

El papel de la prensa chilena en contextos de emergencia sanitaria. Tratamiento informativo del COVID-19 en el diario digital *El Mercurio*

Juan Arturo Mila-Maldonado ⁽¹⁾

Xosé Soengas-Pérez ⁽²⁾

Resumen: Como pandemia iniciada en el año 2019, el COVID-19 ha transgredido los espacios y formas habituales de la vida pública, dadas las altas cifras de fallecidos y las medidas de confinamiento que modificaron los hábitos sociales de los ciudadanos. Al ser una temática de interés colectivo y con repercusiones políticas, sociales y culturales, los medios de comunicación han cobrado una participación relevante en su cobertura. El presente artículo analiza, –con base en preceptos del periodismo científico–, el tratamiento mediático de la pandemia en el diario digital chileno *El Mercurio* en el último trimestre del 2020, con base en sus principales temáticas, actores y naturaleza del mensaje, a través de un corpus de 247 noticias. Como principal hallazgo destaca que el diario se circunscribe al rol de periodismo científico, lo cual se evidencia por la confluencia entre las medidas aplicadas por las autoridades sanitarias y la naturaleza positiva o negativa de la información transmitida por el diario.

Palabras clave: Agenda Setting - Crisis sanitarias - Prensa digital - COVID-19 - Periodismo científico.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 164-165]

⁽¹⁾ **Juan Arturo Mila-Maldonado.** Estudiante del doctorado en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad de Santiago de Compostela. arturomila2@gmail.com

⁽²⁾ **Xosé Soengas-Pérez.** Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad y director del doctorado en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad de Santiago de Compostela. jose.soengas@usc.es

Introducción

El surgimiento del brote epidémico del COVID-19 a finales del año 2019, su rápida propagación y el aumento de casos a nivel global propiciaron su reconocimiento por la OMS (2019) como pandemia, lo que ha trastocado distintos espacios de la vida pública. Uno de ellos es la agenda de los medios de comunicación, permeada por el posicionamiento

hegemónico de esta temática, lo que aplica tanto a la agenda pública como al rol de los líderes estatales, científicos y autoridades sanitarias en los procesos de toma de decisiones para mitigar los efectos de la pandemia (OMS, 2019).

A partir del 18 de marzo de 2020 –al igual que lo hicieron tres cuartas partes de los países a nivel mundial–, la República de Chile adoptó medidas restrictivas de confinamiento motivadas por el aumento sostenido de casos. Esto coincidió con una serie de protestas sociales que manifestaban parte del descontento de los ciudadanos hacia las políticas implementadas por el presidente Sebastián Piñera, a lo que se sumó una alta rotación de figuras políticas y técnicas que encabezan algunas de las instituciones, entre las que destaca el Ministerio de Salud, órgano encargado de la gestión de la pandemia en concordancia a la agenda política presidencial (Arteaga, 2020). Como consecuencia, las formas de relacionamiento sufrieron efectos negativos (Moratalla y Álvarez, 2020), así como también en la salud mental de la población (Solano-Gómez, 2020).

En palabras de Casero-Ripollés (2020), en el contexto de crisis generada por el COVID-19, “la noticia se ha convertido en un valioso recurso para los ciudadanos” (p. 1), destacando la “reconexión” de ciudadanos que suelen estar “desconectados” de las noticias, lo que supone un beneficio potencial para la democracia. A este tenor, se hace necesario y pertinente el rol de un “periodismo de tipo científico”, a través del cual los medios y profesionales de la comunicación sistematizan y codifican datos rigurosos de forma entendible a la población. Bajo estos parámetros, la información que recibe el público acerca de las medidas y decisiones de los líderes e instituciones responsables, frente a contextos de crisis puede derivar en un beneficio mutuo: mientras los organismos locales logran sus objetivos por la difusión masiva que realizan los medios de comunicación, estos últimos se consolidan como un espacio que promueve preceptos de responsabilidad social en la ciudadanía; de ahí que no sea casual su abordaje como objeto de estudio ‘profundo’ para las ciencias sociales (Calvo y Calvo, 2011; Villanueva, Valencia, Álzate y Sánchez, 2017).

