



## TÍTULO

# OBESIDAD, SEDENTARISMO Y EJERCICIO FÍSICO ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO EN LA PRENSA LOCAL ANDALUZA

## AUTORA

**Mónica Padial Espinosa**

Director  
Tutor  
Curso  
ISBN

©

©

**Esta edición electrónica ha sido realizada en 2010**

Delfín Galiano

Francisco Javier Berral de la Rosa

**II Máster en Actividad Física y Salud**

978-84-7993-194-0

Mónica Padial Espinosa

Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



## Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.5 España.

### Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

### Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
  - **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
  - **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
- 
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
  - *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
  - *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA**

**II MASTER EN ACTIVIDAD FÍSICA Y SALUD**



**OBESIDAD, SEDENTARISMO Y EJERCICIO, ANÁLISIS DEL  
TRATAMIENTO INFORMATIVO EN LA PRENSA LOCAL  
ANDALUZA**

Trabajo de investigación realizado para

la obtención del título Máster en

Actividad Física y Salud

**Mónica Padial Espinosa**

[monica.padial.easp@juntadeandalucia.es](mailto:monica.padial.easp@juntadeandalucia.es)

Tutor: Francisco J. Berral de la Rosa

## ÍNDICE

OBESIDAD, SEDENTARISMO Y EJERCICIO, ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO EN LA PRENSA LOCAL ANDALUZA .....	1
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE .....	3
ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA .....	4
OBJETIVOS .....	14
METODOLOGÍA .....	15
▪ LA FUENTE DE DATOS .....	15
▪ LA MUESTRA .....	15
▪ INSTRUMENTO EMPLEADO EN LA RECOGIDA DE DATOS .....	16
▪ DEFINICIÓN OPERATIVA DE LAS VARIABLES.....	17
RESULTADOS.....	20
▪ ANÁLISIS DESCRIPTIVO .....	20
Cabeceras .....	20
Autoría .....	21
Por meses .....	22
Por provincias .....	24
Por extensión.....	33
Por géneros.....	36
Por tratamiento.....	45
Por fuentes .....	55
Por autor.....	57
▪ ANÁLISIS CUALITATIVO .....	58
Temáticas abordadas.....	58
¿Se trata de una información contrastada?.....	87
¿Se incluye la perspectiva de género en el tratamiento de los temas?.....	87
DISCUSION .....	89
CONCLUSIONES .....	91
BIBLIOGRAFÍA .....	92

## **RESUMEN**

La obesidad, el sobrepeso y el sedentarismo son factores de riesgo de determinadas enfermedades y en la actualidad constituyen un grave problema para la salud pública. Con el análisis que se propone sobre las publicaciones de noticias y artículos en la prensa escrita local de Andalucía se pretende describir e identificar qué tipo de mensajes sobre los ítems mencionados anteriormente se registran en los medios de comunicación, así como las variables que más protagonismo tienen en estas publicaciones periodísticas.

Del estudio realizado se desprende que las informaciones relacionadas con la obesidad, el sedentarismo y el ejercicio físico se publican en mayor proporción durante el mes de junio de 2008, previo a la temporada estival; respecto al género periodístico, en su mayoría se trata de noticias y de reportajes; y en cuanto al tratamiento de las informaciones, la perspectiva de promoción de la salud y el enfoque investigador son los prismas bajo los que se publica esta temática con mayor frecuencia.

Las fuentes informativas son predominantemente públicas y de origen gubernamental, seguidas de las fuentes privadas sin ánimo de lucro. En cuanto a los subtemas abordados se incluyen la obesidad infantil, la obesidad mórbida, y aquellos que relacionan la obesidad con factores de riesgo de determinadas enfermedades y con otros conceptos más específicos como los fármacos, la alimentación saludable y las dietas de adelgazamiento, entre otros.

Con escasa presencia en los medios de comunicación analizados se encuentran las informaciones sobre los beneficios del ejercicio físico y los perjuicios del sedentarismo.

## **PALABRAS CLAVE**

Sobrepeso, Actividad Física, Medios de Comunicación, Noticias

## ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA

La obesidad y el sobrepeso constituyen uno de los principales problemas de la salud pública. Es tal el aumento de la prevalencia de obesidad entre la población que la Organización Mundial de la Salud la define como la Epidemia Global de nuestro siglo <sup>1</sup>.

Unido a este problema se detecta el aumento de la obesidad de inicio en la edad infantil, sobre todo entre las clases populares. En este sentido, en lo que respecta al reparto de los factores de riesgo para la salud, hay que señalar que, además, cuando aumentan las desigualdades sociales se incrementa la desigualdad en salud.

*“La magnitud del problema de la obesidad en España hace que se configure como un problema de primer orden en salud pública sobre el que es necesario actuar con urgencia. (...) Se trata, además, de un problema en aumento sobre el que es necesario diseñar estrategias de actuación encaminadas a la detección de individuos en riesgo, diagnóstico temprano y abordaje integral del problema”<sup>2</sup>.*

La repercusión de los estilos de vida, y en concreto, la alimentación y la actividad física en la salud y en el desarrollo o no de enfermedades como la obesidad, la diabetes, la hipertensión arterial, problemas cardiovasculares y algunos tipos de cáncer, queda fuera de toda duda. El 60 por ciento de la mortalidad y el 47 por ciento de la morbilidad en el mundo tienen su causa en enfermedades no transmisibles<sup>3</sup>.

Precisamente en el ‘Informe sobre la Salud en el Mundo 2002’ elaborado por la Organización Mundial de la Salud<sup>3</sup> se identifica la inactividad física como uno de los determinantes de riesgo para la salud de la población y de importante relevancia

en patologías crónicas, junto al bajo consumo de frutas y verduras, así como al consumo de tabaco y alcohol, entre otros comportamientos actuales<sup>3</sup>.

Un año más tarde, en 2003, la Organización Mundial de la Salud también promueve la iniciativa mundial de carácter anual denominada ‘Por tu salud, muévete’<sup>4</sup>. Esta iniciativa es el respaldo a la resolución sobre ‘Régimen alimentario, Actividad Física y Salud’ de la 55ª Asamblea Mundial de la Salud<sup>5</sup>, que en mayo de 2002 "insta a los Estados Miembros a celebrar anualmente un día bajo el lema ‘Por tu salud, muévete’ para promover la actividad física como elemento fundamental de salud y bienestar".

Según la iniciativa ‘Por tu salud muévete’, *“el sedentarismo influye en la carga mundial de morbilidad directamente o por su impacto en otros factores de riesgo importantes, en particular la hipertensión, la hipercolesterolemia y la obesidad... Aunque el sedentarismo no afecta a la salud mental y psíquica, se sabe que la participación en actividades físicas puede reducir el grado de estrés, la ansiedad y los síntomas de depresión entre las personas que sufren estos trastornos”*.

Desde Europa, el problema de la obesidad y el sedentarismo también se considera prioritario, poniéndose particularmente el acento sobre los determinantes de la salud que contribuyen al aumento del mismo. Desde hace más de un lustro, el propio Consejo Europeo viene solicitando a los Estados miembros planes que promuevan la adopción de estilos de vida saludables<sup>6</sup>.

Y para ello, entre otras estrategias, destaca la necesidad de determinar mensajes apropiados y mejorar su comunicación efectiva y de involucrar a todos los sectores en la construcción de “sensibilidad social” sobre la importancia de los estilos de vida saludables, reforzar los modelos positivos y contrarrestar la publicidad engañosa.

La Comisión Europea en su Libro Verde titulado ‘Fomentar una alimentación sana y la actividad física: una dimensión europea para la prevención del exceso de peso, la obesidad y las enfermedades crónicas’<sup>7</sup> recoge entre las principales causas de enfermedades evitables y de muerte prematuras en Europa una dieta poco sana y la falta de actividad física.

En este libro verde se presenta el análisis realizado por el Instituto Sueco de Salud Pública en el que se concluye “*que en la Unión Europea, el 4’5 por ciento de los años de vida ajustados en función de la discapacidad (AVAD) se pierden debido a una mala alimentación, mientras que un 3’7 por ciento y un 1’4 por ciento más se pierden por causa de la obesidad y la falta de actividad física*”.

En 2007, el Libro Blanco ‘Juntos por la salud: un planteamiento estratégico para la UE 2008-2013’<sup>8</sup>, entre sus objetivos estratégicos incorpora “*promover la buena salud en una Europa que envejece*”, indicando la importancia de abordar factores clave como la alimentación, la actividad física,..., para el desarrollo de un envejecimiento saludable.



En España, en 2005 se pone en marcha la Estrategia NAOS<sup>9</sup>, (Nutrición, Actividad Física, Prevención de la Obesidad y Salud), coordinada por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN) dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo. Esta iniciativa pretende sensibilizar a la población del problema que la obesidad representa para la salud, y de impulsar todas las iniciativas que contribuyan a lograr que los ciudadanos, y especialmente los niños y los jóvenes, adopten hábitos de vida saludables, principalmente a través de una alimentación saludable y de la práctica regular de actividad física.

En la citada estrategia se expone que los medios de comunicación *“pueden contribuir a divulgar mensajes claros, concretos y positivos para que los ciudadanos tengan una mejor información nutricional y para sensibilizarles sobre el impacto que para la salud tienen una alimentación adecuada, la práctica cotidiana del ejercicio físico y la detección “a tiempo” de la obesidad”*.

A nivel autonómico, el III Plan Andaluz de Salud<sup>10</sup> concreta en sus objetivos diversas líneas estratégicas vinculadas tanto al ejercicio físico como a la alimentación saludable, orientando al mismo tiempo a la intervención desde el plano de lo local y a la generación y gestión de redes sociales desde las que se promuevan y reconozcan el protagonismo de la ciudadanía en las acciones vinculadas a su salud.

De la misma forma, el Plan para la Promoción de la Actividad Física y la Alimentación Equilibrada 2004-2008<sup>11</sup> en Andalucía presenta, en un análisis transversal con los distintos Planes Integrales de Salud de la Comunidad Autónoma Andaluza, la relevancia del ejercicio físico ante la diabetes, la patología cardiovascular y la oncológica.

## Los medios de comunicación y la difusión de los estilos de vida saludables

En el abordaje de las estrategias para reducir la obesidad en nuestro medio figuran la difusión de las ventajas de las opciones saludables de vida en un lenguaje positivo a través de los medios de comunicación.

El Comité Económico y Social Europeo ha señalado la responsabilidad de la sociedad en el aumento de la obesidad en Europa y los factores que contribuyen al mismo y revisa los principales sectores e ideas para la intervención: sociedad, escolar, industria, transporte, medios de comunicación, servicios sanitarios y responsables políticos.

*“Los medios de comunicación tienen una responsabilidad importante en cuanto a facilitar información y educación, incrementar la concienciación y apoyar las políticas de salud pública en este entorno”<sup>12</sup>.*

Entre las medidas que desde organizaciones internacionales como la OMS se proponen para la prevención de la obesidad y el sobrepeso en materia de régimen alimentario, actividad física y salud figuran iniciativas relacionadas con aspectos como la educación, la comunicación y la concienciación de la población<sup>13</sup>

En este sentido, otras estrategias de carácter regional como el Plan Integral de Obesidad Infantil de Andalucía 2007-2012, señalan que *“los medios de comunicación tienen un importante papel en la promoción de la salud por medio de la divulgación*

*del conocimiento y la información actualizada, puesto que además alcanzan a todos los estratos sociales”<sup>14</sup>.*

Desde esta perspectiva, la comunicación es fundamental en cualquier acción destinada a mejorar la salud.

