Covid	2	1.2	1.2	1.2
Cancelación de eventos	9	5.3	5.3	6.5
Declaratoria de estado de emergencia sanitaria	6	3.5	3.5	10.0
Diagnóstico	4	2.4	2.4	12.4
Fake News	1	.6	.6	12.9
Generalidades de Covid-19	4	2.4	2.4	15.3
Impacto ambiental	2	1.2	1.2	16.5
Impacto económico	19	11.2	11.2	27.6
% <i>Impacto político</i>	8	4.7	4.7	32.4
Válidos Impacto social	7	4.1	4.1	36.5
Incertidumbre	4	2.4	2.4	38.8
Medios de Transporte	4	2.4	2.4	41.2
Pánico	7	4.1	4.1	45.3
<i>Prevención</i>	24	14.1	14.1	59.4
Propagación del coronavirus	39	22.9	22.9	82.4
<i>Riesgo</i>	26	15.3	15.3	97.6
Sistema Nacional de Salud	4	2.4	2.4	100.0
Total	170	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

5.3 Construcción del Objeto de Riesgo

En la variable *Semiótica del objeto de riesgo* se realizó una tabla cruzada con los indicadores Intensidad y Dirección, obteniendo que la categoría Media con Negativa obtuvo 42 frecuencias y el 24.7%, seguida por Baja con Nega-

tiva que contabilizó 33 frecuencias y un 19.4%. En tercer lugar, encontramos el cruce de Alta con Negativa que tuvo 24 frecuencias y el 14.1%. Los mensajes son negativos con una intensidad media en la construcción del objeto de riesgo.

Fuente: Elaboración Propia.

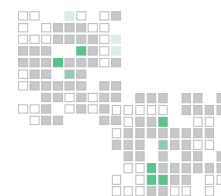
Tabla No. 6 Variable Semiótica del objeto de riesgo: Intensidad y Dirección

		Dirección			Total
		Negativa	Neutral	Positiva	
Sin Intensidad	Recuento	2	6	14	22
	% del total	1.2%	3.5%	8.2%	12.9%
Baja	Recuento	33	15	18	66
	% del total	19.4%	8.8%	10.6%	38.8%
Media	Recuento	42	8	6	56
	% del total	24.7%	4.7%	3.5%	32.9%
Alta	Recuento	24	0	2	26
	% del total	14.1%	0.0%	1.2%	15.3%
Total	Recuento	101	29	40	170
	% del total	59.4%	17.1%	23.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Para los indicadores Dirección y Macrocategoría el cruce muestra que las tres primeras posiciones debido a sus frecuencias fueron: Negativa con Propagación del coronavirus con 32 frecuencias y un 18.8%, seguida por Negativa con

Riesgo que tuvo 17 frecuencias y el 10%, al igual que Positiva con Prevención; en tercera posición encontramos a Negativa con Impacto económico que tuvo nueve frecuencias y el 5.3%. Se habla de la propagación del coronavirus dirigiéndose



negativamente al aumento de casos contagiados.

En la variable *Perspectiva del Objeto de Riesgo* el cruce de los indicadores Autoridad/Fuente y Origen, muestra en primer lugar Agencia de Noticias con No Oficial que tuvo 76 frecuencias y un 44.7%, seguido por Agencia de Noticias con Oficial con 51 frecuencias y un 30%; en tercer lugar, Gobierno federal con Oficial que tuvo 10 frecuencias y un 5.9%. Indicando que las agencias de noticias destacaron como la autoridad/fuente principal; no hay que perder de vista que los actores oficiales para la construcción de los mensajes de prevención deben tener un mayor protagonismo del que se le da en la prensa ya que para una comunicación efectiva de riesgos en emergencias de salud pública, ésta debe ser difundida por actores principales como el gobierno, los expertos y el público (Zhang, Li y Chen, 2020).