Teniendo en cuenta todo lo señalado y, dadas las repercusiones significativas en los ámbitos políticos, sociales y económicos (Martin-Fiorino y Reyes, 2020) así como el rol activo de los medios de comunicación digitales, el presente artículo analiza las formas de articulación de actores, hechos y audiencias en el posicionamiento del COVID-19 como temática en la opinión pública a través de un estudio de caso del diario chileno *El Mercurio*.

Bajo este constructo, se plantea el artículo bajo criterios cuantitativos, desde la aplicación un análisis de contenido de las noticias emitidas por el diario digital *El Mercurio* en distintos hitos del proceso de gestión sanitaria. De esta forma, posterior a la relación de los datos obtenidos en la aplicación de dicha herramienta cuantitativa será posible evaluar, desde una visión de la comunicación política, rol de este canal digital en la pandemia y la naturaleza de las medidas tomadas por las autoridades locales.

COVID-19, medios digitales y opinión pública

La naturaleza de este estudio se inserta en la Comunicación Política, disciplina empírica que, como su nombre lo indica, articula preceptos de la comunicación y la ciencia política.

Dentro de este campo se relacionan elementos del poder enmarcados en las formas de expresión de líderes y autoridades portavoces de grandes grupos de ciudadanos que congenian bajo criterios ideológicos, culturales, políticos, sociales, económicos y otros (Rincón, 2016). Adicionalmente, se toma lo ‘público’ como un concepto central ya que es en sus niveles donde hacen vida el conjunto de individuos, organizaciones entidades e instituciones gubernamentales (Aguirre, 2016). Para Vera (2018) lo “público” es el espacio en el que se desarrollan las relaciones interpersonales, lo cual evidencia por medio de algunos ejemplos de fenómenos electorales o de preferencias ciudadanas en asuntos de marketing, moda y productos cinematográficos. Desde esta visión, la opinión pública es un aspecto necesario que contribuye a la democracia y el desarrollo de intereses colectivos que, expresados socialmente de diversas maneras (tales como el voto) inciden en la construcción de una visión de la sociedad.

Un hecho destacable dentro de brotes epidémicos como la Peste Negra del siglo XIV, la gripe AH1N1 (Villamil, 2013; Díaz, 2017) y, específicamente el COVID-19 –cuya cualidad compartida es el alto grado de contagio que les caracteriza–, es que ha servido para que los ciudadanos menos interesados en las noticias vuelvan a conectar con la información sobre los asuntos públicos, a la vez que ha reducido la brecha existente en cuanto a consumo de noticias, lo que ha igualado el acceso –igualdad intrínseca– a las prácticas informativas (acceso general a la información de Habermas). Esto se traduce en una revitalización del interés en los asuntos públicos y el ‘revivir de la esfera pública’ (Casero-Ripollés, 2020).

La transmisión de la información es fundamental, más aún en contextos de pandemia. Desde la aparición de los mecanismos digitales de difusión masiva de la información –precedida por la prensa y los medios radiotelevisivos–, existe la posibilidad de construir una visión compartida de la realidad y de marcar pautas de comportamiento colectivo (Martínez-Monterrosa, 2014). En este sentido, los medios de comunicación funcionan como portavoces, ‘mediadores’ o expositores de ciertos hechos a la audiencia. Su capacidad de difusión masiva les permite transmitir carga ideológica en sus mensajes, independientemente de la tipología en la que se enmarquen sus mensajes (noticias, entretenimiento, ficción, etc.) (Aparici y García-Marín, 2017; Puyal, 2013).