Según la Organización Mundial de la Salud, la Comunicación para la Salud es *“una estrategia clave destinada a informar a la población sobre aspectos concernientes a la salud y a mantener cuestiones sanitarias importantes en la agenda pública. El uso de los medios informativos y los multimedia, además de otras innovaciones tecnológicas para difundir información sobre salud entre la población, aumenta la concienciación sobre aspectos específicos de la salud individual y colectiva y sobre la importancia de la salud en el desarrollo”<sup>15</sup>.*

*“Es difícil imaginar cómo un mensaje puede lanzarse para promover elecciones saludables si no sabemos comunicarlo”, afirma Nova Corcoran<sup>16</sup>.*

Teniendo en cuenta estas dos definiciones, ¿se puede hoy en día ignorar el gran rol que juega la comunicación, entendida en su sentido más amplio, en lo que concierne a la salud de las personas?

Entre las categorías posibles de utilización de los medios de comunicación de masas para la promoción de la salud pueden destacarse los siguientes fines:

- promoción de conductas saludables

- reducción de riesgos
- protección de la salud
- educación para la salud

Tones y Green<sup>17</sup> proponen cuatro áreas para el debate sobre el uso de los medios de comunicación:

- Como una mala influencia, porque promueven conductas dañinas (respecto al tabaco, el alcohol y otras).
- Marketing de productos no saludables.
- Uso de los medios de comunicación como posibilidad para el desarrollo del marketing social.
- Vender salud versus ofrecer capacidades para elegir de forma fácil la salud.

Ahora bien, en cuanto al tratamiento periodístico que recibe la obesidad en la prensa, a nivel nacional, según el Informe Quiral<sup>18</sup>, éste responde a un “patrón crónico”, respecto a la forma de presentación de las informaciones relativas a la obesidad en las principales cabeceras de periódicos españoles: escasa relevancia a nivel mediático, sin ocupar grandes portadas o editoriales, pero eso sí, el discurso informativo sobre la obesidad es de “notable continuidad”.

## **MARCO DE REFLEXIÓN**

A continuación se describe el marco teórico en el que se inscriben los **modelos de la comunicación de los mensajes en salud.**

Un modelo para promover el cambio de conductas es el de **Creencias en Salud**<sup>19</sup>, en el que se barajan la percepción individual, los factores que influyen sobre la persona como los demográficos, sociológicos y psicológicos y el deseo de actuar (con los beneficios y barreras que se perciben).

**La Teoría de la Conducta Planificada**, una versión modificada de la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen y Fishbein<sup>20</sup>), perfila las siguientes variables a tener en cuenta:

1. Una actitud hacia un determinado comportamiento o conducta.
2. La norma subjetiva, esto es, la presión social, del ambiente, en pro o en contra de esa conducta.
3. La percepción de la persona sobre su habilidad o competencia para cambiar de conducta.

El modelo **transteórico** (de etapas del cambio, Prochaska y Diclemente<sup>21</sup>), que contempla las siguientes fases respecto al cambio: precontemplación, contemplación, preparación para el cambio, acción, mantenimiento y recaída. Frente a estos procesos de comunicación de mensajes en salud se producen otros en el entorno social que pueden favorecer o perjudicar el cambio de estilo de vida.

En Estados Unidos surge el denominado “Proceso de Cambio de Conducta” que se divide en las siguientes etapas: preconocimiento (no se conocen los riesgos ni los problemas asociados a la conducta); conocimiento (de los riesgos); decisión (se aprueba modificar la conducta), deseo (intención de hacer algo para cambiar); puesta en práctica; y propaganda (se aconseja a otros el cambio realizado por uno mismo).

Otro modelo es la matriz de Información-Persuasión (Mcguire<sup>22</sup>), que distingue tres factores que pueden influir en la decisión de una persona: externos, internos como actitudes y creencias y otros factores internos como las características demográficas, la edad, la etnia (...).

El modelo PRECEDE (Predisposing (predisponentes); Reinforcing (reforzadores); Enabling (facilitadores); Causes (causas); Educational (educacional); Diagnosis (diagnóstico) y Evaluation (evaluación) de L.W. Green<sup>23</sup>, divide los factores que influyen en la práctica de comportamientos preventivos en tres grandes bloques:

- Factores Predisponentes (información, actitudes, valores y creencias)
- Factores Facilitadores (habilidades y accesibilidad a los recursos e instrumentos para cambiar)
- Factores Reforzantes (respuesta que el medio –la pareja, grupo de iguales, la familia, los medios de comunicación) proporcionan tras la realización de la conducta saludable).

## **De la teoría a la práctica**

Citando a Corcoran<sup>16</sup>, lo que sí pueden hacer los medios de comunicación de masas es lograr una amplia cobertura; conseguir un impacto en las conductas; informar de forma simplificada; aumentar el conocimiento e incluir la salud en la agenda pública.

Lo que no pueden hacer, sin embargo, es lograr el contacto persona-persona; conseguir el cambio de conductas sin facilitar el cambio en los factores que influyen sobre la persona; informar de forma compleja; enseñar habilidades; cambiar actitudes o creencias sólidas y cambiar los factores económicos, políticos y estructurales que rodean a las personas.

Teniendo en cuenta lo anterior, no obstante, existe un espacio en el que la acción de promoción de salud de los medios de comunicación social puede ser aprovechada como una estrategia clave que puede aumentar la concienciación sobre la salud y sobre la importancia de la misma para el desarrollo de las personas y de las comunidades.

Del análisis de los mensajes que se transmiten a la población a través de la prensa general, en este caso, la de carácter local que se publica en las ocho provincias de Andalucía, puede desprenderse el “constructo” informativo que rodea el tratamiento periodístico de la obesidad, el sedentarismo y la actividad física y/o ejercicio.

Si se identifican qué tipo de mensajes pueden inducir a error en la población o, por el contrario, se alinean con las recomendaciones científicas actuales, de los que se están reproduciendo a través de los medios de comunicación, se podrá tener una valiosa información.

Y es que los medios de comunicación cobran especial importancia porque en este mundo global son una fuente de información próxima y de gran influencia para la toma de decisiones de la ciudadanía en los aspectos relacionados con la salud.

## **OBJETIVOS**

- Describir las características de las informaciones publicadas sobre la obesidad, el sedentarismo y el ejercicio físico publicadas en la prensa local de Andalucía.
- Identificar qué tipo de mensajes sobre la obesidad, el sedentarismo y el ejercicio se publican en la prensa local de Andalucía.
- Analizar estos mensajes según variables relacionadas con la salud.



## **METODOLOGÍA**

Se ha establecido un sistema de categorización de las noticias analizadas.

### ▪ **LA FUENTE DE DATOS**

Se han analizado las noticias publicadas en la prensa local de las ocho provincias andaluzas utilizando como fuente las compilaciones diarias que realiza el gabinete de comunicación de la Consejería de Salud. Se trata de copias de las informaciones tal y como se publican, sin ningún tipo de procesamiento por parte de la Consejería.

### ▪ **LA MUESTRA**

La unidad de análisis es la noticia. Para determinar el tamaño de la muestra se ha realizado un muestreo en dos etapas:

- En una primera etapa, se ha realizado un muestreo de los días del año 2008. Se ha tomado una muestra de 108 días sobre un universo de 365, lo que, para un intervalo de confianza del 95 por ciento, proporciona un error de muestreo del 4,1 por ciento. Sobre este muestreo de días, se ha realizado el promedio de noticias diarias relacionadas con la obesidad, el sedentarismo y la actividad física.

- Con un promedio diario de 3,06 noticias publicadas sobre obesidad, sedentarismo y actividad física, el universo de la muestra de noticias al año asciende a 1.117 noticias.

- En una segunda etapa, se ha estratificado la muestra por tipologías: días de fin de semana (domingo y lunes – se consideran el domingo y el lunes como festivos

dado que las noticias publicadas en ambos días de la semana corresponden a las de sábados y domingos) y días laborables (martes a sábado). Con una cuota de afijación del 28,5% para el fin de semana y el 71,42% para los días laborables.

- La muestra de noticias analizadas ha sido de 392.(IC 95%, e = 0,05)

▪ ***INSTRUMENTO EMPLEADO EN LA RECOGIDA DE DATOS***

Para realizar esta fase se ha desarrollado una *hoja de recogida de datos* (Figura 1).

Los aspectos a recoger en este cuestionario han sido los siguientes:

- Cabecera
- Provincia
- Sección
- Día
- Mes
- Año
- Título
- Subtítulo
- Información sobre obesidad, sedentarismo y/o actividad física
- Género periodístico
- Fuente
- Tratamiento
- Extensión
- Foto

- Pie de foto
- Autor

cabecera	0	genero	0
provincia	ALMERIA	fuente	0
seccion	0	tratamiento	0
día	1	extensión	0
mes	9	foto	0
año	2008	pie de foto	0
titulo	0	Autor	
subtitulo	0		
información s	0		

Figura 1: Formulario en base de Datos Access

La explotación de los datos recogidos en *programa de tratamiento estadístico (Excel)*.

#### ▪ **DEFINICIÓN OPERATIVA DE LAS VARIABLES**

Para la codificación de las variables en estudio se han utilizado las siguientes definiciones operativas, recogidas por meses y provincias:

- Cabecera: Nombre de la publicación en la que aparece la noticia
- Provincia: Provincia andaluza en la que se ha publicado
- Sección
- Día : laborable o festivo
- Mes: Mes del año en el que figura la noticia
- Año

- Título
- Subtítulo
- Información sobre obesidad, sedentarismo y/o actividad física
- Género periodístico: Tipo de información al que pertenece la noticia según la siguiente clasificación:
  - Noticia
  - Reportaje
  - Entrevista
  - Crónica
  - Columna de opinión
  - Fotonoticia
- Fuente
- Tratamiento/enfoque: Punto de vista desde el que es abordada la información
  - Informativo / general
  - Promoción de la Salud
  - Prevención
  - Asistencial
  - Investigación
  - Epidemiológico
- Extensión : Espacio ocupado por la noticia y clasificado como las siguientes categorías:
  - 1 media columna
  - 2 medias columnas
  - 3 medias columnas
  - 4 medias columnas

- 5 medias columnas
  - 1 columna
  - 2 columnas
  - 3 columnas
  - 4 columnas
  - 5 columnas
  - 1 página
  - 2 páginas
- Foto. Si la información está ilustrada por foto o gráfico.
- Pie de foto: Recogida del texto que da nombre a la foto.
- Autor:
  - Agencia
  - Redacción
  - Periodista redacción
  - Columnista
  - Corresponsal
  - Fotógrafo
  - Lector

## RESULTADOS

### ▪ ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Se han analizado 36 cabeceras. La distribución de las informaciones ha sido la que figura en la tabla 1:

#### Cabeceras

Tabla 1

Cabecera	Número de informaciones	Porcentaje
ABC	2	1,0%
ABC CÓRDOBA	2	1,0%
ABC SEVILLA	14	7,0%
ADN SEVILLA	1	0,5%
ALMERÍA ACTUALIDAD	6	3,0%
CÁDIZ INFORMACIÓN	2	1,0%
DIARIO ADN SEVILLA	1	0,5%
DIARIO CÓRDOBA	5	2,5%
DIARIO DE SEVILLA	6	3,0%
DIARIO JAÉN	4	2,0%
EL CORREO DE ANDALUCÍA	8	4,0%
EL DÍA DE CÓRDOBA	8	4,0%
EL MUNDO	2	1,0%
EL MUNDO (ANDALUCÍA)	1	0,5%
EL MUNDO HUELVA	1	0,5%
EL MUNDO SALUD	2	1,0%
EL PAÍS	6	3,0%
EUROPA SUR	1	0,5%
FARO INFORMACIÓN	2	1,0%
GRANADA HOY	6	3,0%
HUELVA INFORMACIÓN	3	1,5%
IDEAL DE ALMERÍA	6	3,0%
IDEAL DE GRANADA	5	2,5%
IDEAL DE JAÉN	4	2,0%

