



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

Gomez Wagner, Celeste; Arcangeletti Yacante, Carla Antonella
De escenario central a telón de fondo: tematización y generic news
frames de la pandemia extendida en diarios digitales argentinos
Revista de Comunicación, vol. 22, núm. 1, 2023, Marzo-Agosto, pp. 165-184
Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3063>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589475109010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

De escenario central a telón de fondo: tematización y generic news frames de la pandemia extendida en diarios digitales argentinos

From center stage to backdrop: thematization and generic news frames of the extended pandemic in Argentine digital newspapers

Gomez Wagner, C. y Arcangeletti Yacante, C. A.¹

Recibido: 29-09-2022 – Aceptado: 30-01-2023

<https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3063>

RESUMEN: Si algo podemos asegurar de la pandemia por COVID-19 es que provocó una irrupción de tal magnitud en el mundo entero, que las resonancias de los múltiples y variados cambios que generó aún no han terminado de verse. En relación con los procesos comunicativos, la demanda de información en tiempo real aumentó y los medios de comunicación se ubicaron en el centro de la escena, sobre todo en un primer período cuando las posibilidades de contrastación intersubjetiva de las personas se vieron disminuidas por los confinamientos. Pero esto no fue una constante: conforme la pandemia se extendió en el tiempo fue perdiendo su carácter de novedad y pasó de escenario central a telón de fondo en las coberturas mediáticas.

Esta investigación describe cuáles fueron los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes que *La Nación*, *Clarín* (en sus versiones digitales) e *Infobae* desplegaron en sus coberturas sobre la pandemia entre 2020 y 2022.

Enmarcado en los aportes de las teorías de la agenda setting y el framing, este trabajo parte de un análisis de contenido cuantitativo y compara cuatro cortes temporales específicos (abril de 2020, octubre de 2020, mayo de 2021 y enero de 2022), escogidos por haber representado picos significativos en el desarrollo de la pandemia en términos sanitarios nacionales.

El análisis expone que la concentración del asunto sanitario, así como la prominencia de las variables que conforman los encuadres de moralidad y de interés humano fueron diluyéndose a lo largo del tiempo, volviendo a los frames en las coberturas del asunto menos compactos y más dispersos.

Palabras clave: framing; agenda setting; pandemia; COVID-19; prensa digital.

ABSTRACT: If there is one thing we can be sure about the COVID-19 pandemic, it is that it caused an irruption of such magnitude throughout the world that the resonances of the multiple and varied changes it generated have yet to be seen. In relation to communication processes, the demand for information in real time increased and the media took center stage, especially in an initial period when the possibilities of intersubjective contrasts between people were diminished by the confinements. But this was not a constant: as the pandemic spread over time, it lost its novelty character and went from center stage to backdrop in media coverage.

¹ **Celeste Gomez Wagner.** Maestranda en Periodismo (Universidad de Buenos Aires), Becaria Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Docente titular en la Universidad Nacional de San Isidro Raúl Scalabrini Ortiz (Argentina); integra el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). Sus líneas de investigación se centran en Estudio de medios digitales, relevancia noticiosa, contextos electorales, agenda setting, framing, estudios de género. celegwag@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7923-5360>

Carla Antonella Arcangeletti Yacante. Maestranda en Industrias Culturales, Políticas y Gestión (Universidad Nacional de Quilmes), Becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Integra el Observatorio de Medios y Comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo y el Centro de investigación en Industrias Culturales, Políticas de Comunicación y Espacio Público de la en la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). Sus líneas de investigación se centran en estudio de medios digitales; periodismo; comunicación política; agenda setting, framing.aarcangeletti@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0708-3737>

This research describes the thematic shifts and the predominant frames that *La Nación*, *Clarín* (in its digital versions) and *Infobae* deployed in their coverage of the pandemic between 2020 and 2022.

Framed in the contributions of the agenda setting and framing theories, this paper starts with a quantitative content analysis and compares four specific time frames (April 2020, October 2020, May 2021 and January 2022), chosen for having represented significant peaks in the development of the pandemic in national health terms.

The analysis shows that the concentration of the health issue, as well as the prominence of the variables that make up the morality and human interest frames were diluted over time, making the frames in the coverage of the issue less compact and more dispersed.

Keywords: framing; agenda setting; pandemic; COVID-19; digital press.

1. Introducción

La rápida y expansiva propagación del Covid-19 en el mundo inauguró un período de incertidumbre que tuvo su correlato en el aumento del consumo de información noticiosa. En general, frente a un escenario de características desconocidas, las personas tienden a construir “mapas cognitivos” que les permitan orientarse y completar los vacíos de conocimiento (McCombs & Weaver, 1973). Para ello recurren, especialmente, a los medios de comunicación.

En Argentina, un estudio realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo expuso que nueve de cada diez noticias publicadas en los principales diarios digitales argentinos en las primeras cinco semanas del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) se refirieron al Covid-19. Es decir, la curva informativa sobre la pandemia aumentó más que la enfermedad en sí misma durante el primer mes del ASPO, momento en que, además, el asunto escapaba a la experiencia directa de la población no contagiada, en consonancia con las medidas de confinamiento aplicadas por el Gobierno Nacional desde el 19 de marzo de 2020 (Zunino & Arcangeletti, 2020).

En tanto la pandemia se sostuvo en el tiempo, la originalidad, la imprevisibilidad y el ineditismo que reforzaron el carácter de novedad del asunto (Martini, 2000, p.90) fueron perdiendo su intensidad inicial.

Conforme a ello, en un primer momento, los principales medios del país mostraron un consenso que pretendía “cerrar la grieta” en favor de la salud pública, lo cual quedó representado simbólicamente en la publicación de una misma portada con el titular “Al virus lo frenamos entre todos” el día en que se decretó el ASPO. No obstante, los puntos de quiebre no tardaron en aparecer y ese consenso inicial volvió a mostrar sus fisuras estructurales.

Este trabajo constituye un estudio descriptivo de caso, en tanto pretende caracterizar al fenómeno de la pandemia enmarcado en las coberturas mediáticas de *Infobae*, *Clarín* y *La Nación* (en sus versiones online), tres diarios digitales que se encuentran entre los de mayor alcance de Argentina.

En este sentido, y partiendo de considerar que el volumen de la información noticiosa poco revela sobre los marcos interpretativos propuestos para su comprensión, estudiar los desplazamientos que tomó su cobertura mediática en términos temáticos y los encuadres que efectivamente quedaron plasmados en las noticias publicadas por los medios digitales argentinos de mayor alcance nacional constituye un interés de estudio relevante, cuyo foco será el eje del presente artículo.

A nivel general, esta investigación se propone indagar cuáles fueron los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes que *La Nación*, *Clarín* (en sus versiones digitales) e *Infobae* desplegaron en sus coberturas sobre la pandemia entre 2020 y 2022. La elección de medios digitales responde, en primer lugar, a la importancia que adquirió el consumo de información por esta vía, especialmente en el contexto de la pandemia. Siguiendo a Mitchelstein y Boczkowski (2022), uno de los efectos más

significativos del Covid-19 en el plano mediático ha sido la aceleración del declive de los diarios en papel. Asimismo, los tres medios seleccionados se encuentran entre los cinco más consumidos del país tanto en 2020, como 2021 y 2022, de acuerdo con los informes anuales del Instituto Reuters.

2. Marco referencial

El análisis que propone esta investigación se ha desarrollado en el marco de dos perspectivas teórico-metodológicas consideradas complementarias: la *agenda setting* y el *framing*.

La primera de ellas, nacida en los años '70, es una de las más referenciadas -y también discutidas- dentro de las investigaciones en el campo de la comunicación (Zunino, 2018). Surgió en el marco de la corriente funcionalista de la *Mass Communication Research* (Estados Unidos) y se asume como una teoría de efectos (Aruguete, 2017). En contraposición a las tesis de los efectos mínimos, el establecimiento de la agenda fue pionero en corroborar empíricamente que los medios de comunicación incidían - a nivel cognitivo y en plazos extendidos de tiempo- sobre las audiencias. De esta manera, la hipótesis inicial de esta perspectiva postuló que los *issues* que seleccionan y enfatizan los medios (en detrimento y/u omisión de otros) en sus coberturas eran señalados, luego, como los más relevantes para la opinión pública; es decir, se planteó -y corroboró- la transferencia de relevancia. No obstante, en el prólogo de *El poder de la Agenda* (Aruguete, 2015), McCombs reformuló esta definición de *agenda setting* y la describió como: “elementos prominentes en los medios de comunicación [que] con frecuencia adquieren prominencia entre el público” (p.15). Cabe aclarar que este estudio se focalizará únicamente en la cobertura mediática, quedando la instancia de producción y la de recepción como posibles líneas de investigación complementarias posteriores.

