

FUNDACIÓ  
VILA CASAS

upf.

Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

CCS

Centro de Estudios de Ciencia,  
Comunicación y Sociedad

# Informe Quiral 2021

Medicina,  
comunicación  
y sociedad

*La dificultad  
de comunicar  
una pandemia  
a largo plazo*

## La dificultad de comunicar una pandemia a largo plazo

El Informe Quiral 2021, cuya versión resumida se presenta en este documento, lleva por título *La dificultad de comunicar una pandemia a largo plazo*.

El documento íntegro, así como los informes de años anteriores y el resto de las publicaciones que integran el Proyecto Quiral, se pueden descargar en formato PDF desde los sitios web de las entidades responsables del proyecto:

**Fundació Vila Casas**  
[www.fundaciovilacasas.com](http://www.fundaciovilacasas.com)

**Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad,**  
de la Universidad Pompeu Fabra  
<http://ccs.upf.edu>

Los documentos que forman parte del Proyecto Quiral pueden ser reproducidos para fines no lucrativos, haciendo referencia explícita a la autoría. Para citar el Informe Quiral 2021, se recomienda el siguiente formato:

Revuelta G., Llorente C., Gonzalo C. y Blanche P. *Informe Quiral 2021: La dificultad de comunicar una pandemia a largo plazo*. Fundació Vila Casas y Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad (Universitat Pompeu Fabra). Barcelona, 2022. 10.5281/zenodo.6817059.

La versión resumida (que se corresponde con este documento) está disponible en:

<https://www.fundaciovilacasas.com/ca/informe-quiral>  
[https://ccs.upf.edu/wp-content/uploads/InformeQuiral2021\\_resumen.pdf](https://ccs.upf.edu/wp-content/uploads/InformeQuiral2021_resumen.pdf)

La versión íntegra del informe está disponible en:

<https://ccs.upf.edu/wp-content/uploads/InformeQuiral2021>

### AUTORES

Gema Revuelta  
Carolina Llorente  
Carlos Gonzalo  
Pamela Blanche

©Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad  
(Universitat Pompeu Fabra)  
Dr. Aiguader 88, 08003 Barcelona  
Tel. 93 316 09 05  
[ccs@upf.edu](mailto:ccs@upf.edu)

## La dificultad de comunicar una pandemia a largo plazo

### Presentación

Han pasado más de dos años desde que la OMS declarase que la covid-19 se había convertido en pandemia y, durante este tiempo, nuestra capacidad de estar atentos a la información ha experimentado fases de todo tipo. Al *consumo compulsivo de noticias* de los primeros tiempos le siguió un largo año de *fatiga informativa* y, en los últimos tiempos, la tentación de pensar que todo está superado y, por tanto, ya no es necesario informarnos. Hace meses que las expresiones *gripalización* y *postpandemia* son una constante en los medios de comunicación. ¿Nos dicen estos lo que queremos oír o es que acabamos pensando aquello que nos dicen?

Ciertamente, la comunicación de la covid-19 es cada vez más difícil, pues ni periodistas ni ciudadanos quieren seguir hablando del tema. Sin embargo, la pandemia sigue amenazando al sistema sanitario, a la economía y a cualquier otro aspecto de la sociedad, tanto a escala local como global. Tener una buena información es imprescindible para ser conscientes de la situación y adaptar nuestros comportamientos a la realidad del momento. Y ese es precisamente el objetivo del Proyecto Quiral: fomentar que la información que llega al ciudadano sobre cuestiones de salud sea suficiente y de calidad.

La pandemia de covid-19 supone una cuestión de salud sin precedentes, tanto por su magnitud como por su duración. Por este motivo hemos tomado la decisión excepcional de dedicar un año más nuestra investigación anual a la comunicación de esta enfermedad.

Con el título de *La dificultad de comunicar una pandemia a largo plazo*, el Informe Quiral 2021 ha analizado el tratamiento informativo de la covid-19 en su segundo año. En el informe 2020 centrábamos nuestra atención en la introducción de palabras relacionadas con la pandemia y la investigación de vacunas, mientras que en el informe 2021 hemos explorado en profundidad dos cuestiones: cómo han percibido los jóvenes la comunicación dirigida a su colectivo y qué características han tenido en común los científicos más «visibles» en la pandemia.

Esperamos que las lecciones aprendidas tras este análisis, junto con los encuentros entre especialistas y comunicadores que organizamos a lo largo del año para una mayor comprensión mutua, contribuyan al desarrollo de una información sanitaria pública de calidad.

**Antoni Vila Casas**  
Presidente de la Fundació Vila Casas

# Introducción

Según datos del Ministerio de Sanidad del 5 de julio de 2022, desde enero de 2020 el total de casos de covid-19 notificados en España ha sido de 12.890.002 y el número de fallecidos de 108.259 (Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias, 2022b). Desde el 28 de marzo de 2022 hemos dejado de tener datos globales de nuevos casos, pues solo se recogen los de la población de 60 años o más. Antes de entrar en vigor la estrategia de normalización, las últimas cifras oficiales informaban de un total de 11.508.309 casos y 102.218 fallecidos (Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias, 2022a). Las siguientes figuras muestran la evolución de la enfermedad, antes y después de la nueva estrategia.

