

La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país

Media coverage of COVID-19 in Argentina: a study about the agendas of the pandemic in the main national digital media

*Esteban Andrés Zunino y Carla Antonella Arcangeletti Yacante**

Resumen

La pandemia por COVID-19 constituye un hecho trascendental en la historia de la humanidad, producto de la aparición de un virus desconocido que causó millones de infectados y cientos de miles de muertes, incluso en los sistemas sanitarios de los países más ricos del mundo, trastocando de manera radical la producción económica y la circulación de personas y bienes en el nivel global. En ese contexto, los medios de comunicación adquirieron una centralidad inusitada, ya que la demanda de información se incrementó acentuadamente. En situaciones de confinamiento, las representaciones mediáticas no encuentran mayores posibilidades de contrastación intersubjetiva, por lo que la cantidad y calidad informativa se tornan fundamentales para la toma de decisiones por parte de la ciudadanía. El presente trabajo, que consiste en un análisis de contenido realizado a partir de la operacionalización de conceptos provenientes de la teoría de la *agenda setting*, tiene como objetivo general analizar las agendas mediáticas de la pandemia en los principales diarios digitales de la Argentina. En términos específicos, se pretende establecer cuál fue la relevancia del problema, de qué modo fueron tematizadas las noticias y cuál fue la valoración de las políticas públicas definidas por el gobierno para el manejo de la situación.

Palabras claves: COVID-19, medios *online*, agenda, relevancia, valencia.

Abstract

The COVID-19 pandemic is critical event in the history of humanity. The appearance of an unknown virus caused millions of infected and thousands of deaths even in the richest countries

* *E. Zunino*: Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales del Concejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina, estebanzunino@gmail.com.
C. Arcangeletti: Universidad Nacional de Cuyo, Argentina, aarcangeletti@gmail.com.

health systems, radically disrupting economic production and goods and people circulation around the world. In this context, the media acquired an unusual centrality, since the demand for information increased. In confinement situations, media representations do not find greater possibilities of intersubjective contrast, so the quantity and quality of information become fundamental for decision-making by citizens. This study, which consists in a content analysis carried out from a conceptual operationalization of the Agenda Setting first and second level, aims to analyze the media agendas of the pandemic in the main Argentinean digital media. In specific terms, it is intended to establish the media relevance of the problem, the news thematization, and the assessment of the policies defined by the government to solve the situation.

Keywords: COVID-19, online media, agenda, relevance, valence.

1. Introducción

La enfermedad causada por el SARS-CoV-2 irrumpió en el mundo a fines de 2019, aunque fue declarada pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020. La Argentina reportó su primer caso el 3 de marzo de 2020. Días después, el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) decretó el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) por medio del decreto 297/2020¹ publicado en el boletín oficial el 20 de marzo.

Diversos estudios realizados sobre COVID-19 y medios demuestran que en la mayoría de los países se produjeron tres situaciones. En primer lugar, los gobiernos adoptaron políticas que, en mayor o menor medida, implicaron una merma en la circulación de personas como método para disminuir la curva de transmisión del virus. El aislamiento social impidió el desarrollo de diferentes formas de comunicación intersubjetiva que, en situaciones normales, no solo resultan complementarias del consumo informativo mediatizado, sino que constituyen un insumo sustancial en la percepción social de la realidad y la vigilancia del entorno (Lasswell, 1948). Finalmente, producto de lo anterior y de la novedad de una situación capaz de afectar materialmente la vida de la mayoría de los ciudadanos, el consumo informativo de medios tradicionales, digitales y conectivos se elevó (Masip et al., 2020; Casero-Ripollés, 2020; Muñiz, 2020; Duc Huynh, 2020), lo que puso a la información en el centro de la escena.

Si en situaciones normales la calidad informativa, comprendida como un bien público (Gómez Mompart y Palaum Sampio, 2013), es un estándar razonablemente exigible a los medios de comunicación, en situaciones de crisis sanitarias, de esta depende en buena medida una percepción informada de las personas sobre su entorno. Por ese motivo, incluso la OMS recomendó a los gobiernos mantener una relación cercana con los medios sobre la base de un flujo constante de datos confiables que informen, eduquen y disminuyan la posibilidad de transmisión de material inadecuado (Palpan-Guerra y Munayco, 2015).

Este trabajo pretende analizar cuál fue la fisonomía de las agendas sobre la COVID-19 en los principales medios *online* del país entre marzo y agosto de 2020. En términos específicos, se pretende establecer la relevancia mediática que adquirió el problema, sus variaciones a lo largo del tiempo, los mecanismos de tematización de la pandemia y el tono

¹ Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>.

valorativo atribuido a las diferentes iniciativas del Poder Ejecutivo, actor central en la toma de decisiones sobre el manejo de la crisis.

2. Contexto de la investigación: la COVID-19 en la Argentina

La enfermedad producida por el SARS-CoV-2, una variante desconocida de la familia de los coronavirus, generó el primer caso en la Argentina el 3 de marzo de 2020. La rápida transmisión de la enfermedad llevó al PEN a decretar el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (Decreto 297/2020) el 20 de marzo.

Desde ese momento, se implementó una estrategia de confinamiento obligatorio sobre el cual el PEN redefinió medidas relacionadas con la evolución de la pandemia. Así, cada dos semanas el presidente de la Nación, Alberto Fernández, dio a conocer diferentes decisiones sobre la gestión del aislamiento. Estas apuntaron al manejo de las fronteras nacionales, la organización de la circulación de personas y mercancías, el fortalecimiento del sistema público de salud según la evolución de casos; e iniciativas económicas como el anuncio de un Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) para personas con dificultades y un plan de Asistencia de Emergencia para el Trabajo y la Producción (ATP) por el cual el Estado abona parte de los salarios de los trabajadores en relación de dependencia de empresas en crisis y promueve créditos subvencionados a tasa cero para cuentapropistas.

Además, el gobierno elaboró cinco estadios de evolución de la cuarentena entre los que se dividió el país en función de su realidad epidemiológica, a saber: 1) aislamiento estricto: se permite hasta un 10% de la circulación habitual y solo se contempla al personal esencial. Prevé un tiempo de duplicación de casos menor a cinco días; 2) aislamiento administrativo: se permite hasta un 25% de la circulación habitual. El tiempo de duplicación de casos es mayor a cinco y menor a 15 días; 3) segmentación geográfica: se generan diferencias entre zonas que posibilitan hasta el 50% de la circulación. El tiempo de duplicación es mayor a 15 y hasta 25 días; 4) reapertura progresiva: tiempo de duplicación de casos mayor a 25 días y circulación de hasta el 75% de la población. Se pasa de una situación de aislamiento preventivo a una de distanciamiento preventivo; y 5) nueva normalidad: todas las personas podrán circular teniendo en cuenta hábitos de higiene y cuidado sostenidos.

Al momento de cierre de este trabajo, el país ha superado los 150 días en los que, en función de la evolución geográfica de la enfermedad, se alternaron avances y retrocesos en el desconfinamiento, con aperturas dispares de las actividades económicas y monitoreo permanente de la situación sanitaria. Dado lo extenso del período, la coyuntura invita a pensar cómo fue cubierta mediáticamente la COVID-19 desde sus inicios y qué discusiones propusieron a sus públicos los medios digitales más leídos del país.

