



Agendas político-sanitarias de los presidentes de Argentina, Chile y Uruguay en el marco del COVID-19 (2020-2022)

Political and health agendas of the presidents of Argentina, Chile, and Uruguay in the context of COVID-19 (2020–2022)

Juan Arturo Mila-Maldonado

Universidad de Alicante
arturomila2@gmail.com

Xosé Soengas-Pérez

Universidad de Santiago de Compostela
jose.soengas@usc.es

Jhonatan Andrés Lara-Aguiar

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Ecuador
andreslara008@gmail.com

recibido 24.06.2025 / aceptado: 14.10.2025

Referencia de este artículo

Mila-Maldonado, Juan Arturo; Soengas-Pérez, Xosé y Lara-Aguiar, Jhonatan Andrés (2026). Agendas político-sanitarias de los presidentes de Argentina, Chile y Uruguay en el marco del COVID-19 (2020-2022). *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº31. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 171-198. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.8991>.

PALABRAS CLAVE

Agenda Política; Opinión Pública; Divulgación Científica, Framing, COVID-19; América Latina, Twitter.

KEYWORDS

Political Agenda; Public Opinion; Science Dissemination; Framing, COVID-19; Latin America, Twitter.

RESUMEN

El presente trabajo analiza la agenda política en Twitter de los presidentes de Argentina (Alberto Fernández), Chile (Sebastián Piñera y Gabriel Boric) y Uruguay (Luis Lacalle Pou) durante la gestión informativa de la crisis sanitaria por la irrupción del COVID-19. El corpus está compuesto por una muestra de 500 mensajes por actor (2.000 en total), publicados entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2022, seleccionados mediante criterios de muestreo probabilístico y de conveniencia. A partir de la técnica cuantitativa de análisis de contenido, se determinó que la gestión informativa de la pandemia fue mayoritariamente de difusión, con predominio del propio actor y de la figura presidencial, y con una escasez significativa de fuentes científicas de respaldo, posiblemente atribuible a la limitación de caracteres de la plataforma. Por último, se identificaron bajos niveles de polarización, negativismo y activismo. A diferencia de los contextos electorales o coyunturas explícitamente políticas, el contexto del COVID-19 favoreció un tratamiento más divulgativo de los temas relevantes, orientado a mitigar los daños del virus en el corto plazo.

ABSTRACT

This paper analyses the political agenda on Twitter of the presidents of Argentina (Alberto Fernández), Chile (Sebastián Piñera and Gabriel Boric) and Uruguay (Luis Lacalle Pou) during the information management of the health crisis caused by the outbreak of COVID-19. The corpus consists of a sample of 500 messages per actor (2.000 in total), published between 1 January 2020 and 31 December 2022, selected using probabilistic and convenience sampling criteria. Using quantitative content analysis, it was determined that the information management of the pandemic was mainly dissemination, with a predominance of the actor themselves and the presidential figure, and with a significant shortage of supporting scientific sources, possibly attributable to the platform's character limitations. Finally, low levels of polarization, negativity and activism were identified. Unlike electoral contexts or explicitly political situations, the context of COVID-19 favored a more informative treatment of relevant issues, aimed at mitigating the damage caused by the virus in the short term.

AUTORES

Juan Arturo Mila-Maldonado es Profesor Ayudante Doctor del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante y egresado del Programa de Doctorado en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad de Santiago de Compostela.

Xosé Soengas-Pérez es Catedrático de Comunicación Audiovisual y director del Programa de Doctorado en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad de Santiago de Compostela.

Jhonatan Andrés Lara-Aguiar es egresado de la Maestría de Investigación en Comunicación y Opinión Pública de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Ecuador.

CREDITOS

Este artículo figura como un estudio derivado de la tesis doctoral titulada Agenda mediática y encuadres en el contexto de la crisis sanitaria del COVID-19 en el Cono Sur de América. Cobertura informativa en prensa y en Twitter en Argentina, Chile y Uruguay (2020-2022), de la Universidad de Santiago de Compostela. El artículo emplea un muestreo por conveniencia (derivado del corpus de la tesis) y presenta un análisis inédito y diferente al que se presenta en la investigación central. Además, esta investigación fue realizada en el marco de la realización de una estancia predoctoral en la Aichi Prefectural University, en el marco del programa Erasmus+KA107 de la Universidad de Santiago de Compostela.

1. Introducción y Estado de la Cuestión

1.1. Contexto del objeto de estudio

Desde su origen en Wuhan (China) y su rápida expansión global, el SARS-CoV-2 transformó las formas de relacionamiento, tanto a nivel individual como en las dinámicas de cooperación entre países vecinos. La velocidad del contagio impulsó políticas de distanciamiento y aislamiento, cuarentenas y otras medidas para mitigar su impacto. La pandemia fue declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS a partir de ahora) pocos meses después de la detección del virus (OPS, 2020; OMS, 2023), lo que activó diversos dispositivos de gestión sanitaria en la mayoría de los países. En términos generales, y con diferencias respecto de enfermedades como la gripe, el resfriado común, la malaria, el dengue y ciertas alergias, la COVID-19 presenta una mayor capacidad de propagación en la población (OMS, 2023).

En otro orden, en el plano político Argentina, Chile y Uruguay se han caracterizado por la presencia de gobiernos democráticos y moderados (Longueira, 2007) –ello pese a la presencia de dictaduras como la de Jorge Rafael Videla en Argentina (Seoane & Muleiro, 2012) y de Augusto Pinochet en Chile (Estefane & Thielemann, 2020)– a pesar de los desperfectos en su aplicación en la política son considerados entre los países con mejores indicadores democráticos de la región, especialmente Uruguay –considerado en el onceavo (11) puesto a nivel global (EIU, 2023; Mena-Roa, 2023)– y Chile, con valoraciones a su vez positivas. De los tres países mencionados, Uruguay sería considerado el más estable y con gobiernos más moderados en su historia, en tanto a pesar de las pugnas políticas que pueda haber entre los distintos grupos ideológicos, ha sido posible una coexistencia dentro de parámetros institucionales, respetando las bases de un sistema democrático (Panfichi & Muñoz, 2001; Lanzaro, 2010).