<b>Cabecera</b>	<b>Número de informaciones</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>LA OPINIÓN DE GRANADA</b>	1	0,5%
<b>LA OPINIÓN DE MÁLAGA</b>	3	1,5%
<b>LA RAZON</b>	1	0,5%
<b>LA RAZÓN (SEVILLA)</b>	2	1,0%
<b>LA VOZ</b>	1	0,5%
<b>LA VOZ DE ALMERÍA</b>	6	3,0%
<b>METRO SEVILLA</b>	1	0,5%
<b>ODIEL INFORMACIÓN</b>	1	0,5%
<b>PUBLICICO</b>	1	0,5%
<b>QUÉ SEVILLA</b>	6	3,0%
<b>SUR</b>	3	1,5%
<b>Sur.es</b>	1	0,5%

## **Autoría**

Las informaciones fueron redactadas por diferentes autores, siendo las más frecuentes las redactadas por periodistas de la redacción (65%), seguidas de las procedentes de agencias (29,6%), según figura en la Tabla 2:

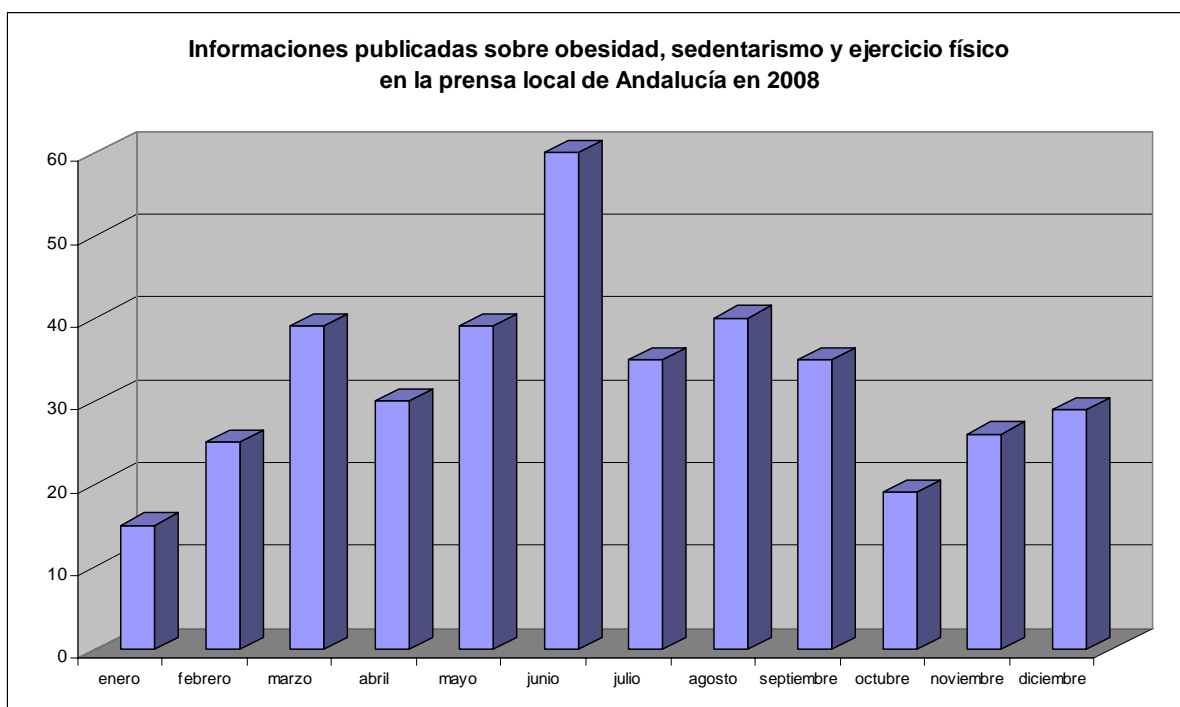
Tabla 2

<b>Autor</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Agencia</b>	29,6%
<b>Autor</b>	3,2%
<b>Columnista</b>	0,8%
<b>Corresponsal</b>	0,8%
<b>Fotógrafo Redacción</b>	0,8%
<b>Lector</b>	0,8%
<b>Periodista Redacción</b>	44,8%
<b>Redacción</b>	19,2%
<b>Total</b>	100,0%

## Por meses

Por meses, las informaciones que se publicaron en 2008 en la prensa local de Andalucía sobre las temáticas de obesidad, sedentarismo y ejercicio físico registran un pico al alza en el último mes del primer, segundo y cuarto trimestre del año, tal y como puede apreciarse en el gráfico 1.

Gráfico 1



Así pues, desde que comienza 2008, la tendencia es alcista en la publicación de este tipo de informaciones, siendo marzo el mes del primer trimestre en el que más se registran.

En el segundo trimestre, es el mes de junio el que registra, con diferencia, el mayor aumento en el número de informaciones publicadas sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico. Un argumento que podría explicar esta tendencia es la proximidad de las vacaciones estivales, considerándose junio la antesala del verano. Pero lo



importante es que la información no es constante y que tiene oscilaciones. También otro hallazgo es que no se utiliza esta información para rellenar el “vacío informativo estival” ya que el pico aparece en junio, no julio ni agosto.

En el cuarto trimestre, esta tendencia se repite en los tres últimos meses de 2008, siendo diciembre el mes que más informaciones sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico registra en este período.

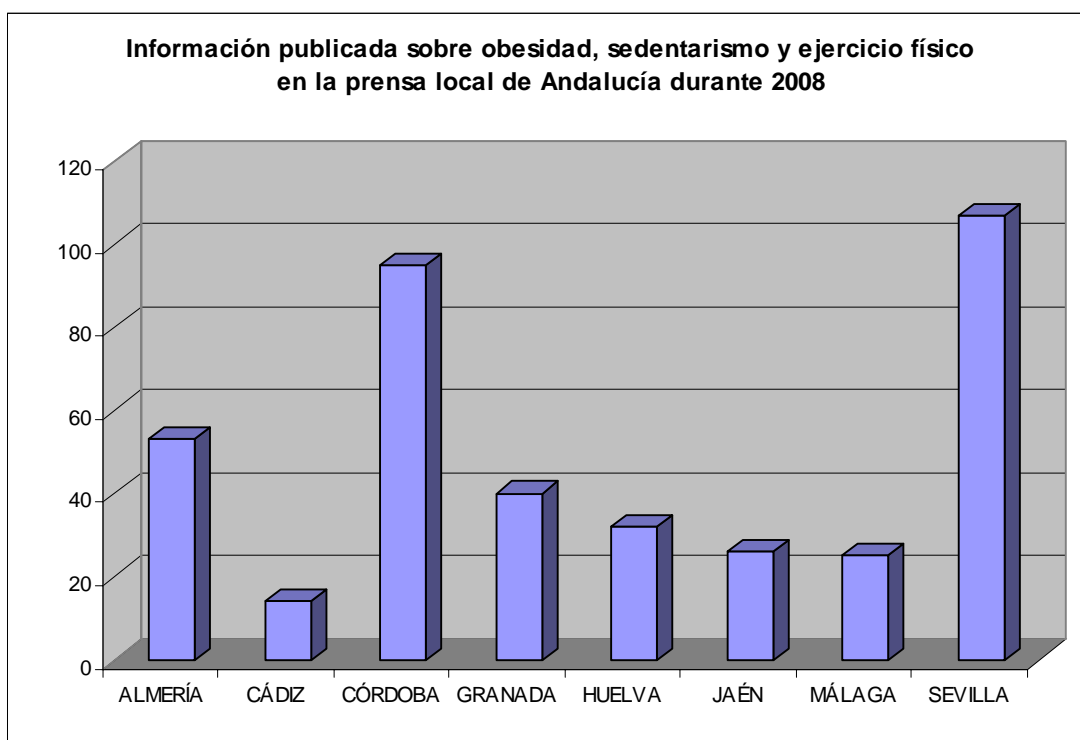
La única excepción a esta tendencia al alza en cada uno de los trimestres es la del tercero, en el que es en el segundo de los tres meses, agosto, cuando se publican más informaciones.

## Por provincias

Por provincias (Gráfico 2), respecto a las informaciones publicadas sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico en 2008, son dos las que destacan sobre el resto: Sevilla y Córdoba, seguidas de Almería, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Cádiz.

En la lectura de este gráfico hay que tener en cuenta, no obstante, que Sevilla es la provincia que presenta más cabeceras de periódicos locales frente al resto de provincias andaluzas, por lo que se considera que el mayor número de informaciones publicadas sobre estas temáticas debe tenerse en cuenta en proporción también al número de medios de periodismo impreso que operan en cada provincia.

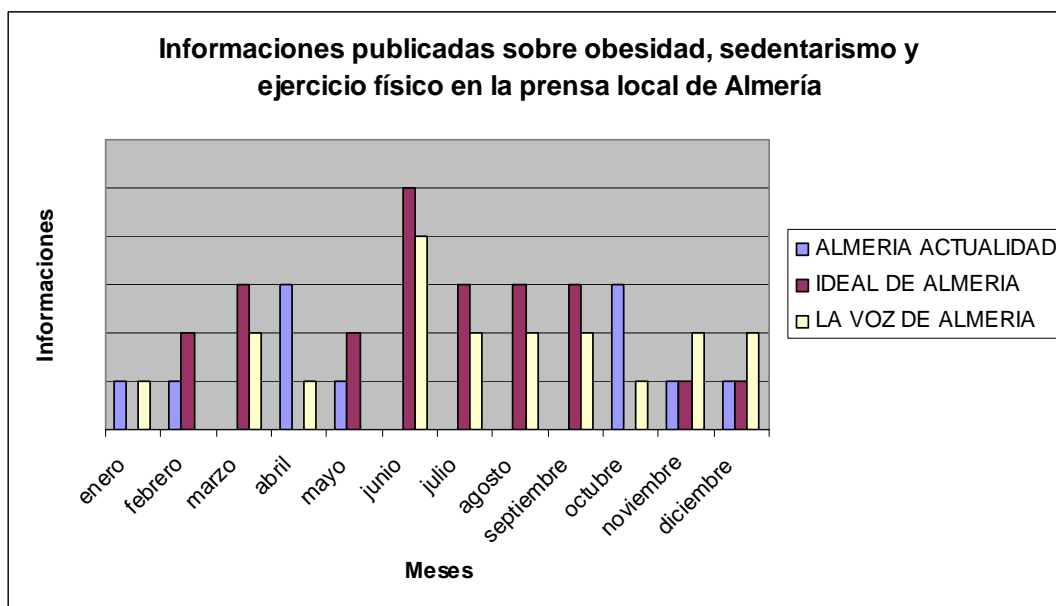
Gráfico 2



El número de informaciones publicadas sobre los temas objeto de estudio se ha analizado también por cabeceras de periódicos a nivel provincial.