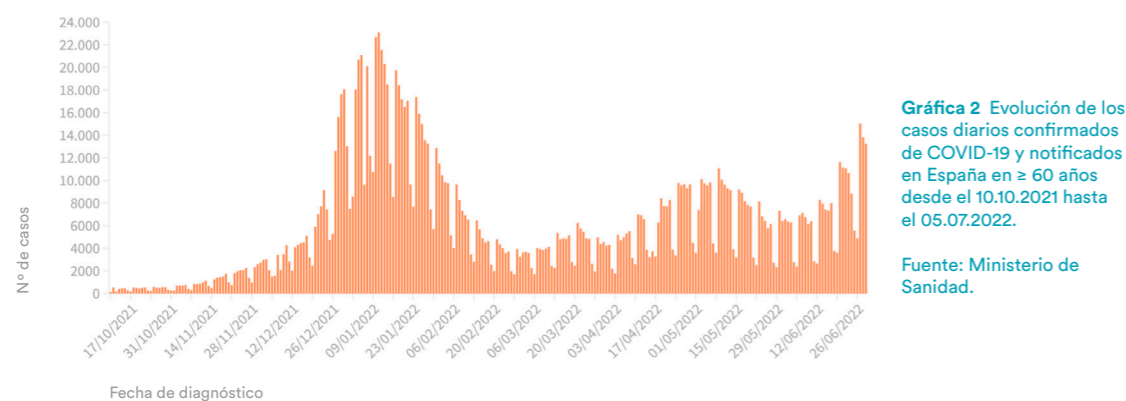
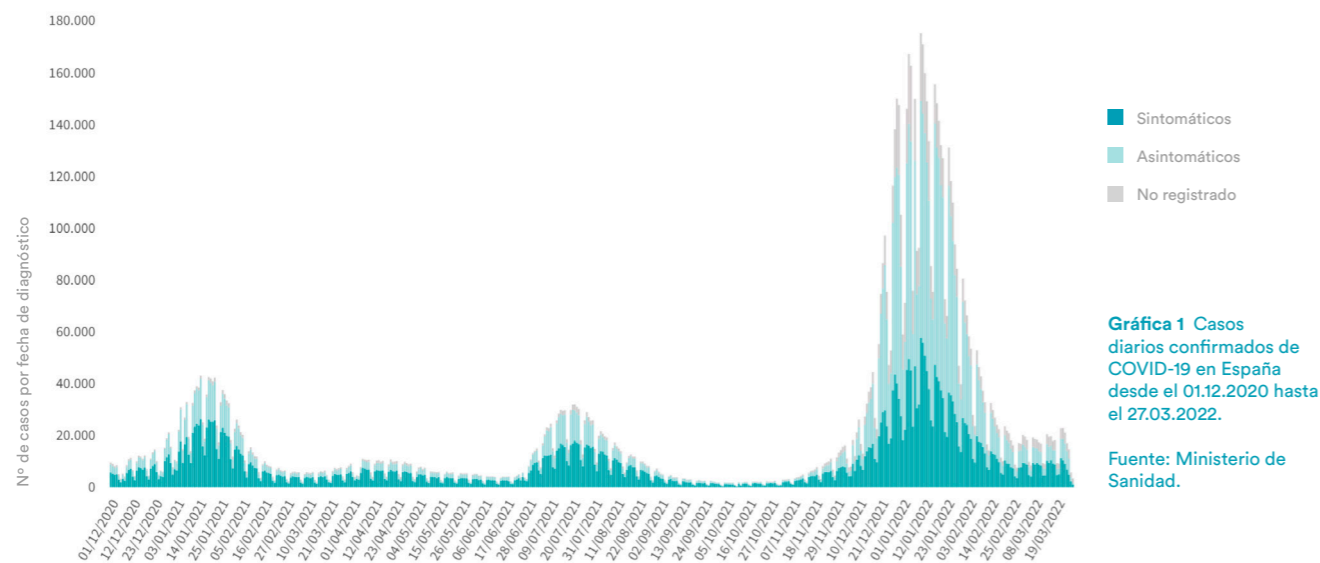
La emergencia de la pandemia de covid-19 y su evolución posterior han sido muy difíciles de asumir por el impacto

que han tenido en nuestras vidas y porque no estábamos preparados para ello. Sin embargo, había muchas señales de alerta, como el hecho de que en las últimas décadas cada vez han sido más frecuentes las zoonosis o enfermedades emergentes de origen animal. Son muchos los factores identificados con esta tendencia y buena parte dependen de los comportamientos que tenemos los seres humanos en nuestras relaciones con el resto de la humanidad, con otros animales y con la naturaleza. Entre otros, se han identificado: la deforestación y el urbanismo descontrolado, el cambio climático, las guerras y hambrunas, la globalización, el comercio de animales salvajes y silvestres, etc. No es descartable que en un futuro tengamos que hacer frente a situaciones similares a la actual, por lo que tendremos que estar preparados, o mejor aún, intentar evitarlo.

Por tanto, la información pública es importante no solo para saber qué sucede y qué hay que hacer durante un brote epidémico o una pandemia, sino que también es necesaria para tomar medidas, cambiar de actitudes e intentar frenar las situaciones que aumentan el riesgo de adquirir nuevas infecciones de origen animal. Sintamos o no el impulso de consumir información (como en los primeros meses de la pandemia), es necesario seguir informados pues estamos hablando de una amenaza seria sobre el sistema sanitario y la vida en general.

Noruega o Suecia en los que llega a un 41% y un 33% respectivamente.