Dentro del primer nivel de la *agenda*, la relevancia temática (*salience of issues*) es entendida -siguiendo a Amadeo (2008)- como la “visibilidad de la información a partir de su ubicación, su tamaño, su disposición con respecto a otro tipo de información o su mayor frecuencia de cobertura” (p.8). Desde los orígenes de este enfoque, McCombs y Shaw (1972) operacionalizaron esta noción a partir de dos indicadores: la frecuencia de aparición de dichos asuntos en la cobertura y la jerarquía que se les asigna dentro de la misma. Este estudio se concentra en el primero de ellos y para ello considera la noción de hueco informativo (*news hole*). El mismo es definido como la cantidad del espacio disponible para el material informativo no publicitario (Budd, 1964) e implica considerar que los *issues* compiten por obtener un lugar dentro del espacio acotado de las coberturas destinado a las informaciones (McCombs, 2006).

Además de esto, el primer nivel de la teoría contempla una segunda fase de análisis referida a las condiciones contingentes (McCombs & Weaver, 1973) cuya hipótesis sostiene que la capacidad de los medios para transferir la relevancia de un objeto hacia la agenda pública dependerá también de otros factores. Por un lado, el grado de incertidumbre de las personas sobre el asunto determinará si los *issues* son, en términos de Zucker (1978), obstrusivos (de experiencia directa) o no obstrusivos (alejados de la experiencia directa). Por el otro, dependerá de las variables sociodemográficas de las personas. En este estudio se toma el primero de estos aportes para comprender cómo la relevancia que adquirió el asunto no fue una constante, sino que se redefinió en virtud de la incertidumbre y los aislamientos característicos del período de la irrupción y de la posterior experiencia directa de la enfermedad.

El segundo nivel de la *agenda*, por su parte, indaga el modo en que un asunto es cubierto por los medios. En ese sentido, estudia la agenda de atributos, entendidos como “características y rasgos que definen a un objeto” (McCombs & Valenzuela, 2007, p.47). En este caso, el objeto es la pandemia en tanto *issue* central y los atributos se entienden como subtemas que moldean al asunto en sí, esto es: como puntos de vista mediante los cuales tanto los periodistas como el público contemplan al mismo (Ghanem, 1996).

Cabe mencionar que este trabajo no se vuelca al estudio de los efectos, sino que operacionaliza una serie de elementos conceptuales de la teoría de la *agenda setting* para el estudio particular de las agendas mediáticas de los diarios digitales seleccionados.

En este sentido, también es preciso señalar que, aunque dentro de los estudios de comunicación hay quienes proponen concebir al *framing* como una fase de la *agenda* (McCombs & Valenzuela, 2021; McCombs & Ghanem, 2001), aquí se parte de considerar que se trata de dos teorías independientes, aunque complementarias entre sí (Aruguete, 2017).

A diferencia de la *agenda*, la noción de *frame* proviene del campo de la psicología. Bateson (1972) se refirió a este concepto para referirse al marco de interpretación en función del cual las personas prestan atención a determinados aspectos de la realidad percibida y no a otros. Luego, fue Goffman (1974) quien aplicó el concepto dentro de la sociología, entendiendo a los *frames* como esas formas compartidas y transmitidas en el marco de una sociedad, que también inciden y atraviesan la producción noticiosa (Igartua et al., 2022).

Siguiendo a Reese (2001) se parte de considerar a los *frames* como “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (p. 11).

El *framing* es entendido aquí como un programa de investigación multiparadigmático (D’Angelo, 2002, 2012) que permite abordar el proceso comunicacional de manera integral (esto es: tanto las rutinas de producción de las noticias como los textos noticiosos, la recepción de las mismas y la cultura, entendida como un repertorio compartido de *frames*). Asimismo, esta perspectiva permite entender al *framing* como una metateoría que se nutre de perspectivas y paradigmas diferentes, pero complementarios entre sí (Koziner, 2015).

Este trabajo se centra en el estudio de los frames noticiosos (*news frames*), comprendidos como aquellos que quedan efectivamente plasmados en las noticias y que constituyen la mejor evidencia del proceso de encuadre, por lo cual se presentan como una vía de ingreso privilegiada para su análisis. No obstante, esto no puede, en ningún caso, omitir que dicho proceso trasciende los medios dado que los encuadres noticiosos interactúan con las conductas sociales y cognitivas que los han moldeado (Koziner, 2015).

En las investigaciones centradas en los encuadres noticiosos se han diferenciado dos tipos de *frames* que pueden detectarse en los contenidos informativos: los genéricos o *generic news frames* (de Vreese, 2003; Iyengar, 1991; Semetko & Valkenburg, 2000), y los específicos o *issue-specific news frames* (Kerr & Moy, 2002; Husselbee & Elliott, 2002; Igartua et al., 2005). Los primeros pueden aplicarse al estudio de cualquier mensaje y en relación con cualquier tema. Los específicos, en cambio, posibilitan dar cuenta de las diferentes aristas de un tema particular y profundizar en su estudio (Igartua et al., 2022; Muñoz, 2020).

Este estudio trabaja con los encuadres genéricos en función de la tipología propuesta por Semetko y Valkenburg (2000). Las autoras identifican cinco encuadres que podrían presentarse en cualquier texto noticioso: el encuadre de conflicto, centrado en el desacuerdo -ya sea entre instituciones, grupos o individuos-; el de atribución de responsabilidad, en el cual se le asigna la responsabilidad por el problema o su solución a una institución, grupo o individuo; el encuadre de interés humano, que desarrolla un tratamiento emocional o se centra en el rostro humano del asunto; el de moralidad, que prescribe cuestiones morales o religiosas; y el de consecuencias económicas, que presenta al problema en cuestiones económicas que se deberán afrontar.

Este listado de encuadres se ha utilizado ampliamente (de Vreese, 2003; 2005) y ha sido una de las propuestas de tipologías de encuadres genéricos presentes en las noticias que ha tenido mayor

influencia en la literatura sobre *framing* (Muñiz, 2022). Aunque el estudio de esta teoría en Iberoamérica es todavía deficiente en comparación con el desarrollo en otras regiones (Igartua et al., 2022), la aplicación de encuadres genéricos presenta antecedentes en la región. A continuación, se hace referencia a algunos de los más influyentes para la realización de este trabajo.

Igartua y Muñiz (2004) recurrieron a los *generic frames* de Semetko y Valkenburg (2000) para analizar el tratamiento noticioso que la prensa y la televisión españolas le otorgaron a la inmigración. Detectaron en las coberturas la prominencia de los encuadres atribución de responsabilidad, interés humano y conflicto.

Aruguete (2011) también aplicó estos encuadres para el estudio de la cobertura del proceso de privatización de ENTel en 1990, en ese momento, empresa de telecomunicaciones de Argentina. Dado que no todos los *frames* presentaron una fiabilidad aceptable y de acuerdo con las correlaciones identificadas entre los indicadores, mantuvo el encuadre de consecuencias económicas, pero construyó dos nuevos (conflicto con impacto humano y resolución de conflictos).

Asimismo, en 2014, Aruguete y Koziner realizaron una aplicación deductiva de los encuadres propuestos por Semetko y Valkenburg (2000) para el estudio de la cobertura que tres diarios generalistas argentinos —*Clarín*, *La Nación* y *Página/12*— hicieron del “7D”, en alusión al 7 de diciembre de 2012, fecha clave que la Corte Suprema de Justicia argentina había establecido para la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En función de los resultados obtenidos, las autoras redefinieron los encuadres predominantes, hallando dos más salientes: culpabilidad por el conflicto y consecuencias económicas.