En este contexto, y ante el predominio de la comunicación digital, numerosos mandatarios han digitalizado sus agendas. La evolución del virus y los constantes avances científicos sobre medidas de contención, prevención y vacunación masiva han abierto en los últimos años una nueva línea de investigación. De allí la necesidad de examinar el comportamiento de la agenda de los mandatarios de Argentina, Chile y Uruguay entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2022, con el propósito de comprender, en términos generales, la gestión de la agenda política en contextos de crisis sanitarias, distintos de los escenarios electorales o de activismo explícito.

Considerando la amplitud de la población de estudio y con base en criterios de muestreo, se analiza la agenda política de los mandatarios en Twitter como canal de comunicación y se selecciona una muestra por conveniencia (Hernán-

dez-Sampieri, Fernández & Baptista, 2014) de 500 unidades de análisis por actor, para un total de 2.000 mensajes¹. De este modo, los datos analizados son comparables entre los cuatro mandatarios (tres países) y los resultados presentan con mayor respaldo.

Cabe acotar que los candidatos objeto de estudio hacen uso continuo de las redes sociales para establecer las directrices de su agenda política, como por ejemplo Alberto Fernández, el actual mandatario argentino, quien a su vez posee cualidades de un líder populista (aunque no sea catalogado bajo su categoría radical) y carismático (Slimovich, 2021). Mientras tanto, el mandatario uruguayo, Lacalle Pou (Rossel & Monestier, 2021); y el expresidente chileno, Sebastián Piñera (Becerra & Frago, 2020) se caracterizan por la construcción de imágenes partidistas, más allá del personalismo político que pudo caracterizar inicialmente a Gabriel Boric, cuya campaña derivó de su rol como líder político de cara al estallido social y al proceso de la reforma constitucional de Chile (Luna, 2022), ello pese a la moderación de su imagen política de cara a la segunda vuelta a las elecciones (Mila-Maldonado, Yasuhiro, Soengas-Pérez, & Lara-Aguar, 2022).

Además de los medios de comunicación, los líderes políticos/sociales tienen implicaciones en la construcción de la información y sus posibles efectos en la audiencia. Partiendo de la existencia de su propia 'agenda política' que se erige alternativamente al rol de los conglomerados mediáticos (Bourdieu, 2001; Gómez & Paniagua, 2006). Sobre esta base, interesa identificar las principales cualidades y relaciones que intervienen en la construcción de la agenda política de los mandatarios del Cono Sur, con énfasis en la crisis de la COVID-19. Ello se explica por los cambios en los procesos de comunicación y la aceleración de su digitalización a raíz de las medidas de contención aplicadas globalmente (Casero-Ripollés, 2022). A diferencia de un contexto de activismo, donde suelen aflorar el carisma, el negativismo y la polarización (Chavero, González, Bouza & Castromil, 2013; Chavero, 2019), aquí se busca comprender cómo los mandatarios construyen su imagen en una crisis sanitaria. En consecuencia, la pregunta de investigación se orienta a describir el proceso de toma de decisiones de los mandatarios del Cono Sur y de forma secundaria identificar las principales temáticas, encuadres y el enfoque de las agendas políticas (por ejemplo, politizada o sustentada en criterios de cientificidad).

1 Aplicar este principio en la construcción de la muestra permite distinguir el corpus del utilizado en la tesis doctoral que da origen a este artículo y, así, desarrollar un estudio inédito.

2. Marco Teórico: establecimiento de la agenda y *framing*

En primer lugar, se parte de McCombs (2006) para establecer una construcción del concepto de agenda mediática, quien lo define en líneas generales como la capacidad de los medios de comunicación para dirigir el conjunto de temas –y su enfoque– a ser transmitidos a sus audiencias a través de sus plataformas. En su aplicación, los medios de comunicación toman en consideración variables de noticiabilidad (Martini, 2000), que se constituye como la cualidad que torna a un hecho noticioso como ‘vendible’ o viral y propicia su mayor difusión en la esfera pública.

No obstante, entender el comportamiento de los medios de comunicación ha requerido la propuesta de múltiples teorías, que van desde la visión fatalista de Walter Lippmann (2003), quien establece la existencia de una muestra pasiva, sin capacidad de incidir en la determinación de los temas y que construye parte de sus marcos de referencia actitudinales a partir del contenido al que se ve expuesto en los medios. Al menos en las propuestas clásicas de la comunicación, este proceso sería unidireccional, en tanto los formatos radiotelevisivos y de prensa impresa existentes dificultaba a la audiencia retroalimentar de forma activa esos mensajes recibidos.

Asimismo, si tomamos en consideración definiciones más contemporáneas, Valenzuela (2017) da cuenta de una visión del público bajo la categoría de ‘usuarios’, quienes a partir de la existencia de las tecnologías digitales tienen mayor capacidad de interactuar con los líderes de opinión y formar parte activa de procesos de cambio social a menudo mediados por estas esferas. Sin embargo, fenómenos como la sobreinformación, la desinformación y las noticias falsas (Salaverría, et al., 2020; Tejada & Medina-Neira, 2020) forman parte de la ‘infodemia’, vista como esa constante de ‘sobreinformación, desinformación y noticias falsas’ (OMS, 2020), a la que se ve expuesta la audiencia a menudo.

Además, autores como Entman (1993), Semetko y Valkenburg (2000) proponen una serie de conceptos esquemáticos sobre los cuales suelen ser construidas las noticias de forma general, definidos como ‘encuadres genéricos’, entre cuya amplitud predominan el interés humano, conflicto, atribución de responsabilidad, consecuencias económicas y moralidad, los cuales tomaremos como variable independiente a la hora de establecer correlaciones con otros elementos derivados de las revisadas teorías del establecimiento de la agenda y del comportamiento de los canales informativos –en este caso desde una visión político-sanitaria en el marco del COVID-19.