La pandemia ha acelerado también la tendencia al avance de algunas redes sociales como proveedoras de información, no solo como plataformas de entretenimiento o de relación. El uso de redes como canal informativo ha sido mayor en los grupos de población menor a 25 años, los cuales no se sienten apelados por los medios tradicionales ni sienten que se les informe acerca de sus problemas cotidianos. Entre todas las redes, TikTok ha despegado como canal que llega al público más joven, incluso menor de 18 años. Como veremos más adelante, los jóvenes constituyen un grupo de población que ha sido descuidado en la comunicación de la pandemia y, por tanto, requieren de una atención especial en nuestro informe



## IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL CONSUMO DE INFORMACIÓN

Un aspecto que todavía no es muy aparente es que la pandemia y sus medidas restrictivas han tenido un impacto decisivo en el consumo de la información. Por una parte, la crisis en los medios de comunicación se ha visto agravada por la pandemia y el descenso de ventas e ingresos publicitarios. Esto ha producido más despidos en una industria que ya estaba en situación complicada antes de la pandemia y el cierre de muchas empresas.

A pesar del impacto negativo en muchos medios de comunicación, el Digital News Report de 2022 (DNR22), elaborado por el Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, constata que entre principios de 2020 y finales de 2021 se ha producido un aumento en el valor adjudicado a la información, algo que se ha plasmado en las encuestas de opinión en un aumento de la confianza en los medios de calidad, así como en el mayor número de suscripciones y consumo de pago (Newman *et al.*, 2022). En los países en los que existe un consumo maduro de medios se está expandiendo este modelo de pago por la información. Por ejemplo, *El País*, siguiendo el modelo de medios de otros entornos geográficos, levantó muros de pago en medio de la pandemia. La parte buena de esta aparente tendencia hacia el consumo de pago es que permitiría el modelo de negocio saludable necesario para disponer de los buenos profesionales, el tiempo y los recursos que exige el elaborar una buena información. El lado negativo es que las desigualdades en el acceso a la información pueden aumentar: tanto porque hay personas que no están dispuestas a pagar como porque hay otras que ni siquiera pueden hacerlo. En España, la proporción de suscripciones actualmente está en un 12%, mientras que en los 20 mercados mundiales analizados en el DNR22 la proporción media en 2020-21 ha sido de 17%, con casos como el de

## Objetivos

El *Informe Quiral 2021* tiene como misión analizar la comunicación y percepción públicas de la covid-19, continuando con la labor iniciada con el informe correspondiente al año 2020, para poder reflexionar acerca de cuáles deberían ser las mejores prácticas en materia de comunicación y de qué manera todos los actores que participan en el proceso pueden incorporar las recomendaciones. Los objetivos concretos son:

1. La agenda temática. Continuar la descripción iniciada en el Informe 2020 acerca de cómo los medios de comunicación van marcando la «agenda temática de la covid-19» y comparar la sucesión de temas y debates con las búsquedas de información en Google por parte de la ciudadanía.
2. Los jóvenes. Analizar en profundidad las opiniones, actitudes y percepciones que tiene el colectivo joven acerca de la información recibida durante la pandemia (en sus etapas iniciales y en la actualidad) y tratar de identificar aquellos aspectos susceptibles de mejora para futuras comunicaciones de alertas sanitarias.
3. Los científicos como referencias populares. Identificar quiénes han sido los científicos y sanitarios más célebres y visibles durante la pandemia y qué características han estado en la base de su popularidad.

# Metodología

En la versión íntegra del Informe se explican con más detalle las fases de la investigación, así como los diseños y metodologías empleadas.

OBJETIVO 1	Agenda temática y su relación con las búsquedas de información por parte de la ciudadanía
Estudio 1.1	<p>Diseño del estudio desde la perspectiva de la <i>agenda setting</i>.</p> <p><i>Metodología:</i> análisis de contenido de una muestra de diarios tradicionales de gran difusión, en su versión digital (<i>El País</i>, <i>La Vanguardia</i> y <i>El Periódico</i>).</p> <p><i>Período:</i> 01/01/2021 a 31/05/2022. Para datos generales y obtención de la muestra se ha utilizado la base de datos <i>My News online</i>.</p>
Estudio 1.2	Análisis de la evolución de los términos de búsqueda en Google desde dispositivos localizados en el territorio español. Para el análisis de las búsquedas se ha utilizado Google Trends y Google Ads.
OBJETIVO 2	Percepción del colectivo joven acerca de la comunicación de la pandemia de covid-19
Estudio 2.1	Aplicación de la metodología cualitativa de grupos focales. <sup>1</sup> Cuatro grupos con 36 participantes de entre 16 y 25 años de Barcelona pertenecientes a distintos colectivos.
Estudio 2.2	Cuestionario de percepción, construido a partir de los resultados de los grupos focales. Un total de 500 encuestas a jóvenes de entre 18 y 25 años representativos de las distintas CCAA.
OBJETIVO 3	Análisis de la visibilidad y <i>celebrificación</i> de científicos y sanitarios durante la pandemia
Estudio 3.1	Estudio desde la perspectiva prosopográfica de los científicos que han sido más visibles en el panorama mediático español durante la pandemia. Se identifican mediante el análisis de contenido de los medios ( <i>El País</i> , <i>La Vanguardia</i> y <i>El Periódico</i> ) y el estudio de las búsquedas en Google (Google Trends y Google Ads).
Estudio 3.2	Estudio desde la perspectiva prosopográfica de los científicos célebres en el panorama internacional. Muestra de los científicos con más visibilidad en 15 países (uno por país). Análisis a partir de su presencia en los medios. 01/01/2020 a 31/12/2020 <sup>2</sup>

Tabla 1 Resumen de las metodologías utilizadas, según cada objetivo.

