

92
2020

La descodificación de la agenda del COVID-19 en Andalucía

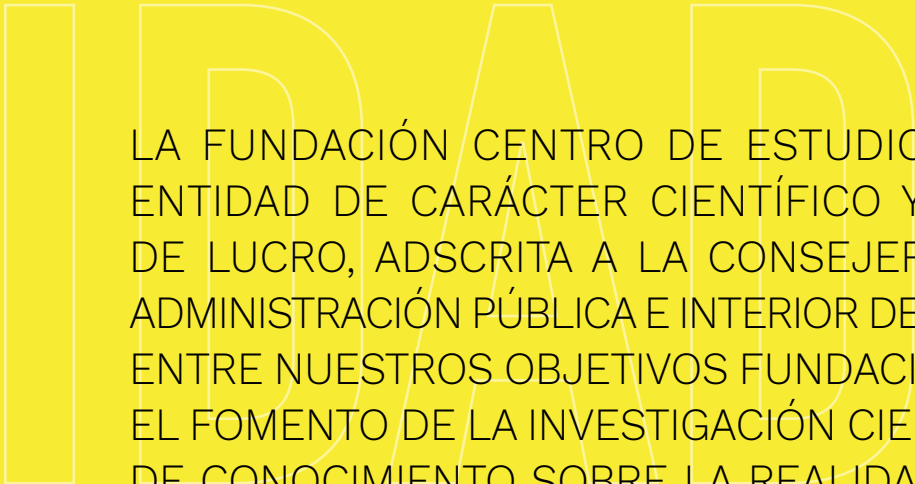


Junta de Andalucía
Consejería de la Presidencia,
Administración Pública e Interior

CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES



ORIGEN y DESTINO
Quinto Centenario de la Primera Visita al Mundo



LA FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES ES UNA ENTIDAD DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y CULTURAL, SIN ÁNIMO DE LUCRO, ADSCRITA A LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. ENTRE NUESTROS OBJETIVOS FUNDACIONALES SE ESTABLECEN EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO SOBRE LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA Y CULTURAL DE ANDALUCÍA Y LA DIFUSIÓN DE SUS RESULTADOS EN BENEFICIO DE TODA LA SOCIEDAD.

NUESTRO COMPROMISO CON EL PROGRESO DE ANDALUCÍA NOS IMPULSA A LA CREACIÓN DE ESPACIOS DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO CON LA COMUNIDAD CIENTÍFICA E INTELLECTUAL Y CON LA CIUDADANÍA EN GENERAL, Y A LA COLABORACIÓN ACTIVA CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA.

LA COLECCIÓN ACTUALIDAD FORMA PARTE DEL CATÁLOGO DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS DE LA FUNDACIÓN Y ESTÁ DESTINADA TANTO AL LECTOR ESPECIALIZADO COMO A LA OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL. CADA UNA DE SUS EDICIONES SE ESTRUCTURA COMO INFORMES MONOGRÁFICOS PARA EL FOMENTO DE LA REFLEXIÓN Y EL ANÁLISIS SOBRE ASPECTOS DE RELEVANCIA PARA LA SOCIEDAD ANDALUZA DEL SIGLO XXI.

LAS OPINIONES PUBLICADAS POR LOS AUTORES EN ESTA COLECCIÓN SON DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

© Del texto: sus autores, 2020

© De la edición: Fundación Pública Andaluza

Centro de Estudios Andaluces, marzo de 2020

Bailén 50, 41001 Sevilla.

Tel.: 955 055 210. Fax: 955 055 211

www.centrodeestudiosandaluces.es

Depósito Legal: SE-1688-05

I.S.S.N.: 1699-8294

Ejemplar Gratuito. Prohibida su venta.



La descodificación de la agenda del COVID-19 en Andalucía

Jaime Andréu Abela
Universidad de Granada

Agradecimientos y dedicatorias. Mis más sinceros agradecimientos a la Fundación CENTRA (Centro de Estudios Andaluces) por darnos la oportunidad de realizar esta investigación, al Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología e investigadores y becarios de Universidad de Granada que han participado y colaborado en este estudio en sus diferentes fases: Pedro Navarro Rull, Ana Rocío Andréu Pérez, Darwin Ushiña, Luis Almonacid Quintero, Aurelia M^a López Gallardo, Darío Cadenas Moreno y Alejandro Joya Ruiz. Mi gratitud especial a Luz María del Olmo García por la revisión del texto.

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Metodología.....	5
3. La descodificación de la Agenda del COVID-19 en Andalucía.....	7
3.1. Situación Objetiva.....	7
3.2. Situación Subjetiva.....	12
3.3. Opinión Objetiva.....	12
3.4. Opinión Subjetiva.....	13
4. Comparativa en la evolución de los estudios de la descodificación de la Agenda.....	14
5. Conclusión: futuro en el estudio de la Agenda.....	16
6. Referencias bibliográficas.....	17

1. Introducción

La agenda mediática y la agenda de opinión están íntimamente relacionadas y ambas se influyen mutuamente visualizando o invisibilizando problemas. Cuando un problema como el de la pandemia que estamos padeciendo acapara la opinión pública es necesario descodificarlo para comprender los cambios que se van produciendo en los estados de opinión de los ciudadanos respecto a lo que está ocurriendo. Nosotros ya hace algún tiempo propusimos un *Modelo Descodificador de la Agenda Pública* (Andréu, 1996, 1998, 2001, 2007, 2008) compuesto de cuatro cuadrantes que analizan por separado, por un lado los datos objetivos de lo que está ocurriendo (situación objetiva), el mundo mediático que informa sobre él (situación subjetiva), la opinión de la ciudadanía acerca de la realidad social (opinión objetiva) y por último, la opinión ciudadana sobre la realidad mediática (opinión subjetiva); las relaciones y la suma de estas cuatro «realidades» nos conducen al conocimiento en profundidad del estado de opinión, en este caso del conjunto de la población andaluza, sobre lo que está acaeciendo en Andalucía.

En este artículo de actualidad se presentan los resultados de un estudio realizado por un equipo de investigación formado por el Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología de Andalucía y la Universidad de Granada para el Centro de Estudios Andaluces, sobre la Agenda del COVID-19 en nuestra Comunidad a través del análisis secundario de datos estadísticos, análisis de contenido de prensa, análisis secundario de encuestas y análisis de redes sociales sobre la información generada sobre SARS-CoV-2 en el primer semestre de 2020. Separar la información de esta forma, es la mejor manera de conocer en profundidad los estados de opinión generados por un problema tan grave como es la pandemia que estamos padeciendo.

2. Metodología

El modelo metodológico construido para el estudio de la Agenda del COVID-19 en Andalucía ha sido el siguiente:

Figura 1. Modelo Metodológico Descodificación de la Agenda

Situación Objetiva: Análisis de indicadores de salud, económicos y sociales. Fuentes estadísticas.	Situación Subjetiva: Análisis de contenido de titulares. Fuentes: prensa en Andalucía.
Opinión Objetiva: Análisis secundario de encuestas de opinión. Fuentes: elaboración propia, Fundación CEN-TRA, IECA.	Opinión Subjetiva: Análisis redes sociales. Fuentes: noticias de prensa en Twitter y Facebook.

Fuente: elaboración propia.