Según la teoría de *agenda setting* (McCombs, 1991; 2006), los medios de comunicación determinan el contenido a ser consumido por las audiencias, así como también construyen puntos de vista sobre ciertas realidades, con el objetivo de generar efectos determinados. En el caso del periodismo científico, su tarea radica en la correcta y comprensible transmisión de datos rigurosos a las audiencias (Cassany, Cortiñas y Elduque, 2018). Todos estos aspectos suelen ser visibles en una realidad en la cual los medios no son entidades imparciales, sino que derivan de intereses y redes de élites políticas y económicas que inciden en la forma de mostrar su contenido a las masas. Esto daría origen a la hipótesis de que los mismos pueden ser protagonistas en los procesos de crisis, dejando de ser simplemente ventanas informativas (McCombs, 2006). A diferencia de la creencia de que la audiencia demarca los parámetros para la producción de contenido mediático, se ha determinado, a través de trayectoria investigativa, que “la agenda mediática establece la agenda del público” (p. 29), al determinar qué temáticas preponderan como de ‘interés público’ y la óptica desde la cual se muestran.

En términos generales, el estudio de la *agenda setting* radica en la transferencia de la relevancia o importancia de ciertas temáticas expuestas en los medios de comunicación hacia el público consumidor de este contenido, así como también amerita entender cómo sus efectos son distintos en relación a las circunstancias y a las cualidades de cada público (Gallegos-Ramos, 2017). Lo último radica en los factores de exposición del público a los contenidos de los medios, que varían en relación a cualidades socioeconómicas de la audiencia, así como también a su nivel de instrucción y formación de criterios de criticidad ante los mismos (Humanes, 2014).

Ahora bien, a partir de la incorporación de la tecnología a la cotidianidad, las formas de comunicación se han ido transformando a la par del comportamiento y las formas de interacción social, que se ha tornado más funcional y ha adquirido elementos de inmediatez y de retroalimentación, como lo es en el caso de las Redes Sociales, donde existe comunicación más cercana entre los líderes de opinión y los usuarios comunes (López, 2016; Moragas, 2017).

Del mismo modo, el rol del periodista adhiere mayores dimensiones y escenarios de cobertura, en un contexto de capitalización y difusión de la información que, más que pasar de ser emisor-receptor a multidimensional, se concibe como transversal (Vizer, 2015). Es así que los medios aplican su principio de agenda ahora en un plano digital, adecuándose a la profundización de las tecnologías digitales en la vida humana y generado contenido en un modelo de negocio que pasa de ser de 'tiraje' a por 'suscripción' (Díaz-Espina, 2013; García-Santamaría, Pérez-Serrano y Maestro-Espinola, 2016).

Un hecho no menos importante es la hibridación, complementariedad o coexistencia entre los medios digitales y tradicionales (viejos y nuevos medios) (Chadwick, 2017), destacando que el público prioriza el medio antes que el contenido (Montaña, Ollé y Lavilla, 2020). Algunas investigaciones recientes sugieren que el consumo de información desde la aparición del COVID-19 en Wuhan, China, a finales del año 2019 se produjo especialmente a través de la televisión (Casero-Ripollés, 2020), seguido por los medios digitales, tal y como demuestra el caso de España, uno de los países más seriamente afectado por la pandemia (Montaña, Ollé y Lavilla, 2020). Asimismo, Lázaro-Rodríguez y Herrera-Viedma (2020) constata el rol importante de los medios digitales al transmitir las noticias del COVID-19, siendo los más utilizados para tales fines, así como imprescindibles por constituirse como el canal de divulgación de los protocolos dictados por la OMS, las medidas de confinamiento a nivel local y las principales repercusiones económicas (Alcázar, 2020).

Metodología

El presente proyecto abarca el tratamiento de la información en contextos de crisis sanitarias en de la agenda de los medios de comunicación como ventanas informativas (opinión publicada) que amerita un constructo metodológico cuantitativo (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2017) para identificar los principales parámetros de divulgación científica presentes en el diario *El Mercurio* de Chile. Para ello, al considerar di-