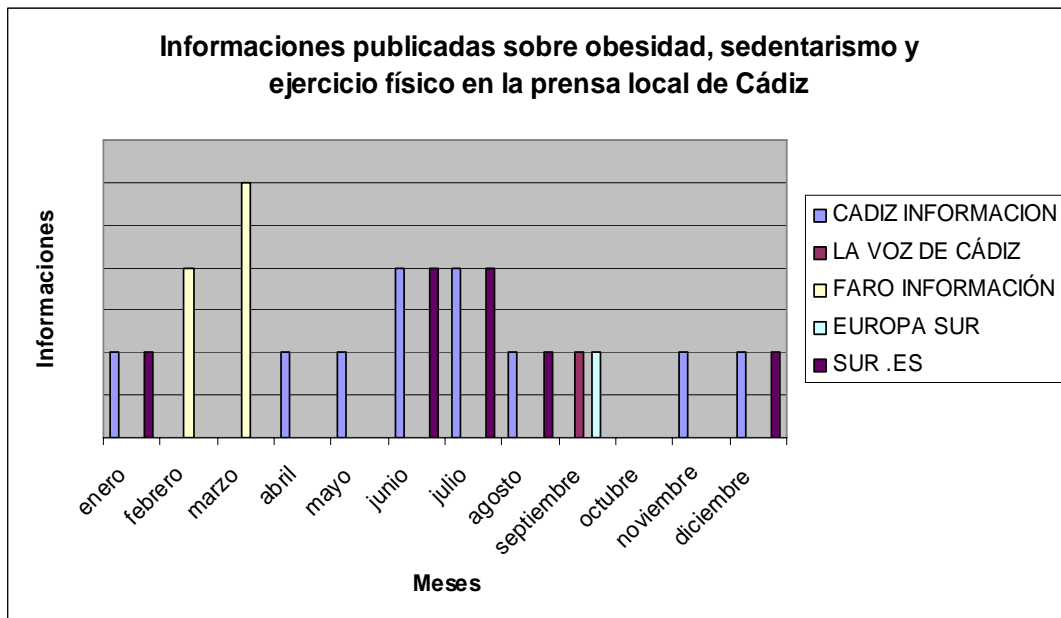
En **Almería** (Gráfico 3), la cabecera que presenta una mayor predominancia de estos temas es ‘Ideal de Almería’, en siete meses del año, respecto a sus otros dos competidores, registrando el pico de más informaciones publicadas en junio, el mismo mes que en la media andaluza.

Gráfico 3



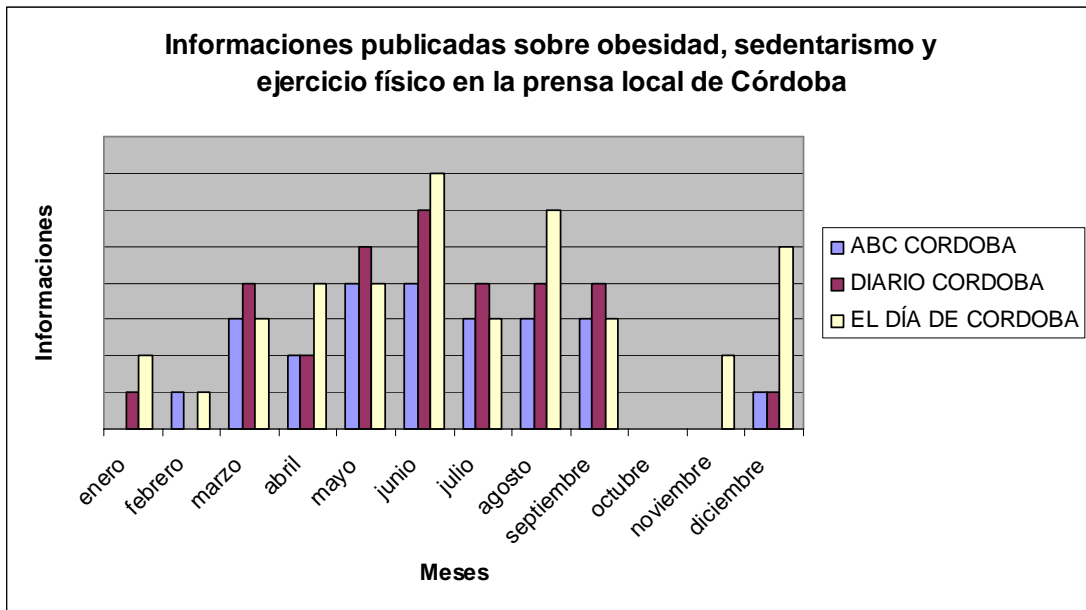
En **Cádiz** (Gráfico 4) se han analizado las noticias publicadas sobre los temas objeto de estudio en 5 cabeceras, que operan en la provincia de Cádiz, incluyendo el Campo de Gibraltar. Los resultados son de carácter desigual, pues, si bien el mayor pico lo registra ‘Faro información’ en el mes de marzo, a nivel general es el diario ‘Cádiz información’ el que publica más informaciones de este tipo, de forma constante a lo largo de todo 2008.

Gráfico 4



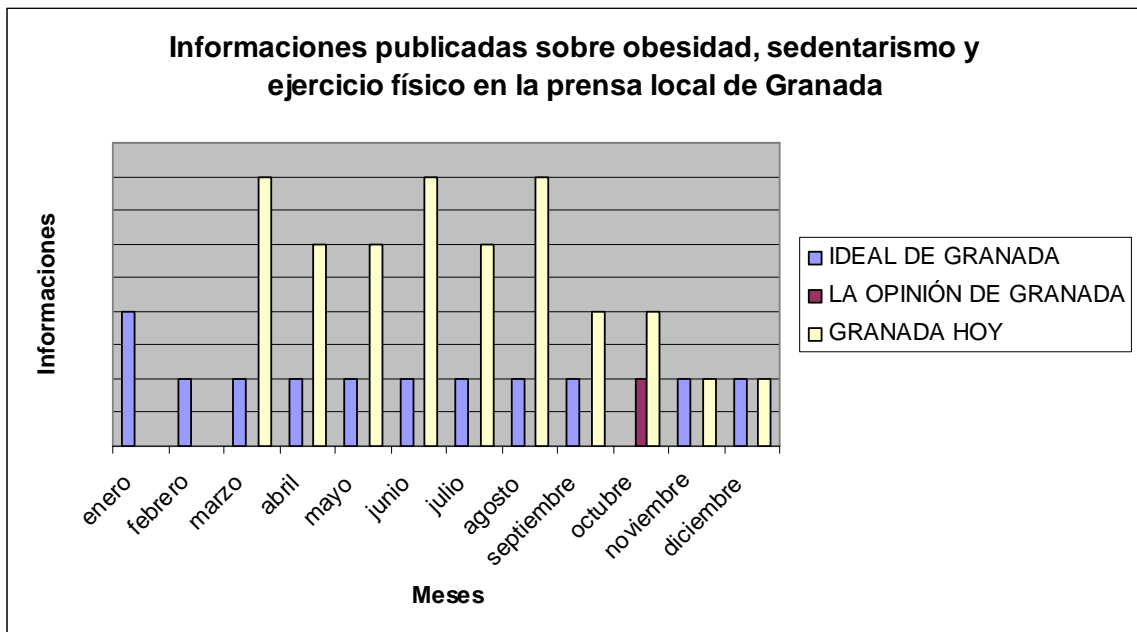
En la provincia de **Córdoba**, es el periódico ‘El Día de Córdoba’ el que registra un mayor número de informaciones publicadas, de media, a lo largo de los 12 meses del año, y también es esta cabecera la que presenta el pico máximo en el mes de junio.

Gráfico 5



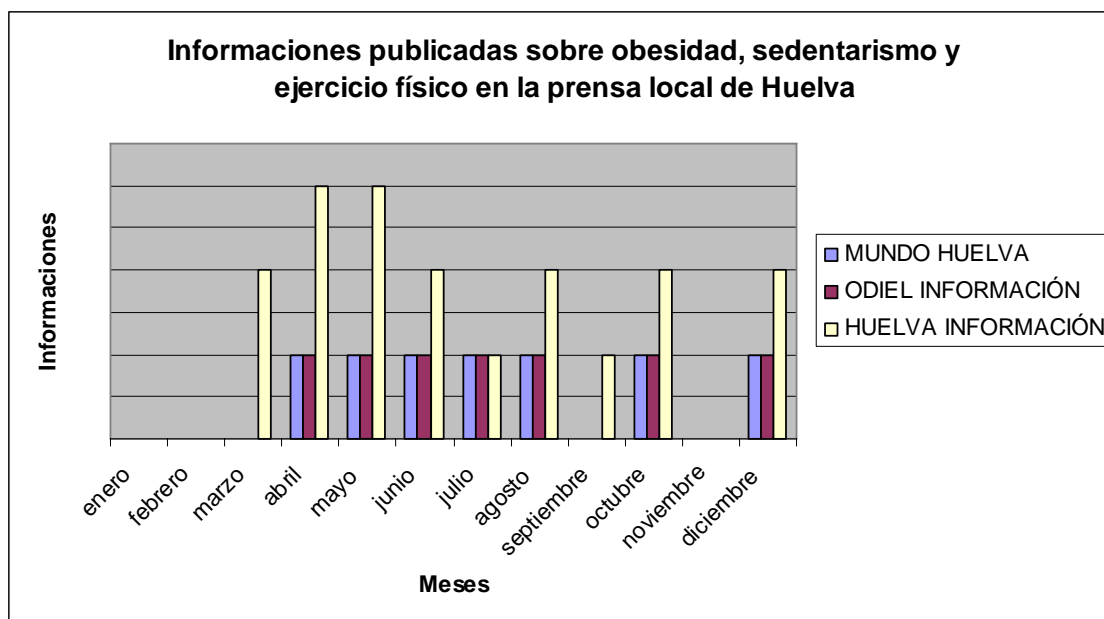
En **Granada** (Gráfico 6) se registra una de las instantáneas más irregulares de todo el estudio, siendo la cabecera ‘Granada Hoy’ la que dedica más espacio en sus páginas para la publicación de informaciones sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico. En esta provincia, se registran tres picos altos: marzo, junio y septiembre, en el periódico antes citado. Le sigue a distancia el ‘Ideal de Granada’, que refleja una tendencia constante de publicación, aunque mucho menor en volumen.

Gráfico 6



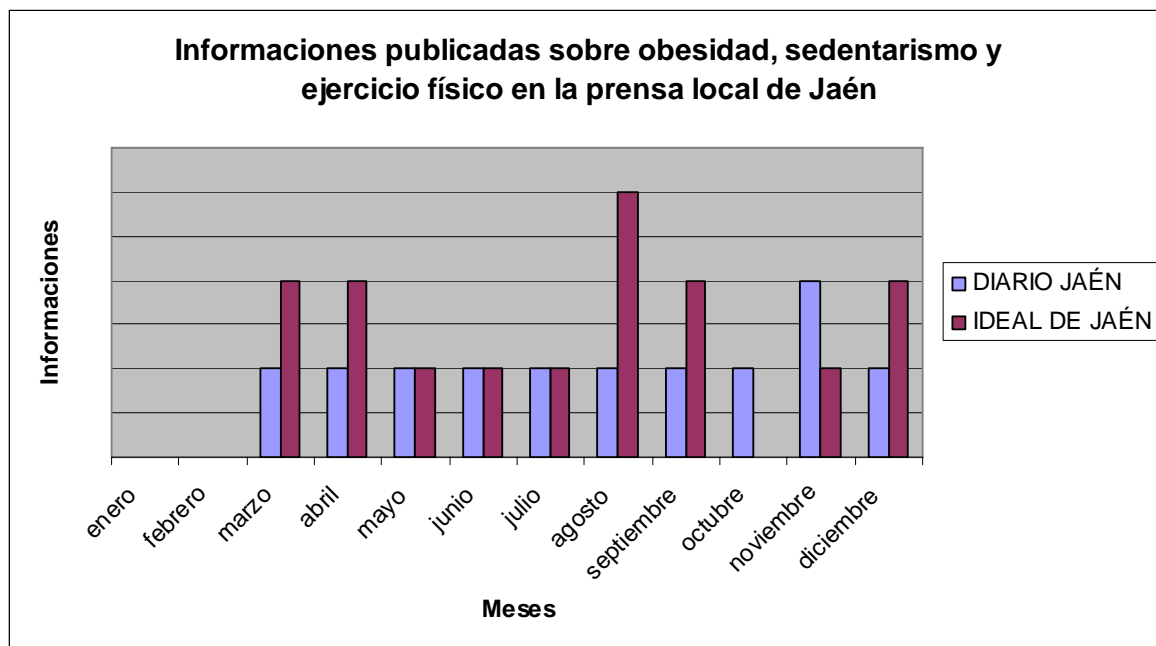
En **Huelva** (Gráfico 7), el primer trimestre del año registra una ausencia total de informaciones sobre las tres temáticas propuestas para el análisis, siendo la cabecera de ‘Huelva Información’ la que presenta un mayor número de informaciones publicadas a este respecto a lo largo del año.