Conclusiones

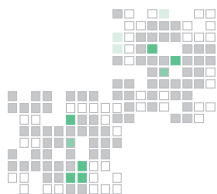
El sustento de la investigación es describir el manejo de la información sobre comunicación de riesgo ante la pandemia, para ello se requiere identificar la construcción de percepción de riesgo en la prensa, dado que la noción de riesgo no significa o tiene el mismo significado para todas las personas, todo riesgo tiene que abordarse dentro de un contexto psicosocial, institucional, cultural y económico. La idea que tienen las personas sobre algún riesgo se basa en la diversidad de información sobre los factores de riesgo (a veces denominados peligros), así como sobre sus beneficios y contextos. Indudablemente la temporalidad de la investigación fue básica para comprender los resultados, ya que ésta se dio en el primer periodo de casos confirmados en el país por el COVID-19 (27 febrero a nivel nacional y 13 de marzo en Nuevo León); cabe señalar que desde el abordaje de la comunicación de riesgo la primera fase es la preventiva.

Ante ello, los hallazgos encontrados revelan que la información que construye la percepción

de riesgo en la prensa es dispersa, las categorías son diversas y las vinculadas a la prevención de la propagación de la pandemia son mínimas; por otra parte, los actores oficiales para la construcción de los mensajes de prevención deben tener un mayor protagonismo del que se le da en la prensa dado que para una comunicación efectiva de riesgos en una emergencia de salud pública ésta debe ser difundida por actores principales como el gobierno, los expertos y el público (Zhang, Li y Chen, 2020).

La información desde el discurso en la prensa fue la mayor actividad en este periodo. Por otra parte, es importante la identificación del valor simbólico de la información, ya que ésta va dirigida hacia el riesgo, la salud y la economía. El riesgo se refiere a la incertidumbre y la gravedad de las consecuencias (o resultados) de una actividad con respecto a algo que los humanos valoran

Un segundo momento, es la identificación de las funciones de la comunicación de riesgo en la prensa, estas son: En primer lugar está *Educar*; durante la etapa previa a la crisis, las nociones tradicionales de promoción de la salud apoyan en educar al público sobre las posibles amenazas y para alentar una preparación adecuada y comportamientos de reducción de riesgos (Reynolds y Seeger 2005). Esta función no cumplió con el objetivo pese a la amenaza. En segundo lugar, la función de *Psicología*, se utiliza para influir en la opinión pública o en la elección, o para despertar o aliviar las preocupaciones públicas sobre un problema de riesgo (Kasperson et al., 1988; Sandman, 1993); se debería encontrar mensajes en la prensa vinculados a la persuasión, a la mitigación del riesgo y la intensidad del mensaje, pero esta última fue mínima. Y la tercera que es la función de *Informar* sobre el riesgo; la cual también puede afectar cómo se percibe ese riesgo en términos de su magnitud o aceptabilidad (NRC, 1989). Las notas periodísticas tienen una dirección negativa y los asuntos a tratar son dirigidos al impac-



to económico, cancelación de eventos e impacto políticos y de manera aislada a la prevención en salud.

Y el último abordaje es identificar la construcción del objeto de riesgo en la prensa, ésta fue con una intensidad media, dirigida hacia lo negativo de la propagación de coronavirus y los adjetivos construidos en el mensaje fueron muy dispersos (48) dando un desfase total para poder construir el objeto de riesgo. Es importante que la construcción del objeto de riesgo se centre en la atención de las dimensiones subjetivas, y en particular, en las percepciones que se forman en contextos de interacción social como una amenaza, por ejemplo: la erupción de un volcán, inundaciones, sismos y tsunamis, entre otras. Por lo anterior, se parte de la teoría acerca de la construcción social de la realidad (Berger et al., 1968) y del enfoque sociocultural de los riesgos (Douglas y Wildavsky, 1982) para entender mejor la subjetividad de los actores sociales (Ferrari et al., 2010).

El manejo tanto de las emergencias de salud

pública como de los desastres naturales, siempre ha implicado de manera significativa a la comunicación en forma de advertencias, mensajes de riesgo, notificaciones de evacuación, mensajes sobre autoeficacia, información sobre síntomas y tratamiento médico, entre otras formas.

La estrategia en tratamiento informativo abordado desde la comunicación de riesgo, determina el constructo de la opinión pública ante la pandemia del COVID-19, es por ello que se propone:

Describir el manejo de la comunicación de riesgo ante la pandemia.

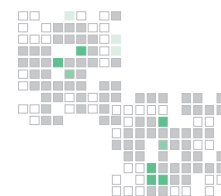
Analizar la cobertura mediática y la postura de las instituciones públicas, el gobierno y la sociedad, sobre el manejo de la comunicación de riesgo ante COVID-19.