cha agenda desde criterios de medición numérica, se aplica el análisis de contenido como herramienta para comprender la tematización del medio seleccionado como objeto de estudio, de forma que sea posible entender su comportamiento en la difusión de la evolución de una crisis sanitaria producida por la rápida expansión del COVID-19 en Chile. Una definición clásica de Berelson (1952), citado en López (2002) establece que el análisis de contenido se constituye como “una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación” (p. 173), a lo que este último autor añade que conjuga aspectos de objetividad y subjetividad en propósitos investigativos determinados. El análisis de contenido se adecúa a las necesidades del investigador a criterios teóricos determinados y también a la cuantía de las unidades de análisis a estudiar. Pese a que puede ser empleado en múltiples disciplinas de las Ciencias Sociales, se destaca su uso para fines investigativos de la comunicación política, al momento de evaluar comportamientos de audiencias, elementos de la agenda pública y el comportamiento de los medios de comunicación e información (Igartua, 2006; Neuendorf, 2002).

Para dar cumplimiento a los objetivos de investigación, se incorporan los alcances descriptivo, correlacional y exploratorio; en tanto a la par de que se “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p. 92) y no profundizar más allá de la sistematización de los datos; se aborda al COVID-19 como fenómeno reciente a la par de relevante en el contexto mediático y se establecen relaciones –de forma estadística– entre distintas variables de comportamiento. (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2017). Al tomar compendio de noticias de un periodo específico de tiempo, se agregan principios de la investigación longitudinal, donde se analiza el objeto de estudio considerando sus parámetros de comportamiento, modificaciones, características circunstanciales y potenciales cambios a lo largo de dicha franja (Justicia-Arráez, Pichardo y Justicia, 2015).

En este contexto, se analiza un corpus noticioso de 247 noticias del diario *El Mercurio*. El criterio de selección radica en que dicho medio, perteneciente a la familia Edwards (con amplia trayectoria en el entorno mediático), destaca como uno de los más importantes medios de comunicación de la historia de Chile, “además por ser el periódico con mayor circulación en papel y ser el más leído entre la versión papel y digital del segundo semestre del 2017” (Mujica y Concha, 2020, p. 75).

El manual de codificación reúne variables referentes al tono de la noticia, actores, enfoque o tendencia, evaluación de la noticia, tema y otros aspectos de interés investigativo. De este modo, se espera generar cruces de variables que den cuenta de los procesos de divulgación científica de los medios de comunicación de cara a un contexto de crisis sanitaria.

El objetivo general es determinar el comportamiento mediático del diario digital *El Mercurio* en torno al brote pandémico del COVID-19; mientras que los específicos son: 1) identificar las principales temáticas, derivadas del COVID-19, en el diario digital *El Mercurio*, y 2) determinar las enfoque del tratamiento informativo del COVID-19 en el diario digital *El Mercurio*.

La hipótesis del artículo es que, durante el desarrollo del brote pandémico del COVID-19, el diario *El Mercurio* cumple sus funciones de difusión enmarcado en preceptos del pe-

riodismo científico, reproduciendo las fuentes oficiales y cumpliendo un rol predominantemente informativo hacia a la ciudadanía en torno a la gestión, restricciones y evolución del virus a nivel local (Chile) y global.

Resultados

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	691,012 ^a	91	,000
Razón de verosimilitudes	175,512	91	,000
Asociación lineal por lineal	18,709	1	,000
N de casos válidos	247		
a. 96 casillas (85,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.			

Tabla 1. Relación entre el actor o sector con más importancia y evaluación de la noticia.

Fuente: corpus de noticias de *El Mercurio*. Octubre-diciembre del 2020.

Existe relación entre el actor con más importancia en la noticia y su evaluación general. Por ejemplo, en dieciocho noticias en las que destaca el Ministerio de Salud como actor general se favorece la aplicación de las medidas restrictivas para frenar los efectos de la pandemia. Asimismo, en las veinte noticias donde la temática gira en torno a Chile en general, el mensaje es negativo o concientizador, con énfasis en elementos de afectación de la pandemia por la falta de conciencia ciudadana al momento de tomar medidas de autorregulación y de acatar lo establecido por las instituciones sanitarias. El diario es intermediario entre las autoridades sanitarias y la audiencia y sintetiza las modificaciones en el plan paso a paso, las medidas de autocuidado, los efectos negativos de la pandemia y las implicancias de una correcta actitud ciudadana en sus tareas cotidianas para evitar la propagación a mayor escala del virus.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	139,897 ^a	78	,000
Razón de verosimilitudes	109,222	78	,011
Asociación lineal por lineal	6,924	1	,009
N de casos válidos	247		
a. 85 casillas (86,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.			