Gráfico 7



**Jaén** (Gráfico 8) es la provincia en la que se han analizado sólo dos cabeceras: ‘Diario de Jaén’ e ‘Ideal de Jaén’, siendo éste último periódico el que registra un mayor número de informaciones publicadas sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico, con un pico más alto en el mes de agosto, al contrario que a nivel autonómico.

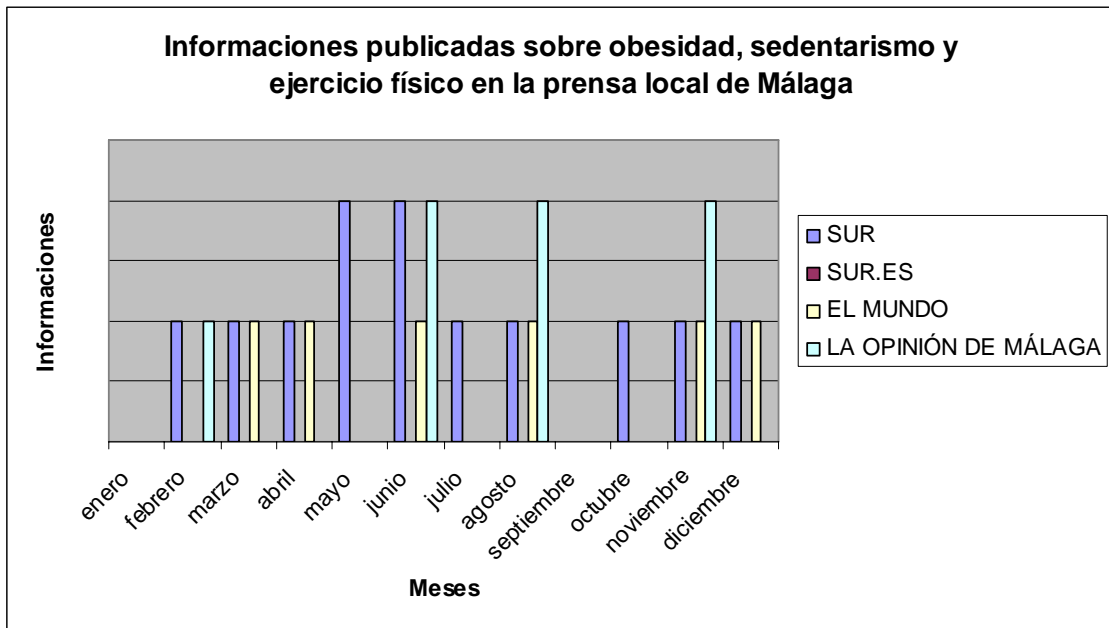
Gráfico 8





En **Málaga** (Gráfico 9), la primera panorámica que nos ofrecen las informaciones publicadas en las 4 cabeceras analizadas también es desigual, registrándose, no obstante, una mayor constancia en la publicación de este tipo de noticias en el periódico ‘Sur’, seguido muy de cerca por ‘La Opinión de Málaga’.

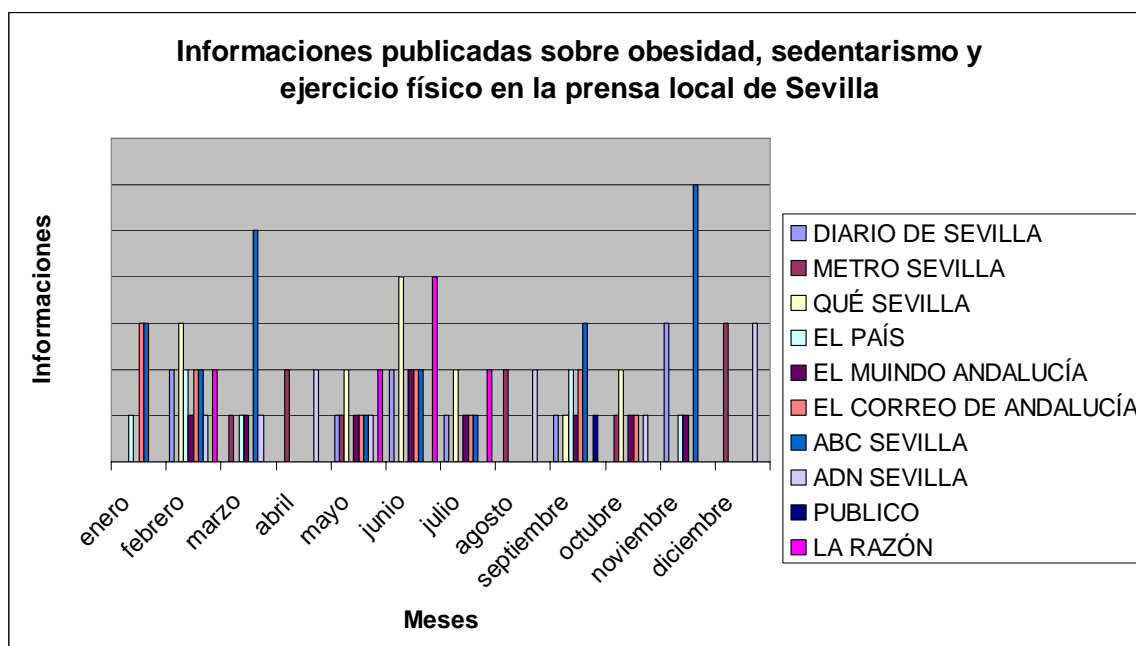
Gráfico 9



En este análisis desglosado por provincias, es **Sevilla** (Gráfico 10) la que registra un mayor número de cabeceras estudiadas, un total de 10, de las que 5 también se distribuyen en el resto del territorio de Andalucía. No obstante, en este análisis se han considerado sólo aquellas noticias que se ceñían al ámbito de lo local, por considerar que algunas ediciones de diarios realizan separatas por provincias (El Mundo Andalucía, ABC o La Razón, por ejemplo).

‘ABC Sevilla’ y ‘La Razón’ son dos de las cabeceras que más constancia y abundancia de informaciones sobre la temática de estudio registran a lo largo de los meses del año. También hay que destacar que los meses de febrero, mayo, junio, julio y septiembre registran una mayor presencia de informaciones en las cabeceras estudiadas. En estos meses, junto a las dos cabeceras anteriormente mencionadas, el diario gratuito ‘Qué Sevilla’ también es uno de los que más informaciones publican sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico.

Gráfico 10



## Por extensión

La extensión es un aspecto muy importante a considerar en este análisis, ya que de ésta se desprende la importancia que otorga cada medio a la información. Así, las informaciones analizadas se han clasificado, según la extensión, en las siguientes categorías: media columna, 2 medias columnas, 3 medias columnas, 4 medias columnas, 5 medias columnas, 1 columna, 2 columnas, 3 columnas, 4 columnas, 5 columnas<sup>1</sup>, 1 página y doble página.

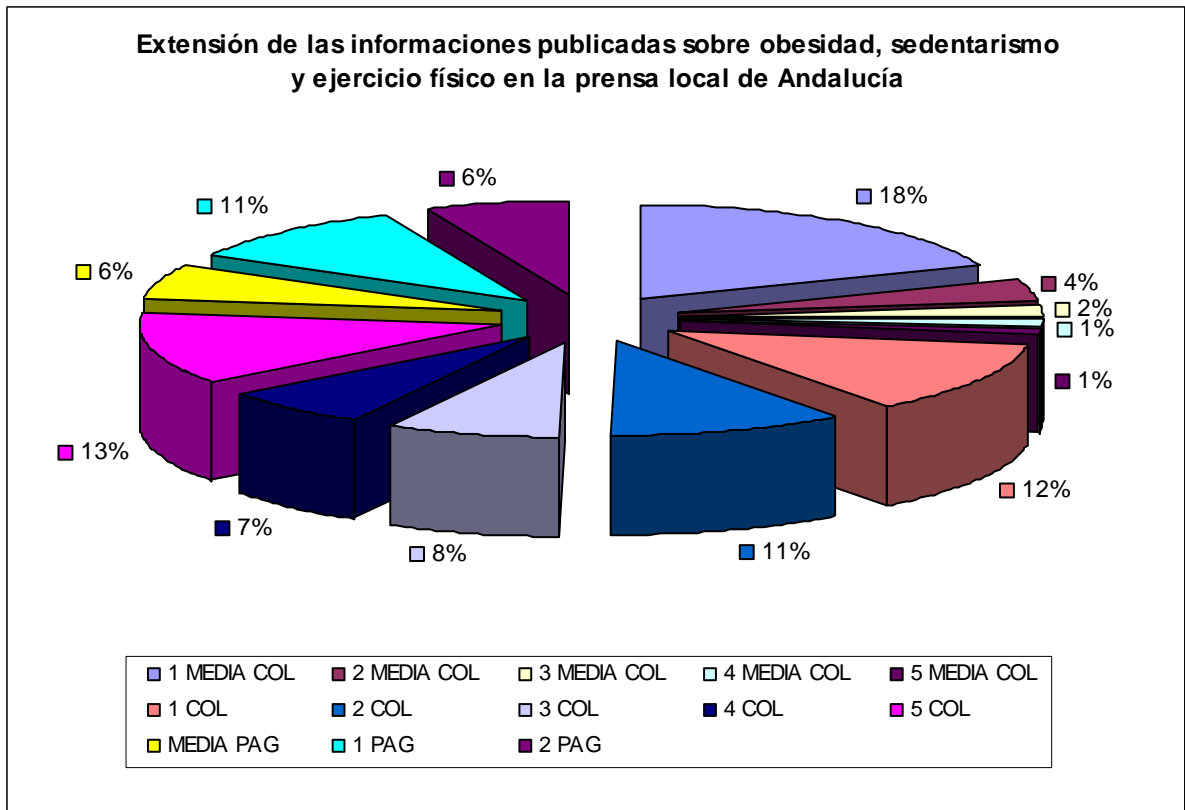
En el Gráfico 11 puede apreciarse cómo las informaciones publicadas a media columna representan el 18% del total, seguidas de las informaciones a 1 columna (12%); a 5 columnas (13%); a 1 página y a 2 columnas (con un 11% respectivamente); a 3 columnas (8%), a 4 columnas (7%) y a media página y a doble página (6%).

Puede observarse cómo un 24 % de las informaciones han ocupado media página, una página y doble página, lo que traduce una cierta importancia concedida desde el punto de vista periodístico a los temas abordados.