Aunado a un plano digital, la concepción de la construcción de la agenda adquiere nuevas acepciones que implican la existencia de un público (en tanto usuarios) más activo y participativo, a la par de emocional y susceptible a contenidos erróneos y

sensacionalistas (donde resulta un reto establecer procesos de verificación efectivos) (Calvo y Aruguete, 2020). Sin embargo, es posible destacar las virtudes que otorga esta dimensión de la esfera pública para los procesos de comunicación y expansión de la cultura (Fuchs, 2021), al punto en el que no solo los medios de comunicación han digitalizado sus procesos, sino que también lo han hecho espacios de la administración pública y el sector privado (Santillán-Marroquín, 2020). La importancia del espectro digital como nuevo espacio de interacción y construcción de la vida pública sustenta la pertinencia de tomar como objeto de estudio la construcción de la agenda política en Twitter en el marco de la crisis del COVID-19, tomando como objeto de estudio a los mandatarios de Argentina, Chile y Uruguay.

Para la recopilación del corpus de análisis del artículo se toman en consideración variables del establecimiento de la agenda y de la teoría del framing, con énfasis en esta última, que será puesta en relación con variables propias de la tematización. En líneas generales, esta teoría establece que los medios de comunicación (también actores, instituciones y líderes conectados a grandes grupos de audiencias) tienen la capacidad de determinar el enfoque bajo el que se construye un mensaje, enfatizando u ocultando elementos de forma conveniente a los lineamientos ideológicos o editoriales que movilicen el acto comunicativo (Entman, 1993; Semetko & Valkenburg, 2000; Valenzuela, Piña, & Ramírez, 2017). Entonces, dichos constructos teóricos se trabajan con énfasis en la construcción, en el plano político, de una temática de tipo sanitario, motivada por el contexto particular de crisis del que deriva. Tomar como objeto de estudio un compendio geográfico permite entender las similitudes y diferencias del tratamiento del virus en cada país y, más allá de cifras de contagiados, fallecidos y/o vacunados, resaltar el rol de un proceso de comunicación efectivo para el cumplimiento de las políticas implementadas desde el Estado en concordancia con los ministerios de salud y otras dependencias globales y locales.

3. Materiales y métodos

3.1. Bases metodológicas

El presente artículo tiene como objetivo analizar la construcción de la agenda político-sanitaria en Twitter (actualmente conocido como X) de los presidentes de los países del Cono Sur de América en el marco del COVID-19. Con un total de 2000 unidades de análisis, se toman 500 casos para cada mandatario: Alberto Fernández (Argentina), Sebastián Piñera y Gabriel Boric (Chile) y Luis Lacalle Pou (Uruguay). Los casos han sido seleccionados con base en el muestreo probabilístico y por conveniencia (Hernández-Sampieri, Fernández & Baptista, 2014). Pese a que durante el espectro temporal del análisis (2020-2022) en Chile ejercieron funciones en el Ejecutivo tanto Piñera como Boric, tomar el mismo número de tuits para los cuatro

presidentes otorga el mismo nivel de tratamiento a cada uno de ellos. Además de analizar el comportamiento de la agenda por país, se aportan insumos en relación a cada actor político.

Así, para el análisis, se aplica la técnica cuantitativa de Análisis de Contenido (Cea, 2001; Neuendorf, 2002) tomando variables derivadas de la Teoría del Establecimiento de la Agenda (McCombs & Barrios, 2013) el *Framing* (Semetko & Valkenburg, 2000) y la comunicación científica en contextos de crisis sanitarias (Casero-Ripollés, 2022). De este modo, se espera identificar el nivel de relevancia que tuvo el COVID-19 en la agenda de los mandatarios y, además, evaluar cuestiones como el nivel de politización y la presencia o ausencia bases científicas que sustentan la difusión de los avances de la pandemia. En caso de existir fuentes, se evaluaría si son fiables, como por ejemplo la OMS o entidades especializadas o si no corresponden con el nivel narrativo que se requiere para sustentar la toma de decisiones en el marco de la crisis sanitaria.

Como objetivo general de investigación, se plantea analizar la construcción de la agenda política de los presidentes del Cono Sur de América en el marco de la crisis del COVID-19. Mientras tanto, de tal, derivan los siguientes objetivos específicos: 1) caracterizar la construcción temática de las agendas de los mandatarios; 2) identificar los principales encuadres informativos empleados; y 3) conocer la presencia o ausencia de bases científicas en la presentación de noticias en torno al COVID-19. Así, la pregunta de investigación central que orienta este artículo es: en el marco de la crisis sanitaria del COVID-19, ¿cómo se constituye el proceso de toma de decisiones por parte de los mandatarios del Cono Sur de América? Para responder a dicha interrogante, se construyen las siguientes hipótesis:

1) En el contexto de la crisis del COVID-19 se identifica una fuerte relación entre las dimensiones política y sanitaria en las agendas (en Twitter) de los mandatarios del COVID-19; 2) en tanto el virus figura como temática dominante en las agendas de los presidentes del Cono Sur de América, es posible hablar de la existencia de una agenda 'político-sanitaria'; 3) aunque presenta cierto nivel de relevancia, la temática del COVID-19 se configura como una temática secundaria en las agendas políticas de los mandatarios; y, 4) en su lugar, se identifica un mayor emplazamiento de temáticas de tipo político y social.

Para evaluar la pertinencia de la correlación de variables se presta atención al dato obtenido en el Chi-cuadrado de Pearson, cuya significatividad del 99,9% implica un Chi-cuadrado < ,001. Mientras tanto, si el resultado de este indicador es mayor a ,005, no se consideraría un hallazgo significativo.