Tabla 2. Relación entre el actor o sector con más importancia y el tono de la noticia.

Fuente: corpus de noticias de *El Mercurio*. Octubre-diciembre del 2020.

En otro orden de ideas, existe relación entre el actor y el tono de la noticia, lo que se evidencia en veinte de las noticias donde el actor es un líder institucional u otra nación y el tono es negativo, aspecto en el que resalta la evolución de la pandemia en Europa con la tercera ola y la aparición de las nuevas cepas con mayor grado de contagio y peor sintomatología. Igualmente, se ratifica el aspecto positivo de la noticias cuando predomina el Ministerio de Salud como actor principal de la noticia (diez veces muy positivo, siete positivo). De este modo, confluyen la agenda de las autoridades sanitarias con el modo en que se transmite dicha información en el diario, al sustentar su rol de decisores en las medidas de contingencia del brote pandémico y potenciar sus llamados a la responsabilidad ciudadana respecto a las medidas de higiene, distanciamiento y autocuidado.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	761,974 ^a	182	,000
Razón de verosimilitudes	460,388	182	,000
Asociación lineal por lineal	28,712	1	,000
N de casos válidos	247		

a. 201 casillas (95,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.

Tabla 3. Relación entre el actor o sector con más importancia y el tema de la noticia.

Fuente: corpus de noticias de *El Mercurio*. Octubre-diciembre del 2020.

Como tercer cruce de variables se muestra la relación entre el actor con más importancia y el tema. Específicamente, se toman aspectos como el Ministerio de Salud y su rol de difusión de información de las medidas del Plan Paso A Paso (ocho noticias), informes de la evolución de los casos del COVID-19 en Chile (noticias noticias) y los procesos de vacunación (once noticias), aspectos en los cuales destacan la presencia de líderes internacionales u otras naciones. Las noticias de temática “sociedad” giraron en torno a Chile en general como actor principal, con temáticas como la adaptación de la población a los cambios originados por la pandemia, la digitalización de procesos laborales, relaciones humanas, etc.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	327,611 ^a	98	,000
Razón de verosimilitudes	216,391	98	,000
Asociación lineal por lineal	3,029	1	,082
N de casos válidos	247		

a. 105 casillas (87,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.

Tabla 4. Relación entre el tema y evaluación de la noticia. **Fuente:** corpus de noticias de *El Mercurio*. Octubre-diciembre del 2020.

Como último cruce del diario *El Mercurio*, destaca la relación entre el tema y la evaluación de la noticia, lo cual se evidencia en la temática internacional y la confrontación o tratamiento negativo por parte del medio de comunicación (diez casos), bajo aspectos como la gestión inadecuada de la pandemia en otras naciones y la evolución de las nuevas cepas y sus efectos a nivel global. Se resaltan aspectos negativos del COVID-19 en otros países, como forma de mostrar los estragos de este virus y visualizar a Chile en un escenario similar si no se ataca adecuadamente la problemática. Por otro lado, cuando se tiende a informar la evolución en Chile de los casos, se presenta como un mensaje de concientización a la población (veintiún noticias). De este modo, se fortalece la naturaleza de divulgación científica del diario *El Mercurio* en lo que respecta a la evolución temática del COVID-19.