---

<sup>1</sup> La diferencia entre las informaciones publicadas a 5 columnas y a página entera, es que las primeras llevan un faldón inferior de publicidad de 1 módulo.

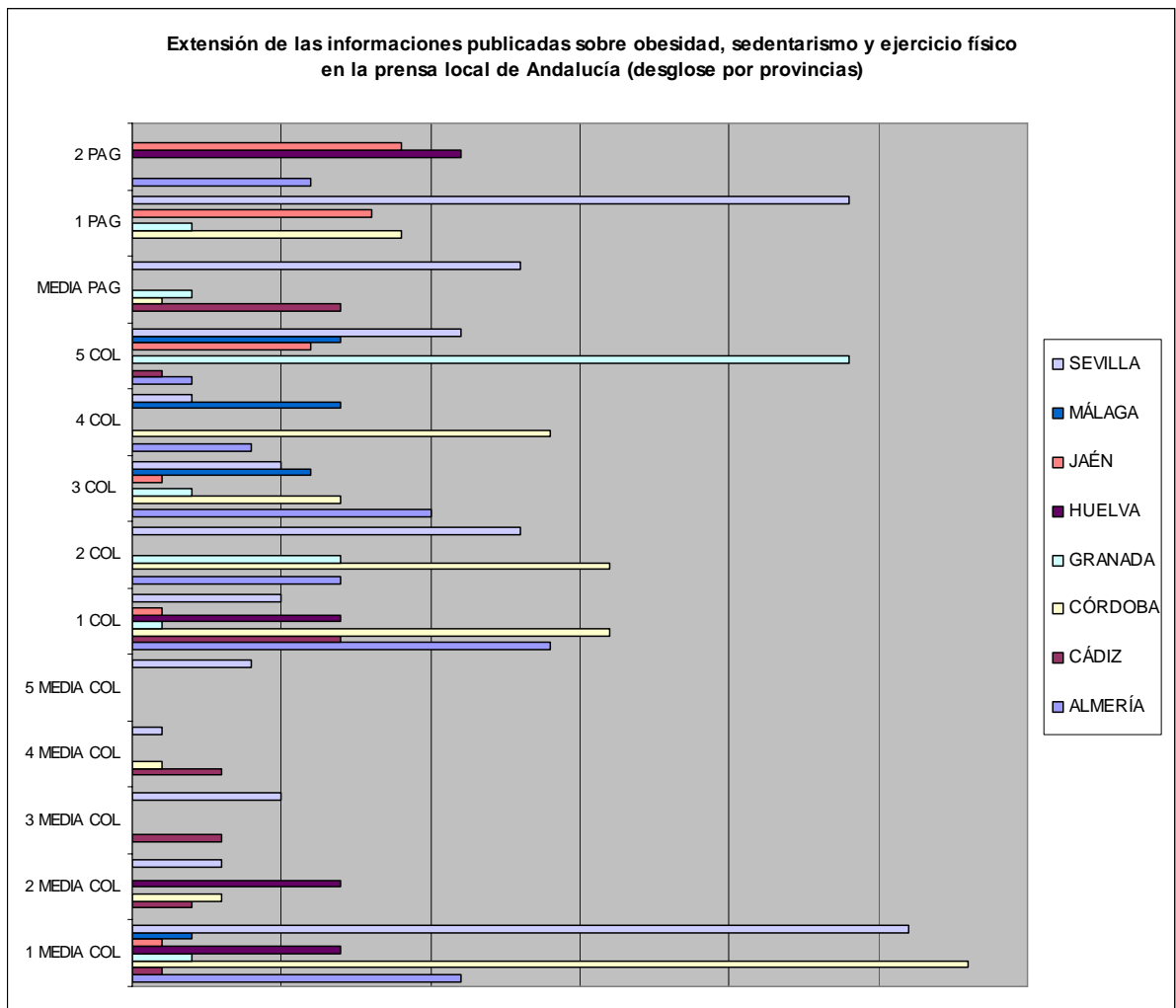
Gráfico 11



En el gráfico 12 se puede observar, por provincias, la extensión de las informaciones publicadas sobre la temática objeto del presente análisis.

Sevilla registra los picos más altos en cuanto a informaciones publicadas a página entera, mientras que en Granada se han publicado más informaciones a 5 columnas, y en Córdoba, más informaciones a media columna.

Gráfico 12

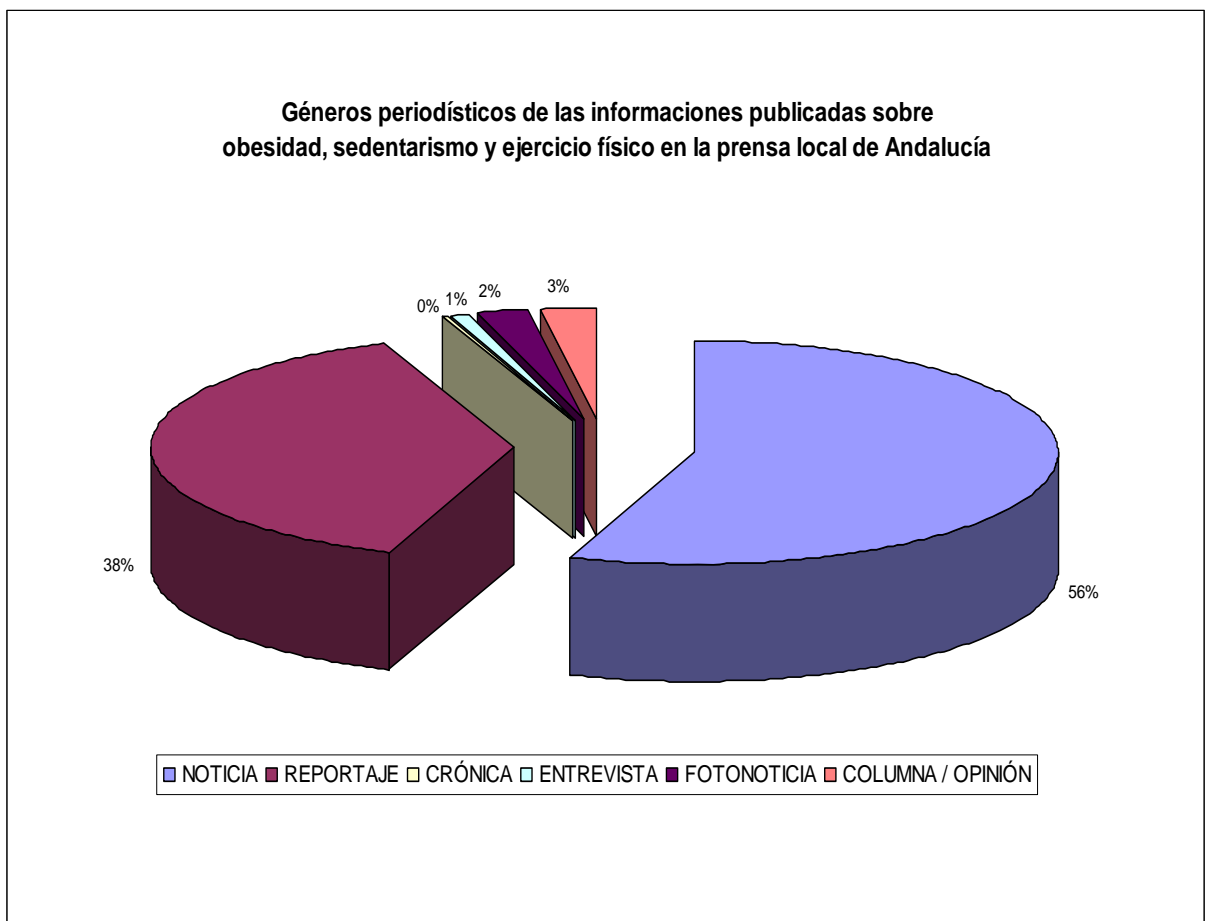


Considerar la extensión de las informaciones como una variable puede ofrecer resultados interesantes, cuando se comparan con el tipo de géneros periodísticos utilizados a la hora de escribir sobre este tipo de temáticas.

## Por géneros

En líneas generales, la prensa local de Andalucía aborda los temas de obesidad, sedentarismo y ejercicio físico de forma predominante en dos géneros periodísticos (gráfico 13): la noticia (56%) y el reportaje (38%). A mucha distancia le siguen la columna de opinión (3%), la fotonoticia (2%), la entrevista (1%) y la crónica, sin representación alguna.

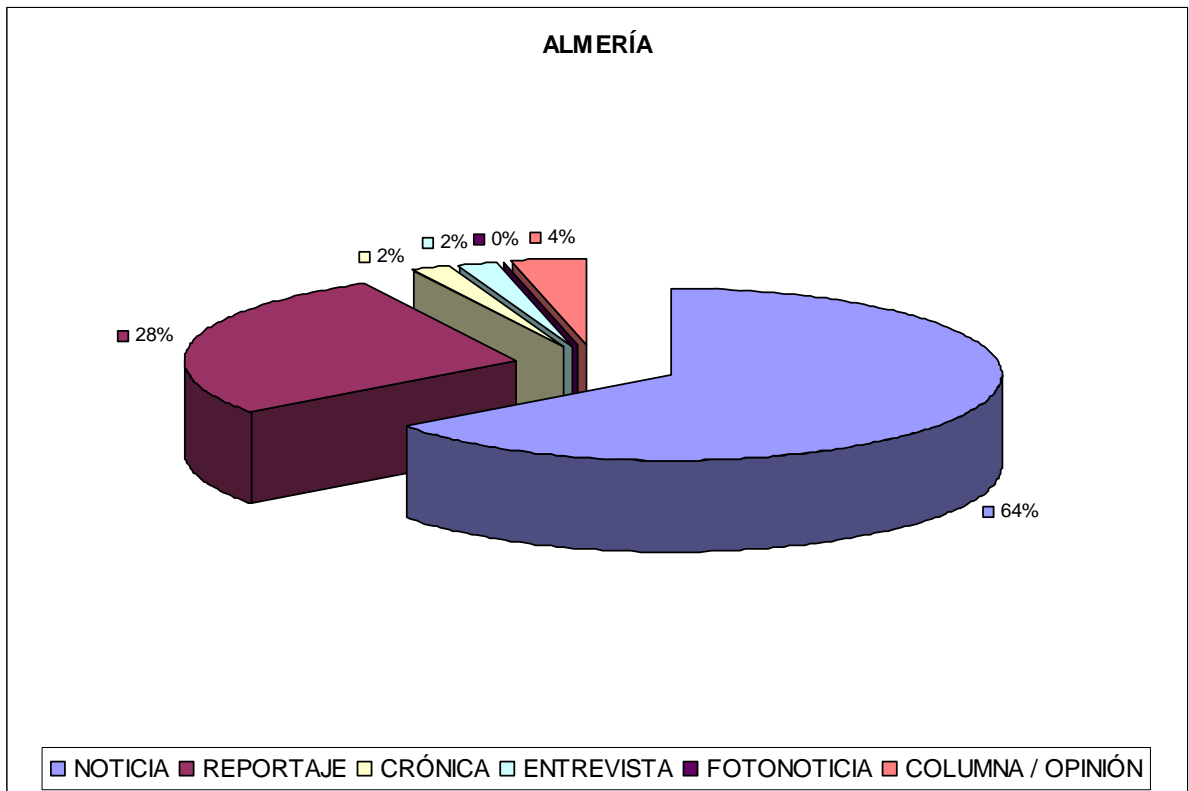
Gráfico 13



A continuación, podemos observar cómo es la noticia, el género periodístico predominante en la prensa local andaluza al abordar informaciones de este tipo, excepto en el caso de las provincias de Granada, Huelva y Jaén.