1. El Estudio 1.1. analiza los resultados de la investigación «Percepciones de las personas jóvenes sobre la covid-19 y su comunicación en España» (FCT-20-16119) que ha recibido la ayuda de la FECYT – Ministerio de Ciencia e Innovación.

2. El Estudio 3.2. se ha realizado en colaboración con un grupo de investigadores de 16 países. En la actualidad, nos encontramos en fase de redacción del artículo que resume los resultados.

# Resultados

## 1. La agenda temática

La búsqueda de los términos «covid» o «coronavirus» en la base de datos My News online, centrada en los diarios que forman parte de nuestra muestra indicó un año más que la pandemia ha sido un tema de mucha cobertura mediática. Sin embargo, podemos ver que, aun siendo un tema muy popular, el número de piezas periodísticas en este periodo (enero 2021 a mayo 2022) ha sido inferior a la mitad que el correspondiente al periodo analizado en la anterior edición del Informe Quiral (enero 2020 a mayo 2021) [ver Tabla 2].

PERIODO ANALIZADO	INFORME QUIRAL 2020	INFORME QUIRAL 2021
01/01/2020 a 31/05/2021		01/01/2021 a 31/05/2022
<i>El País</i>	148749	68509
<i>La Vanguardia</i>	16386	10539
<i>El Periódico</i>	21064	10027

Tabla 2 Número de piezas periodísticas con los términos «covid» o «coronavirus» en los diarios de la muestra (incluye las ediciones generales y locales). Fuente: My News online.

A partir de esta búsqueda, realizamos una muestra operativa, eliminando las versiones repetidas en distintas ediciones locales y siguiendo la técnica de la semana construida. Cada pieza periodística constituía un registro en nuestra base de datos de la que analizamos los temas cubiertos, la introducción de tecnicismos y las citas a expertos del mundo científico y sanitario. A continuación, describimos brevemente la evolución de la agenda temática en las noticias publicadas. En la versión íntegra del informe se proporciona más detalle.

### Año 2021

**Enero a mayo.** Ver la descripción en el Informe Quiral 2020.

**Junio.** La coincidencia del fin del estado de alarma con el final del curso, la verbena de San Juan y el comienzo de las vacaciones desata la quinta ola.

**Julio.** Los jóvenes centran el blanco de la atención mediática y a menudo se les culpa del aumento de los contagios por no cumplir con las restricciones y tener bajas cifras de vacunación. El hashtag *#yomevacuno* aparece como una iniciativa para reivindicar que el



comportamiento de unos pocos no debería estigmatizar la imagen del colectivo.

**Agosto.** Debate entre el Gobierno central y algunas CCAA sobre si se debe o no bajar la guardia en vísperas de un septiembre en que se prevé la vuelta a las actividades presenciales. En Catalunya, el Govern tendrá que levantar el toque de queda por decisión del TSJ.

**Septiembre.** La variante *delta* domina en muchos países. Las vacunas muestran que pierden algo de eficacia pasados ocho meses o más, pero siguen evitando muchos ingresos y decesos. Durante este mes se retira el toque de queda en toda España.

**Octubre.** Se reduce el número de nuevos casos y se habla con frecuencia de la «*gripalización*» de la covid, proceso que la convertiría en una enfermedad estacional y común.

**Noviembre.** A pesar de que en España se han superado los 5 millones de casos notificados confirmados, la cifra



## 2. Los jóvenes

Como hemos visto en el apartado anterior, durante el verano de 2021 los jóvenes fueron culpabilizados de ser responsables del aumento de nuevos casos. La respuesta #yomevacuno y otras reacciones por parte de grupos de jóvenes visibilizando que no se puede culpar a todo un colectivo por los comportamientos de unos pocos nos llevó a tomar la decisión de estudiar este grupo más a fondo. Para ello, realizamos una serie de grupos focales en Barcelona (contamos para ello con una ayuda de la FECYT-Ministerio de Ciencia e Innovación), y a continuación realizamos un análisis de toda España mediante un cuestionario. Este se pasó a 500 personas de entre 18 y 25 años (banco de Opt-in panel), estratificadas según las CCAA, género, edad y nivel de estudios. Presentamos brevemente algunos de los principales resultados de ambos estudios (para resultados completos ver versión íntegra del informe).

### ESTUDIO CUALITATIVO: GRUPOS FOCALES

En general, la opinión de los jóvenes sobre la comunicación de la covid-19 es negativa, especialmente en lo que respecta a la imagen de su propio colectivo y en el hecho de que los medios no reflejaron sus necesidades informativas durante la pandemia. Muchos de ellos se muestran desencantados o poco atraídos por los medios tradicionales y cuando explican cuáles son sus maneras de acceder a la información, la mención a las RRSS es constante. En general, los jóvenes de los grupos focales se sienten más informados que sus padres o personas más mayores ya que ellos perciben que tienen más facilidad para acceder a la información debido al mejor manejo de las redes sociales y plataformas digitales. Existen tres temas que se repiten con mayor frecuencia: 1) poca explicación de los argumentos y datos que respaldaban las restricciones decididas durante la pandemia (se hace alusión sobre todo a las restricciones relacionadas con el transporte, la universidad y el toque de queda, y a las contradicciones que había entre ellas), 2) el impacto en la salud mental, y 3) características propias del virus y sus consecuencias, sobre todo en las primeras etapas. Recogemos aquí una pequeña muestra de algunos de los comentarios surgidos en los grupos focales.