Figura 1. Noticias de ejemplo del diario *El Mercurio*. **Fuente:** Diario *El Mercurio*. 20/12/2020 (izq) – 29/12/2020 (der)

Para sustentar los datos anteriormente expuestos, se exhiben dos ejemplos de noticias; la primera configurada bajo un carácter negativo y con un mensaje de concientización en torno a los efectos de la pandemia en el mediano plazo; y la segunda en torno a las proyecciones de la evolución de los casos por parte de las autoridades de salud locales. En este orden, se hace visible la construcción de una agenda mediática que articula un principio difusor y recopilador de las medidas y avances de la pandemia a nivel global. Dicho medio digital presenta un compendio de noticias bastante amplio, que mantuvo un lineamiento definido y que permite generar un análisis uniforme. La presencia de negativismo o el sustento positivo de los mensajes emitidos por las autoridades sanitarias, se configuran de acuerdo a la evolución de la pandemia (aumento o disminución de casos, evolución de las vacunas, etc.), por lo que sostiene el rol de divulgación de datos científicos y no actúan como actores sociales en este proceso pandémico; al menos no se evidenciaron intereses editoriales específicos tras el análisis del trimestre de noticias.

Conclusiones y discusión

Luego de analizados los datos, como principal elemento de interés investigativo es posible destacar que en el diario *El Mercurio* –que figura entre los medios de comunicación con mayor trayectoria de Chile–, se contempla con frecuencia al COVID-19 en su agenda, lo que da muestra de su importancia como temática en la actualidad. Muchas de las noticias identificadas sistematizan cifras de contagios diarios, modificaciones al Plan Paso a Paso, aspectos relacionados a los retiros del 10% de AFP, evolución de las nuevas cepas del virus y otros indicadores de interés social y económico.

Cabe resaltar la aprobación de la hipótesis investigativa, ya que el diario *El Mercurio* cumple un rol de difusión de información científica de la evolución de la pandemia (Villanueva, Valencia, Álzate y Sánchez, 2017) y apela al negativismo en mensajes que implican un desarrollo de igual naturaleza de la pandemia en Chile, al resaltar las consecuencias del brote a nivel político, social y económico y la responsabilidad social presente en el autocuidado y el distanciamiento social. No se identifica una inclinación editorial aparente, pese a la difusión de ciertos discursos emitidos por el gobierno o los órganos sanitarios locales en torno a la pandemia, sino que el rol del diario *El Mercurio* se limita a dicho criterio de difusión: por ejemplo, no hubo relación entre el COVID-19 y otros aspectos relevantes en la política chilena; como las elecciones presidenciales a efectuarse en el año 2021, retiros del 10% AFP, figuras presidenciables, protestas sociales u otros hechos de relevancia dentro de su agenda mediática en general.

Se identifican pocas noticias sensacionalistas o descalificadoras (como extremos opuestos). Sin embargo, mientras las noticias negativas giran en torno al incremento de casos, nuevos síntomas, medidas más restrictivas o a evoluciones de las nuevas cepas (entre otros); se presentan mensajes positivos cuando disminuyen las cifras de casos diarios en Chile, había evoluciones en las pruebas de las vacunas o mejoramientos sutiles en los indicadores económicos. Esto, va de la mano con el carácter difusor de un aspecto de importancia social como lo representa el COVID-19 para todo el globo. Se revalida la importancia del periodismo científico en contextos de crisis.

En este orden, resulta de interés replicar estos estudios a otras naciones u otros medios de comunicación para determinar su rol a lo largo del desarrollo de la pandemia, donde los medios digitales juegan un papel fundamental como portavoces de la evolución de estos procesos y pueden transmitir de forma entendible para la población datos científicos complejos (Cassany, Cortiñas y Elduque, 2018) y potenciar el mensaje de autocuidado que, en este caso, autoridades locales de salud y la OMS desean transmitir.

De este modo, es notable ese “revivir de la esfera pública” al que hace referencia Casero-Ripollés (2020), donde se suma a la audiencia en los procesos de difusión al situarla en el centro de las noticias (en tanto de la responsabilidad individual se obtienen resultados globales paliativos de los impactos de la pandemia). La esfera digital, de este modo, potencia la penetración de los medios radiofónicos y televisivos y complementa el rol del periodismo científico en una temática que, como el COVID-19 –si bien ha trastocado las relaciones humanas de múltiples maneras–, ha permitido acelerar la digitalización de ciertos procesos y tornar aún más “transversales” los procesos comunicativos (Vizer, 2015).