3. Marco teórico: medios y miedos

En contextos de grandes crisis, como la generada por la pandemia por COVID-19, los medios de comunicación se convierten en actores fundamentales cuya actividad impacta en el ejercicio democrático (Casero-Ripollés, 2020), ya que de sus productos depende, en buena medida, el acceso a la información pública por parte de la ciudadanía (Habermas, 2006). Si bien diversos estudios evidencian que la incertidumbre asociada a la pandemia generó un

incremento en la demanda informativa (Casero-Ripollés, 2020; Masip et al., 2020; Muñiz, 2020), la sobreinformación, característica de un ecosistema híbrido y complementario constituido por medios tradicionales, digitales y conectivos, organizado a partir de prácticas de consumo incidental (Mitchelstein y Boczkowski, 2017), puede contribuir con el caos (Waisbord, 2018) y la desinformación (Lance Bennett y Pfetsch, 2018). Posiblemente debido a ello, los medios televisivos y portales digitales asociados a marcas periodísticas tradicionales se consolidaron al tope de las preferencias informativas en distintos países (Casero-Ripollés, 2020; Masip et al., 2020; Muñiz, 2020; Salaverría et al., 2020).

Las situaciones de crisis están caracterizadas por la consecución de sucesos extraordinarios que generan una mayor percepción del riesgo (Farré Coma, 2015). El panorama actual, en tanto, se inscribe en una “cultura del riesgo” que, a partir de la mediatización de situaciones amenazantes, como el terrorismo, la inseguridad, diversos tipos de catástrofes y amenazas para la integridad de las personas, promueve una cultura del miedo propia de nuestra época (Beck, 1998). El riesgo, por su parte, se define a partir de una sumatoria de situaciones objetivas que probabilísticamente suponen un peligro para la salud o la vida, asociadas a una percepción subjetiva sobre la exposición real a una situación amenazante que, según algunos estudios, encontraría en ciertos discursos mediáticos un agente dinamizador (Hallin et al., 2020; Muñiz y Corduneanu, 2020).

En tanto, la pandemia por COVID-19 constituye un evento crítico que modifica los criterios de producción de las agendas informativas. Según Richard Pride (1995), los eventos críticos (*critical events*) se presentan como discontinuidades radicales en el acontecer público y contribuyen con la definición social de los problemas. La clasificación que propone el autor involucra diferentes tipos de acontecimientos como: a) eventos socioeconómicos y políticos de gran escala, como crisis o guerras; b) desastres naturales o epidemias; c) accidentes graves; d) enfrentamientos críticos entre antagonistas en pugna por posiciones de poder; e) iniciativas estratégicas de grupos o movimientos sociales; y f) nuevas políticas públicas. Así, la irrupción de la enfermedad a escala global y otros acontecimientos que se dieron en el nivel nacional desde la decisión del ASPO son susceptibles de ser abordados desde esta conceptualización que resulta operativa para el análisis y la demarcación de diferentes etapas en el proceso.

Por su parte, la teoría de la *agenda setting* aporta conceptos operativos propicios para el desarrollo del estudio planteado. En su primer nivel de análisis, parte de la premisa de que las agendas mediáticas (McCombs y Shaw, 1972) son el resultado de intensos procesos productivos de selección, omisión y jerarquización (Roberts, 2005) que se dan en las redacciones (Tuchman, 1978), a partir de los cuales los medios de comunicación estructuran una propuesta temática otorgando relevancia a algunos asuntos en detrimento de otros.

Por relevancia noticiosa se entiende el “nivel de importancia que adquiere un tema” (Dearing y Rogers, 1996, 8). En términos operacionales, se la estipula a partir de dos dimensiones: la frecuencia de publicación y la jerarquía noticiosa, identificada a partir de diferentes recursos formales y disposicionales de las piezas informativas (Zunino, 2015). En tanto, el concepto de tema es definido como una serie de acontecimientos relacionados en el tratamiento periodístico que se agrupan en una categoría más amplia (Dader, 1992). Esos acontecimientos, directamente observables en la superficie del discurso, constituyen tópicos, es decir, etiquetas que resumen el dominio de las experiencias sociales incluidas en un relato (Pan y Kosicki, 1993).

La selección, omisión y jerarquización incluye un proceso de tematización (Luhmann, 1973) que consiste en dotar a los acontecimientos de cierta contextualización y profundización. El fin es integrarlos en un contexto político, social y económico y enmarcarlos dentro de una serie de esquemas interpretativos que se ofrecen para su recepción. La selección de hechos noticiables los convierte en temas de actualidad.

Por su parte, el segundo nivel de *agenda setting* incorpora dos fases de investigación que añaden una nueva hipótesis: juntamente con los objetos desplegados en la agenda, los medios proveen una serie de aspectos asociados a ellos denominados atributos (McCombs et al., 1997). Estos son clasificados en sustantivos y afectivos; los primeros son relativos a las características sobresalientes de personas, temas u objetos destacados en el tratamiento mediático; mientras que los segundos remiten al tono valorativo resultante de los elementos afectivos desplegados en las noticias, generalmente clasificados en positivos, negativos o indefinidos (Casermeiro de Pereson, De la Torre y Téramo, 2009).

3.1. Objetivos, preguntas e hipótesis de investigación

El objetivo general de este trabajo es analizar la cobertura mediática de la COVID-19 en los principales medios *online* de la Argentina entre el 20 de marzo, fecha de inicio del ASPO, y el 16 de agosto de 2020, fecha de culminación de décima etapa de distanciamiento social. En términos específicos se pretende: 1) analizar la relevancia de la pandemia y de los diferentes temas asociados a ella, y 2) establecer cuál fue el tono valorativo predominante sobre las políticas promovidas por el PEN a lo largo del proceso.

En función de los objetivos se plantean los siguientes interrogantes e hipótesis de investigación:

P1: ¿Qué variaciones existieron en la relevancia de la COVID-19 y de los temas asociados a esta en las agendas mediáticas durante el recorte temporal propuesto?

H1: La relevancia de la COVID-19 ha tenido oscilaciones en el tratamiento informativo asociadas a los eventos críticos que tuvieron lugar durante el recorte temporal propuesto y que incidieron en su tematización.

P2: ¿Cuál fue el tono valorativo sobre las políticas públicas promovidas por el Estado para contener la crisis?

H2: Producto de los sesgos dramático y sensacionalista inherentes a la noticiabilidad en medios digitales, tiende a prevalecer un tono valorativo negativo en la cobertura de las iniciativas del PEN.

4. Metodología

En función de los objetivos planteados, se realizó un análisis de contenido cuantitativo sobre las noticias de portada,² es decir, de la primera a la quinta de las *homes*, de los diarios *online* más leídos del AMBA: *Infobae*, *Clarín*, *La Nación* y *Página12*.³ La recolección de las noticias

² Las portadas de los medios *online* están constituidas por las noticias que se ubican en el primer y segundo *scroll*.

³ Según la consultora COMSCORE, los diarios *online* más consumidos en el período enero-junio de 2020, en función del promedio de visitantes únicos son: *Infobae*, 23.178.599; *Clarín*, 23.044.227; *La Nación*, 18.421.161 y *Página12*, 8.943.953.

se hizo en un corte diario a las 9:00 am, horario de alta afluencia de lectores y en el que se asegura que los temas del día estén actualizados.