Dicho esto, para alcanzar los objetivos planteados se ha construido el presente manual de códigos, que centraliza las variables (y sus indicadores) a analizar en las agendas de los presidentes del Cono Sur de América²:

1. Cuenta de Twitter:

a) @GabrielBoric; b) @LuisLacallePou; c) @sebastianpinera, d) @alferdez

2. Tema:

a) Medidas de contención, b) Informe de casos, c) Economía, d) Medidas fronterizas, e) Política; f) Informes de la OMS; g) Vacunación, h) Personal sanitario

3. Actor predominante:

a) Población, b) OMS, c) Líder/figura internacional, d) ONU, e) Personal sanitario, f) Actor pro-Estado, g) Actor anti-Estado, h) ministro de economía, i) Ministerio de salud, j) El propio emisor

4. Atributo:

a) Competencia, b) Confianza, c) Seriedad, d) Honestidad, e) Responsabilidad, f) Iniciativa, g) Conciliación

5. Tipo del lenguaje:

a) Altisonante, b) Formal, c) Semiformal, d) Neutral, e) Uso de coloquios

6. Tono:

a) Altisonante, b) Positivo, c) Neutro, d) Negativo, e) Descalificador, f) Ironía/sarcasmo, g) Sensacionalista

7. Encuadre:

a) Atribución de responsabilidad, b) Conflicto, c) Consecuencias económicas, d) Interés humano, e) Moralidad

8. Nivel de polarización:

a) Muy polarizado, b) Algo polarizado, c) Neutral, d) Poco polarizado, e) Nada polarizado

2 Para mantener la coherencia metodológica con la tesis doctoral de la que se desprende este proyecto, se retoman algunos de sus indicadores, diseñados a partir de una revisión exhaustiva de la literatura y orientados a identificar patrones en la comunicación científica sobre la COVID-19, ahora vinculada a la agenda política de los mandatarios del Cono Sur.

9. Tipo de tratamiento del COVID:

- a) Directrices legales, b) Aumento de casos, c) Evolución de nuevas cepas
- d) Politización de la pandemia, e) Controversia con el COVID-19,
- f) Medidas de confinamiento

10. Reclamo implícito en torno al COVID-19:

- a) Medidas económicas, b) Medidas sanitarias, c) Medidas políticas,
- d) Medidas de atención social

11. Relación entre emisor y referente:

- a) Afinidad, colaboración y sintonía, b) Confrontación, conflicto y disyuntiva

12. Bases científicas:

- a) Mensaje con bases sólidas, b) Mensaje con algunas bases, c) Neutral,
- d) Pocas o dudosas bases, e) Mensaje sin bases, f) Opinión

4. Análisis de resultados

4.1. Agendas político-sanitarias de los mandatarios del Cono Sur

Aplicado el instrumento cuantitativo de análisis de contenido —mediante la elaboración de un manual de códigos—, este apartado expone la relación entre el uso de encuadres y las variables temáticas y de divulgación científica. Todos los cruces incluidos en este cuarto apartado son metodológicamente pertinentes y arrojan resultados sólidos que permiten caracterizar la relación entre las variables analizadas. Esta solidez se sustenta en los valores de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson ($p < 0,001$), que indican asociaciones estadísticamente significativas entre los elementos contrastados. Aunque las frecuencias esperadas varían en cada cruce, el estadístico Chi-cuadrado (en tanto su resultado sea $< ,001$) constituye el indicador central y más determinante, sin menoscabo de la consistencia general del estudio.

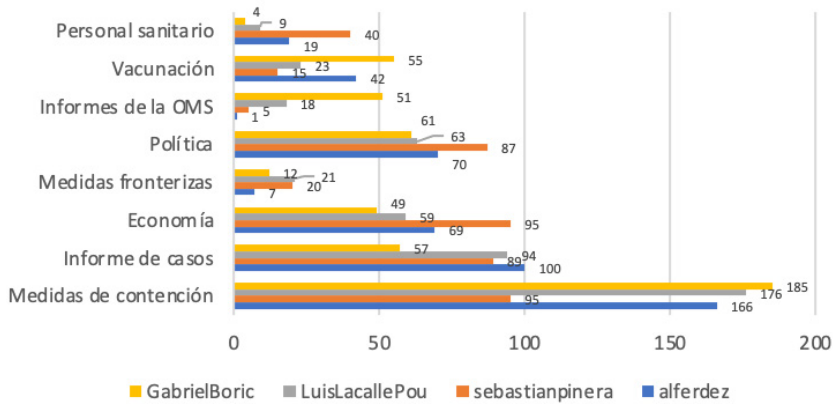
Tabla 1. Cuenta de Twitter * Tema

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	315,370a	66	,000
Razón de verosimilitudes	320,288	66	,000
Asociación lineal por lineal	,367	1	,545
N de casos válidos	2000		

a. 40 casillas (43,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,25.

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 1. Cuenta de Twitter * Tema



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

En primer lugar (gráfico 1) se presenta un 99,9% de significatividad en la relación entre el mandatario y el tema del mensaje y responde al primer nivel de la agenda *setting* (McCombs, 2006), donde se manifiesta un dominio representativo de mensajes con contenido ligado a las medidas de contención tomadas por los gobiernos locales, especialmente en el caso de Gabriel Boric, con 185 de sus mensajes, mientras que Piñera es el mandatario que construyó menos mensajes de este tipo (95). En segundo lugar, la presentación de informes de casos fue algo igualmente característico de los gobiernos del Cono Sur, lo que respondió a los protocolos globales establecidos por la OMS (2020; 2020b; 2023). Así, las temáticas generales de política y economía también tuvieron presencia en la agenda. Esto sugiere que, aunque el COVID-19 fue predominante, quizá no pueda considerarse hegemónico; además, ambas temáticas pueden estar vinculadas al desarrollo de la pandemia. En síntesis, los mandatarios otorgaron alta prioridad al COVID-19 durante el periodo analizado.