El trabajo de campo se realizó en tres fases:

La primera etapa desde el 26 de febrero al 26 de abril de 2020 denominada fase de «escalada». Este intervalo de tiempo incluyó el aumento de los casos de coronavirus en Andalucía, la declaración del estado de alarma en todo el territorio nacional, el posterior confinamiento y el cese de todas las actividades no esenciales, la suspensión de la Semana Santa y el cierre del sector turístico en Andalucía, finalizando con las primeras medidas de «alivio del confinamiento».

La segunda etapa denominada fase de «desescalada» abarca el intervalo que transcurre desde el 4 de mayo al 8 de junio de 2020. Se analiza el proceso de apertura por regiones, el comienzo de la movilidad dentro de las provincias y entre las provincias, la flexibilización de medidas y reapertura de negocios, complejos culturales, parques, zonas recreativas, playas, hoteles, etc.

El último periodo analizado en profundidad va desde 21 de junio al 15 de julio de 2020. Es denominado fase valle o de «nueva normalidad». Este intervalo de tiempo analiza la finalización del estado de alarma y por lo tanto la fase de desescalada, comenzando un periodo de adaptación a esta denominada nueva normalidad tratando de mantener

controlada la pandemia del COVID-19 a través de una serie de medidas y recomendaciones, tanto de la administración central, como de las autonómicas y locales. No obstante, este periodo se caracteriza por rebrotes del virus y por una situación de «normalidad» muy diferente a la anterior a la pandemia donde en cualquier momento y en cualquier lugar podíamos retroceder a fases de desescalada o confinamiento si no se conseguía controlar el aumento de los casos positivos por SARS-CoV-2.

La base del *Modelo de la Descodificación de la Agenda* del COVID-19 y, por lo tanto, de la explicación de lo que está ocurriendo y de cómo lo interpreta la opinión pública, medios de comunicación de masas y ciudadanía, son los datos estadísticos de esta pandemia, que ya adelantamos, están en el ojo del huracán de la discusión pública.

Los datos analizados y consultados en esta investigación, todos ellos de fuentes oficiales, han sido:

- Organización Mundial de la Salud (OMS)
- Centro Europeo para la Prevención y el Control de las Enfermedades
- Ministerio de Salud del Gobierno de España
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía.
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía...

A partir de aquí, se consideraron recomendaciones de fuentes expertas para la interpretación de esos datos, concretamente las realizadas por el grupo de trabajo Our World In Data (2020) encuadrado en el programa Oxford Martin sobre desarrollo global de la Universidad de Oxford que, a su vez recoge información sobre el COVID-19 de otros grupos de trabajo en otras universidades, centros de investigación y fuentes de información de las más prestigiosas a nivel mundial, entre otros los datos actualizados diariamente por la Universidad Johns Hopkins (2020).

Para el análisis de contenido de prensa se emplearon diversas herramientas que facilitaron el proceso de búsqueda de portadas y noticias relacionadas con sus titulares. Para ello, se utilizó principalmente la hemeroteca My News Online (Mediatech), portales secundarios de prensa como Kioskoymás, y las páginas web de los propios periódicos.

Por otro lado, se utilizó el programa de análisis de contenido textual MAXQDA para la creación del libro de códigos y codificación de los titulares. Y, posteriormente, para los análisis de frecuencia de co-ocurrencia de palabras.

Una vez seleccionadas las portadas se escogieron hasta un máximo de tres titulares por portada, teniendo en cuenta la posición que tenían en la portada, la importancia de la noticia en el interior del periódico, y que estas noticias fueran sobre Andalucía. Tras seleccionar los titulares, se desarrolló un libro de códigos, con una estructura de «árbol», donde se escogieron las temáticas del tronco según las áreas o problemáticas relacionadas con el coronavirus, el cual se mantuvo fijo durante todo el proceso de análisis de contenido de prensa. De este tronco, se crearon una serie de ramas (solo de primer orden), que representaban las subcategorías que agrupaban las temáticas de los titulares. De este modo, se ha podido analizar en profundidad cada categoría con sus correspondientes subcategorías y también hemos logrado estudiar y comparar las diferentes portadas según el impacto del lenguaje empleado en los titulares y las imágenes en portada.

El control de calidad se realizó mediante la codificación de dos codificadores de los mismos titulares una vez comprobado los acuerdos y desacuerdos mediante el coeficiente Kappa, manteniendo Kappas por encima del 0,80 y si no, desechando el titular (Andréu, 2008, 2009, 2012).

En las diferentes fases de nuestra investigación fuimos analizando opiniones de los andaluces y andaluzas sobre la crisis del coronavirus en nuestra comunidad. Realizamos una encuesta en la red en pleno estado de pandemia estratificada por provincias, cuotas de sexo y edad. Además, para conocer más matices de ese estado de opinión de la población en la comunidad autónoma, hemos

realizado un análisis secundario de varias encuestas del Centro de Estudios Andaluces sobre la COVID-19 (2020) y sus efectos sobre la opinión pública andaluza en diferentes momentos de la pandemia.

También hemos incluido en este estudio datos de condiciones de vida y preocupaciones para la nueva normalidad recogidos por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2020).

Por último, se realizó observación pasiva en las redes sociales Twitter y Facebook junto a los portales web oficiales de los medios sobre los temas más tratados en la opinión pública andaluza. Este análisis de noticias examina el uso de estos canales de comunicación por los principales periódicos de Andalucía, realizando un estudio que pretendía identificar la perspectiva inicial en Andalucía sobre la enfermedad COVID-19 a través de estos medios de comunicación, así como hilos de debate generados tanto en esas redes sociales como en el portal web Menéame, relacionados con los titulares codificados en el análisis de contenido.

El análisis de los mensajes se realizó en función de la temática, el origen, los recursos multimedia vinculados y las respuestas vinculadas a cada uno de ellos. El análisis de redes sociales supuso analizar en profundidad 6.363 mensajes de usuarios y usuarias de estas redes sociales relacionadas con las noticias publicadas entre el 26 de febrero al 15 de julio de 2020 relativas a los códigos temáticos más importantes.

3. La desco-dificación de la Agenda del COVID-19 en Andalucía

Figura 2. Resultados descodificación de la Agenda

Situación Objetiva: Los datos de la pandemia: Volatilidad	Situación Subjetiva: Los titulares de la pandemia: Neutralidad
Opinión Objetiva: La opinión en las encuestas sobre la pandemia: Preocupación	Opinión Subjetiva: Opinión en las redes sociales sobre la pandemia: Incredulidad

Fuente: elaboración propia.

3.1. Situación Objetiva

No existen en estos momentos datos objetivos sobre la pandemia en Andalucía. Pero aclaremos esta contundente frase: no existen en ningún lugar del mundo. Ni en España, ni en Europa, ni en el resto del mundo. Los datos objetivos sobre la pandemia los tendremos cuando toda la población mundial esté testada y conozcamos exactamente el número de personas que padecen o han padecido la enfermedad. Y decimos han padecido la enfermedad porque esto se consigue cuando la pandemia haya pasado, como ha ocurrido con todas las pandemias anteriores, aunque no siempre se logra la obtención del número exacto de personas afectadas, como ejemplo, la discusión sobre el número de infectados con la gripe española, y más recientemente con la cifras aportadas de afectados por SARS (2002-2003), Gripe Porcina (2009-2010), MERS (2012), o Ébola (2014-2016), nunca se obtiene el número exacto de personas afectadas porque nunca se consigue testear a todas las personas que han muerto por la enfermedad (Our World In Data, 2020).