Bibliografía

- Aguirre, J. (2016). Habermas y el rol de la religión en la esfera pública: el caso de la eugenesia liberal. *Franciscanum. Revista de las ciencias del espíritu*, LVIII (166), 49-85.
- Alcázar, L. (2020). "La lucha contra desinformación en la comunicación digital durante la pandemia de COVID-19: estudio de caso de El Método de Lab RTVE. RAEIC, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(14), 78-103.
- Aparici, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios*. Madrid: UNED.
- Arteaga, Ó. (2020). COVID-19. *Revista Médica de Chile*, 279-280. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v148n3/0717-6163-rmc-148-03-0279.pdf>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe III: Free Press.
- Calvo, M. y Calvo, A. (2011). De la divulgación científica a la ciencia mediática. En Moreno, C. *Periodismo y Divulgación Científica*, 15-39. Madrid: Biblioteca Nueva.
- 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.
- Cassany, R., Cortiñas, S. y Elduque, A. (2018). Comunicar la ciencia: El perfil del periodista científico en España. *Comunicar*, XXVI (55), 9-18.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University.
- Dewey, J. (2004). *La opinión Pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Díaz, J. (2017). Sociopolítica de las Epidemias: grandes epidemias reemergentes y recurrentes en Venezuela, 1948-2018. *Cuadernos del CENDES*, 137-144. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/403/40353171008.pdf>
- Díaz-Espina, C. (2013). Modelos de negocio y medios online. Aproximación teórica a la cuestión. *Razón y Palabra*, 1-16. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199527531048.pdf>
- Gallegos-Ramos, J. (2017). Existe... pero no se ve. Investigación de Agenda Setting en América Latina. *La Trama de la Comunicación*, 87-108.
- García-Santamaría, J.-V., Pérez-Serrano, M.-J. y Maestro-Espinola, L. (2016). Los clubs de suscriptores como nuevo modelo de financiación de la prensa española. *El profesional de la información*, 395-403.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGrawHill.
- Humanes, M. (2014). Exposición selectiva y partidismo de las audiencias en España. El consumo de información política durante las campañas electorales de 2008 y 2011. *Palabra Clave*, 17(3), 733-802.
- Igartua, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Izcaray, F. y McNelly, J. (1975). Patrones de exposición a los medios de comunicación en masas de América Latina. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 41-65.
- Justicia-Arráez, A., Pichardo, M. y Justicia, F. (2015). Estudio longitudinal de los efectos del programa Aprender a Convivir en la competencia social infantil. *Revista de Psicodidáctica*, 20(2), 263-283.

- Katz, E. (1957). The two-step-flow of communications: an Up-to--Date-Report on an Hypothesis. *American Association for Public Opinion*, 61-78.
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 167-179. Disponible en: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwi67YqDmNXWAhVGziYKHakcCKEQFgg1MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.uhu.es%2Fpublicaciones%2Ffojs%2Findex.php%2Fxxi%2Farticle%2Fdownload%2F610%2F933&usg=AOvVaw0eVjdEc5vOkOayFMv1SuzD>
- Lázaro Rodríguez, P. y Herrera-Viedma, E. (2020). Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. *El personal de la información* 29 (3), 1-11.
- López, M. (2016). Aproximación a la esfera pública contemporánea: habilitaciones desde la producción cultural. *Encuentros* 14 (2), 141-157.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Martin-Fiorino, V. y Reyes, G. (2020). Desafíos y nuevos escenarios gerenciales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1-11. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559019/29063559019.pdf>
- Martínez-Monterrosa, A. (2014). *Aportaciones de Niklas Luhmann a la comprensión de la sociedad moderna*. Barcelona: Editorial UOC.
- McCombs, M. (1991). *Contemporary Public Opinion: Issues and the News*. Londres: Routledge.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Montaña, M., Ollé, C. y Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social* (78), 155-167.
- Moragas, M. (2017). Interpretar los cambios en la comunicación. *Chasqui, Revista Latinoamericana*, 23-30.
- Moratalla, A. y Álvarez, A. (2020). Ciudad Covid 19: una nueva inequidad en el espacio y tiempo urbano. *Urbano*, 4-9. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7449085>
- Mujica, F. y Concha, R. (2020). Desigualdad de género en la prensa deportiva de El Mercurio. *La Trama de la Comunicación*, 24(1).
- Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. California: Sage Publications.
- Noëlle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- OMS. (2019). *Organización Mundial de la Salud. Campañas mundiales de salud pública de la OMS*. Disponible en: https://www.who.int/es/campaigns/connecting-the-world-to-combat-coronavirus/healthyathome?gclid=Cj0KCQiA9P__BRC0ARIsAEZ6irgrY6K31ucKa-T1r7GWMbOwpCBckje-EPu_bhEiUGO2-dd7emuAVD1oaAqNrEALw_wcB
- OMS. (2019). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Organización Mundial de la Salud. Disponible en: <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- Puyal, J. (2011). *La realidad inversa: Sociedad y medios: un alegato para una nueva televisión*. Madrid: Grupo Planeta Spain.