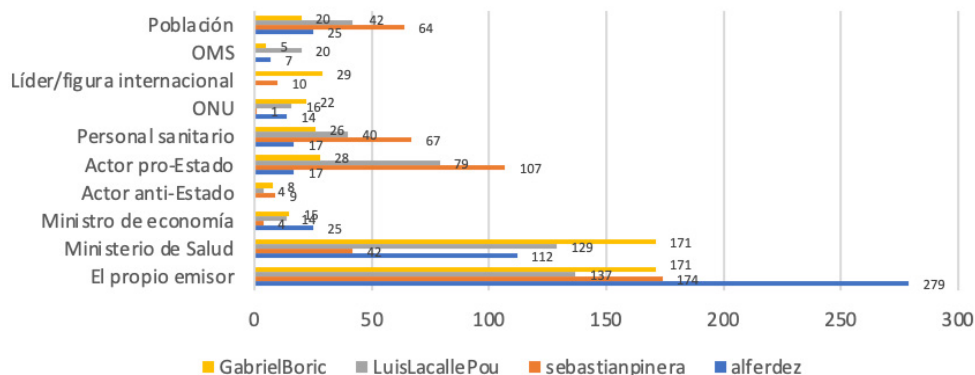
Tabla 2. Cuenta de Twitter * Actor predominante

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	490,107a	48	,000
Razón de verosimilitudes	522,199	48	,000
Asociación lineal por lineal	2,271	1	,022
N de casos válidos	2000		

a. 28 casillas (41,2%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,25.

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 2. Cuenta de Twitter * Actor predominante



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

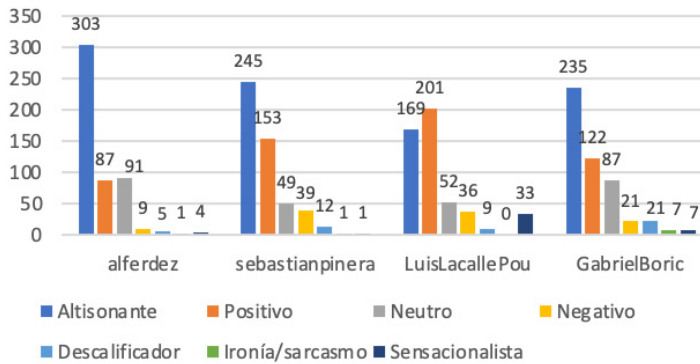
A la hora de analizar la variable del actor más presente en los mensajes emitidos por los mandatarios (gráfico 2), se evidencia una tendencia hacia los tuits que giran en torno a sí mismos como figura política, especialmente en el caso de Alberto Fernández, donde más de mitad de tuits (279) cumplen con estas características. Esto da cuenta de una agenda parcialmente personalista (no en cuanto a la temática, sino en lo que respecta al posicionamiento de su propia figura). Seguidamente, y considerando la importancia que se ha evidenciado del COVID-19 como temática en el periodo analizado, los ministerios de salud destacan como el segundo actor con mayor presencia en la agenda, seguido de actores e instituciones favorables a su gobierno (Shaw & McCombs, 1977; McCombs & Barrios, 2013).

Tabla 3. Cuenta de Twitter * Tono

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	214,653a	18	,000
Razón de verosimilitudes	211,187	18	,000
Asociación lineal por lineal	33,207	1	,000
N de casos válidos	2000		

a. 4 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,25.

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 3. Cuenta de Twitter * Tono

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Con un 99,9% de significatividad, este cruce (gráfico 3) evidencia una predisposición generalizada hacia el manejo de un lenguaje altisonante (formal) por parte de los mandatarios, ello pese a que en el caso de Luis Lacalle Pou predomine el tono positivo. Ello va de la mano con su rol de representantes políticos con la audiencia y con sus cualidades de políticos partidistas (ello pese a que tengan cualidades carismáticas) y que sus discursos sean más moderados que los de otros líderes de la región. Además, es reducido el número de mensajes negativos, descalificadores o sensacionalistas en sus agendas, en cuyos casos la relación con actores y temáticas podría variar.

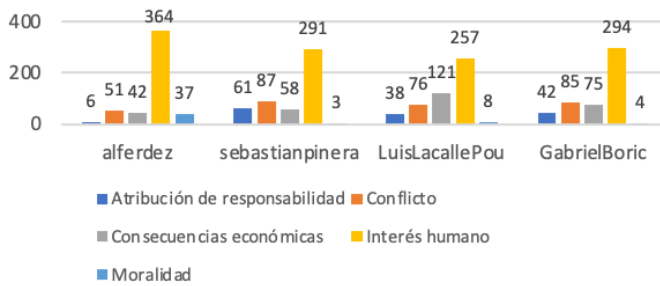
A partir de los resultados del cruce anterior, la prevalencia de temáticas de tipo institucional —informes de casos, medidas de contención y mensajes que involucran al sector sanitario, entre otras— ayuda a explicar el tono predominantemente positivo y, por momentos, altisonante de los tuits analizados, en contraste con mensajes potencialmente más polémicos o de corte activista (Van Dijk, 2005; Batjín, 2011).

Tabla 4. Cuenta de Twitter * Encuadre

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	180,896a	12	,000
Razón de verosimilitudes	181,806	12	,000
Asociación lineal por lineal	46,969	1	,000
N de casos válidos	2000		

a. 4 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 13

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 4. Cuenta de Twitter * Encuadre

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

A la hora de analizar los encuadres más presentes en la agenda de los candidatos (gráfico 4), con un 99,9% de significatividad resalta el de interés humano, con cifras más representativas que el resto de los casos. La cuantía de la frecuencia de este *frame* es representativamente mayor que la del resto de casos. El encuadre de interés humano suele destacar por su uso en la transmisión de mensajes que presenten los datos de interés más relevante respecto a ciertas temáticas. La relativamente baja presencia de los encuadres de conflicto y atribución de responsabilidad dan cuenta del carácter predominantemente institucional y moderado de la agenda de los mandatarios del Cono Sur.

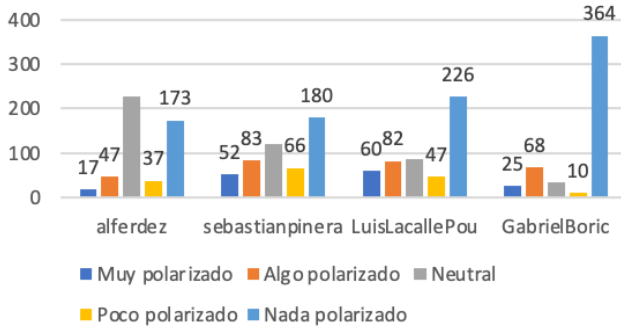
Esto podría explicarse, en parte, por el predominio del COVID-19 como tema durante el periodo analizado. Más adelante se examina la relación entre el tipo de encuadre y la temática. Por ahora, no obstante, puede inferirse la presencia del encuadre de interés humano en la presentación sistemática de datos relevantes sobre el COVID-19 para la audiencia. (Entman, 1993; Semetko & Valkenburg, 2000; McCombs, 2006[1972]; 2013; Valenzuela, Piña, & Ramírez, 2017).