No obstante, sí se pueden realizar aproximaciones sobre lo que está ocurriendo con la pandemia en estos momentos. Esto se consigue mediante la realización de test (PCR) al máximo número de personas bajo sospecha de estar infectados por el virus. Los tests son

las herramientas fundamentales para conocer la situación de la pandemia generada por la enfermedad COVID-19, permitiendo identificar a las personas infectadas y asignar los recursos médicos y de personal más eficientes, aislar a los infectados, rastrear sus contactos y organizar la cuarentena de forma eficaz. Además, nos ayudan a comprender mejor la pandemia y los diferentes riesgos de las poblaciones. Este conocimiento es transcendental si queremos evaluar adecuadamente las intervenciones que deben implementarse, algunas de ellas muy costosas, como el distanciamiento social o el cierre de industrias y de regiones enteras, así como prever la desescalada de estos cierres o cuarentenas una vez las cifras de contagiados por el virus desciendan.

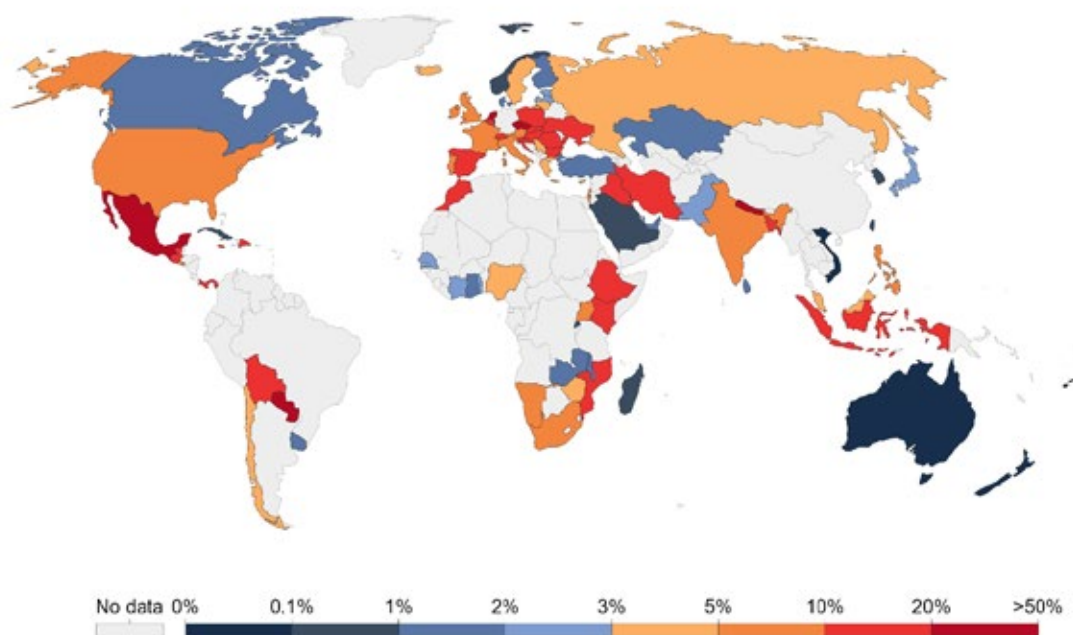
Andalucía y el resto de España no han sido hasta este momento los territorios más aplicados en la realización de pruebas PCR. Es más, en los primeros meses de la pandemia hubo desajustes en la aportación de estos datos y ciertos centros prestigiosos de investigación, como «Our World In Data» de la

Universidad de Oxford lo advirtió. Desde entonces, las cifras sobre los tests realizados han mejorado y por lo tanto, hay un mejor conocimiento de lo que está ocurriendo sobre la pandemia que estamos padeciendo. Pero también es verdad que el mejor conteo de los tests nos aporta otra importante información relevante, la proporción de pruebas de PCR que arrojaron un resultado positivo. Esta tasa nos ofrece dos ideas clave: en primer lugar, nos indica el grado de eficiencia en la realización de pruebas en los diferentes territorios, y, en segundo lugar, nos ayuda a comprender la propagación del virus, ya que esta tasa indica el nivel de pruebas en relación con el tamaño del brote, para controlar y monitorizar adecuadamente la propagación del virus, los territorios con brotes más extendidos deben realizar más pruebas. Según los criterios publicados por la OMS en mayo de 2020, una tasa positiva de menos del 3% es un indicador de que la epidemia está bajo control en un país. Dentro de España y en sus diferentes territorios, con una tasa de 11 % en octubre no se ha conseguido tener la situación bajo control.

Gráfico 1. Test Positivos a los 7 días

The share of COVID-19 tests that are positive, Oct 23, 2020

The daily positive rate, given as a rolling 7-day average.



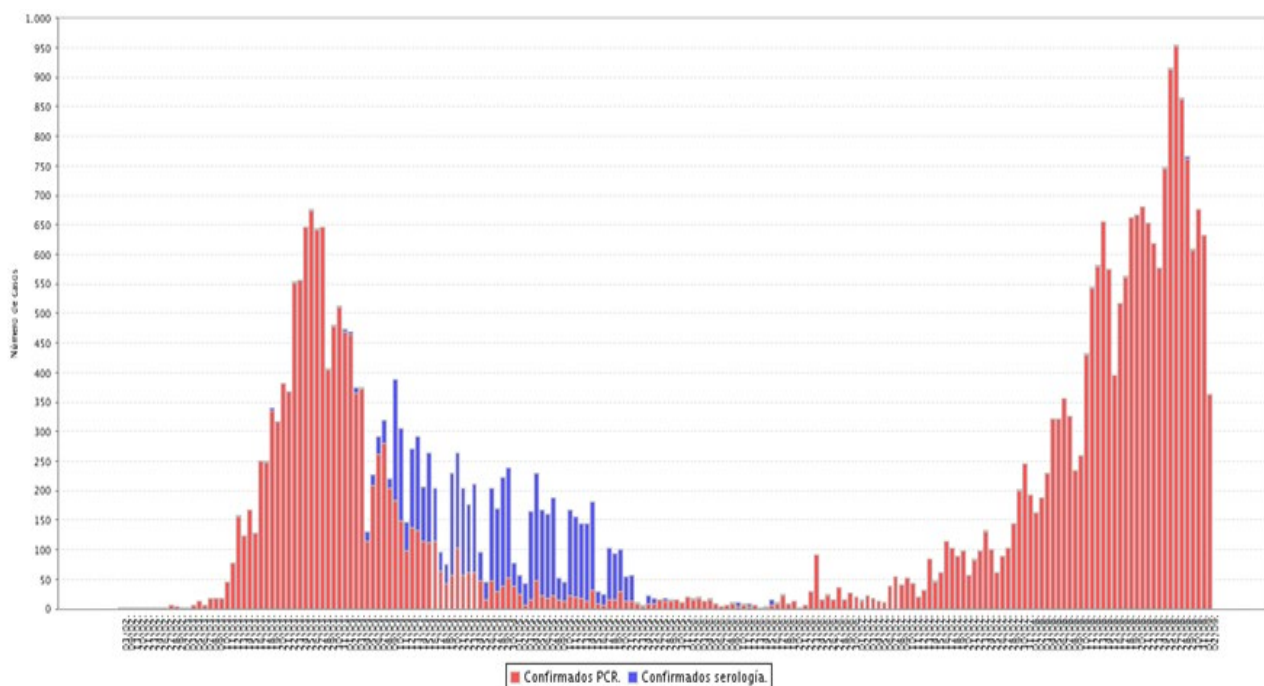
Source: Official data collated by Our World in Data

OurWorldInData.org/coronavirus • CC BY

Note: Comparisons of testing data across countries are affected by differences in the way the data are reported. Daily data is interpolated for countries not reporting testing data on a daily basis. Details can be found at our Testing Dataset page

Fuente: Our World in Data.