«Creo que, en general, tanto por parte de los medios de comunicación como por parte del gobierno la información sobre las restricciones ha sido confusa. Al haber tantas diferencias entre comunidades, no quedaba claro qué podías o qué no podías hacer, cuándo cambiaban las cosas, cómo cambiaban.»

«Con cosas como el transporte público flipa, como ha dicho XX (otro participante), vamos como sardinitas y el covid sigue. A la uni, distancia y mascarilla, pero en el transporte público... ¡Vamos! Que dices, ¿cómo es posible? Parece ser un mundo aparte. O sea, esta idea de “vamos a aplicar restricciones y normas ahora sí, ahora no, ahora sí, ahora no”, me parece muy contradictoria e incompetente.»

«Hay jóvenes que hacen las cosas bien y que constantemente te estén diciendo "es que si se muere un familiar será culpa tuya". Pues no, no está bien.»

«Twitter es más para noticias que Instagram.»

«Yo utilizaba twitter sobre todo. Sobre todo, miraba el twitter del 3/24 porque es el único sitio donde se van repitiendo mucho las mismas noticias. Entonces entrabas en su perfil y, enseguida, en 3 o 4 tuits ya veías noticias de las restricciones.»

«Yo veía información en twitter que lo más probable es que se contrasta y se redacta al instante, por ejemplo, “Decretan estado de emergencia”.»

«Mis padres sí miraban mucho la tele y entonces, si cenábamos juntos o comíamos juntos, sí que ponían la tele y entonces, claro, yo iba escuchando, pero no lo hacía de forma activa.»

«La mire cuando cambiaban los confinamientos y todo esto, pero ahora la verdad es que no miro la tele, ya hace mucho tiempo que no la miro.»

«Ahora es cierto que, en la actualidad, yo personalmente dejo que me llegue la información.»

«Me da la sensación de que costaba mucho encontrar, actualizado, a julio de 2021 y de repente te salía la normativa de restricciones de abril.»

«Por ejemplo, en Canarias se publicada en el boletín oficial de la comunidad autónoma, así, un anexo de 10 páginas que, claro, eso era muy poco accesible.»

«No hemos recibido una información concreta más allá de que siempre nos culpabilizaban. Cuando abrían las discotecas y volvían a subir los casos, claro, la culpa era nuestra. Cuando las cerraban se hacían botellones, vale, culpa nuestra también.»

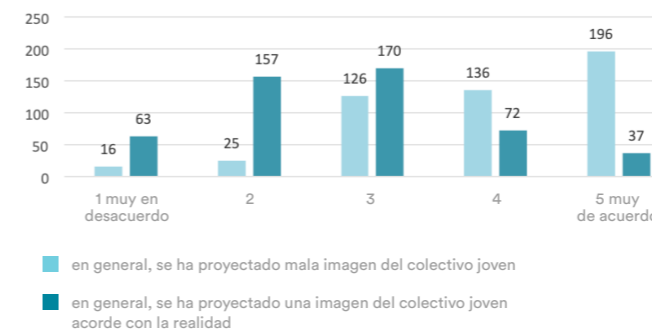
«Tu ibas caminando por la calle y quien estaba en mesas de 8 personas, sin mascarillas y todo el mundo gritando, pues no eran personas de 20 años.»

«En lugar de memes motivadores con frases filosóficas tipo “saldremos de esta”, que ya nos cansamos todos de esto, hazme un artículo de “cómo pagar tu piso si no lo estás utilizando porque no estás viviendo en el piso que has alquilado”.»

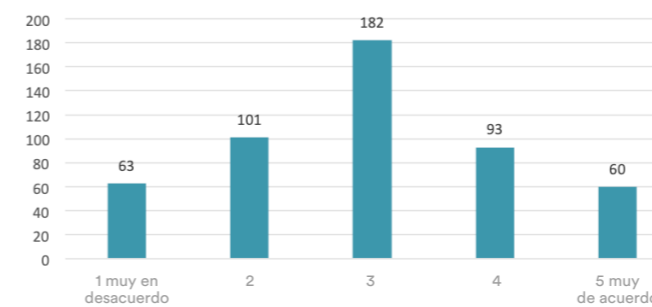
### ESTUDIO CUANTITATIVO: CUESTIONARIO A 500 JÓVENES

A partir de los resultados de los grupos focales realizados en Barcelona y otras poblaciones de Catalunya, diseñamos un cuestionario para comprobar que realmente las opiniones y recomendaciones surgidas en estos grupos eran o no representativas del colectivo joven de toda España. Presentamos algunos de los resultados principales de la encuesta.