El análisis de contenido cuantitativo responde al razonamiento deductivo, según el cual los estudios parten de la teoría para formular las hipótesis que luego se contrastan empíricamente (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista, 2006). Los hallazgos que surgen del trabajo de campo permiten arribar a conclusiones desde las cuales es posible reformular o adecuar las premisas teóricas que oficiaron de punto de inicio. La implementación de este instrumento en el análisis de los mensajes mediáticos busca conocer en qué medida la aparición de una variable está asociada a la presencia de otra.

Para su elaboración se constituyó un universo de 3.000 piezas periodísticas recolectadas durante 150 días, entre el 20 de marzo y el 16 de agosto de 2020. Luego se identificaron las explícitamente relacionadas con la pandemia (n = 1930), las cuales fueron todas codificadas y constituyen las unidades de análisis de este trabajo.

4.1. Fiabilidad

La codificación fue llevada a cabo por cuatro codificadores. Para establecer la fiabilidad del trabajo empírico se extrajo de manera aleatoria una muestra del 10% de la población, consistente en 193 casos, los cuales fueron recodificados. Seguidamente se aplicó un ensayo de concordancia estadística entre la codificación original y la muestra de contraste mediante el índice kappa de Cohen (k), el cual arrojó un valor medio de acuerdo de $k = 0,851$, el cual evidencia un nivel de fiabilidad muy bueno.

5. Resultados

Los resultados del trabajo empírico se exponen en función de los objetivos, preguntas de investigación e hipótesis. En primer lugar, se determina la relevancia de la cobertura de la COVID-19 en los principales medios digitales de la Argentina.

El gráfico 1 permite advertir la evolución de la frecuencia de cobertura de cada uno de los diarios *online*. Los hallazgos evidencian un alto nivel de presencia de la COVID-19 en los diarios digitales. Esta constatación se fundamenta en el análisis de los dos componentes que hacen a la relevancia noticiosa.

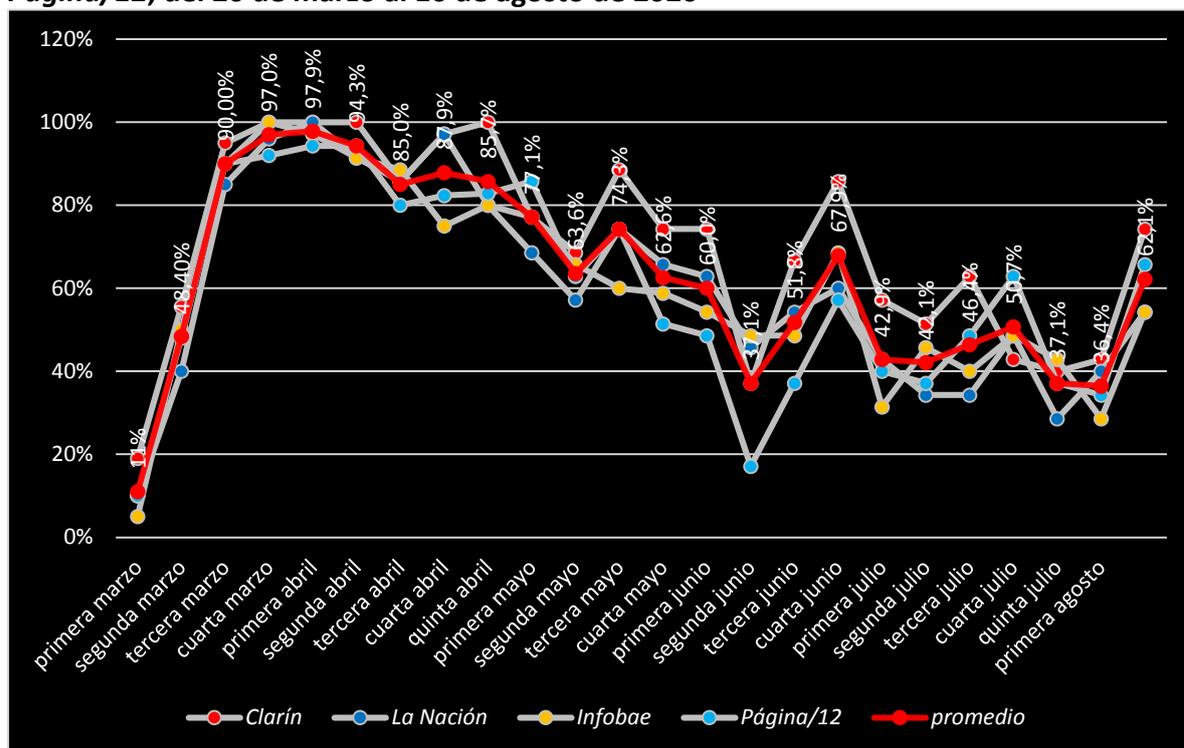
La frecuencia informativa media fue de .64 (DE .479), lo que expresa que más de seis de cada diez noticias de portada de los medios relevados se abocaron al tema a lo largo de los 150 días del período. El dato expresa una alta visibilidad del problema, que, sobre todo en los primeros meses del ASPO, se convirtió en un monotema.

En tanto, la jerarquía de las piezas sobre coronavirus se evidencia por la decisión metodológica de analizar las piezas de portada de los diarios digitales. Es decir, además de tener una alta frecuencia de cobertura, la COVID-19 penetró en los sitios más visibles de los portales.

Asimismo, la medición de la jerarquía se complementa con otro hallazgo. Ante la posible impugnación metodológica sobre la representatividad del contenido de las portadas respecto

del hueco informativo,⁴ se ensayaron pruebas estadísticas de correlación temática entre las primeras cinco, las primeras diez y las primeras quince piezas periodísticas de los diarios analizados. Los resultados evidencian una correlación kappa de $k = .783$ (DE .055, $p = .000$) entre las primeras cinco y diez y de $k = .860$ (DE = .048, $p = .000$) entre las primeras cinco y las primeras quince noticias de las *homes*. El descubrimiento resulta una evidencia de que las portadas de las *homes* son indicativas del hueco informativo de los primeros cinco o seis *scrolls* (según el diseño del medio), al menos en el período estudiado, que resulta excepcional por la composición temática de las agendas. El dato resulta coincidente con la relación que existe entre las portadas de los diarios papel y su hueco informativo (Zhu, 1992).

Gráfico 1. Frecuencia de cobertura del COVID-19: Infobae, Clarín, La Nación y Página/12, del 20 de marzo al 16 de agosto de 2020



Fuente: elaboración propia.

Una vez constatada la alta relevancia de la COVID-19 en las agendas mediáticas, resulta interesante analizar en detalle las variaciones que mostró la frecuencia de cobertura. Los resultados permiten indagar cuáles fueron los eventos críticos (Pride, 1995) del período que contribuyeron con el incremento o la disminución del interés mediático sobre el tema.

Más de ocho de cada diez noticias producidas por los medios digitales fueron sobre diferentes asuntos relacionados con COVID-19 entre fines de marzo y principios de mayo. Si bien la curva de frecuencia de cobertura muestra un sentido descendente luego del pico inicial, el nivel de presencia del tema en agenda lo ubica por encima de la relevancia promedio de cualquier otro asunto en la historia reciente durante un período tan extenso.

⁴ El hueco informativo es el total de espacio disponible para las noticias, una vez descontada la publicidad (Budd, 1964).