Gráfico 2. Evolución del número de casos de COVID-19 confirmados por PCR y test serológicos según fecha de diagnóstico a mes de septiembre



Fuente: datos publicados por la Consejería de Salud y Familias en colaboración con el IECA.

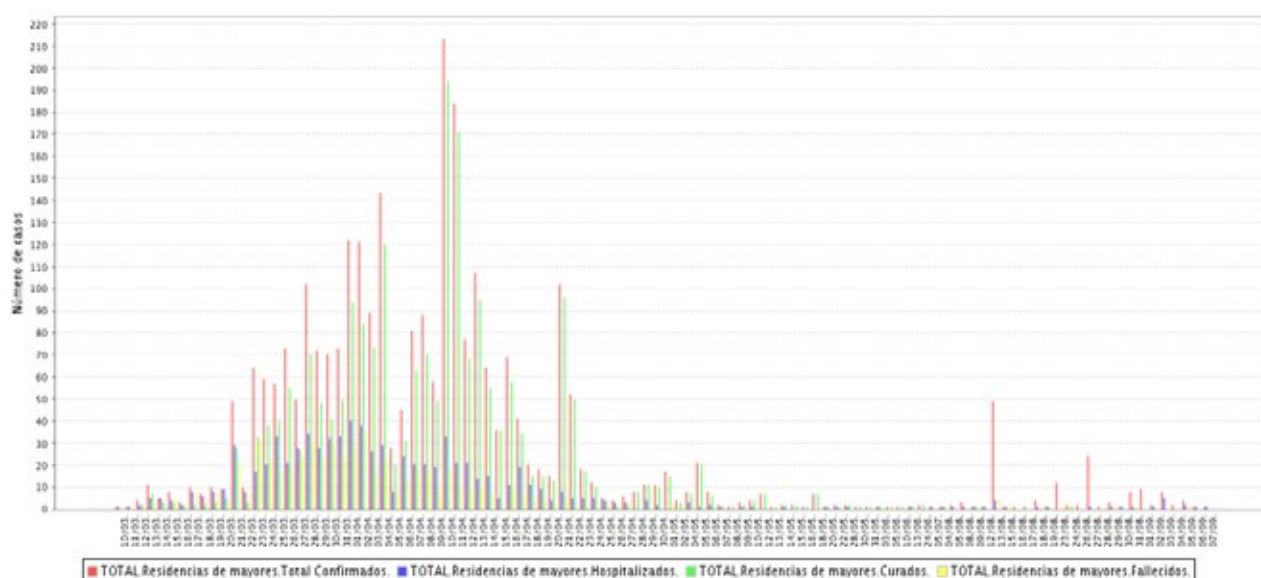
Al igual que en el resto del Estado, en Andalucía en estos momentos, padecemos de una doble curva de casos confirmados mediante pruebas de PCR. Pero al contrario que al comienzo de la pandemia, hay muchos más casos confirmados por PCR y, por lo tanto, mejor control hospitalario de la pandemia. No obstante, es evidente que no hemos podido vencer al SARS-CoV-2 y mientras no se disponga de una vacuna, tanto las autoridades como los propios ciudadanos deben esforzarse en observar las medidas de prevención ante el virus que padecemos que no son otras que las ya adoptadas: mascarillas, lavado de manos y distanciamiento social.

Ser mayor de 70 años y estar en una residencia para personas mayores es un factor importante de riesgo de padecer esta enfermedad. Al comienzo de la pandemia se multiplicaron los casos en las residencias de mayores y se declararon las alarmas tanto en la población en general como en la opinión pública. La presión social y la reacción de las administraciones parece que ha conseguido aplanar la curva de casos positivos. Aunque de vez en cuando se producen rebrotes, parece que se ha conseguido una cierta estabilidad ante

un sector de la población tan sensible al virus. Como observaremos la opinión pública está muy atenta ante esta problemática y las administraciones públicas han reaccionado firmemente. Parece que los controles están dando resultados. No obstante, el debate social sigue latente recrudeciéndose en la opinión pública en la medida que en una determinada residencia se incrementan los casos de infectados por SARS-CoV-2.

Evidentemente el COVID-19 está afectando a nuestra economía, nuestro mercado laboral e, incluso, a nuestro estilo de vida de manera impactante. No obstante, aquí también tenemos ciertos problemas con los datos. El Instituto Nacional de Estadística (INE) y de Andalucía (IECA) no paran de advertir que muchos de los datos que ofrecen son provisionales, y que esto afecta mucho a las estadísticas adelantadas. Esto perturba a determinados indicadores como por ejemplo el PIB, que tanto a nivel nacional como de Andalucía tienen que ser revisados al alza o la baja constantemente. Al igual que con los datos de salud, los datos socioeconómicos se tienen que ir consolidando y para ello se necesita tiempo. No obstante, a diez meses de la declaración de

Gráfico 3. Evolución de los casos confirmados de COVID-19 en residencias según situación clínica por fecha de diagnóstico al mes de septiembre



Fuente: Datos publicados por la Consejería de Salud y Familias. D.G. Salud Pública y Ordenación Farmacéutica. Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Andalucía.

la pandemia, podemos decir que en nuestro territorio la bajada del PIB ha sido relevante y en lo que están de acuerdo todos los análisis económicos es que la crisis sanitaria del COVID-19 ha interrumpido de forma brusca el proceso de crecimiento económico y convergencia con los niveles medios nacionales y europeos que Andalucía mostró en 2019.

La caída del Producto Interior Bruto (PIB) en Andalucía ha alcanzado cifras muy importantes en los dos primeros trimestres del año. La paralización de la actividad durante el estado de alarma ha producido una caída sin precedentes de este indicador. La caída ha sido generalizada en todos los sectores, aunque ciertas estimaciones de coyuntura económica del tercer trimestre indican una recuperación en las previsiones, muy influenciadas por el desarrollo de la nueva normalidad que no consigue volver a la senda de un crecimiento estable y sin sobresaltos, debido a los diferentes brotes que obligan a adoptar medidas de retroceso en la actividad económica.