También González García (2016) tomó la tipología de encuadres propuesta por Semetko y Valkenburg (2000) para analizar los contenidos noticiosos del diario *Perú21* entre 2011 y 2015, con foco en las informaciones sobre las relaciones internacionales. Los resultados indicaron como encuadres más prominentes en ese asunto, atribución de responsabilidad y consecuencia económica.

Por su parte, Rodríguez Díaz y Montes (2008) también aplicaron los cinco encuadres presentados por Semetko y Valkenburg (2000) al estudio de los encuadres noticiosos presentes en las coberturas de los medios españoles *El País* y *El Mundo*, en referencia a una de las crisis migratorias en Canarias durante 2006. Las autoras concluyen que los encuadres de responsabilidad y de interés humano son los más frecuentes en la muestra de noticias analizada.

En síntesis, este trabajo se sirve de las herramientas teórico-conceptuales de las teorías de la *agenda setting* y del *framing* para analizar la composición de las agendas mediáticas y de los encuadres predominantes en las coberturas que *La Nación*, *Clarín* e *Infobae* hicieron de la pandemia por Covid-19 entre 2020 y 2022.

Estos andamiajes teóricos fueron elegidos en función del protagonismo notable que han adquirido en los estudios sobre medios de comunicación, ya sea por su capacidad de analizar cómo estos seleccionan, incluyen y jerarquizan en sus coberturas determinados asuntos y/o personajes; así como también por su comprensión de la producción noticiosa como parte de un proceso más amplio y dinámico que atraviesa a la comunicación de manera integral.

3. Metodología

El objetivo general de este trabajo es indagar cuáles fueron los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes que *La Nación*, *Clarín* (en sus versiones digitales) e *Infobae* desplegaron en sus coberturas sobre la pandemia entre 2020 y 2022. En términos específicos, se pregunta: ¿Cuál fue la relevancia de la pandemia en las coberturas mediáticas estudiadas?, ¿cuáles fueron los encuadres

más prominentes en las noticias a lo largo del período analizado?, ¿cuáles fueron las variaciones a lo largo del período bajo estudio?, y ¿qué relación se encuentra entre la frecuencia de la cobertura mediática y el nivel de contagios por Covid-19?

Los diarios digitales elegidos conforman las unidades de contexto y se seleccionaron en función de estar entre los más leídos del país según los informes anuales del Instituto Reuters. *La Nación* fue el primer diario de Buenos Aires en entrar en la web, el 1 de diciembre de 1995. De ese modo, uno de los periódicos centenarios del país, fundado por el expresidente Bartolomé Mitre en 1870 (1862-1868), empezaba a desempeñarse en la red (Rost y Bergero, 2012). El 10 de marzo de 1996 llegó a internet *Clarín*, el diario en papel más leído del país y uno de los de mayor circulación de habla hispana. Fundado por el ex diputado del Partido Socialista Independiente, Roberto Noble, el 28 de agosto de 1945, es la marca insignia del mayor multimedio del país (Becerra, 2015). En tanto, *Infobae*, creado en el 2002 por el empresario Daniel Hadad, es un nativo digital que al día de la fecha encabeza el ranking de lecturas online a nivel nacional.

Para responder a los objetivos propuestos se recurrió a la técnica del análisis de contenido cuantitativo, dado que permite realizar una descripción sistemática de los componentes formales y semánticos de todo tipo de mensajes (Colle, 2011), y formular inferencias válidas y reproducibles a partir de los datos obtenidos (Krippendorff, 1990). Dicha técnica se caracteriza por ser sistemática y cuantitativa. A su vez, aquí se prefiere caracterizarla como intersubjetiva -en lugar de objetiva- dado que se considera que, siendo imposible eliminar la subjetividad del analista, esta técnica requiere la definición precisa de las reglas de codificación para lograr consenso entre los diferentes investigadores intervinientes (Igartua, 2006).

El análisis de contenido se aplicó sobre un corpus de noticias seleccionadas en función de haberse publicado dentro de los cinco primeros lugares de las *homes* de los medios bajo estudio, tomando el criterio de recorrido de los ojos en la lectura (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo). Al tratarse de portales digitales, regidos por un criterio de actualización constante, para la recolección de noticias se recurrió a la información registrada en tiempo real por el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Cuyo.

Para la conformación del corpus se realizaron también cuatro cortes temporales específicos: 1) abril de 2020, 2) octubre de 2020, 3) mayo de 2021 y 4) enero de 2022. Los mismos representan puntos significativos a nivel epidemiológico nacional. El primer período comprende la irrupción de la pandemia. Tomando los registros oficiales del Ministerio de Salud de la Nación, entre el 31 de marzo y el 30 de abril de 2020, la cantidad de casos contagiados se multiplicó de 1.054 a 4.428, lo cual marcó un pico inicial de crecimiento de 320%. El segundo comprende el mes en el cual la cantidad de contagios superó el millón de personas. El tercer período, por su parte, registró el porcentaje más elevado de ocupación de camas en terapia intensiva (UTI) por adulto a nivel nacional desde el inicio de la pandemia (77,4% registrado al 31 de mayo de 2021). En dicho mes, además, el Gobierno determinó un nuevo confinamiento estricto por nueve días para los distritos del país en Alto Riesgo o Alarma epidemiológica (que se extendió del 22 de mayo al 30 de mayo inclusive). Por último, en el cuarto se observó el mayor pico de contagios desde el comienzo de la pandemia, con un porcentaje de incremento del 48,18%. Esto se correspondió con el efecto de propagación de la variante Ómicron, cuyo primer caso argentino se registró en diciembre de 2021. La selección de estos recortes respondió al objetivo de identificar los desplazamientos antes detallados, desde el inicio de la pandemia hasta comienzos del 2022.

El corpus de análisis quedó conformado por 420 notas publicadas en la totalidad del período bajo estudio. Sobre esa base se calculó la porción del hueco informativo que ocupó el tema en las agendas mediáticas y luego se trabajó con un corpus más pequeño: las 179 notas referidas estrictamente a la pandemia para analizar los atributos temáticos y encuadres del asunto.

La técnica de recolección consistió en una semana construida, representativa de cada uno de los cuatro meses seleccionados; esto es: un lunes, un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un

domingo, por cada período. Este método permite obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección, lo que evita distorsiones propias de un momento informativo reducido, al tiempo que suele conservar las marcas de la pauta editorial (Zunino, 2020).

La construcción de las variables y el estudio de los datos obtenidos se enmarcaron en las perspectivas teórico-metodológicas de la *agenda setting* y el *framing*. Estas se volcaron sobre una matriz de análisis construida en el software estadístico SPSS para su codificación.

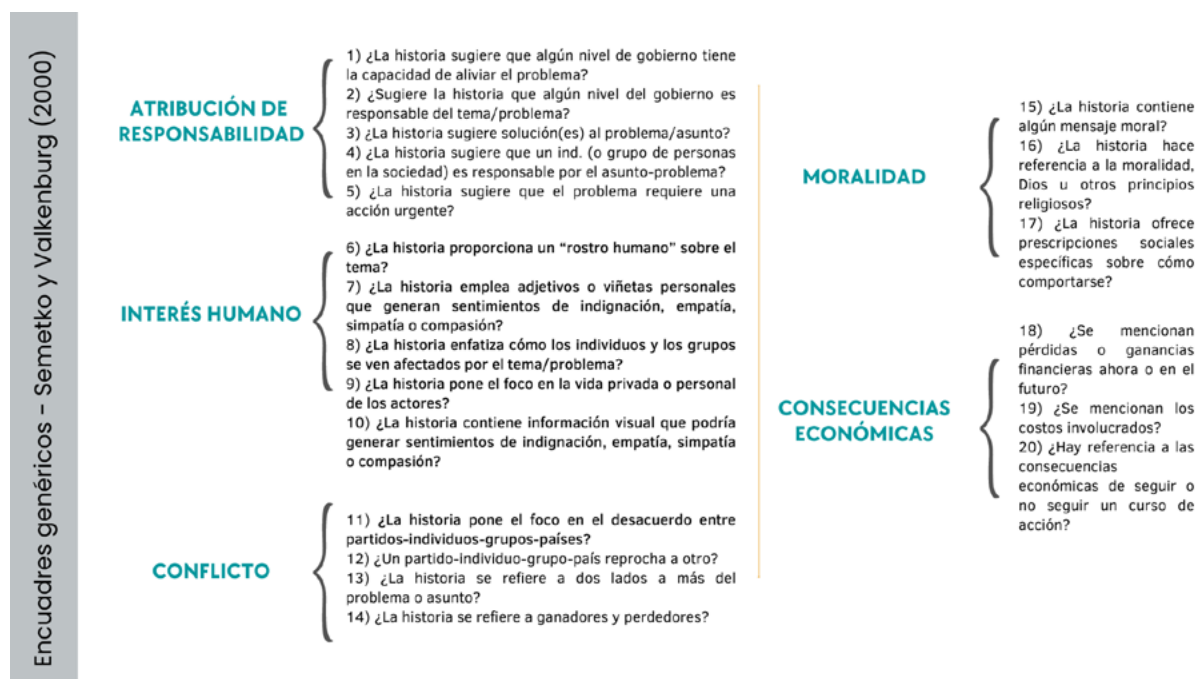
El primer grupo de variables remite a pautas formales: fecha, evento (1= irrupción, 2= millón de casos, 3= saturación UTI, 4= Ómicron), diario digital (1= *Clarín*, 2= *La Nación*, 3= *Infobae*), *link* y título.