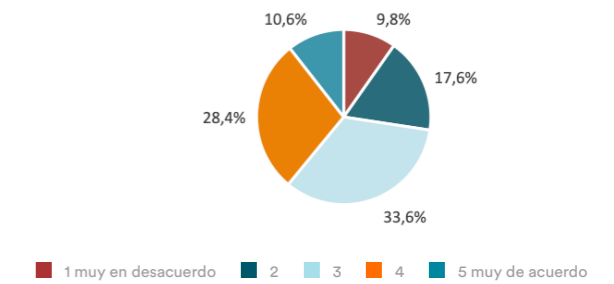
#### Qué imagen se ha proyectado del colectivo joven



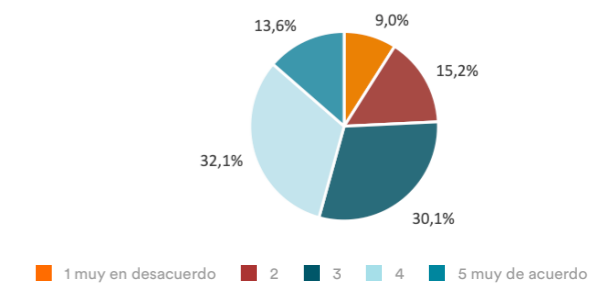
#### En las RRSS la información era de mejor calidad que en los medios de comunicación tradicionales



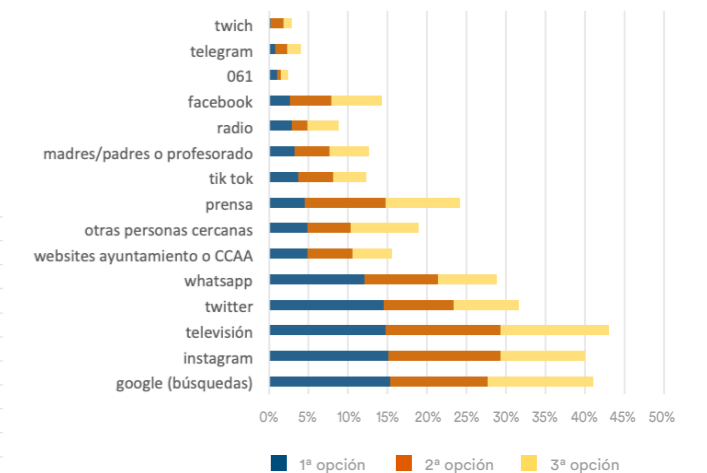
La información que me llegó de los medios me ayudó a tomar decisiones



Gracias a la información que me llegó de los medios supe qué pasaba



De las siguientes fuentes o canales de información, indica los que más has utilizado (en 1er, 2º y 3er lugar)

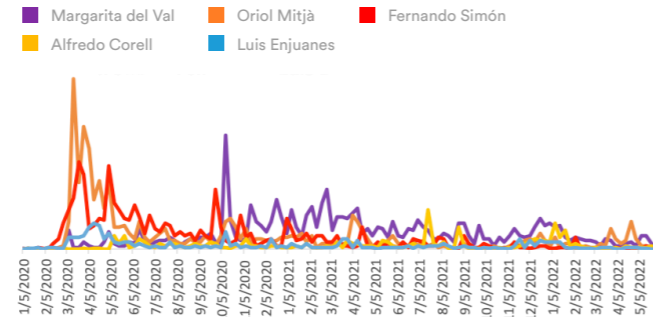


### 3. Los científicos populares

Para identificar quiénes han sido los científicos más citados en los medios de comunicación a lo largo de la pandemia utilizamos un procedimiento en varias fases, utilizando distintas herramientas.<sup>4</sup> En las gráficas, se muestra la proporción de búsquedas semanales a estos científicos, en relación con una referencia a la que Google Trends atribuye un valor 100 (la búsqueda más intensa en una sola semana de un solo científico). En nuestro análisis, el científico que consigue el **valor 100** es Oriol Mitja. Construimos un **Indicador de Visibilidad** a partir de la media proporcional de los valores semanales que Google Trends arrojaba al comparar el número de búsquedas semanales con el valor 100. Finalmente, la lista de «científicos populares en la pandemia» incluyó 26 nombres. Agrupados según el valor de su Indicador de Visibilidad quedan distribuidos de la siguiente manera:

- **Grupo A.** Con gran diferencia, los tres científicos cuyos nombres han sido más buscados en Google durante la pandemia han sido **Margarita del Val, Oriol Mitja y Fernando Simón** (sus indicadores de visibilidad media a lo largo del periodo analizado fueron de 9,1, seguido de 7,8 y 7,0, respectivamente).
- **Grupo B.** A bastante distancia del grupo A, los siguientes nombres reconocidos por Google Trends son los de **Alfredo Corell y Luis Enjuanes** (ambos con una visibilidad media de 2,3). A continuación, encontramos a científicos con una visibilidad media de entre 1,9 y 1,1: **Alex Arenas, Joan-Ramon Laporte, Bonaventura Clotet, Juan José Badiola, Daniel López Acuña y Rafael Bengoa**.
- **Grupo C.** Con indicadores de visibilidad media de 0,8 o inferiores: **Antoni Trilla, Josep Maria Argimon, Mariano Esteban, Carmen Cabezas, Adrián Aginagalde, Clara Prats, Joan Guix, Sonia Zuñiga, Magda Campins, Miquel Porta, Sonia Villapol, Ildfonso Hernandez, Xavier Querol, Ismael Huerta y Joan-Ramon Masclans**.

Finalmente, para cada uno de estos nombres se analizaron las características identificadas en la literatura acerca de los factores que contribuyen a la visibilidad pública de los científicos (ver en la versión íntegra una explicación más detallada al respecto).