No obstante, la visibilidad fue mermando con la (re)aparición de otros temas en agenda. La propuesta argentina a los tenedores de deuda extranjeros durante la tercera semana de abril fue el primer evento que logró desplazar la pandemia, al menos temporalmente, del monopolio de las portadas mediáticas. Para que ello fuera posible, se combinaron dos sucesos: la competencia que tiene lugar siempre que dos *issues* altamente noticiables disputan lugares de máxima visibilidad (Zhu, 1992) y el paso del tiempo, que en la Argentina significó que los primeros meses de aislamiento se dieran con relativa tranquilidad respecto del número de víctimas directas. Es decir, ante la falta de asuntos novedosos noticiables relacionados con la pandemia, se combinaron la reactivación de la acción gubernamental sobre otras áreas y la reaparición de tópicos habituales de la superficie mediática que habían sido desplazados. Así, un rasgo de la cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina es que los picos de frecuencia estuvieron asociados más a las decisiones políticas sobre el aislamiento y otros asuntos que a la evolución de la curva de contagios.

Lejos de los anuncios oficiales, la cobertura tendió a descender. Ello ocurrió, por ejemplo, en la segunda semana de mayo, en la que emergieron otros temas. La economía continuó siendo noticia principalmente a partir de dos tópicos: los avances en la negociación de la deuda y un alza notoria del valor del dólar ilegal, que llegó a los \$137 y acaparó la atención mediática. Otro de los tópicos de esa semana fue el avance en la causa en la que se investiga el presunto espionaje por parte del gobierno de Cambiemos (2015-2019) a diferentes funcionarios públicos, periodistas y ciudadanos. La particularidad es que este tópico fue principalmente visibilizado por *Página/12*.

El momento de menor visibilidad de la COVID-19 en las agendas mediáticas se ubicó en la segunda semana de junio. Esa baja se explica también por una iniciativa gubernamental que acaparó la atención mediática. En efecto, el 8 de junio el presidente Alberto Fernández comunicó la intervención y proyecto de expropiación de la empresa Vicentin, una de las grandes operadoras del mercado cerealero nacional. Tras el anuncio, los medios se hicieron eco de una discusión que fue seguida por manifestaciones públicas contra la norma. El tema aglutinó a los principales referentes de la oposición en una postura pública contra el gobierno nacional como nunca desde el inicio de la pandemia, al punto que las críticas políticas y ciudadanas, sumadas a las desavenencias internas en la coalición de gobierno, llevaron al presidente a retroceder en la iniciativa.

Luego del suceso de Vicentin, la curva de frecuencia de cobertura evidencia una forma zigzagueante, en la que los picos de atención estuvieron asociados a los anuncios gubernamentales de extensión y modificaciones del estado de aislamiento y distanciamiento en las diferentes provincias del país. Lejos de esos eventos, que acaparan la atención mediática desde las especulaciones previas hasta las repercusiones posteriores, a las que se suman noticias orientativas sobre medidas preventivas, iniciativas económicas y de uso del espacio público, la agenda política y económica tiende a recuperar la normalidad. Es decir, el debate mediático actual está orientado por asuntos políticos y económicos que comienzan a mostrar independencia de la pandemia. Discusiones como la reestructuración de la deuda, la reforma judicial propuesta por el gobierno el 30 de julio, o incluso secciones blandas como los deportes y los policiales, recuperaron los lugares de alta visibilidad que son habituales en situaciones normales.

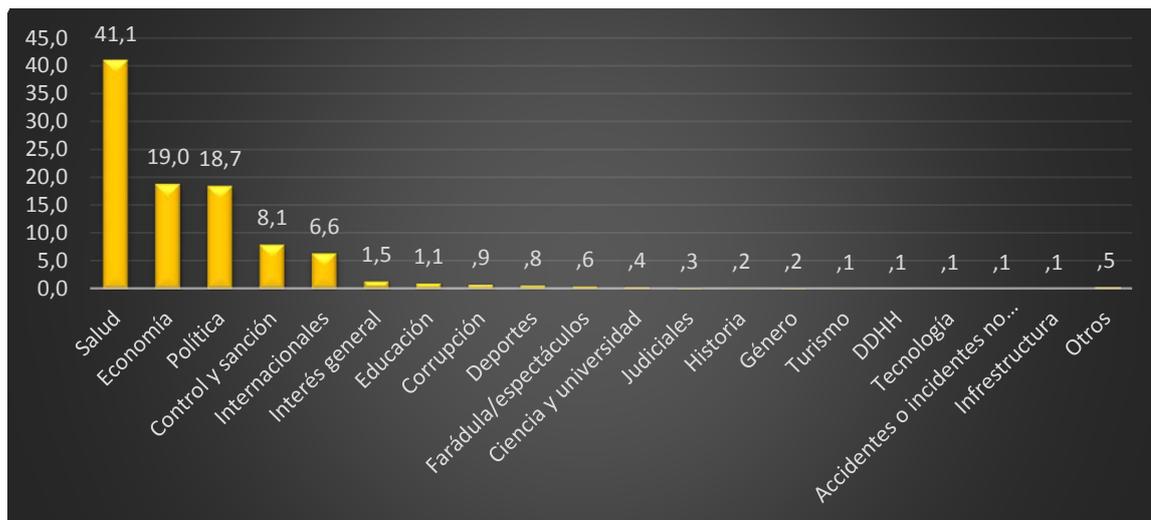
En ese sentido, el último pico de cobertura de la COVID-19 se dio en la última semana del período, en la que se combinaron dos sucesos: un nuevo anuncio de prolongación del

La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país
/ Esteban Andrés Zunino y Carla Antonella Arcangeletti Yacante

aislamiento que no trajo demasiadas novedades y una noticia que concentró fuertemente la atención: el anuncio de la producción local de una de las vacunas que se encuentra en etapa prueba clínica, lo que le aseguraría al país un acceso temprano a una posible solución definitiva.

Ahora bien, las agendas sobre COVID-19 fueron tematizadas de distintos modos, rasgos que pueden analizarse a partir de la observación de los temas secundarios que se le asociaron en su tratamiento mediático.

Gráfico 2. Frecuencia de tópicos asociados a COVID-19: *Infobae*, *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*, del 20 de marzo al 16 de agosto de 2020



Fuente: elaboración propia.

Por tratarse de una crisis sanitaria, el tema secundario más asociado a la pandemia fue “salud”, que contiene noticias de diferentes tópicos. Entre ellas se encuentran las que hicieron un seguimiento de las cifras de la enfermedad a partir del relevamiento diario de enfermos, recuperados y fallecidos, junto con otras estadísticas de respuesta del sistema sanitario, como la ocupación de camas de cuidados intensivos. Otro tipo de noticias recurrentes sobre salud fueron las relacionadas con información orientativa para el cuidado o la prevención de la enfermedad. Este tipo de piezas fue fuertemente promovido por la autoridad sanitaria, a partir de la inclusión en los partes diarios del Ministerio de Salud de medidas preventivas y de cuidado. A ello se sumó la búsqueda permanente por parte de los medios de comunicación de voces científicas que, sobre todo en los inicios de la pandemia, ofrecieron información preventiva basada en la higiene personal, el distanciamiento social y formas de uso seguro del espacio público. Finalmente, a estos dos primeros tipos de noticias se sumaron los anuncios oficiales de política sanitaria. La suma de estos tres tópicos expresa el predominio de una tematización sanitaria de la pandemia que, en buena medida, fue promovida por las autoridades nacionales, provinciales y locales.