Insistimos, teniendo en cuenta que los datos económicos están sometidos a mucha inestabilidad debido a las propias oscilaciones del estado de la pandemia, en este momento nos encontramos ante un panorama caracterizado por una doble curva de afectados por el SARS-CoV-2. Los datos de Andalucía, aunque

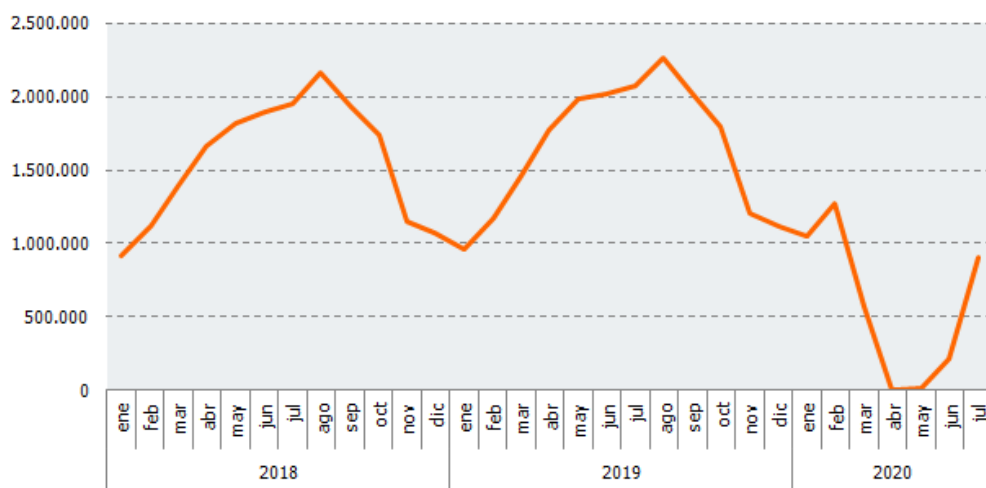
Tabla 1. Producto Interior Bruto Andalucía

Componentes del PIB	Trimestre	Tasas de variación interanual	Tasas de variación intertrimestral
Producto Interior Bruto a precios de mercado	2020 2º trimestre	-20,7	-16,9
	2020 1º trimestre	-4,2	-5,3
	2019 4º trimestre	1,9	0,4
	2019 3º trimestre	2,0	0,4
	2019 2º trimestre	2,2	0,4
	2019 1º trimestre	2,3	0,7

Fuente: elaboración propia. Datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

muy desalentadores como en el resto de España, no sufren el mismo desplome en todos los sectores.

La caída de la economía andaluza en el primer trimestre fue explicada, desde la óptica de la demanda, por la contribución negativa de la vertiente interna, mientras que el sector exterior mostró un comportamiento más positivo. Desde la perspectiva de la oferta, en la caída registrada por la economía andaluza destacan las ramas que se han visto más afectadas por las restricciones a la movilidad y el desarrollo de la actividad establecidas

Gráfico 4. Evolución de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de Andalucía

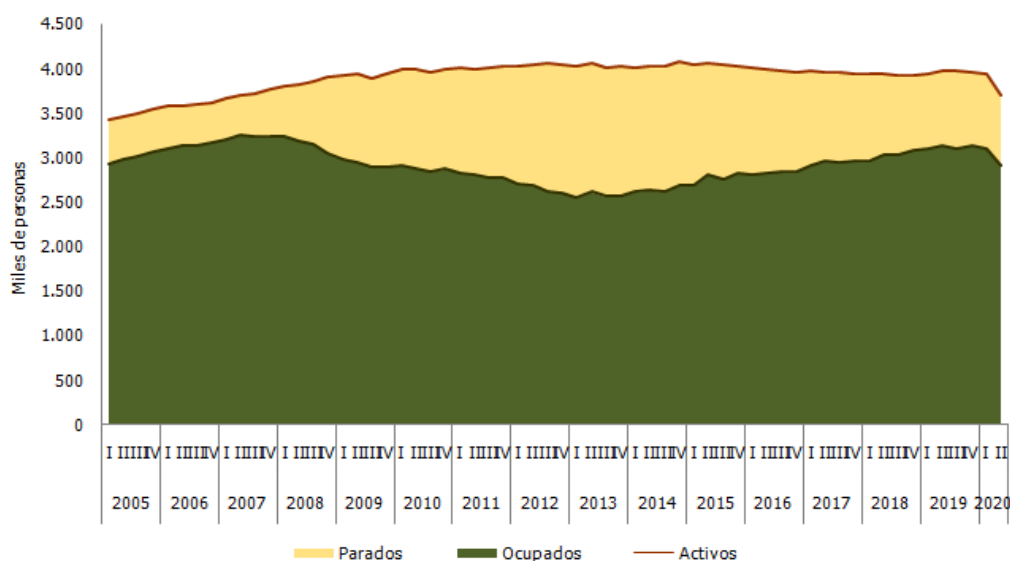
Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

para frenar la pandemia derivada de la enfermedad COVID-19, como fueron las ramas de actividades artísticas, recreativas y otros servicios, por un lado y por el otro, el comercio, transporte y la hostelería.

El sector turístico muy relacionado con las ramas antes citadas, y motor fundamental de la economía andaluza, ha mostrado un parón sin precedentes. La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) muestra, tras la prácticamente nula actividad del sector en abril y mayo, que en el mes de junio se empezó a retomar el servicio, siendo Andalucía la comunidad autónoma con mayor número de hoteles abier-

tos, en comparación con el resto del territorio español. No obstante, no queremos desvirtuar que el sector turístico, siendo uno de los motores fundamentales de la economía andaluza, está sufriendo los retrocesos más acusados desde que existe esta encuesta. No obstante, los meses de junio y julio, mostraron una cierta recuperación, por supuesto muy por debajo de las ocupaciones en el sector turístico en nuestra comunidad, en los mismos meses de 2019 y 2018.

El comportamiento del mercado de trabajo en Andalucía ha sido paradójico en estos momentos. Los previsibles descensos del

Gráfico 5. Evolución de activos, ocupados y parados en Andalucía

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

número de parados no han sido los que corresponderían debido a la intensa caída de la economía. Sin lugar a dudas, las políticas laborales basadas en los ERTE y la bajada de la población activa han conseguido amortiguar de alguna manera la subida en las cifras de paro que podrían ser mucho peores. No obstante, según la mayoría de los expertos son necesarias políticas de incentivos y reactivación de las actividades económicas y de creación de empleo si no queremos alcanzar cifras de paro nunca conocidas hasta ahora.

En definitiva, la categoría que resume en estos momentos la situación objetiva del COVID-19 en Andalucía la denominamos *volatilidad*, los datos sanitarios así como los efectos que provocan en la economía y en el mercado laboral en los meses analizados son fundamentalmente inestables y poco predecibles. Si no se disponen de datos fiables y objetivos, el estado de opinión y por lo tanto la Agenda Pública no encuentra un suelo sólido para su cimentación, ya que la base de esa construcción, tanto en los medios de comunicación como en la ciudadanía, se basa en contractar la información que les llega para generar su estado de opinión.

3.2. Situación Subjetiva

Los medios de comunicación emiten el dictamen diario de lo que ocurre a través de sus titulares. Los datos sobre confirmados, hospitalizados, curados y fallecidos son protagonistas diarios en todos los medios en sus informativos. Los medios de comunicación escritos tratan de profundizar en estas informaciones desde el comienzo de la pandemia. Se producen numerosos titulares donde se cuestionan y contraponen muchos de los datos sobre los que se están informando. No obstante, el rol que han tratado de mantener los medios de comunicación andaluces analizados, en sus dictámenes diarios a través de sus titulares, se ha basado más en la información que en la opinión, sobre todo en mantener la *neutralidad*, más que en destacar lo negativo o lo positivo de la pandemia en nuestro territorio.