Identificar las funciones de los medios de comunicación al explorar la realidad, difundir la información y hacer visibles los problemas, para posibles estrategias de solución.

Proponer la comunicación de riesgo en las políticas públicas sanitarias.

Referencias

- ARÉVALO, M. Gestión Social de Riesgos y su Aplicación en Comunidades Locales (en línea). 2016.
- BERGER, P., Luckmann, T., y Zuleta, S. *La construcción social de la realidad* (Vol. 975). Buenos Aires: Amorrortu, 1968.
- REYNOLDS, B., y Seeger M. W. Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model, *Journal of Health Communication*, 2005. 10:1, 43-55, DOI: 10.1080/10810730590904571
- BLANCO, V. G. El papel de la comunicación de riesgo ante emergencias de salud pública. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 2(2), 97-104, 2011.
- Brennan, B., y Gutiérrez, V. *Guía para elaborar la estrategia de comunicación de riesgos*. OPS/OMS. Washington, DC, EEUU, 2011.
- COVELLO, V., y Sandmand, P. M. *Risk communication: evolution and revolution. Solutions to an Environment in Peril*. 164-178, 2001.
- DOUGLAS, M., y Wildavsky, A. How can we know the risks we face? Why risk selection is a social process 1. *Risk analysis*, 2(2), 49-58, 1982.
- Española, R. A., y Madrid, E. *Diccionario de la lengua española* (Vol. 19). Espasa-Calpe., 2005.
- FARRÉ, C. J. Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y sociedad*, (3), 95-119, 2005.
- FERRARI, L. E., Filippi, G. L., y Cebey, M. C. Riesgos psicosociales de los trabajadores. Efectos subjetivos e intersubjetivos de la precarización laboral. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 3(7), 20-27, 2010.
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R., y Ratick, S. The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk analysis*, 8 (2), 177-187, 1988.
- KRIPPENDORFF, K. *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- LOZANO-ASCENCIO, C. Periodismo de catástrofes: La actualidad informativa como fuente de incertidumbres. *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid, Biblioteca Nueva, 231-248, 2009.



MAYO, M., Lavín, E., y Gallardo-Camacho, J. La cobertura informativa del terremoto de Lorca en España: la responsabilidad social del periodista. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 35, 1-17, 2017.

National Research Council (Ed.). Committee on Risk Perception and Communication. Improving risk communication. National Academies, 20-21, 1989.

ORBE, I. Emergencias y medios de comunicación. Academia Vasca de Policía y Emergencias= Polizia eta Larrialdietako Euskal Akademia, 2012.

RAIGADA, J. L. P. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42, 2002.

REYNOLDS, B., y W. Seeger, M. Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of health communication*, 10(1), 43-55, 2005.

RODRÍGUEZ, P., y Odriozola, B. Catástrofes y periodismo: el relato, los escenarios, las interacciones y las necesidades prácticas y psicológicas de todos los implicados. *Estudios sobre el mensaje periodísti-*

co, 18(2), 577-594, 2012.

SANDMAN, P. M. Responding to community outrage: Strategies for effective risk communication. AIHA, 1993.

SLOVIC, P., y Weber, E. U. Perception of risk posed by extreme events. Regulation of Toxic Substances and Hazardous Waste (2nd edition) (Applegate, GABBA, Laitos, and Sachs, Editors), Foundation Press, Forthcoming, 2002.

VALLEJOS-ROMERO, A., Riquelme, C., y Garrido, J. Comunicación y conflictos socioambientales: una aproximación a la gobernanza de riesgos. Los casos de Castilla e HidroAysén en Chile. *Perfiles latinoamericanos*, 25 (49), 97-117, 2017.

ZHANG, L., Li, H., y Chen, K. Effective risk communication for public health emergency: Reflection on the COVID-19 (2019-nCoV) outbreak in Wuhan, China. En *Healthcare. Multidisciplinary Digital Publishing Institute*, 2020, 8(1), 64.

ZUNINO, E. La valoración de las noticias políticas en la agenda mediática: una propuesta metodológica para el análisis de contenido, 2016.