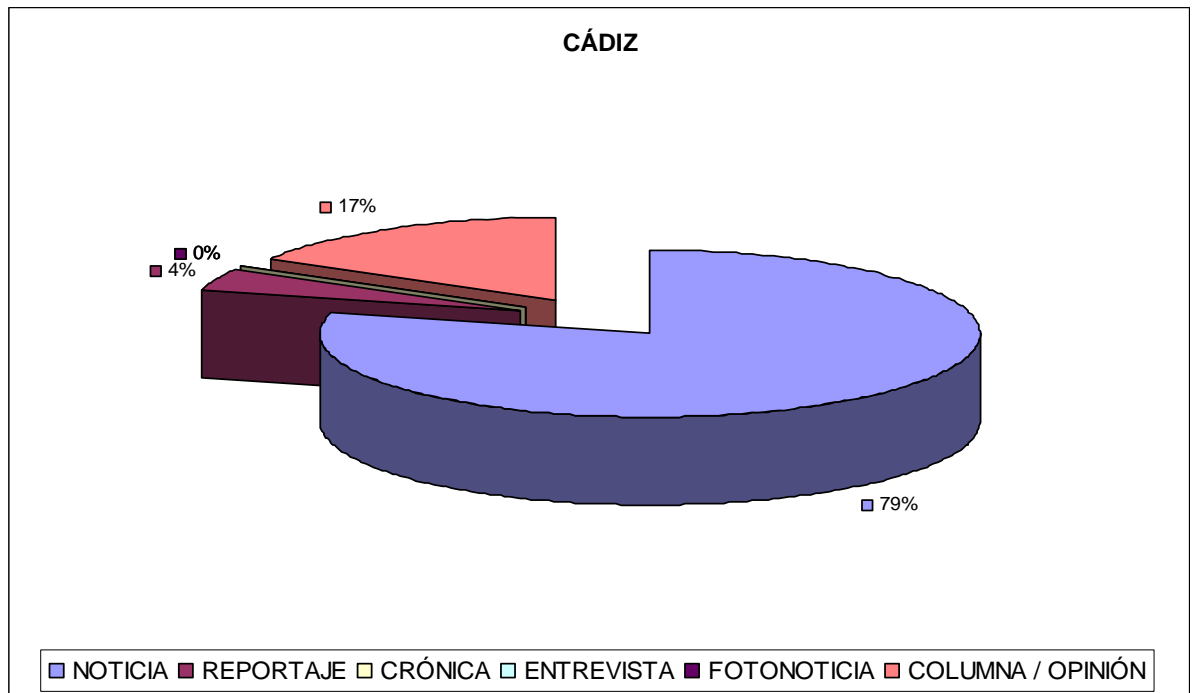
Así, en **Almería** (gráfico 14), el 64% de las informaciones publicadas pertenecían al género de la noticia, seguidas del reportaje (28%), la columna de opinión (4%), y la entrevista y la crónica, con un 2%, respectivamente.

Gráfico 14



En **Cádiz** (gráfico 15), al género de la noticia pertenecen el 79% de las informaciones publicadas, seguido de la columna de opinión (17%) y del reportaje (4%).

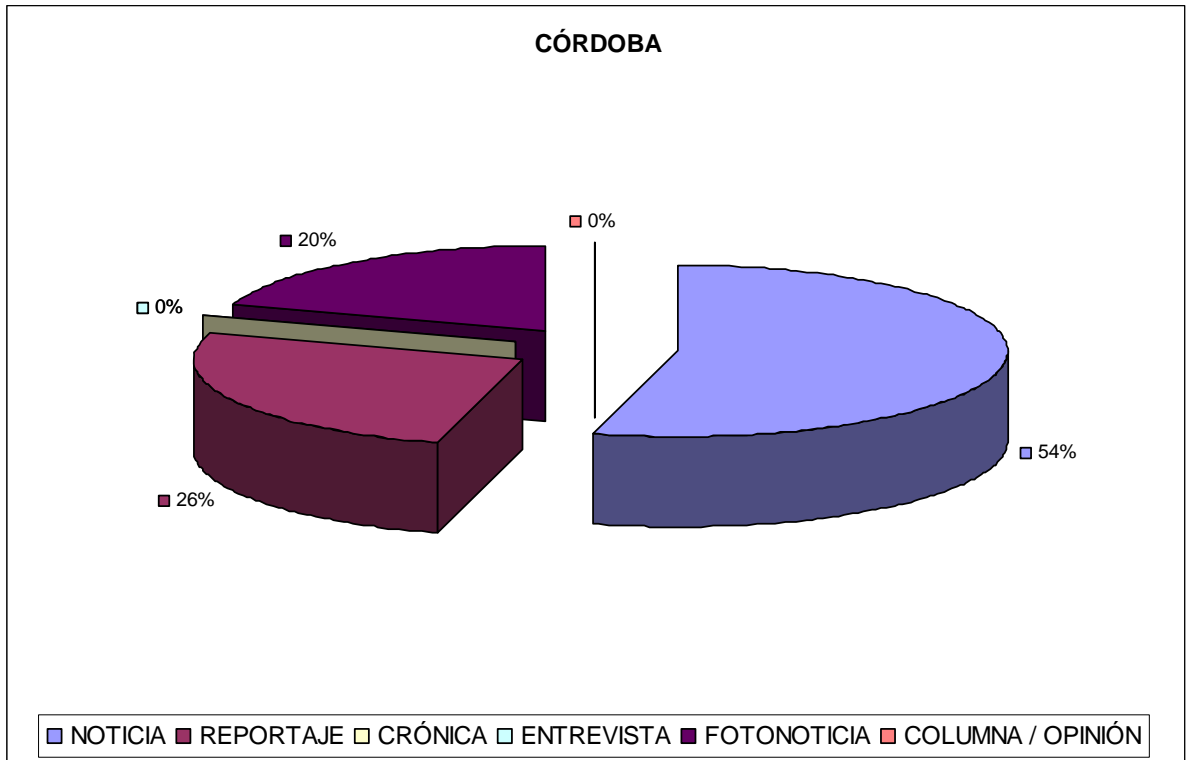
Gráfico 15





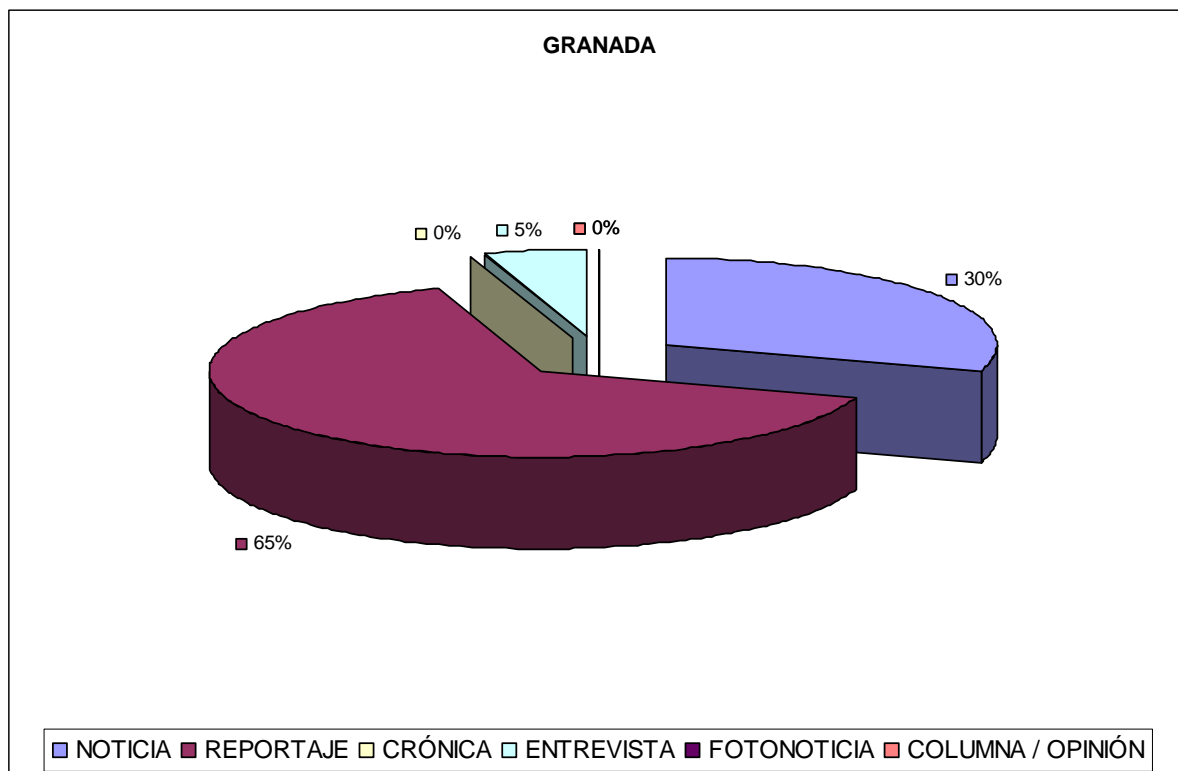
En la prensa local de **Córdoba** (gráfico 16) el 54% de las informaciones se adscriben al género de la noticia, seguidas de un 26% de reportajes y un 20% de fotonoticias.

Gráfico 16



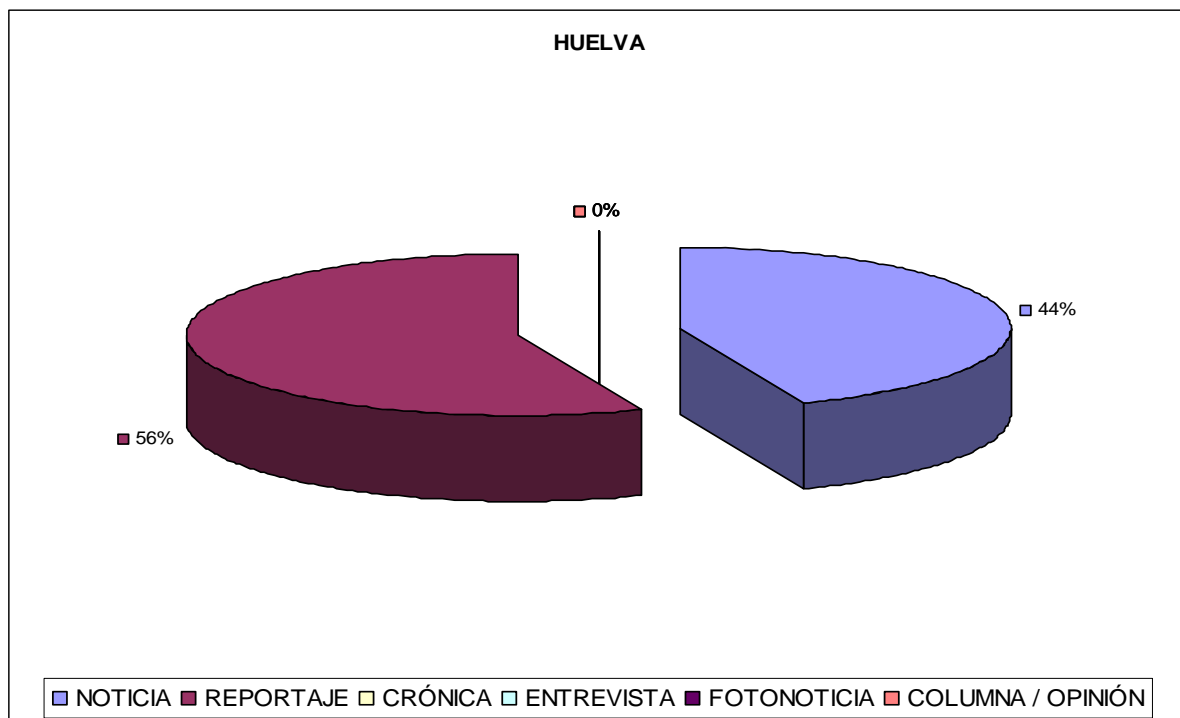
En **Granada** (gráfico 17), la tendencia se invierte, con un 65% de reportajes frente a un 30% de noticias, y un 5% de entrevistas.