En segundo lugar, para estimar la frecuencia de cobertura de la pandemia se codificó el tópico principal de las 420 notas relevadas. Una vez establecido el porcentaje del hueco informativo ocupado por el fenómeno estudiado, se trabajó únicamente con las 179 notas referidas a dicho asunto y se codificó el tópico asociado a la pandemia.

Luego, se trabajó sobre los *news frames*, es decir, aquellos encuadres que quedaron efectivamente plasmados en las coberturas, considerando, de todas formas, que estos no pueden ser entendidos por fuera de la cultura en la que se configuran (Koziner, 2015). Para su abordaje metodológico, se realizó una aplicación deductiva de la tipología de encuadres genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg (2000). La ventaja de este tipo de aproximación metodológica radica en que, si bien no posibilita un acercamiento en profundidad de los encuadres que aparecen en las noticias sobre un tema en particular, puede replicarse en estudios posteriores, aplicarse a muestras amplias y objetos diversos (Aruguete, 2011) y comparar, por ejemplo, distintos cortes temporales asociados al mismo tema, como aquí se analiza.

Para la identificación de los encuadres genéricos en los textos noticiosos estudiados, la matriz de análisis se compuso de las variables dicotómicas propuestas por las autoras mencionadas, tal como se expresa en la imagen N°1.

Imagen 1. Variables dicotómicas relativas a los encuadres genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg (2000).



Fuente: Semetko y Valkenburg (2000).

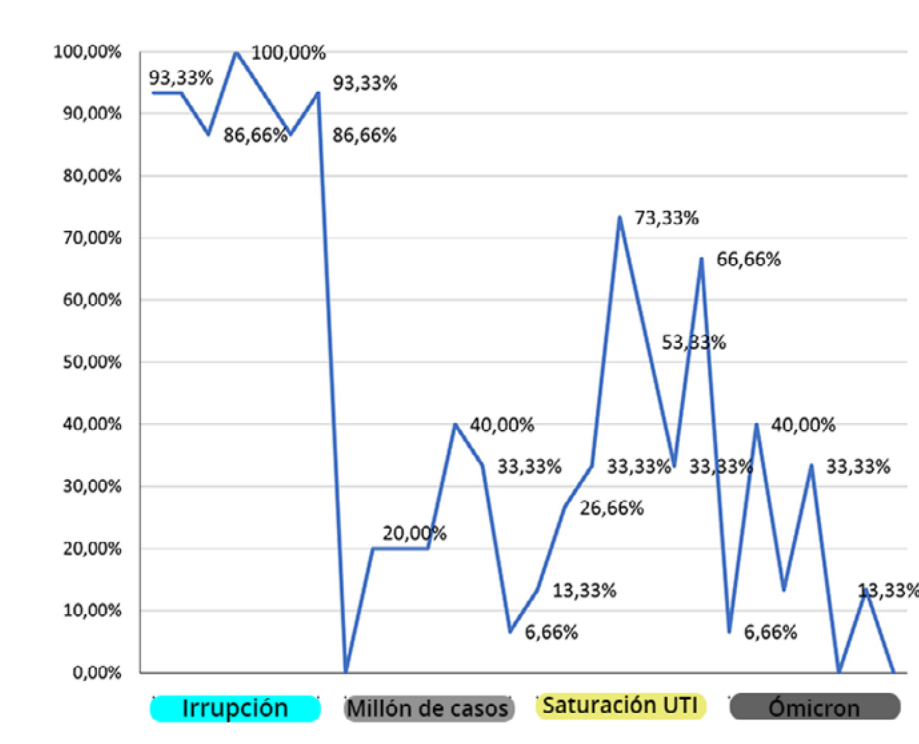
En este punto cabe destacar que este trabajo desagrega algunas de las variables propuestas por las autoras para la identificación del encuadre de atribución de responsabilidad en otras más específicas que se desprenden de ellas, de manera de ajustarlas al objeto de estudio. Así, dicho encuadre quedó compuesto por las siguientes variables dicotómicas: ¿sugiere la historia que algún nivel del gobierno nacional es responsable por el problema?; ¿Sugiere la historia que algún nivel de gobierno local es responsable por el problema?; ¿Sugiere la historia que un individuo o grupo es responsable por el problema?; ¿Sugiere la historia que el gobierno nacional debe resolver el problema?; ¿Sugiere la historia que el gobierno provincial o local debe resolver el problema?; ¿Sugiere la historia que un individuo o institución puede resolver el problema?; y ¿Sugiere la historia que el problema requiere acción urgente?

Luego de la codificación se realizó el análisis estadístico en el software señalado y se graficaron los resultados que se exponen en el siguiente apartado.

4. Análisis de los resultados

Por sus características disruptivas, la pandemia adquirió una relevancia inédita en las agendas mediáticas, especialmente durante el período cercano a su irrupción. A partir del análisis de los datos obtenidos se observa que del total de notas que se publicaron en el período estudiado (420), 43% se refirieron a la pandemia; y de ellas, la mayor parte (54%) se concentró en su inicio. Así, este trabajo confirma que en el primer período nueve de cada diez notas publicadas por los medios analizados se centraron en el Covid-19, por lo cual el asunto se convirtió prácticamente en un monotema de las coberturas noticiosas de ese momento. Esto puede explicarse por el carácter excepcional del asunto, la incertidumbre que generó, la necesidad que incrementó de obtener información en tiempo real frente a la imposibilidad de las personas de contrastar los hechos con su realidad intersubjetiva a causa del confinamiento, entre otras cuestiones.

Gráfico 1. Frecuencia de cobertura sobre el COVID-19 por período en Clarín, La Nación e Infobae (2020-2022)



Fuente: elaboración propia

La concentración del tema pandemia inicial tendió a disiparse conforme la pandemia se extendió en el tiempo. Así, la frecuencia de notas sobre este *issue* publicadas en los medios analizados registró un descenso significativo de abril a octubre de 2020 (pasó de ocupar el 92% al 20% de la cobertura). Durante el tercer recorte, la recurrencia del asunto en la cobertura volvió a elevarse (42%), en correspondencia con el aumento de la ocupación de las camas de terapia intensiva, y disminuyó, luego, con un porcentaje del 15% registrado hacia el principio de 2022.