Ahora bien, la estrecha relación entre las medidas sanitarias y la actividad económica se explica debido a que el segundo tema relacionado con la COVID-19 haya sido “economía”. En efecto, dos de cada diez noticias escritas sobre la pandemia pusieron el foco sobre sus consecuencias económicas. Las características de este tipo de piezas es que nacieron mediáticamente asociadas a una preocupación sobre la repercusión de la crisis en los sectores

más vulnerables, para los que el gobierno diseñó políticas de contención específicas, como el IFE. Los anuncios concretos sobre el tema generaron un importante volumen de información prescriptiva para las poblaciones alcanzadas por las medidas, orientativa de los modos de acceder a ellas.

Posteriormente, la preocupación mediática sobre las consecuencias económicas se reorientó hacia los sectores medios y altos. Ese enfoque, que se extiende hasta el presente, encuadra la pandemia a partir de las consecuencias del aislamiento sobre las empresas –grandes, medianas y pequeñas–, los comercios y los cuentapropistas afectados por las medidas sanitarias. Si bien el gobierno diseñó planes especiales para estos sectores, como los ATP, por los cuales el Estado abona la mitad de los salarios de trabajadores de empresas privadas en crisis y otorga créditos subsidiados a cuentapropistas del sector formal, las dificultades en el acceso a la ayuda estatal y afectación general sobre la economía nacional elevó los niveles de polarización política.

Como consecuencia de ello, la discusión “política” asociada a la pandemia constituye el tercer enfoque más relevante. Cubierto generalmente de manera dramática y personalizada (Bennett y Lawrence, 2007), los relatos acerca de la intimidad del poder, la toma de decisiones y las tensiones y disputas en y entre las elites políticas constituyen tópicos clásicos de las agendas mediáticas. Por lo tanto, no llama la atención que, frente a un acontecimiento que puso como pocas veces en el centro del debate el poder Estatal, exista una dimensión política en la discusión del problema que no haya sido pasada por alto por los medios de comunicación. Sobre todo si se tiene en cuenta que los propios medios pueden ser caracterizados como actores con intereses concretos en dicha discusión y que, además, constituyen una arena en que las elites políticas disputan sentidos simbólicos (Aruguete, 2013).

Otro de los temas que instauró una discusión en torno a la pandemia consistió en los mecanismos estatales y ciudadanos de control y sanción. Frente a políticas públicas de confinamiento que se justificaron discursivamente mediante una situación de excepción, como lo es una pandemia, la restricción estatal de la libertad de circulación y reunión se impuso como un asunto más de la agenda mediática. Con un fuerte impulso gubernamental inicial, el despliegue de las fuerzas de seguridad como agentes de aplicación de la norma se instituyó como noticia y su labor por lo general fue bien valorada. Así, las coberturas en tiempo real desde los lugares de retenes policiales fueron una constante luego de cada anuncio de prolongación o endurecimiento del aislamiento. En ese sentido, la apelación al control y denuncia ciudadana de situaciones de incumplimiento fueron habituales por parte de las autoridades gubernamentales, por lo cual las situaciones de incumplimiento que justificaron el accionar policial y judicial tuvieron un lugar preponderante en las agendas. En las coberturas de este tipo de noticias primaron los rasgos dramáticos y punitivos que, usuales en las coberturas mediáticas del género policial (Zunino y Focás, 2018; Kessler y Focás, 2014), aportan un condimento sensacionalista que consiste en una de las estrategias de captación de lectores en los medios digitales (Martini, 2017).

Finalmente, otras noticias destacadas en las agendas fueron las “internacionales”, las cuales recuperaron la dimensión global de la afectación sanitaria y económica. Presentes en los medios desde la llegada de la enfermedad al país, su localización varió en función de eventos críticos concretos, como fueron los picos de contagios y muertos en China y los diferentes países de Europa al inicio. A ello le siguió la evolución de la pandemia en Estados Unidos y Brasil, países que se destacan por la presencia de líderes que instituyeron discursos

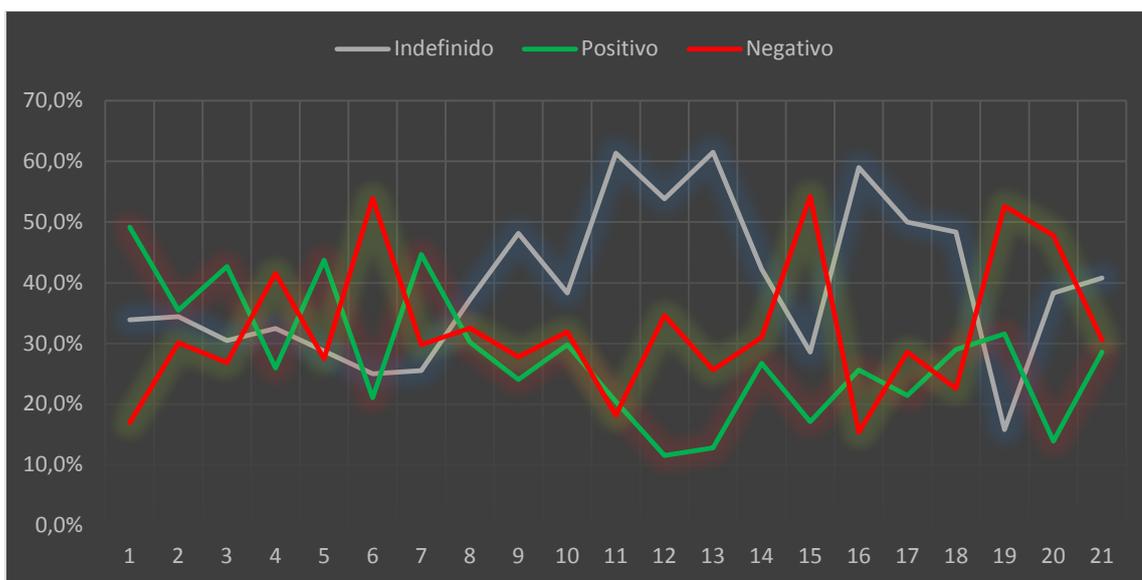
La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país
/ Esteban Andrés Zunino y Carla Antonella Arcangeletti Yacante

negacionistas de la gravedad de la situación combinados con estrategias de mitigación sin mayores restricciones para la circulación de personas. Finalmente, el aumento de casos en países que en un principio habían sido cubiertos mediáticamente como modelo de manejo sanitario, como Chile; la inquietud sobre el bajo nivel de contagios en Uruguay y Paraguay; y el colapso sanitario en otras naciones de la región, como Perú y Ecuador, también acapararon la atención mediática en diferentes momentos.

En este sentido, resulta interesante analizar una sobrerrepresentación de la situación internacional en relación con la cobertura de la evolución de la pandemia en el interior del país. El 77,8% de las noticias sobre COVID-19 cubrió acontecimientos que se produjeron en el AMBA, el 13,5% en otros países, mientras que solo un 8,7% visibilizó los sucesos que se originaron en el resto de las provincias que componen el territorio nacional, lo que evidencia un tratamiento informativo porteñocéntrico que pone de relieve la centralización de la producción de la información en el AMBA (Becerra, 2015) y la invisibilización de las realidades locales o regionales, algo habitual en los medios más leídos de la Argentina.