- Las características más comunes entre el grupo son: la mayoría son hombres (20 de los 26 nombres de la lista, y de las 6 mujeres identificadas, 5 están en el grupo C), de edad comprendida entre 50 y 60 años, con antecedentes de presencia en los medios de comunicación previos a la pandemia y con claras habilidades comunicativas.
- Otras características identificadas en la literatura, tales como una clara reputación científica (medida aquí con sus índices h), así como la participación o iniciación de polémicas científicas dieron resultados menos constantes. Por una parte, puede haber contribuido a esta diferencia con otros estudios, el hecho de que, en una alerta sanitaria, entre los nombres se incluyan a médicos cuyo interés no tendría por qué estar relacionado con su trayectoria investigadora sino con su experiencia clínica y/o en la gestión de emergencias. Otros nombres pueden haber despertado el interés de la prensa a pesar de no cumplir con los factores anteriores.
- La presencia en redes también es variable, algunos de ellos son muy activos y cuentan con más de 100.000 seguidores, mientras que otros no tienen perfiles conocidos.

Las respectivas especialidades de los 26 científicos son también muy diversas (médicos especialistas en enfermedades infecciosas o en vacunas o en epidemiología y salud pública o en emergencias sanitarias, químicos y bioquímicos con importante trayectoria en vacunas, virólogos y microbiólogos, físicos y matemáticos con trayectoria en análisis de sistemas complejos, etc.). A pesar de la dispersión, todos ellos guardan de una u otra manera una relación clara con la investigación de la covid o su manejo.

4. Ver en la versión íntegra información más detallada respecto a este procedimiento.

## Conclusiones

En el periodo comprendido entre enero de 2021 y mayo de 2022, la covid-19 ha seguido presente en los medios pero ha pasado a ocupar un segundo plano, en comparación con lo que veíamos en el informe correspondiente al primer año de pandemia. En número de piezas periodísticas, en este segundo periodo se han publicado menos de la mitad que en el periodo anterior y el tema ya no ocupa tantas portadas como lo hizo en sus inicios. Obviamente, habría sido imposible –y poco saludable– mantener la misma presión informativa durante estos más de dos años. El principal problema radica en que se ha pasado de un extremo al otro. La caída en la cobertura mediática y las continuas referencias de los medios a la *gripalización* y la *post-pandemia* pueden haber aumentado la sensación de que la covid-19 ya no es un tema por el que haya que interesarse. Sin embargo, la comunicación y la buena información sobre la covid-19 sigue siendo tan necesaria ahora como en el momento en el que se inició la pandemia.

La reducción en la cobertura mediática se ha correspondido también con un menor interés por parte de la audiencia, algo que hemos constatado al analizar las búsquedas en Google y también en los estudios de percepción realizados a población jóvenes (grupos focales y cuestionario).

La evolución en el número de nuevos casos (que gráficamente hemos ido identificando como las diferentes olas de la pandemia) no se corresponde ni con aumentos claros en la cobertura mediática ni con un mayor interés por parte de la audiencia. Por el contrario, la pérdida del interés ha sido gradual, con algunos repuntes en cobertura y búsquedas que a menudo estaban ocasionados por noticias concretas, más que por un aumento del número de casos.

Ser hombre, de edad entre 50 y 60 años y con buenas habilidades comunicativas son las características más comunes entre los científicos más populares a la hora de

hablar sobre la covid-19, tres características que habían sido ya descritas en la literatura acerca del proceso de *celebrificación* de los científicos. Por otra parte, en el caso analizado, algunos de los científicos populares muestran una extensa trayectoria investigadora y una reputación considerable, mientras que otros no cuentan con este recorrido en investigación. En relación con su actividad en redes, algunos de los científicos populares son realmente activos, principalmente en Twitter, mientras que otros ni siquiera tienen cuentas personales reconocidas. Analizando cada uno de los casos, vemos que aquellos que a pesar de tener un menor recorrido en investigación se han constituido en voces de referencia para los medios en materia científica o bien es porque ocupan un cargo de elevada responsabilidad en la gestión de la pandemia o bien porque son muy activos en comunicación y divulgación (por ejemplo, con cifras elevadas de seguidores en redes sociales). Finalmente, una característica singular de esta pandemia es la gran diversidad en los perfiles académicos de los científicos más populares, la cual podría reflejar el hecho de que una pandemia debe ser investigada, gestionada y controlada por múltiples especialistas.

Los jóvenes (menores de 25) sienten que los medios de comunicación tradicionales no les han tenido en cuenta en sus informaciones, y que, por el contrario, han proyectado una imagen distorsionada y estigmatizada, culpabilizándolos de los malos resultados en las curvas epidemiológicas. Salvo en las etapas más duras del confinamiento, en las que los jóvenes estuvieron más expuestos a la televisión de lo que suele ser habitual en ellos, esta población recurre a las redes sociales y las plataformas digitales para informarse. En comparación con la generación de sus padres, los jóvenes creen que tienen más capacidad de encontrar la información que necesitan, pero a la vez reconocen que han perdido el interés en buscar información sobre la pandemia.