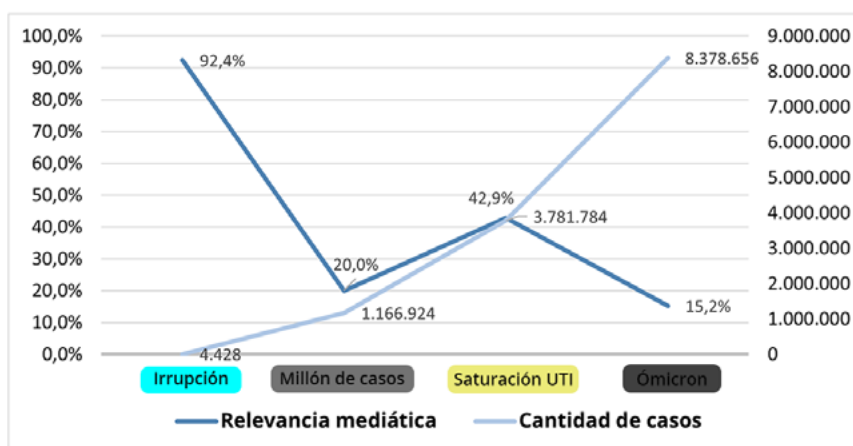
A la inusitada relevancia que tuvo la pandemia en la cobertura mediática de los diarios digitales estudiados, se le adiciona una dimensión de análisis: la cantidad de casos registrados en el país. En este sentido, el gráfico N°1 muestra cómo el Covid-19 se registró casi como un monotema (más de nueve de cada diez notas) en el momento de la irrupción, cuando los contagios eran relativamente escasos, y luego su presencia menguó hasta casi desaparecer de las portadas, en contraposición al récord de personas que contrajeron el virus hacia el final del período de análisis.

De esta manera, las curvas contrapuestas aportan evidencia empírica a la hipótesis de la segunda fase del primer nivel de *agenda setting* referida a las condiciones contingentes: cuando un tema está más alejado de la experiencia directa de las personas (temas no obstrusivos), como durante el período de irrupción ante el desconocimiento general del virus y los aislamientos preventivos, se buscan respuestas en los medios de comunicación que adquieren centralidad y una mayor capacidad de transmitir la relevancia sobre un tema hacia la agenda pública. Sin embargo, conforme la pandemia se extendió en el tiempo, los aislamientos terminaron y las personas pudieron contrastar intersubjetivamente lo que estaba pasando, ya sea por haber transitado la enfermedad en primera persona o a través de allegados, el tema se convirtió en obstrusivo y perdió relevancia en las agendas mediáticas.

Apenas en el tercer período mencionado se registra un incremento en la frecuencia de cobertura (cuatro de cada diez notas sobre el tema), lo que encuentra explicación en los nuevos días de aislamiento que decretó el Gobierno nacional argentino y en el consiguiente temor por la saturación de unidades de terapia intensiva en el territorio nacional: un tema no obstrusivo para aquellos que no estaban en contacto diariamente con la situación real de los hospitales.

También es importante destacar que los procesos de vacunación que tuvieron lugar en el medio de los períodos analizados en este trabajo le restaron gravedad a la enfermedad y, en consecuencia, las coberturas perdieron el grado de dramatización que habían adquirido al principio, más allá de la cantidad de casos identificados como lo evidencia el gráfico N° 2, sobre todo con la rápida transmisión de la variante Ómicron.

Gráfico 2. Comparativa entre la frecuencia de cobertura de COVID-19 en Clarín, La Nación e Infobae y la cantidad de casos registrados a nivel nacional por período (2020-2022)



Fuente: elaboración propia

Por otra parte, en cuanto a los atributos temáticos más resaltados en las coberturas, al tratarse de un asunto directamente vinculado con la salud pública, el rasgo sanitario de la pandemia (como estadísticas, la evolución de los contagios o el número de fallecidos) fue el más predominante en todos los medios analizados durante los cuatro períodos en su conjunto. A dicho atributo le siguió en frecuencia el vinculado a la seguridad, debido, por ejemplo, a la publicación de noticias que hicieron foco en casos de incumplimiento del confinamiento, prescripciones y/o permisos de circulación, entre otras cuestiones. Luego, se destacaron atributos vinculados con rasgos económicos y políticos de la pandemia, en consonancia con la publicación de noticias que, por ejemplo, se refirieron a la apertura o cierre de actividades, o bien a la gestión de la pandemia, las alternativas y/o disputas por la búsqueda de una salida a la crisis.

Imagen 2. Ejemplos de notas con los atributos temáticos más salientes en las coberturas

Nota ejemplificadora de atributos del asunto vinculados a la salud pública



Infobae, 27 de enero de 2022

Nota ejemplificadora de atributos del asunto vinculados a la seguridad

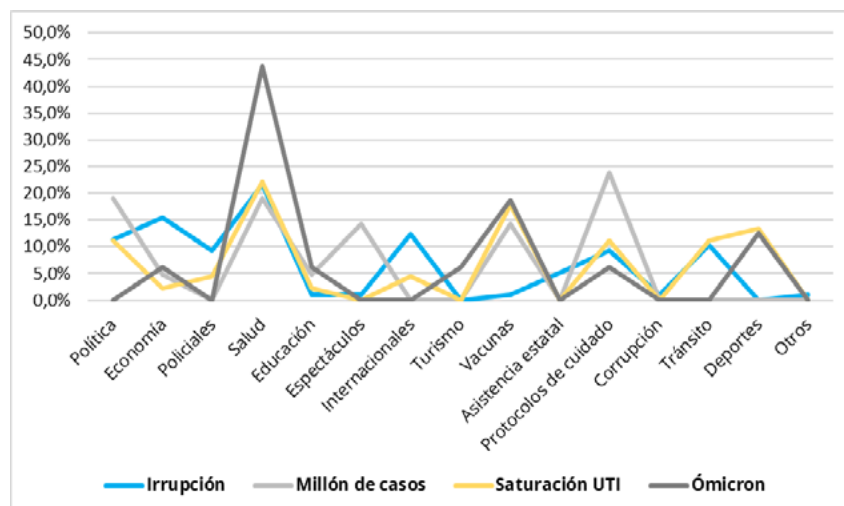


La Nación, 6 de abril de 2020

Fuente: elaboración propia

Cada período presenta, a su vez, algunas particularidades que se ven reflejadas en el gráfico N° 3. Los atributos económicos de la pandemia fueron los más destacados —luego de los sanitarios— durante el momento inmediatamente posterior a la irrupción del Covid-19 en el país. Se observa una diferencia significativa de este período respecto a los demás, que coincide con la preocupación sobre el impacto del cierre de gran parte de las actividades a causa del ASPO. Los rasgos internacionales de la pandemia (como el énfasis en la cantidad de contagios en otros países, por ejemplo) también adquirieron relevancia en este período, seguidos por otros vinculados con el tránsito y la cuestión policial que implicó la pandemia (en referencia, por ejemplo, a restricciones en la circulación, permisos para transitar, transgresiones del aislamiento, entre otros). En este período, además, se destacaron atributos del asunto vinculados a los programas de asistencia estatal (como el IFE y el ATP), rasgos que desaparecieron de la cobertura conforme la pandemia se extendió en el tiempo.

Gráfico 3. Frecuencia de tópicos asociados al tema. Clarín, La Nación e Infobae. 2020-2022.



Fuente: elaboración propia

Cuando la cantidad de personas contagiadas de Covid-19 en el país alcanzó el millón, los atributos vinculados a lo sanitario hicieron foco, sobre todo, en los protocolos de salud. A diferencia del período anterior, se destacaron también atributos políticos del asunto, que hicieron foco en la gestión de la pandemia. Los rasgos vinculados a las celebridades víctimas del Covid-19 también fueron destacados en las noticias de este período. La vacunación comenzó a adquirir, por su parte, un lugar más saliente en tanto atributo del asunto, ya que, en ese momento, por lo menos 40 vacunas experimentales se encontraban en evaluación clínica, según la OMS (2020). Este último rasgo se volvió aún más relevante en las noticias correspondientes al tercer período, cuando se registraron más de 300.000 inoculaciones, según el Ministerio de Salud (2021). En dicho corte temporal, además, se observa la aparición de otro rasgo destacado -ausente hasta ese momento- que hizo foco en lo deportivo, especialmente por la suspensión de la Copa América en Argentina. Los atributos vinculados a las restricciones de circulación también fueron unos de los más prominentes, conforme el confinamiento estricto decretado por el Gobierno Nacional en 2021. Por último, en el cuarto período se destaca el crecimiento de los atributos sanitarios del asunto, en correspondencia con el aumento de casos de Covid-19 de casi un 50%. También se hace foco en los rasgos educativos del tema, en relación con la cercanía del comienzo de clases, y los vinculados con el turismo, a causa de las vacaciones.