Por último, un listado importante de temas como “educación”, relacionado con la interrupción de las clases presenciales en el nivel nacional; o “corrupción”, originado por un caso de pago de sobrepagos por parte del Ministerio de Desarrollo de la Nación en la compra de alimentos que acaparó la atención mediática la segunda semana de abril, aparecieron con una cobertura marginal. Del mismo modo que otros que resultan centrales en tiempos normales, como los deportes y las piezas sobre farándula y espectáculos, que en relación con la COVID-19 resonaron a partir de casos concretos de afectación de figuras notorias y de la discusión sobre la repercusión en las actividades. En tanto, no es menor destacar que el incremento de situaciones de violencia de género producto del aislamiento no se correspondió con una presencia mayor de este asunto en las agendas mediáticas.

Gráfico 3. Tono valorativo del PEN-COVID-19: *Infobae, Clarín, La Nación* y *Página/12*, del 20 de marzo al 16 de agosto de 2020



Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, el último de los objetivos específicos de este trabajo pretendía establecer el tono valorativo sobre la gestión estatal de la COVID-19. El gráfico 3 evalúa la evolución de la valencia del PEN presente en las coberturas.

Si se toman los valores promedio del proceso, se puede apreciar un dominio de la valoración indefinida (38,9%). Esto resulta natural, dado que el canon estilístico del discurso informativo tiende a evitar las evaluaciones afectivas. Sin embargo, la explicitación de valoraciones sobre las acciones del gobierno acaparó a una proporción importante de piezas informativas. En efecto, en seis de cada diez noticias que incluyeron referencia a acciones del PEN se expresó una valoración afectiva definida, y la valoración negativa (31,3%) resultó mayor que la positiva (29,8%), aunque con valores similares en el examen global del período.

Sin embargo, los datos adquieren mayor riqueza si se analizan en función de la variable temporal. El gráfico 3 permite advertir que las medidas adoptadas por el PEN al inicio de la pandemia tuvieron un amplio reconocimiento mediático. Cinco de cada diez notas escritas durante la primera semana del ASPO incluyeron una valoración explícitamente positiva sobre las resoluciones del gobierno nacional. En esa misma semana, los niveles de valoración negativa apenas estuvieron presentes en una de cada diez noticias. No obstante, la valoración mediática positiva del gobierno nacional dominó solamente durante las tres primeras semanas de confinamiento. En la semana número cuatro (del 13 al 19 de abril) se registró el primer pico del período de valoración negativa sobre el PEN. El cambio en la tendencia se dio principalmente luego de dos eventos críticos que desgastaron la imagen de la gestión gubernamental en los medios. El primero de ellos sucedió el 3 de abril cuando, tras la reapertura de los bancos, se produjo una aglomeración no planificada de beneficiarios previsionales y de diferentes tipos de ayuda estatal, como el IFE, que se agolparon en las puertas de las entidades sin ningún tipo de distanciamiento social. A ello se le sumó que el 7 de abril se conoció el pago de sobrepagos en la compra de alimentos por parte del Ministerio de Desarrollo, situación que, además de un escándalo mediático y cruce de acusaciones políticas, provocó la salida de un funcionario de segunda línea que había estado a cargo de la compra cuestionada. Ambos acontecimientos, que acapararon la atención mediática, pero desaparecieron rápidamente de las agendas informativas, generaron el primer desgaste notorio en la valoración de la gestión gubernamental. Especialmente en las columnas de opinión de *Clarín*, *La Nación* e *Infobae*, el beneplácito inicial con las medidas del gobierno viró a un enfrentamiento abierto que tuvo dos ejes centrales. El primero de ellos estuvo asociado a los acontecimientos relatados. La denuncia de casos de corrupción gubernamental y la falta de planificación que expuso a poblaciones vulnerables al contagio constituyeron eventos centrales para una redefinición de la valoración mediática de la gestión. En tanto, la extensión del ASPO provocó un desgaste notorio que creció de manera proporcional a un incremento de la polarización política. Si bien el enfrentamiento entre oficialismo y oposición había quedado en suspenso por la irrupción de la crisis y la toma conjunta de decisiones por parte de líderes con responsabilidad de gobierno de ambos espacios políticos, los eventos citados instituyeron una oportunidad para que las diferencias volvieran a aflorar en el espacio público.

Dos semanas después, el 27 de abril, se desató una discusión mediática luego de que el presidente, en declaraciones radiales, pusiera en agenda la discusión sobre las condiciones sanitarias en los penales del país. La repercusión mediática del tema supuso una alta frecuencia de noticias. Si bien existieron casos aislados en los que diferentes jueces otorgaron prisiones domiciliarias a presos con condiciones de riesgo sanitario, las medidas fueron presentadas

La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios *online* del país
/ Esteban Andrés Zunino y Carla Antonella Arcangeletti Yacante

mediáticamente como excarcelaciones masivas. El debate, que profundizó las diferencias entre el oficialismo y la oposición, concluyó con un cacerolazo el 30 de abril, que significó la primera medida de protesta masiva en contra del gobierno nacional en el marco de la pandemia.

Los acontecimientos descriptos se inscribieron en una dinámica en la que el desgaste social, producto de la extensión del confinamiento y de las afectaciones sobre la vida cotidiana, constituyó una condición de posibilidad para la discusión política mediatizada. Ello explica que el mayor pico de valoración negativa del PEN se haya dado en la semana 15 (del 29 de junio al 5 de julio). El lunes 29 de junio entró en vigor un endurecimiento del aislamiento, especialmente en el AMBA, foco principal de la pandemia en nuestro país. El descontento mediático sobre la medida fue explícito. Este se sumó al enfrentamiento interno de la coalición gobernante sobre la política de seguridad, expresado entre Sabina Frederic, ministra de Seguridad de la Nación, y Sergio Berni, ministro de Seguridad de la provincia de Buenos Aires. Así, el conflicto entre cuadros del propio gobierno se convirtió en un eje usual de las noticias, el cual incrementó la valoración mediática negativa de la gestión.

Finalmente, las últimas tres semanas de la pandemia se caracterizaron por dos datos centrales: en primer lugar, una baja a niveles mínimos de cobertura durante las semanas 19 y 20 (del 27 de julio al 9 de agosto), acompañada por una valoración predominantemente negativa de las políticas del PEN. Es de destacar que la disminución en la frecuencia de cobertura se dio en el mismo momento que el pico de casos, lo que pone en duda la existencia de una relación lineal entre el incremento de enfermos y fallecidos y la noticiabilidad de la COVID-19.

Por último, en la semana 21 (del 10 al 16 de agosto), el anuncio de la producción local de la vacuna desarrollada por la Universidad de Oxford y el laboratorio AstraZeneca se sumó al anuncio gubernamental de una nueva extensión del aislamiento, que, si bien no trajo mayores novedades, contribuyó con un incremento en los niveles de relevancia del tema y de valoración positiva de la gestión gubernamental.

Ahora bien, para concluir este trabajo, se analiza una cuestión central respecto del tono valorativo del PEN en el manejo de la pandemia. Si bien el discurso periodístico está condicionado por una retórica objetivadora (Edo, 2009) que se inscribe en un canon discursivo que pretende separar la información de la opinión, es habitual hallar en las noticias elementos afectivos explícitos que, además de contribuir con la valencia, delimitan una línea editorial.