Tabla 5. Cuenta de Twitter * Polarización

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	180,896a	12	,000
Razón de verosimilitudes	181,806	12	,000
Asociación lineal por lineal	46,969	1	,000
N de casos válidos	2000		

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 13

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 5. Cuenta de Twitter * Polarización

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

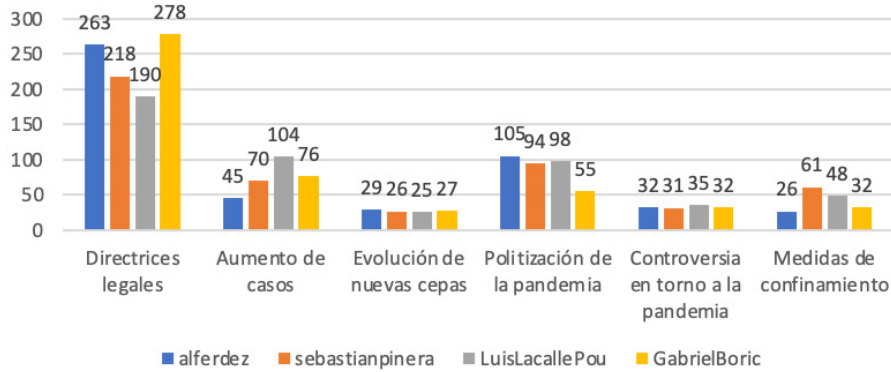
En otro orden de ideas (gráfico 5), con un 99,9% de significatividad, destaca la baja polarización presente en la mayoría de los casos, a excepción de la cierta neutralidad que caracteriza al caso de Alberto Fernández. Se mantiene así el carácter institucional y predominantemente de divulgación de información referente al COVID-19 en la agenda de los mandatarios del Cono Sur de América. Al igual que en el caso de los encuadres de conflicto y atribución de responsabilidad, así como también del lenguaje negativo y descalificador, en este cruce se mantiene una tendencia hacia la construcción de imágenes más moderada por parte de los actores políticos. Esto denota la construcción una agenda política que presenta en primera línea (prioridad) la mitigación de los daños del virus en distintas dimensiones de la vida pública y que, por tanto, podría considerarse 'político-sanitaria' (Colomer & Escatell, 2005; Gratius & Rivero, 2018).

Tabla 6. Cuenta de Twitter * Tipo de tratamiento del COVID-19

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	80,479a	15	,000
Razón de verosimilitudes	82,819	15	,000
Asociación lineal por lineal	2,741	1	,098
N de casos válidos	2000		

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 26,75

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 6. Cuenta de Twitter * Tratamiento del COVID-19

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Para el penúltimo cruce (gráfico 6) con 99,9% de significatividad se presenta la variable de tipo de tratamiento del COVID-19; en tanto si bien anteriormente se determinó que figura como temática predominante en la agenda de los mandatarios, en este caso se pretende entender su enfoque específico, con miras a profundizar en su tratamiento científico en el plano político.

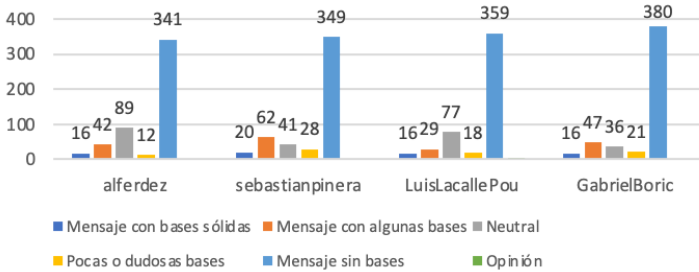
De forma representativa, esta temática se aborda desde un enfoque de «directrices legales», a partir de las funciones del Estado —en coordinación con sus delegaciones y otros poderes— para mitigar los efectos de la pandemia. Aunque no alcanza un peso estadístico mayoritario, un número significativo de mensajes plantea una lectura politizada de la crisis; dicho tratamiento no adopta necesariamente un tono confrontativo o negativo, como se mostró previamente. Esto da cuenta de la centralidad del virus en la agenda de los mandatarios del Cono Sur, aun cuando con frecuencia se prescinde de fuentes científicas de respaldo (Zapata, 2016; Portillo-Blanco et al., 2022). Este punto se profundiza en el último cruce de este acápite.

Tabla 7. Cuenta de Twitter * Bases científicas

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	59,202a	15	,000
Razón de verosimilitudes	59,758	15	,000
Asociación lineal por lineal	6,395	1	,011
N de casos válidos	2000		

a. 4 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,25

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 7. Cuenta de Twitter * Bases científicas

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Como último cruce (gráfico 7) llevado a cabo en el presente acápite, igualmente con 99,9% de significatividad de relación, destaca la carencia de bases científicas en la inmensa mayoría de mensajes analizados, parte de lo cual pueda atribuirse a las limitaciones de caracteres que presenta el Twitter para sus usuarios, motivo por el cual sus mensajes reiterados pueden tener un objetivo más activista y/o informativo, más que el de suplir el rol de las autoridades sanitarias. Sin embargo, la carencia de fuentes en los tuits de los presidentes del Cono Sur data de la necesidad de abordar temáticas de interés público con respaldo científico con el fin de lograr una mayor integración de la audiencia, aún más partiendo del predominio de del COVID-19 como temática en las agendas de los presidentes y de sus implicaciones a nivel local, regional y global (Bernabé-Fraguas, 2007; Sierra-Rodríguez, 2020). Ello evidencia cierta falta de rigor científico en la agenda política de los mandatarios del Cono Sur, al menos en lo relativo al uso de Twitter como herramienta de comunicación masiva, sin que ello implique generalizar la orientación de sus narrativas en otros ámbitos.