Si se observa cada medio por separado, si bien todas las coberturas priorizaron especialmente el aspecto sanitario del asunto, tal como ya se mencionó, es posible detectar algunas diferencias. En primer lugar, *Clarín* le asignó una mayor cobertura al *issue*: publicó el 40% de las notas sobre Covid-19 en todo el período analizado. Al igual que *La Nación*, las noticias que publicó sobre la pandemia resaltaron, además de los sanitarios, atributos vinculados con la economía y la política. En el caso de *Clarín*, también aparece como uno de los rasgos más salientes del tema en su cobertura la vacunación; lo que marca una referencia respecto a los otros medios digitales bajo estudio. Por otra parte, los aspectos internacionales de la pandemia fueron más resaltados por *La Nación* e *Infobae*. A diferencia de *Clarín* y *La Nación*, *Infobae* eligió hacer foco, también, en los atributos del tema relacionados con el mundo de los espectáculos (notas sobre famosos contagiados, por ejemplo). El énfasis puesto en otros rasgos más allá de lo sanitario por parte de los tres medios estudiados se corresponde también con cierto quiebre respecto del consenso inicial ya mencionado. Es decir, conforme el momento de irrupción dio paso a una continuidad, los medios volvieron a poner en primer plano los rasgos habituales de sus coberturas, incluso al momento de publicar noticias sobre la pandemia.

Así como el tratamiento temático del asunto fue adquiriendo diferentes matices a lo largo de todo el período, los marcos interpretativos sobre la pandemia que quedaron plasmados en las noticias estudiadas también registraron modificaciones sustantivas. Para este estudio se trabajó con la tipología de encuadres genéricos propuesta por Semetko y Valkenburg (2000): el encuadre de conflicto, el de atribución de responsabilidad, el encuadre de interés humano, el de moralidad y el de consecuencias económicas.

Del análisis del procesamiento de datos se desprende que, durante el período de irrupción, las variables que componen el encuadre de interés humano (aquel que brinda un ángulo emocional o humano en la presentación de los asuntos y/o problemas) resultaron salientes en las coberturas mediáticas sobre la pandemia analizadas. Así, el 80% de las notas referidas al Covid-19 hicieron hincapié en *cómo el problema afectó a las personas o grupos de personas*. Esto responde a que, por lo general, los medios se centraron, en un primer momento, en quiénes eran los primeros contagiados, cuáles habían sido sus viajes, dónde se encontraban aislados, cuántos años tenían y cómo evolucionaban sus diagnósticos. Semetko y Valkenburg (2000) explican que este encuadre responde a un esfuerzo por personalizar, dramatizar e incorporar un componente de emoción en las noticias, aspectos que colaboran, a su vez, a captar y retener el interés de las audiencias, cuyo consumo de noticias tiende a ser cada vez más incidental y multiplataforma.

Sin embargo, la prevalencia de esta variable descendió hacia el segundo y tercer período (62% y 35% sobre el total de notas del recorte temporal, respectivamente), y tendió a diluirse aún más hacia el inicio de 2022 (31%).

Como observación se registra, además, una particularidad: en el tercer recorte aumenta la prominencia de la variable referida a los *aspectos individuales o privados de las personas o grupos*; lo cual coincide con la cobertura, en pleno momento crítico, de casos emblemáticos como el de Lara Arregui, una joven santafesina que murió sin recibir atención médica, ilustrado en la imagen N° 3. Este tipo de historias, además, suelen ser más cautivantes para las audiencias.

Imagen 3. Ejemplos de notas referidas al caso de Lara Arregui

Ejemplos de notas vinculadas al caso de Lara Arregui



Infobae, 25 de Mayo de 2021



Clarín, 24 de mayo de 2021

Fuente: elaboración propia

Por su parte, la variable referida a los *elementos visuales sobre las personas o grupos afectados* adquiere mayor saliencia en el momento en el que se alcanzó el millón de casos con un 38% del total de notas publicadas en ese período.

En relación con el indicador de *rostro humano* del asunto, se destaca que en el cuarto recorte temporal aparece como más prominente (44%), en coincidencia con la expansión de la variante Ómicron.

Por último, la variable referida a la inclusión de *adjetivos que generen empatía* en las noticias no resulta saliente en ninguno de los períodos analizados.

La imagen N°4 muestra los niveles de presencia de cada variable que compone el encuadre de interés humano en cada período analizado.

Imagen 4. Variables que componen el encuadre de interés humano según Semetko & Valkenburg (2000) con sus respectivos valores adquiridos



Fuente: elaboración propia

En relación con las variables que componen el encuadre de atribución de responsabilidad, este trabajo desagrega la variable que indica si en la noticia *se le atribuye la responsabilidad de resolver el asunto a algún nivel del Gobierno* en dos indicadores distintos: una focalizada en el Gobierno Nacional y otra en los gobiernos provinciales y/o locales (hexágonos en gris en la Imagen N°5); dado que ambos fueron parte de la formulación y ejecución de protocolos sanitarios, así como de otras medidas vinculadas con la pandemia.

De esta manera, en los resultados de la codificación se observa que en un primer momento se le asignó en las coberturas analizadas la *responsabilidad de resolver el asunto al Poder Ejecutivo Nacional*, en tanto institución o bien a través de sus organismos y/o funcionarios (56% de las notas del primer período). Por otro lado, si bien no resulta predominante en el total de las notas, si se comparan los períodos, se registra que en el segundo y tercero crece el porcentaje de noticias que le adjudicaron la *responsabilidad por la solución [de la pandemia] a los gobiernos locales*, en consonancia con la implementación de protocolos provinciales que fueron también actualizados en el nuevo confinamiento de mayo de 2021.

Asimismo, aunque tampoco es prominente en la totalidad del corpus, se observa que, en el caso del tercer período, la mirada se volcó también hacia la *responsabilidad individual de los individuos o grupos como causantes del problema* y hacia la *capacidad* [de estos] *por resolverlo*, en comparación con los demás cortes temporales. Esto coincide con la dicotomía que empieza a configurarse a nivel social entre el marco que busca interpretar la pandemia desde la salud pública y aquel que pone el énfasis en la libertad individual (Aruguete & Gomez Wagner, 2021).

Por su parte, la variable referida a la necesidad de *resolver el problema de manera urgente* fue muy predominante en el momento de la irrupción con un 67% de presencia, aspecto que tiende a descender hacia principios del 2022 (25%), en tanto la pandemia fue perdiendo su carácter de novedad. Casi de manera inversa, la variable sobre *propuestas de solución* no fue saliente en los primeros períodos bajo estudio, debido en parte por la excepcionalidad del asunto, y sí se destacó con la irrupción de la variante Ómicron (62,5%).

La imagen N°5 muestra los niveles de presencia de cada variable que compone el encuadre de atribución de responsabilidad en cada período analizado.

Imagen 5. Variables que componen el encuadre de atribución de responsabilidad con sus respectivos valores adquiridos



Fuente: elaboración propia.