Tabla 1. Tono valorativo según diario digital: *Infobae*, *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*, del 20 de marzo al 16 de agosto de 2020

		Valoración iniciativas del PEN			Total %
		Indefinido %	Positivo %	Negativo %	
Diario	<i>Clarín</i>	50,5	17,6	31,9	100,0
	<i>La Nación</i>	47,8	16,3	36,0	100,0
	<i>Infobae</i>	32,0	22,9	45,0	100,0
	<i>Página/12</i>	6,4	90,1	3,5	100,0
Total		38,9	29,8	31,3	100,0

Fuente: elaboración propia.

Para el caso que se analiza, es importante advertir que existe cierta congruencia en la valoración de la gestión gubernamental por parte de los diarios *Infobae*, *Clarín* y *La Nación*, los tres más leídos del país. Además de exhibir índices similares de aceptación y rechazo de las políticas gubernamentales, al analizar la valoración en función de la variable temporal es posible advertir un mismo patrón que emula las variaciones expresadas en el gráfico 3. Es decir, un primer momento que duró tres semanas de aprobación explícita de la política oficial y un punto de quiebre luego del primer mes de ASPO, momento en el que la crítica constante a las medidas de extensión del confinamiento, principalmente producto de sus consecuencias económicas, se asoció a la evaluación abierta de otros eventos críticos –como las “excarcelaciones”, o las internas dentro de la coalición gobernante– que llevaron a un rechazo marcado del gobierno y sus principales figuras. Contrariamente, y de manera coherente con el posicionamiento editorial cercano a las políticas de gobiernos del mismo signo que el actual en otros casos de alto impacto político y social (Zunino, 2016; Aruguete, 2011; Koziner y Zunino, 2013), *Página/12* mostró una tendencia más abierta a la explicitación de elementos afectivos que construyeron una constante aceptación de las iniciativas gubernamentales, independientemente de los períodos o eventos críticos acaecidos en cada momento.

6. Conclusiones

El tratamiento informativo de un evento conmocionante como una pandemia constituye un objeto de estudio relevante, producto de la centralidad que adquieren los medios de comunicación en dichos contextos. Tal como se ha verificado en estudios recientes, la demanda de información en el marco de la COVID-19 creció exponencialmente en varios países, incluida la Argentina, lo que le otorgó a los medios de comunicación, y entre ellos a los portales digitales, un lugar central como fuentes de información (Masip et al., 2020; Salaverría et al., 2020; Muñiz, 2020; Duc Huynh, 2020). El presente estudio persiguió el objetivo central de conocer la fisonomía del tratamiento informativo en los medios digitales más importantes de la Argentina a partir del análisis de la relevancia del problema en las agendas y de la valoración de la autoridad gubernamental como figura central del manejo de la crisis.

Los resultados del trabajo empírico permitieron observar que la COVID-19 constituyó un tema que dominó las agendas informativas durante 150 días en la Argentina. Si se toman los datos en términos agregados, es posible advertir que seis de cada diez noticias que se publicaron entre el 20 de marzo, fecha del decreto del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, y el 16 de agosto, fin del recorte temporal propuesto, tuvieron como eje central a la COVID-19.

Adicionalmente, los resultados demuestran otras cuestiones centrales relativas a la tematización de la pandemia. En primer lugar, la frecuencia de cobertura no fue estable. Si bien la novedad de la llegada de la enfermedad al país acaparó la atención mediática desde fines de marzo hasta principios de abril, al punto de convertir la COVID-19 en prácticamente un monotema, la relevancia comenzó a descender con el paso del tiempo, aun cuando la situación no está controlada ni resuelta. En efecto, se da la contradicción de que el máximo nivel de relevancia se asoció mucho más a la novedad de la pandemia y de la política pública

de contención que a la evolución de la curva de contagios o de la cantidad de personas afectadas.

Por su parte, la tematización de la pandemia también sufrió variaciones. A partir de los resultados se puede concluir que el debate mediático sobre la pandemia osciló entre una perspectiva sanitarista, promovida por la información oficial, y una discusión política sobre el confinamiento y sus consecuencias sobre la economía y las libertades individuales, las cuales fueron habitualmente homologadas en los discursos en una sinécdoque que tendió a equiparar libertad individual y de mercado.

En este punto, es importante advertir que, durante todo el proceso, tanto gobierno como medios desplegaron un enfoque de control y castigo. La situación de excepción habilitó al gobierno a adoptar restricciones y sanciones impensadas en la prepandemia. El enfoque punitivo promovido desde el poder político encontró eco mediático, probablemente por su congruencia con discursos preexistentes del mismo tipo en las agendas (Calzado, 2015) y que en este caso se manifestó asociado a la información sobre permisos de circulación, procedimientos de control e instigación a la denuncia ciudadana de los incumplimientos de las normas.

Por último, el estudio indagó sobre el tono valorativo expresado en los medios sobre las medidas del gobierno nacional. Si bien se constató un predominio de la valoración indefinida, coherente con el tipo estilístico del discurso informativo, llamó la atención cierta paridad entre las valoraciones negativa (31,3%) y positiva (29,8%). En ese sentido, la variable temporal resulta clave para comprender el fenómeno.

Como se dijo, en el inicio de la pandemia el gobierno, a partir de una estrategia sanitaria y comunicacional basada en la apuesta por una actitud de consenso con la oposición y el asesoramiento permanente por parte de un comité de expertos, logró que incluso medios habitualmente distantes de las políticas que promueve la actual coalición gobernante valoraran positivamente las decisiones tomadas. El paso del tiempo y el incremento de la discusión –y polarización– política fueron cruciales para que los medios más leídos del país (*Clarín*, *Infobae* y *La Nación*), habitualmente opositores a las perspectivas del gobierno nacional, modificaran su apoyo editorial sobre la gestión de la pandemia para convertirse en detractores de la perspectiva gubernamental. En cambio, el caso de *Página/12* resulta ilustrativo de dos cuestiones centrales. En primer lugar, de un uso irreverente del estilo del discurso informativo. Desde sus orígenes, el diario fundado en 1987 fue pensado como un periódico de contrainformación (Ulanovsky, 1997) con una línea editorial clara que utilizó el humor, la sátira y la opinión como elementos claves de su contrato de lectura. Dicha contextualización resulta útil para interpretar los altos niveles de despliegue de adjetivaciones y evaluaciones afectivas en todos sus géneros. En tanto, su alineamiento con las políticas de diferentes gobiernos del mismo signo que el actual resulta un elemento para tener en cuenta en el análisis ya que, a lo largo de 150 días, no ha habido en su tratamiento informativo divergencias notorias con la política oficial, la cual fue presentada generalmente en términos de beneficios para el bien común. Por lo tanto, la comparación entre medios permite poner en duda la posibilidad de existencia de discursos plurales y diversos en el interior de los medios analizados, lo que constituye un obstáculo para la calidad informativa.