Los titulares relacionados con la salud han sido los más frecuentes en el período analizado. El foco temático más insistente duran-

te toda la investigación ha sido la realización de tests. Los medios de comunicación en Andalucía no han dejado de informar sobre las diferentes previsiones, problemáticas y actuaciones respecto a estas pruebas fundamentales, según la OMS, para el control de la pandemia.

Hay dos temas que han sido también muy relevantes en la agenda mediática, tanto por su frecuencia, como por su mantenimiento a lo largo de todo el periodo analizado, nos referimos a los ERTE y a las residencias de mayores. Ambos han sido muy sensibles y tratados frecuentemente en los medios de comunicación andaluces. El primero porque es muy significativo para la supervivencia de muchas familias y empresas andaluzas, y el segundo, por resultar un golpe muy duro por la enfermedad del COVID-19 en las instituciones donde viven las personas mayores.

La *agenda económica* de los medios de comunicación se ha focalizado fundamentalmente en el turismo, motor fundamental de nuestra economía, donde la reactivación del sector, en una situación caracterizada por la incertidumbre sanitaria, no consigue la recuperación. Por este motivo continúan en los medios numerosas noticias sobre los enormes problemas por los que está pasando y por las grandes pérdidas causadas por la pandemia.

«Prevención» y «peticiones» han sido las palabras claves en la prensa andaluza en las fases de la Escalada y Desescalada sobre noticias relacionadas con los responsables de la política, que tratan de gestionar esta pandemia a través de las administraciones autonómica y locales en Andalucía. Muchas de estas noticias han tenido que ver con la necesidad de coordinación entre las diferentes administraciones.

3.3. Opinión Objetiva

Con estos mimbres, el estado de opinión de la ciudadanía sobre el SARS-CoV-2 se basa en la incertidumbre. Los andaluces y las andaluzas en general tienen un alto grado de *preocupación* por esta pandemia, concretamente y en ese orden, por los servicios sanitarios, el deterioro de las condiciones de vida, de la

Portada 1. Problemas en la Agenda Económica en Andalucía



Fuente: portada de *Diario Sur* (16-3-2020).

economía y el empleo. Las personas que viven en Andalucía creen que la coordinación entre las administraciones es la mejor manera de resolver los problemas. Si esto no fuera posible, es el nivel institucional territorial más cercano el que les genera más confianza.

No obstante, hay importantes diferencias sociodemográficas y por condiciones de vida sobre el nivel de preocupación de esta pandemia. La ciudadanía andaluza con más edad y con peores condiciones de vida tiene un grado mayor de preocupación por esta pandemia. Sin embargo, el nivel de información de este colectivo es menor que el de la ciudadanía más joven y con mayor acceso a las redes sociales. Este es el colectivo más activo en la agenda pública y el que trata de exponer su opinión interactuando con los medios de comunicación en las redes sociales.

Tabla 2. Grado de Preocupación crisis del coronavirus (0 significa nada preocupado y 10 muy preocupado)

Porcentajes	
0	0,40%
1	0,2%
3	1,6%
4	1,5%
5	4,4%
6	2,5%
7	9%
8	19,2%
9	19%
10	42,2%
Total 100,0	
Media 8,58	
Desv. Desviación 1,774	

Fuente: elaboración propia. Informe Investigación Decodificación de la Agenda Pública del Coronavirus en Andalucía. Equipo Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología de Andalucía. Septiembre 2020.

3.4. Opinión Subjetiva

La categoría que define la actuación de la audiencia activa la hemos denominado *incredulidad*. Ponen en juicio toda la información que reciben de la pandemia, sobre todo, la más lejana a ella, la que no ven ni padecen, la más intangible. Sin embargo, sobre sus experiencias diarias opinan de forma segura y con argumentos tangibles de sus vivencias cotidianas. Por ejemplo, sobre la temática de las residencias de mayores, uno de los temas más sensibles y tratado por los medios de comunicación, sorprendentemente poco respondido en las redes sociales a nivel general, es contestado y con argumentos muy sólidos por las personas que están viviendo ese problema dramático porque tienen familiares residentes.

En general, la audiencia activa ante muchas de las actuaciones, medidas y reglamentos expuestos por parte de las distintas administraciones tiene una opinión crítica e ideologizada. El nivel ideológico disminuye conforme el tema es más local y, por lo tanto, más cercano. Ahí su opinión es más objetiva y con interesantes recomendaciones fruto de un conocimiento profundo de la realidad en la que se encuentra inmersa.

4. Comparativa en la evolución de los estudios de la decodificación de la Agenda

Los estudios aplicando el modelo de la decodificación de la Agenda Pública se han venido realizando, tanto en momentos de crisis, como en momentos de crecimiento económico, desde comienzo de los años noventa hasta este último realizado en la crisis del coronavirus (Andréu, 1996, 2007, 2009, 2012).

Las investigaciones realizadas hasta el momento coinciden en una cosa esencial: la agenda pública de prioridades de la ciudadanía es fundamentalmente social, después económica y, por último, política. Las preocupaciones son fundamentalmente sociales, destacando una perenne en el tiempo en la agenda pública: el paro. Independientemente de que nos encontremos en situaciones de crisis o de crecimiento económico, este problema no baja de los primeros lugares. Por lo tanto, si hay un problema que trasciende lo económico, lo social y llega a lo puramente existencial, ese es el paro. Las personas necesitan trabajar no solamente por cuestiones económicas y de supervivencia, sino que también necesitan una ocupación donde puedan finalizar su desarrollo socio-personal y encontrar la satisfacción de sentirse útiles. Por eso este problema lo encontramos siempre entre los primeros lugares, en cualquier momento del tiempo, tanto a nivel objetivo, donde la ciudadanía piensa en la situación so-

cial, como a nivel subjetivo, donde se preocupan por su situación personal.

La preocupación por la salud no aparecía hasta el puesto sexto, después de diversos problemas de índole económicos y políticos. La crisis del coronavirus sitúa la preocupación por la salud (covid-19 + sanidad) en el primer puesto entre las inquietudes a nivel nacional (Barómetro del CIS septiembre, 2020) y en el segundo puesto entre las preocupaciones a nivel autonómico (Barómetro CENTRA, 2020).

Cuando relacionábamos en estudios anteriores (1996, 2008, 2012) los datos objetivos y los datos mediáticos sobre problemas sociales con las repuestas en las encuestas, hallamos una mayor influencia en el tiempo de los datos objetivos sobre la percepción de los problemas sociales, mientras que la agenda mediática influía fundamentalmente cuando el problema era desconocido para la ciudadanía y no había datos sobre él. Entonces los medios eran las únicas fuentes de información por lo tanto conseguían influir, aunque el nivel de influencia en el tiempo era parcial y no lograba mantenerse en periodos largos. La propia dinámica de los medios de comunicación propiciaba que entraran y salieran constantemente temas de las agendas mediáticas y públicas.

Había varios mecanismos que explicaban esto; los medios influían pero en momentos concretos y puntuales. Normalmente los problemas conocidos por experiencias personales como los precios u otras situaciones cercanas eran poco persuadidos por los medios de comunicación. Digamos que la mayor parte de la gente ya se ha formado una idea sobre ellos y por tanto eran menos susceptibles de ser influenciados. Por otro lado, estaría el nivel de información y de conocimiento de un problema, es decir, cuando disponemos de una cantidad de datos suficientes sobre un problema, no necesitamos nueva información.