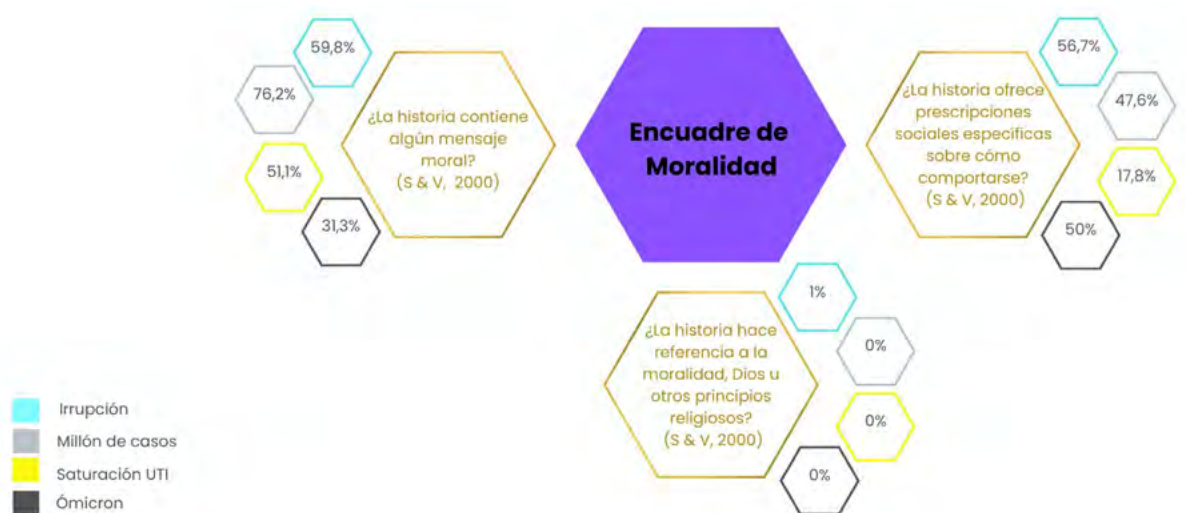
Una de las postales de la pandemia fue la puesta en valor de la moral, del accionar colectivo en virtud de un bien común, de la necesidad de cumplir con las normas y de “cuidarnos entre todos”. En ese sentido, el 57% del total de las notas analizadas *incluyeron un mensaje moral*, variable que forma parte del encuadre de moralidad propuesto por Semetko & Valkenburg (2000). No obstante, dicho porcentaje del indicador mencionado fue disminuyendo a lo largo del tiempo de estudio, pasando de un 60% de las notas del primer período que presentaron un *mensaje moral* a un 31%, en el último corte. Es decir, a pesar de que los casos, en este último momento, presentaron un crecimiento del 48%, la alusión al buen comportamiento en las noticias disminuyó más de la mitad respecto de la primera ola. El avance de la campaña de vacunación y la merma de

los casos críticos puede haber incidido en la variación de esta variable que conforma el marco de moralidad.

Otra variable que conforma el encuadre de moralidad tiene que ver con la *prescripción de comportamiento sobre el problema* y tuvo mayor saliencia en el primer (57%) y cuarto período (50%), lo que se corresponde con la proliferación de los protocolos de cuidado individual en carácter preventivo. En tanto, la variable que refiere a la presencia de algún *dogma religioso* no apareció en el corpus analizado.

La imagen N°6 muestra los niveles de presencia de cada variable que compone el encuadre de moralidad en cada período analizado.

Imagen 6. Variables que componen el encuadre de moralidad según Semetko & Valkenburg (2000) con sus respectivos valores adquiridos



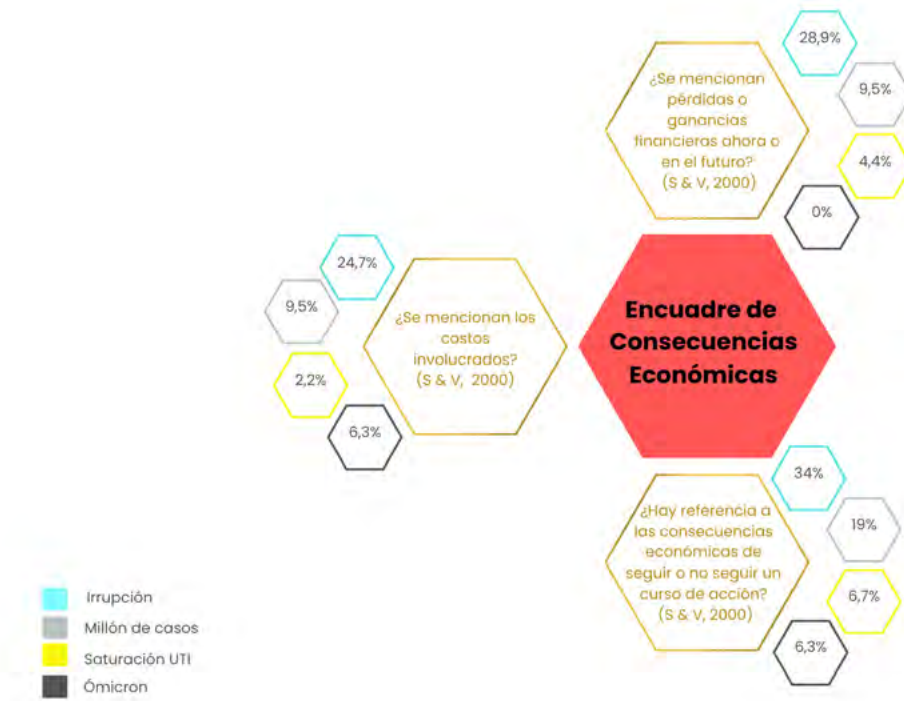
Fuente: elaboración propia

Por otra parte, si bien las variables que integran el encuadre de consecuencias económicas no presentan valores significativos dentro de los períodos analizados, se observa que durante la irrupción se registran levemente más presentes que en los cortes posteriores, en coincidencia con los pronósticos referidos al impacto que el confinamiento podría tener en la economía, una de las primeras dicotomías (salud - economía) que se configuró alrededor del asunto (Becerra, 2020). De esta manera, las variables referidas a las *ganancias y pérdidas*, los *costos* y las *consecuencias económicas* tuvieron mayor presencia en el período de la irrupción y luego se fueron desdibujando conforme las actividades económicas volvieron a su flujo habitual.

La imagen N°7 muestra los niveles de presencia de cada variable que compone el encuadre de consecuencias económicas en cada período analizado.

Los indicadores que conforman el encuadre de conflicto, que resalta la disputa entre individuos, grupos y/o instituciones, tampoco resultan predominantes en las coberturas analizadas. No obstante, si se comparan los períodos entre sí, la irrupción registra un mayor foco en *conflictos o desacuerdos entre actores*, conforme la imprevisibilidad y la incertidumbre que disparó la pandemia en sus inicios en relación con qué acciones tomar de manera inmediata.

Imagen 7. Variables que componen el encuadre de consecuencias económicas según Semetko & Valkenburg (2000) con sus respectivos valores adquiridos



Fuente: elaboración propia

Imagen 8. Variables que componen el encuadre de conflicto según Semetko & Valkenburg (2000) con sus respectivos valores adquiridos



Fuente: elaboración propia

Por su parte, en el segundo período analizado emergen los *reproches entre actores involucrados* (57%) y los *diferentes puntos de vista* (52,4%) en relación con cómo gestionar la crisis sanitaria y económica. En tanto, la variable que define a la historia en términos de *ganadores y perdedores* no tuvo presencia significativa en el análisis.

La imagen N°8 muestra los niveles de presencia de cada variable que compone el encuadre de conflicto en cada período analizado.

5. Conclusiones

Esta investigación se propuso como objetivo indagar cuáles fueron los desplazamientos temáticos y los encuadres predominantes de las coberturas que realizaron acerca de la pandemia *La Nación*, *Clarín* (en sus versiones digitales) e *Infobae*. Conforme a ello se seleccionó un corpus de notas sobre dicho asunto publicadas entre los cinco primeros espacios de la *home* de cada diario digital en función de cuatro cortes temporales específicos (abril de 2020, octubre de 2020, mayo de 2021 y enero de 2022), escogidos por haber representado momentos significativos en el desarrollo de la pandemia en términos sanitarios nacionales, según los reportes del Ministerio de Salud de la Nación. Los medios digitales, por su parte, se seleccionaron en función de encontrarse entre los más consumidos del país, en correspondencia, además, con el declive del consumo de noticias en diarios de papel que la propia pandemia aceleró.

Se realizó un análisis de contenido aplicado a las notas del corpus, en base a una matriz conformada por variables construidas a partir de insumos teórico-metodológicos provenientes de la *agenda setting* y del *framing*. En el caso del estudio de los encuadres noticiosos, específicamente se realizó una aplicación deductiva de la tipología de encuadres genéricos propuesta por Semetko y Valkenburg (2000), para determinar qué encuadres predominaron en la cobertura del asunto que hicieron los medios bajo estudio.