Gráfico 17



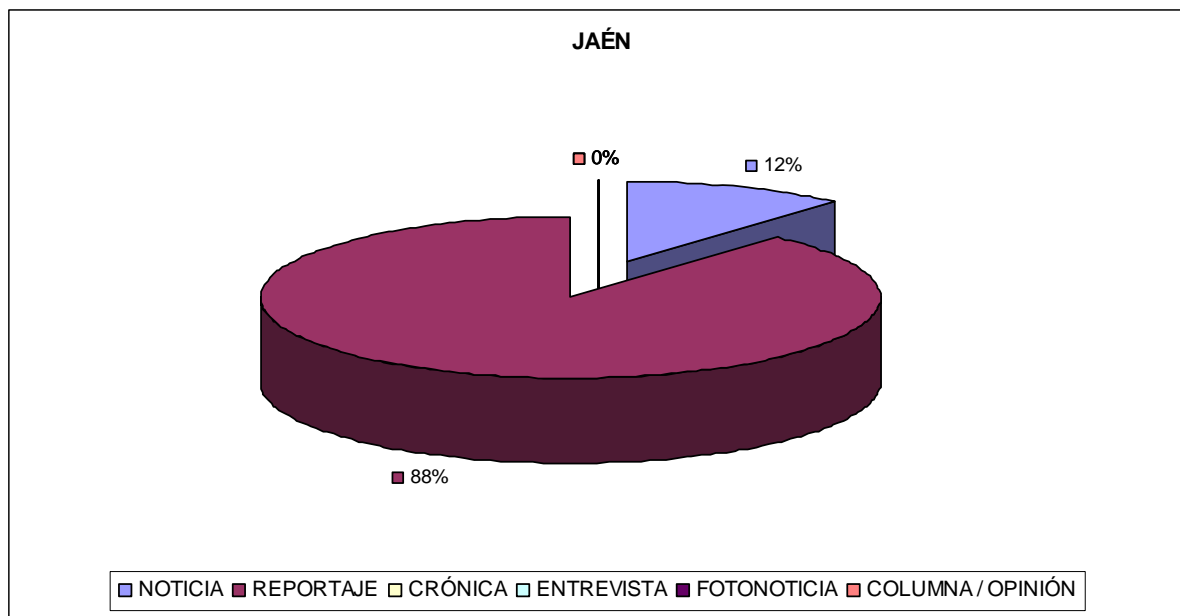
En **Huelva** (gráfico 18), la diferencia entre géneros es más marcada. Un 56% de las informaciones son reportajes y un 44% son noticias.

Gráfico 18



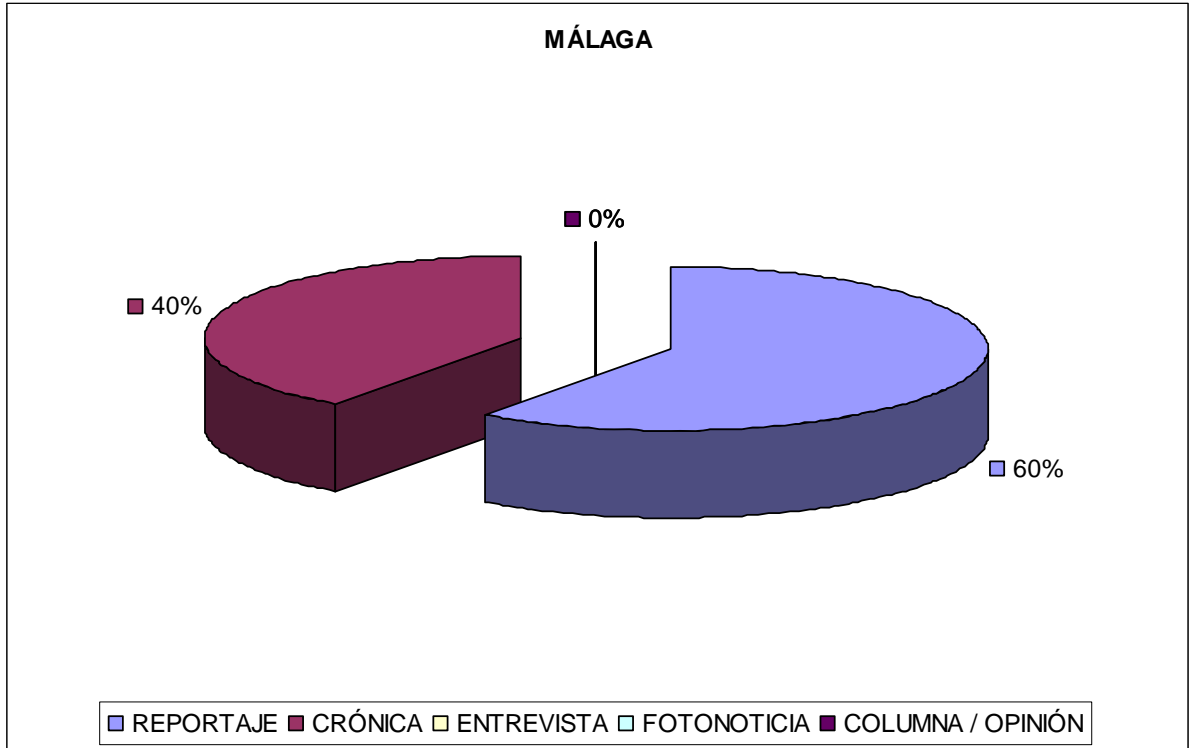
En **Jaén** (gráfico 19), continúa la misma tendencia que en la provincia onubense, sólo que aún más pronunciadas las diferencias. Un 88% de las informaciones publicadas son reportajes y el resto, un 12%, noticias.

Gráfico 19



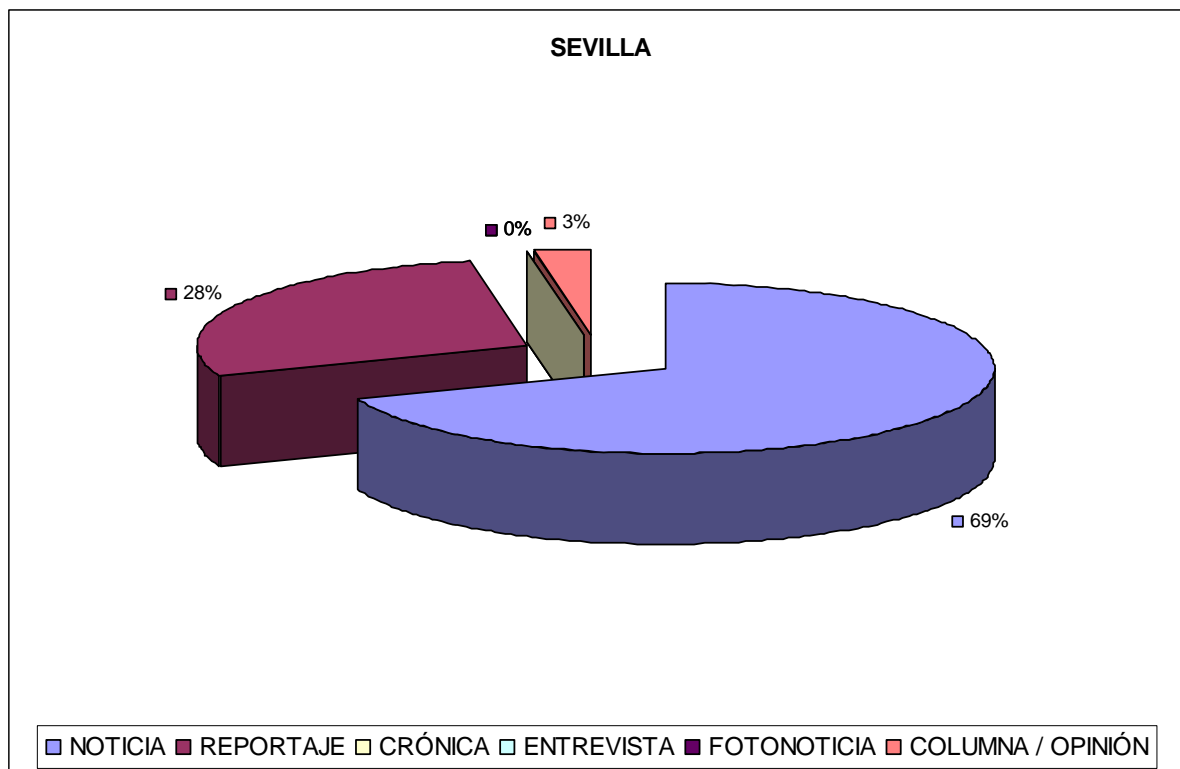
En **Málaga** (gráfico 20), la tendencia se invierte, esta vez, del lado del género noticia (60%), frente al 40% de reportajes publicados.

Gráfico 20



Y en la prensa local de **Sevilla** (gráfico 21), las informaciones se publican en un 69% bajo el género noticia, frente a un 28% que son reportajes, y un 3% columnas o artículos de opinión.

Gráfico 21



## Por tratamiento

Las informaciones publicadas sobre obesidad, sedentarismo y ejercicio físico en la prensa local andaluza durante 2008 se han clasificado también según el tratamiento que han recibido. Con tratamiento nos estamos refiriendo aquí al enfoque periodístico que predomina en el texto de la información:

- Informativo. En esta categoría entran aquellos contenidos que versan, por ejemplo, sobre cirugía bariátrica, sucesos, etc.
- Investigación. Son los contenidos referidos, por ejemplo, a últimos hallazgos de la industria farmacéutica en materia de obesidad, ensayos clínicos sobre patologías relacionadas con la obesidad y el sedentarismo, estudios publicados en revistas científicas de alcance nacional e internacional, investigaciones impulsadas desde instituciones autonómicas, nacionales o supranacionales, etc.
- Promoción de la salud. Fundamentalmente se clasifican en esta categoría aquellas informaciones en las que es predominante el impulso de los estilos de vida saludables.
- Prevención. En este tipo de tratamiento se incluyen aquellos contenidos publicados que hacen referencia a la prevención de patologías cardiovasculares o metabólicas, relacionadas con la obesidad o el sedentarismo, por ejemplo.
- Asistencial. Cuando el contexto de la información, la fuente y el escenario se registran fundamentalmente en un entorno sanitario (hospital o centro de salud), o se refieren éxitos conseguidos desde la perspectiva asistencialista.
- Epidemiológico. Este tratamiento, que bien podría incluirse bajo el apartado de ‘informativo’, se ha distinguido de forma específica para aquellos contenidos en

los que se revelan con mayor profundidad la magnitud del problema de la obesidad, y se ofrecen datos de carácter epidemiológico.

En el Gráfico 22 puede observarse cómo las informaciones enfocadas desde una perspectiva de promoción de la salud y desde un enfoque de investigación están igualadas, con un 29%, respectivamente, seguidas de las de carácter estrictamente informativo (15%), de prevención (14%), puramente asistencial (12%) y epidemiológico (1%).

Gráfico 22