4.2. Agenda política del COVID-19 en el Cono Sur de América

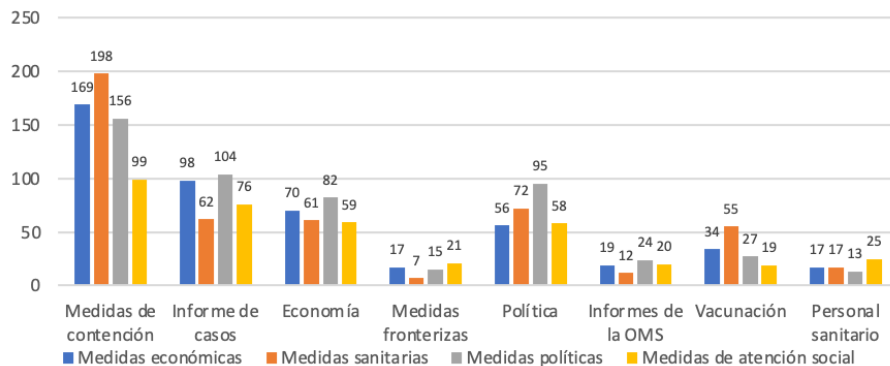
En el apartado anterior fue posible relacionar la cuenta emisora a distintas variables aunadas a la agenda temática, uso de encuadres y aspectos propios de los procesos de divulgación, lo que permitió arrojar resultados de interés respecto a la carencia de bases científicas en un número representativo de mensajes, cuestión de interés si se toma en cuenta el predominio del COVID-19 como elemento de relevancia general por parte de los mandatarios. En este sentido, a continuación, se procederá a establecer cruces entre variables analíticas del manual de codificación, con miras a entender la relación de aspectos en el marco de la construcción del COVID-19 en la agenda de los mandatarios del Cono Sur de América.

Tabla 8. Reclamo implícito en torno al COVID-19 * Tema

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	129,926a	66	,000
Razón de verosimilitudes	133,002	66	,000
Asociación lineal por lineal	,261	1	,610
N de casos válidos	2000		

a. 45 casillas (48,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,20

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 8. Reclamo implícito en torno al COVID-19 * Tema

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Ahora, como primer cruce (gráfico 8) se obtiene una relación significativa entre el tema y el reclamo en torno a la pandemia, en lo cual estaca que la demanda de medidas sanitarias se hace presente en mayor cuantía en la temática de medidas de contención (198 casos), mismo predominio que aplica al caso de la vacunación (55 veces). Mientras tanto, las medidas políticas destacan en los temas de informes de casos (104), economía (82) y política (95). Por último, cuando el tema abarca al personal sanitario y a las medidas fronteras, mayormente las medidas que se demandan son de tipo social. Resulta de interés esta relación entre el tipo de medidas y la toma de medidas, en tanto, en un marco de mitigación de los daños ocasionados por la pandemia el enfoque de las medidas es sanitario. Mientras tanto, en cuestiones de difusión de datos referentes a la evolución de la pandemia destaca el carácter

político de la agenda, mientras que la necesidad de atención social recae cuando la noticia engloba al personal sanitario o a los migrantes, en unos ambos casos destacan como grupos más vulnerables a las consecuencias del virus (López-García & Costa-Sánchez, 2020; Masip et al., 2020; Roman et al., 2020).

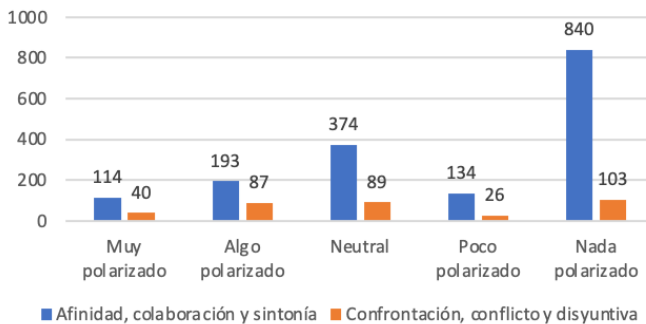
Tabla 9. Relación entre emisor y referente * Nivel de polarización

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73.506a	4	,000
Razón de verosimilitudes	70,181	4	,000
Asociación lineal por lineal	64,689	1	,010
N de casos válidos	2000		

a. 0 casillas (0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 26,57

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 9. Relación entre emisor y referente * Nivel de polarización



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Como segunda relación de variables analíticas con altos niveles de significatividad (99,9%) (gráfico 9) destaca, en la relación de 'afinidad, colaboración y sintonía', una tendencia al crecimiento del número de noticias a medida que disminuye el nivel de polarización. Esto es muestra de que, mientras el mensaje presente menor nivel de polarización, mayor será la posibilidad de que se haga presente una relación de positiva entre el emisor del mensaje y el actor principal de la noticia (aunque esto

pueda corresponder inclusive a sí mismo), pudiendo presentarse incluso cualidades carismáticas como elemento transversal (Deusdad, 2003; Laso & Guerra, 2020). Así se infiere que, en un escenario de activismo político, la relación sería la opuesta; a más nivel de polarización, mayor posibilidad de que la relación sea de 'confrontación, conflicto y disyuntiva'.