La COVID-19 constituye un laboratorio natural para el análisis de los contenidos mediáticos. El evento que conmueve al mundo plantea una serie de cambios económicos, políticos, sociales y culturales de los que las empresas mediáticas no están exentas. La

constatación de su centralidad en contextos de pandemia, como vehículos de información vital para el desarrollo de las actividades cotidianas, los ubica en un lugar de máxima visibilidad y responsabilidad. Este trabajo aporta evidencias sobre la fisonomía de la cobertura de la pandemia en la Argentina, aunque no recorre todas las dimensiones posibles de indagación. Los procesos de construcción de las agendas en momentos de confinamiento, la relación entre los periodistas y las fuentes de información, los encuadres de las noticias y los procesos de consumo y recepción permanecen abiertos como interrogantes centrales que invitan a ser transitados en futuras investigaciones. De ello depende poder completar un análisis integral del circuito de la información en un contexto único de la historia.

Referencias bibliográficas

- Aruguete, N. (2011). *Los medios y la privatización de ENTEL*. Berlín: Editorial Académica Española.
- (2013). “La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político”. *Austral Comunicación*, 2(1): 205-16.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bennett, W. L. (1991). *News: The Politics of Illusion, Ninth Edition*. Nueva York: Longman.
- Bennett, W. L. y R. G. Lawrence. (2007). *When the Press Fails. Political Power and The News Media from Irak to Katrina*. Editado por W. L. Bennett, R. G. Lawrence y S. Livingston. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bennett, W. L. y B. Pfetsch (2018). “Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres”. *Journal of Communication*, 68(2): 243-53.
- Budd, R. (1964). “U.S. News in the Press Down Under”. *The Public Opinion Quarterly*, 28(1): 39-56.
- Calzado, M. (2015). *Inseguros. El rol de los medios y la respuesta política frente a la violencia. De Blumberg a hoy*. Buenos Aires: Aguilar.
- Casermeyro de Peresón, A., L. de la Torre y M. T. Téramo (2009). *Buenos Aires elige presidente. Un estudio en el marco de la teoría de la Agenda Setting*. Buenos Aires: EDUCA.
- Casero-Ripollés, A. (2020). “Impact of Covid-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak”. *El Profesional de la Información*, 29(2): 1-11.
- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics. Contemporary Review*. Vol. 282. Nueva York: Taylor & Francis e-Library.
- Coleman, C. (1993). “The Influence of Mass Media and Interpersonal Communication on Societal and Personal Risk Judgments”. *Communication Research*, 20(4): 611-28.
- Dader, J. L. (1992). “La canalización o fijación de la ‘agenda’ por los medios”. En: Muñoz Alonso A., J. I. Monzón, J. Rospir y J. L. Dader (eds.). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUDEMA, pp. 294-318.
- Dearing, J. y E. Rogers (1996). *Agenda Setting*. Thousand Oak, CA: Sage Publications.

- Duc Huynh, T. L. (2020). "The COVID-19 Risk Perception: A Survey on Socioeconomics and Media Attention". *Economics Bulletin*, 40(1): 758-64.
- Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. México D.F.: Alfaomega.
- Farré Coma, J. (2015). "Comunicación de riesgo y espirales del miedo". *Comunicación y Sociedad*, 0(3): 95-119.
- Fontcuberta, M. (2006). "El periódico como sistema". En: Fontcuberta M. y H. Borrat (eds.). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 15-154.
- Gómez Mompart, J. L. y D. Palaum Sampio (2013). "Métodos y técnicas de análisis y registro para investigar la calidad periodística". En: *Actas Del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*. Segovia: AEIC, pp. 771-85.
- Hallin, D., C. L. Briggs, C. Mantini-Briggs, H. Spinelli y A. Sy (2020). "Mediatización de las epidemias: la cobertura sobre la pandemia de la gripe A (H1N1) de 2009 en Argentina, Estados Unidos y Venezuela". *Comunicación y Sociedad*, e7207: 1-24.
- Hernández Sampieri, R., C. Fernández Collado y P. Baptista (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J. y M. L. Humanes (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kessler, G. y B. Focás (2014). "¿Responsables del temor? Medios y sentimiento de inseguridad en América Latina". *Nueva Sociedad*, 249: 137-48.
- Koziner, N. y E. Zunino (2013). "La cobertura mediática de la estatización de YPF en la prensa argentina: un análisis comparativo entre los principales diarios del país". *Global Media Journal México*, 10(19): 1-25.
- Lasswell, H. (1948). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad". En: Moragas Spá, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*, 1ra ed. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 232-47.
- Luhmann, N. (1973). *Ilustración sociológica y otros ensayos*. Buenos Aires: Sur.
- Martini, S. (2017). "Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI". En: Martini, S. y M. Pereyra (eds.). *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología*. Buenos Aires: IMAGO MUNDI, pp. 1-28.
- Masip, P., S. Aran-Ramspott, C. Ruiz-Caballero, J. Suau, E. Almenar y D. Puertas-Graell (2020). "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo". *El Profesional de la Información*, 29(3): 1-12.
- McCauley, M. y S. Minsky. (2013). "The H1N1 Pandemic: Media Frames, Stigmatization and Coping". *BMC Public Health*, 13(1): 1-16.
- McCombs, M., J. P. Llamas, E. López Escobar y F. Rey Lennon (1997). "Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effect". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(4): 703-717.
- McCombs, M. y D. Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of the Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-87.

- Mitchelstein, E. y P. Boczkowski (2017). “Juventud, estatus y conexiones. explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales”. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24: 131.
- Muñiz, C. (2020). “Media System Dependency and Change in Risk Perception During the COVID-19 Pandemic 11”. *Tripodos*, 1(47): 11-26.
- Muñiz, C. y V. Corduneanu (2020). “Percepción de riesgo y consumo mediático durante el inicio de la pandemia de COVID-19 en México”. *Más Poder Local*, 41(abril 2020): 19-22.
- Palpan-Guerra, A. y C. Munayco (2015). “How Did the Media Report on the AH1N1 Influenza in Peru?” *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 32(2): 294-98.
- Pan, Z. y G. Kosicki (1993). “Framing Analysis: An Approach to News Discourse”. *Political Communication*, 10(1): 55-76.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1): 1-42.
- Pride, R. (1995). “How Activists and Media Frame Social Problems: Critical Events Versus Performance Trends for Schools”. *Political Communication*, 12(1): 5-26.
- Roberts, C. (2005). “Gatekeeping Theory: An Evolution”. En *Channels*, 17. San Antonio, Texas: Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Salaverría, R., N. Buslón, F. López-Pan, B. León, I. López-Goñi y M. Erviti. (2020). “Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19”. *El Profesional de la Información*, 29(3): 1-15.
- Thompson, K. (2014). *Pánicos morales*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Tuchman, G. (1972). “Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen’s Notions of Objectivity”. *American Journal of Sociology*, 77(4): 660-79.
- (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Nueva York: Free Press.
- Ulanovsky, C. (1997). *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Waisbord, S. (2018). “Truth Is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post-Truth”. *Journalism Studies*, 19(13): 1866-1878.
- Zhu, J. (1992). “Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69(4): 825-836.
- Zunino, E. (2015). “La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino, en 2008”. *Comunicación y Sociedad*, 25(enero-julio 2016): 1-32.
- (2016). “The Assessment of Political News in the Media Agenda: A Methodological Proposal for More Extensive Content Analysis”. *Communication & Society*, 29(4): 235-253.
- Zunino, E. y B. Focás (2018). “El tratamiento informativo de la ‘inseguridad’ en la Argentina: víctimas, victimarios y demandas punitivas”. *Comunicación y Sociedad (Navarra)*, 31(3): 1-24.