¿Qué está pasando ahora? La información objetiva sobre la pandemia es difusa y volátil, los medios de comunicación informan e incluso forman, sobre un problema desconocido para la ciudadanía en general. La audiencia se informa a través de los medios y debate en las redes sociales, si eliminamos el «ruido» que se produce en el debate generado por nu-

Las investigaciones realizadas hasta el momento coinciden en que la agenda pública de prioridades de la ciudadanía es fundamentalmente social, después económica y, por último, política; las preocupaciones son fundamentalmente sociales, destacando una perenne en el tiempo en la agenda pública: el paro

merosos *trending topic* ajenos a la crisis del coronavirus, nos encontramos con un debate muy ideologizado, similar a lo que denominábamos en otros estudios «parlamento de papel», pero en este caso a diferencia de lo que ocurría anteriormente se produce en las redes sociales, mientras que antes se producía entre los diferentes grupos mediáticos con idearios políticos distintos (1996, 2008, 2012).

En los estudios anteriores descubrimos que había problemas reales y ficticios que se introducían en la agenda pública. Los problemas ficticios se difuminaban en el tiempo, mientras que los reales —los que más nos afectaban— se mantenían en la agenda. También descubrimos que los problemas tangibles, los que las personas viven día a día en su entorno más cercano, son los problemas que más conocen y los menos influenciados por los medios.

Las crisis del coronavirus es un problema real que nos afecta social y personalmente. Desde el punto de vista social las personas expresan

su opinión, con preocupación e incredulidad. Desde el punto de vista personal, con conocimiento de causa y consecuencias. Y así es como está funcionando la audiencia activa en las redes sociales: otorga poca credibilidad a la información más lejana, y opina de forma más subjetiva, mientras que la información que conocen de primera mano les afecta más, y es sobre la que opinan con criterios más objetivos.

Por último, decir que parece que la agenda de la opinión de las personas que hemos estudiado en esta investigación prioriza la salud, la suya y la de su familia, lo económico y lo social en ese orden. En estos momentos prefieren opinar sobre lo que más conocen, sobre lo que tienen más cercano, sobre su realidad diaria, que sobre cuestiones que afecten a los demás y a la sociedad en su conjunto, sobre la que encuentran mucha desinformación debido a la enorme confusión informativa existente sobre los datos de la crisis del coronavirus.

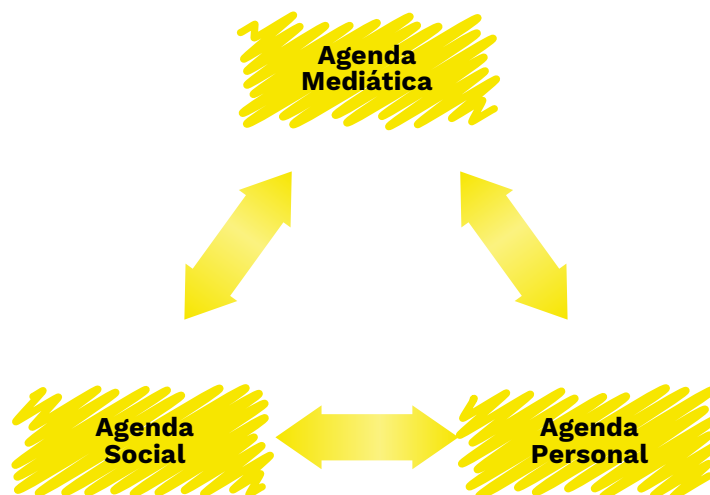
5. Conclusión: futuro en el estudio de la Agenda

La hipótesis que plantea este modelo relacionando la información emitida por los medios de comunicación y la opinión de la ciudadanía en las encuestas y en las redes, se confirma, ya que hay una clara relación entre los temas que más preocupan y los focos temáticos extraídos en los medios de comunicación analizados. No obstante, no todos los temas alcanzan el mismo interés a las personas que viven en Andalucía. Como en otros estudios realizados anteriormente podemos afirmar que fundamentalmente esto es debido al nivel de conocimiento que se tiene sobre la problemática.

La pandemia del COVID-19 y las consecuencias, sanitarias, sociales y económicas que se están produciendo es algo totalmente desconocido. Las características de la sociedad interconectada en la que vivimos producen información constante sobre un problema al que nos enfrentamos por primera vez. Esto genera en la opinión pública una exposición a una cantidad de información difícil de digerir, por lo cual, hoy y en la situación en la que estamos inmersos, es necesario separar el ruido, de la información fiable. Para ello, el modelo con el que trabajamos, que trata de seleccionar los focos temáticos, ordenar y relacionar la información, puede ser un buen instru-

La pandemia del COVID-19 y sus consecuencias, así como las características de nuestra sociedad interconectada, genera en la opinión pública una exposición a una cantidad de información difícil de digerir, por lo cual, hoy y en la situación en la que estamos inmersos, es necesario separar el ruido de la información fiable

Figura 3. Componentes de la Agenda Pública



Fuente: elaboración propia.

mento para el análisis de lo que ocurre y de cómo afecta a nuestro estado de opinión. Por eso esperamos, profundizar en los próximos estudios con datos más fiables y con temas más conocidos y, por lo tanto, más debatidos, generando un mejor conocimiento del estado de opinión de la ciudadanía que vive en Andalucía respecto a esta problemática.

En la aplicación del modelo nunca nos hemos encontrado con datos objetivos tan cambiables, confusos y volátiles. En la interpretación de nuestro modelo, en cualquier escenario de crisis o de crecimiento, los problemas que entraban en la *Agenda Pública* y permanecían en ella en el tiempo, se sustentaban en datos objetivos sólidos, la información ficticia o interesada, tarde o temprano desaparecía de la *Agenda*.

La *Agenda Pública* se constituía como *Agenda Social* —*Agenda Mediática*— y *Agenda Personal*. La *Agenda Mediática* ejercía de vaso comunicador o mediador entre la *Agenda Social* y *Agenda Personal* siempre que la información que emitiera fuera objetiva.

Lo que hemos detectado en este estudio al encontrarnos con unos datos tan volátiles es que la realidad que se trasmite a través de los medios no cala en la ciudadanía, lo que hace que se sumerjan en su propia realidad, y sus intereses individuales primen sobre los del conjunto.

En las redes sociales, donde las personas interactúan como audiencia activa ante el constante cúmulo de noticias sobre el coronavirus, detectamos un mayor interés en el debate cuando los problemas les afectan directamente y tienen mayor conocimiento sobre ellos, como pueden ser los problemas de índole local o familiar. Conforme el problema les es más ajeno, la argumentación es menos sólida y más dispersa, se detecta muchísima desinformación y dispersión sobre los problemas colectivos que están produciendo la pandemia.

Pensamos que trabajar con este tipo de modelos de análisis de opinión pública separando a los diferentes componentes de la información, los datos, los medios, la opinión y la audiencia, nos permite separar el grano de la paja y comprender cómo se genera la agenda de opinión de un problema tan complejo como el de esta pandemia.