## Recomendaciones

Las principales recomendaciones que extraemos de este análisis se resumen en:

- Las enfermedades que plantean amenazas para el sistema sanitario y otros aspectos fundamentales de la vida de los individuos, a pesar de que duren mucho tiempo deberían seguir siendo de interés para los medios de comunicación y para la sociedad.
- Debemos empezar a fomentar una cultura informativa saludable: un consumo de información maduro y responsable. En cierta manera, se trata de llegar al mismo equilibrio que con el deporte: tan poco saludable es el sedentarismo como el exceso de ejercicio físico.
- Los medios de comunicación deberían fijar su atención en la gente más joven, tanto en lo que respecta a sus preocupaciones específicas como colectivo como en cuanto al lenguaje y los formatos en los que se ofrece la información.
- La administración sanitaria y la comunidad científica deberían también hacer más énfasis en su comunicación con los jóvenes, utilizando las redes más comunes para cada edad, así como incluyendo los problemas que preocupan a estos colectivos.

- Sería deseable que se hable más del impacto de la covid-19 en la salud mental, sobre todo en la población más joven, puesto que es uno de los temas a los que con más frecuencia se han referido los menores de 25 años.
- Los científicos y sanitarios que actúan como fuentes de referencia durante una pandemia o una emergencia sanitaria deben tener siempre muy en cuenta su capacidad de impacto en la sociedad.
- Es muy importante que se expliquen cómo se han seleccionado las fuentes de información puesto que en ocasiones puede haber sido por su trayectoria investigadora en campos afines, en otras por su capacidad de tomar decisiones durante la gestión de la crisis y en otras simplemente por tratarse de personas con una gran capacidad de comunicación.

## Proyecto Quiral

El **Proyecto Quiral** es una iniciativa conjunta de la Fundación Vila Casas y el Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad de la Universidad Pompeu Fabra. Su objetivo es mejorar la comunicación pública de los temas sanitarios y de investigación biomédica. Este proyecto, que se inició en 1997, nos ha permitido estudiar la evolución que ha experimentado durante estos más de veinte años la comunicación de estos temas, tanto en sus formatos como en sus contenidos. Pero la misión del Proyecto Quiral no solo es la de meros observadores, sino, sobre todo, la de proporcionar recursos y recomendaciones útiles para los distintos actores responsables de la comunicación: profesionales de la sanidad, comunicadores, asociaciones de pacientes y consumidores, representantes de la administración y de la industria, etc. El Proyecto Quiral se centra en dos tipos de acciones: el Informe Quiral y la Opinión Quiral.

El **Informe Quiral** es un análisis anual de las informaciones sobre salud y medicina publicadas en los medios de comunicación y las redes sociales. En sus inicios, este informe estudiaba las noticias de medicina y sanidad publicadas en los cinco diarios de mayor difusión en España. En el 2010, incluye distintos medios de comunicación —prensa, radio y televisión— en versión online y offline, una comparación de la comunicación en España con la de otros medios internacionales, un análisis de la información disponible en redes sociales y un estudio de los comportamientos de búsqueda de los ciudadanos. Cada Informe Quiral cuenta con una versión completa y una reducida, a modo de resumen. Ambos documentos, así como el resto de publicaciones que integran el Proyecto Quiral, se pueden descargar en formato PDF desde los sitios web de las entidades responsables del proyecto: la Fundación Vila Casas [[www.fundaciovilacasas.com/es/informe-quiral](http://www.fundaciovilacasas.com/es/informe-quiral)] y el Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad, de la Universidad Pompeu Fabra [<http://ccs.upf.edu/estudios/proyectos-activos/>]. Los temas abordados hasta ahora han sido:

- Alzheimer, 2010
- Cáncer, 2011
- Sida y VIH, 2012
- Medicina regenerativa, 2013
- Ébola, 2014
- Vacunas, 2015
- Salud mental, 2016
- Terapia génica, 2017
- Mujer y salud, 2018
- Trastornos del sueño, 2019
- COVID-19, 2020 y 2021

El Informe Quiral se complementa con **Opinión Quiral**, publicaciones que recogen los debates y conclusiones de encuentros bianuales en los que participan profesionales de la sanidad, comunicadores y otros profesionales convocados para debatir en detalle un aspecto específico que ha resultado a partir del propio Informe.



# FUNDACIÓ VILA CASAS

[www.fundaciovilacasas.com](http://www.fundaciovilacasas.com)

ESPÀIS  
VoLART  
BARCELONA

**Espais Volart**  
Ausiàs Marc, 20-22  
08010 Barcelona  
+34 93 481 79 85  
[volart@fundaciovilacasas.com](mailto:volart@fundaciovilacasas.com)

CAN  
FRAMIS  
BARCELONA

**Museu Can Framis**  
Roc Boronat, 116-126  
08018 Barcelona  
+34 93 320 87 36  
[canframis@fundaciovilacasas.com](mailto:canframis@fundaciovilacasas.com)

CAN  
MARIO  
PALAFRUGELL

**Museu Can Mario**  
Plaça Can Mario, 7  
17200 Palafrugell (Girona)  
+34 972 306 246  
[canmario@fundaciovilacasas.com](mailto:canmario@fundaciovilacasas.com)

PALAU  
SOLTERRA  
TORROELLA

**Museu Palau Solterra**  
Església, 10  
17257 Torroella de Montgrí (Girona)  
+34 972 761 976  
[palausolterra@fundaciovilacasas.com](mailto:palausolterra@fundaciovilacasas.com)

Informe  
Medicina,  
comunicación  
y sociedad  
**Quiral**  
2021