A partir del procesamiento de datos, se constató que, a lo largo de la pandemia extendida, el asunto pasó de ser un tema que monopolizaba las agendas mediáticas y que hacía hincapié en la importancia de sortear las diferencias políticas a favor de la salud pública, a tener una cobertura casi nula. Este artículo confirma que nueve de cada diez notas publicadas durante el período inmediatamente posterior a la irrupción de la pandemia versaron sobre el Covid-19 y que dicha tendencia mostró, hacia el final del período analizado, un espejo invertido respecto del primer momento con apenas un 17% de las notas del período vinculadas a este *issue*. Así, la curva que grafica la frecuencia de la cobertura mediática del tema adquirió un carácter descendente, en contraposición a la curva ascendente que muestra la cantidad de casos registrados en el país.

Del mismo modo, las variables que conforman los *frames* de interés humano y de moralidad resultaron más predominantes en el momento de la irrupción, aunque fueron diluyéndose con el paso del tiempo. Así, dieron paso a que primaran los aspectos individuales del asunto, pasando de definirse como un problema cuya solución se le atribuía al Gobierno Nacional, a desplazarse hacia la resolución particular de cada persona.

Como consecuencia del desplazamiento en el tratamiento temático del Covid-19 en las agendas mediáticas de *Clarín*, *La Nación* e *Infobae* es posible observar la presencia de encuadres genéricos más consistentes únicamente en el período de irrupción. Conforme la pandemia se extiende en el tiempo, pierde novedad, originalidad, imprevisibilidad e ineditismo, y en tanto avanza la campaña de vacunación, también gravedad y magnitud por la cantidad de personas y lugares involucrados (Martini, 2000); todos ellos valores-noticia referidos al efecto del acontecimiento sobre las sociedades. Como resultado, la pandemia pasa de ser el escenario central al telón de fondo en las noticias.

En posteriores y complementarias investigaciones, una línea de estudio posible podría tomar la tendencia hacia el desplazamiento temático y la dispersión de los encuadres plasmados en las coberturas sobre Covid-19 a lo largo del tiempo señalada aquí e indagar qué otros principios organizadores compartidos socialmente y, especialmente, persistentes (Reese, 2001) comenzaron a disputar los marcos interpretativos de este asunto por fuera de los medios de comunicación, entendidos como una de las arenas en las que se dirime el sentido de los acontecimientos públicos, pero no la única. Lo anterior responde a que el desplazamiento confirmado en este estudio se vincula necesariamente con otras disputas por la manera de encuadrar al Covid-19 desplegadas en arenas como la política y la pública, que dejan su huella en las noticias, pero no se dirimen únicamente allí. Observar esa interrelación permitiría dotar de mayor integralidad al estudio y complejizar sus alcances.

Bibliografía

- Amadeo, B. (2008). Framing: Modelo para armar. En M. T. Baquerín de Riccitelli (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (1a ed., pp. 183–281). EDUCA.
- Aruguete, N. (2011). *Los Medios y la Privatización de Entel: El tratamiento noticioso del servicio telefónico argentino en el contexto de su privatización*. Editorial Académica Española.
- Aruguete, N. (2015). *El poder de la Agenda*. Editorial Biblos.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, (30), 36-42.
- Aruguete, N. & Koziner, N. (2014). La cobertura mediática del “7D” en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 7 (1), 129-165.
- Aruguete, N. & Gomez Wagner, C. (21 de abril de 2021). Las clases presenciales y la grieta mediatizada. *Letra P*. <https://www.lettrap.com.ar/nota/2021-4-21-17-30-0-las-clases-presenciales-y-la-grieta-mediatizada>
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Ballantine.
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Paidós.
- Becerra, M. (30 de marzo de 2020). Eugenesia 2.0. *Letra P*. <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-3-30-17-29-0-eugenesia-2-0>.
- Budd, R. W. (1964). U.S. news in the press down under. *Public opinion quarterly*, 28 (1), 39-56.
- Colle, R. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones*. Colección Cuadernos Artesanos de Latina (9ª ed., Vol. 11-12-13). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- D’Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of communication*, 52(4), 870-888.
- D’Angelo, P. (2012). Studying framing in political communication with an integrative approach. *American behavioral scientist*, 56(3), 353-364.
- De Vreese, C. H. (2003). *Framing Europe. Television news and European integration*. Aksant Academic Publishers.
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Ghanem, S. (1996). *Media coverage of crime and public opinion: an exploration of the second level of agenda setting* [Tesis doctoral no publicada]. University of Texas, Austin.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- González García, C. R. (2016). Las relaciones internacionales del Perú a través del diario Perú21. Encuadres noticiosos en la información periodística sobre asuntos de Cancillería. *Correspondencias & análisis*, (6), 218-234.

- Husselbee, L. P., & Elliott, L. (2002). Looking beyond hate: how national and regional newspapers framed hate crimes in Jasper, Texas, and Laramie, Wyo- ming. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 79(4), 833–852. <https://doi.org/10.1177/107769900207900405>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Igartua, J.J., Calderón, C.A., Nava, V.P, Vázquez, A.G., y Herrero, D.B. (2022). La teoría del framing en la investigación iberoamericana sobre comunicación política. En C. Muñiz (Coord.), *Framing y Política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (pp.57-99). TIRANT HUMANIDADES.
- Igartua, J. & Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Revista de Estudios de Comunicación*, 16, 887-104.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, 143-181.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. The University of Chicago Press.
- Kerr, P. A., & Moy, P. (2002). Newspaper coverage of fundamentalist Christians, 1980-2000. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(1), 54–72. <https://doi.org/10.1177/107769900207900105>
- Koziner, N. S. (2015). El framing: un programa investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista interamericana de comunicação midiática*, 14(28).
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido*. Paidós Comunicación.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Paidós Ibérica.
- McCombs, M. & Ghanem, S. I. (2001). The Convergence of Agenda Setting and Framing. En S. Reese, O. Gandy & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 67-82). Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCombs, M. & Valenzuela, S. (2007). The Agenda-Setting Theory. *Cuadernos de Información*, 20(1), 44– 50.
- McCombs, M. & Valenzuela, S. (2021). *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion*, Cambridge. (3ª ed.). Polity.
- McCombs, M. & Weaver, D. (1973). *Voter's Need for Orientation and Use of Mass Communication*. [Ponencia] Annual meeting of the International Communication Assn, Montreal.
- Ministerio de Salud (31 de mayo de 2021). *Avanza el Plan de Vacunación: Fin de semana récord con más de 350 mil aplicaciones contra el COVID-19*. Argentina.gob.ar. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/avanza-el-plan-de-vacunacion-fin-de-semana-record-con-mas-de-350-mil-aplicaciones-contra-el>
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. (15 de junio de 2022). *Argentina*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/argentina>
- Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la información*, 29 (6), 1-16.
- Muñiz, C. (2022). Introducción. En C. Muñiz (Coord.), *Framing y Política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (pp.13-27). TIRANT HUMANIDADES.
- OMS (6 de octubre de 2020). *Lo que sabemos sobre el desarrollo de la vacuna contra la COVID-19*. Organización Mundial de la Salud. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/risk-comms-updates/update37-vaccine-development-esc0a81735cd754b32b69ed4147cbbdddec.pdf?sfvrsn=2581e994_33
- Reese, S. D. (2001). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (1a ed., pp. 7-32). Lawrence Erlbaum Associates.

- Rodríguez Díaz, R. & Montes, N. M. (2008). Opinión Pública y frames La crisis de los cayucos. *Revista latina de comunicación social*, 11(63), 341-347.
- Rost, A., & Bergero, F. (2012). *Periodismo en contextos de convergencia*. Publifadecs.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Zucker, H. G. (1978). The Variable Nature of News Media Influence. En B. D. Rubin (Ed.), *Communication Yearbook 2* (pp. 225-245). Transaction Publishers.
- Zunino, E. (2018). Agenda setting: cincuenta años de investigación en comunicación. *Intersecciones en Comunicación*, 12, 187-210.
- Zunino, E. & Arcangeletti, C. A. (2020). *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*. Dossier: Pandemia y sociedad. Claves, efectos y desafíos. *Prácticas de oficio*, v.1, n. 25, p. 49 – 66.
- Zunino, E. (2020). Vivir con miedo: un estudio sobre las agendas digitales y las fuentes de información del delito, la violencia y el riesgo. *Austral Comunicación*, 2(9), 553-582