- Rincón, S. (2016). Comunicación Política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente. *Comunicación y Hombre*, 221-224.
- Solano-Gómez, A. (2020). *Resiliencia y Covid-19*. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*, 1-3. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1952/195263304001/195263304001.pdf>
- Vera, M. (2018). Esfera pública y legitimidad del poder. *Comuni@cción* 9 (2), 110-119.
- Villamil, L. (2013). Epidemias y pandemias: una realidad para el siglo XXI. Un mundo y una salud. *Revista Lasallista de Investigación*, 1-3. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69528079001>
- Villanueva, J., Valencia, A., Álzate, M. y Sánchez, J. (2017). Conocimiento científico y medios de comunicación: desafíos de periodismo científico en Colombia. *Investigación Andina*, 19 (35), 105-116.
- Vizer, E. (2009). Cultura tecnológica: una perspectiva socioanalítica en la aplicación de tecnologías. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. *VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires*. Asociación Latinoamericana de sociología, (pp. 1-13). Buenos Aires.

Abstract: As a pandemic that began in 2019, COVID-19 has transgressed the usual spaces and forms of public life, given the high numbers of deaths and the confinement measures that modified the social habits of citizens. As it is a subject of collective interest and with political, social and cultural repercussions, the media have taken on a relevant participation in its coverage. This article analyzes, –based on the precepts of scientific journalism–, the media treatment of the pandemic in the Chilean digital newspaper *El Mercurio* in the last quarter of 2020, based on its main themes, actors and nature of the message, aa through a corpus of 247 news items. The main finding is that the newspaper is limited to the role of scientific journalism, which is evidenced by the convergence between the measures applied by the health authorities and the positive or negative nature of the information transmitted by the newspaper.

Keywords: Agenda Setting - Health Crisis - Digital Press - COVID-19 - Scientific journalism.

Resumo: Como uma pandemia que começou em 2019, a COVID-19 transgrediu os espaços e formas habituais de vida pública, dado o elevado número de mortes e as medidas de confinamento que modificaram os hábitos sociais dos cidadãos. Por ser um assunto de interesse coletivo e com repercussões políticas, sociais e culturais, os meios de comunicação têm ganhado participação relevante em sua cobertura. Este artigo analisa, com base nos preceitos do jornalismo científico, o tratamento mediático da pandemia no jornal digital chileno *El Mercurio* no último trimestre de 2020, a partir de seus principais temas, atores e natureza da mensagem, a através de um corpus de 247 notícias. A principal constatação é que o jornal se limita ao papel do jornalismo científico, o que se evidencia pela

convergência entre as medidas aplicadas pelas autoridades sanitárias e o caráter positivo ou negativo das informações veiculadas pelo jornal.

Palavras-chave: Agenda Setting - Health Crisis - Digital Press - COVID-19 - Jornalismo científico.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