En el futuro, cuando la pandemia esté controlada, la información será más robusta y el rol que jueguen los medios de comunicación entre la agenda social y la agenda personal será más útil cuando el conjunto de intereses individuales tenga como resultado el interés común que es lo que genera un verdadero estado de opinión pública.

6. Referencias bibliográficas

ANDRÉU ABELA, JAIME (1996):

Los españoles: Opinión sobre sí mismo. España y el mundo (manuscrito tesis doctoral). Con dos capítulos teóricos inéditos sobre Espacio Público y medios de comunicación, Construcción de indicadores de cambio subjetivos y objetivos. Granada: Universidad de Granada.

ANDRÉU ABELA, JAIME (1998):

Los españoles: Opinión sobre sí mismo. España y el Mundo. Análisis longitudinal Escala de Cantril. Granada: Universidad de Granada.

ANDRÉU ABELA JAIME (2001):

Las técnicas de Análisis de contenido: Una revisión Actualizada. Documento de trabajo. S2001/03. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.

ANDRÉU ABELA, JAIME (2007):

Datos y contextos en la formación de la opinión de los ciudadanos sobre los problemas sociales. Análisis Longitudinal de la agenda-setting. Ayudas a la Investigación Sociológica. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

ANDRÉU ABELA, JAIME (2008):

Establecimiento de la Agenda: Un Análisis Longitudinal sobre la influencia de la prensa en los barómetros del CIS. Metodología de Encuestas, 10 (1), pp. 93-113.

ANDRÉU ABELA, JAIME (2009):

«La percepción del turismo en la prensa andaluza», en LATIESA RODRÍGUEZ, Margárita; PUERTAS CAÑAVERAL, Inmaculada y PANIZA PRADOS, José Luis (eds): *El turismo en el Mediterráneo posibilidades de desarrollo y cohesión*. Madrid: Universitaria Ramon Areces, pp. 167-185.

ANDRÉU ABELA, JAIME (2012):

«La descodificación de la agenda: Un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública», *Intangible Capital*, vol. 8, núm. 3. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, pp. 520-547.

CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES:

Encuestas COVID-19 <<https://www.centro-deestudiosandaluces.es/barometro/cat/en-cuestas-covid-19>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES

(SOBRE LA COVID-19):

Barómetros <<https://www.centrodeestudio-sandaluces.es/barometro>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

CIS. BARÓMETROS:

<http://www.cis.es/cis/opencm/ES/11_barometros/index.jsp> [última consulta realizada: 30-10-2020].

CONSEJERÍA DE SALUD Y FAMILIA:

Informe COVID-19 en Andalucía <<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/salud/COVID19.html>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y

CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2020):

Portal IECA sobre el COVID-19 en Andalucía. <<https://www.juntadeandalucia.es/instituto-deestadisticaycartografia/salud/index.htm>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y

CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2020):

Encuesta Social 2020. Hábitos y Condiciones de Vida de la Población Andaluza Durante el Estado de Alarma <<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/encsocial/2020/index.htm>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY:

Coronavirus Covid-19 global cases csse. <<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

KIOSKOYMÁS:

<<https://www.kioskoymas.com/>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

MENEAME:

<<https://www.meneame.net/>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

MY NEWS ONLINE (MEDIATECH):

<<http://ugr.mynews.es/hu/>> [última consulta realizada 30-10-2020]. Acceso Público. <http://www.mynews.es/>

OMS (2020):

Asesoramiento sobre el uso de pruebas de inmunodiagnóstico en el punto de atención para COVID-19. Resumen científico. 8 de abril 2020. <<https://www.who.int/news-room/commentaries/detail/advice-on-the-use-of-point-of-care-immunodiagnostic-tests-for-covid-19>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

OXFORD UNIVERSITY.

Our World In Data. Coronavirus Pandemic (COVID-19) <<https://ourworldindata.org/coronavirus>> [última consulta realizada: 30-10-2020].

NÚMEROS PUBLICADOS

...

- 58: La construcción del sujeto político entre los jóvenes en riesgo
- 59: La disposición a pagar por el medio ambiente. Un análisis con datos de Andalucía
- 60: La inmigración en Andalucía. Un análisis con datos de la Seguridad Social en 2009
- 61: Percepción de la desigualdad y demanda de políticas redistributivas en Andalucía
- 62: Las violencias masculinas y la prevención de la violencia contra las mujeres
- 62: Las violencias masculinas y la prevención de la violencia contra las mujeres
- 63: La población infantil ante las nuevas tecnologías de la información. Una aproximación a la realidad de los nativos digitales andaluces
- 64: El contacto de la ciudadanía con los ayuntamientos como forma de participación política en Andalucía
- 65: Hacia un modelo de movilidad urbana sostenible
- 66: Las transiciones hacia el empleo de la juventud andaluza
- 67: El sector de los alimentos ecológicos en Andalucía: diagnóstico, retos y estrategias
- 68: Percepción de los españoles y andaluces ante la pobreza
- 69: La presencia de las mujeres en los ayuntamientos andaluces (1979-2011)
- 70: Un relato sobre identidad y vida buena en Andalucía
- 71: Bienestar, desigualdad y pobreza en Andalucía: un estudio comparativo con el resto de España a partir de las encuestas de condiciones de vida 2006 y 2012
- 72: Competencias autonómicas y gestión de la cuenca del Guadalquivir
- 73: Reformas legislativas, incumplimientos de la Carta Social Europea y su invocación en los órganos judiciales
- 74: Reforma constitucional y nuevo paradigma del Estado social. De la ordenación contingente a la organización consciente del bienestar
- 75: *Bullying, cyberbullying y dating violence*. Estudio de la gestión de la vida social en estudiantes de Primaria y Secundaria de Andalucía
- 76: ¿Odiamos la política?
- 77: Determinantes sociales de la salud en Andalucía
- 78: Líderes políticos y calendario electoral. Un análisis de la percepción de la población andaluza
- 79: La Renta Mínima de Inserción en Andalucía. Alcance y limitaciones
- 80: La edición independiente en Andalucía
- 81: Género y movilidad social: nuevos datos para Andalucía
- 82: Cambios en el comportamiento electoral en Andalucía. Análisis del ciclo electoral 2018-2019 (autonómicas, generales y municipales)
- 83: La cohesión territorial a través de la identidad nacional. El bienestar como elemento vertebrador de España
- 84: Brechas y sesgos de género en la elección de estudios STEM. ¿Por qué ocurren y cómo actuar para eliminarlas?
- 85: El reto de la longevidad en Andalucía. Causas, evolución y consecuencias
- 86: Nuevas tendencias en la vertebración de Andalucía. Territorio, población y familia en el siglo XXI
- 87: Democracia vs. desinformación. Propuestas para la protección de las sociedades abiertas
- 88: La crisis del coronavirus y la economía andaluza. Impacto, tendencias y recomendaciones
- 89: La respuesta de Europa a la crisis. ¿Está España protegida?
- 90: La respuesta política a la crisis en España y Andalucía
- 91: El perdón ante el acoso y ciberacoso escolar. ¿Por qué es tan importante entrenarlo en la adolescencia?
- 92: La descodificación de la agenda del COVID-19 en Andalucía

ACTUALIDAD ACTUALIDAD ACTUALIDAD ACTUALIDAD



Junta de Andalucía
Consejería de la Presidencia,
Administración Pública e Interior
CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES