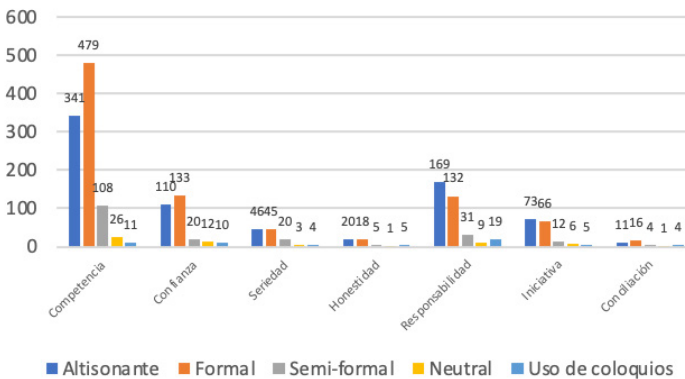
Tabla 10. Atributo * Tipo de lenguaje

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	111,735a	42	,000
Razón de verosimilitudes	95,043	42	,000
Asociación lineal por lineal	2,683	1	,101
N de casos válidos	2000		

a. 29 casillas (51,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 10. Atributo * Tipo de lenguaje



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Como tercer cruce entre las variables analíticas (gráfico 10), con un 99,9% de significatividad, destaca la relación entre el atributo presente en el mensaje y el tipo de lenguaje, donde a grandes rasgos es posible destacar la formalidad bajo la cual mayormente se construye una imagen competente (479 casos) y de confianza (133) de los candidatos, seguido del lenguaje altisonante (sumamente formal o dotado

de tecnicismos o términos profesionales y bien cuidados) que se hace presente en el atributo de responsabilidad (169) e iniciativa (66). En este sentido, la formalidad estándar del lenguaje deriva de la faceta 'funcionaria' de los mandatarios, en tanto cuyo rol de dirigentes de las respectivas naciones se ve particularmente alineada a otorgar soluciones a la crisis sanitaria. Acto seguido, la predisposición a tomar decisiones y hacer frente a tal escenario (en tanto 'iniciativa responsable') va de la mano con la cualidad impredecible de algunos aspectos de la pandemia, donde la toma de decisiones va alineándose a la propia evolución del virus (Krotz, 1986; Katz, 2002; Lorenc, 2002; Kershenobich, 2020).

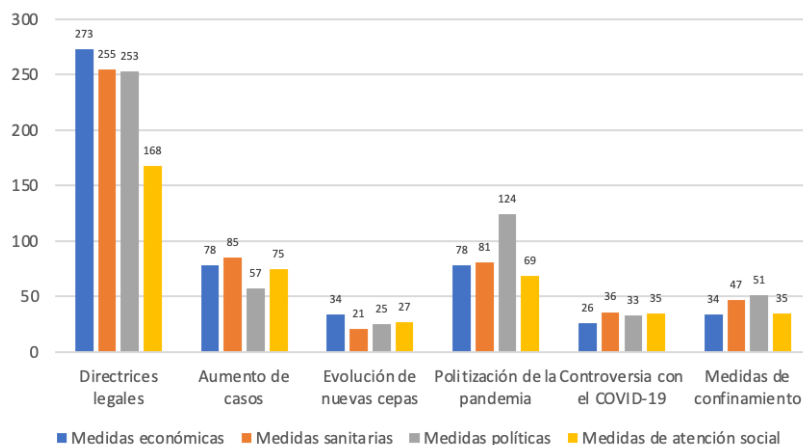
Tabla 11. Tipo de tratamiento del COVID-19 * Reclamo implícito en torno al COVID-19

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	111,735a	42	,000
Razón de verosimilitudes	95,043	42	,000
Asociación lineal por lineal	2,683	1	,101
N de casos válidos	2000		

a. 29 casillas (51,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00

Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Gráfico 11. Tipo de tratamiento del COVID-19 * Reclamo implícito en torno al COVID-19



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de SPSS

Como último cruce de este apartado (gráfico 11), y dada su relevancia reiterada, se relaciona la variable «reclamo implícito» con el «tipo de tratamiento del COVID-19». Los resultados respaldan los hallazgos previos que indican una vinculación entre las consecuencias económicas de la pandemia y la agenda de los mandatarios (Semetko y Valkenburg, 2000). Aunque la crisis es sanitaria, el rol presidencial no se limita a delegar funciones en los ministerios de salud: exige representar activamente a la población y definir la aplicación de medidas de alivio económico, aislamiento, confinamiento y autocuidado, así como establecer una coordinación unívoca entre las autoridades competentes. Las atribuciones del Ejecutivo obligan a brindar seguridad a la ciudadanía y a trazar objetivos comunes para recuperar con prontitud el ritmo de vida cotidiano (Lozano-Recalde, 2020; Manfredi-Sánchez, Amado-Suárez y Waisbord, 2021; Toro-González y Pérez-Curiel, 2021).

Entonces, respondiendo al objetivo central de la investigación, en relación a las hipótesis, se identificó una cualidad político-sanitaria en la agenda de los presidentes del Cono Sur de América (mismo hallazgo para los 4 casos de estudio). El COVID-19 figuró como temática central de la agenda y se tornó parte de las decisiones políticas de este país; donde, al considerarlos como una región (Cono Sur de América), se trabajó de forma general en la contención del alcance del virus y las autoridades sanitarias tomaron fuerte protagonismo y fueron respaldadas por los mandatarios en el ejercicio del poder. No obstante, se profundiza al respecto en el apartado de conclusiones.

5. Conclusiones

En el marco del presente artículo, considerando la naturaleza de los resultados, no es posible a las agendas de netamente políticas, sino que se acopla el término de 'político-sanitario' en su lugar. Tomando como base los datos anteriormente analizados, se resaltan los siguientes aspectos:

Los mandatarios otorgaron protagonismo y relevancia al rol de las autoridades sanitarias, posicionando a la crisis como temática central de sus agendas y sus implicados como actores claves. Si bien no contaban con experticia en lo que respecta a temáticas de origen médico, mantuvieron un rol lejano al populismo y a la polarización. Se apeló, sin distinción, a la sociedad como un todo al considerarla el público único y central de las medidas implementadas para la gestión del virus. Además, no se notaron diferencias claves (más allá de los mecanismos locales) en la gestión del virus (siguiendo las recomendaciones de la OMS). Así, tras constatar las hipótesis planteadas en el apartado de 'materiales y métodos', es posible aceptar las siguientes hipótesis: 1) En el contexto de la crisis del COVID-19 se identifica una

fuerte relación entre las dimensiones política y sanitaria en las agendas (en Twitter) de los mandatarios del COVID-19; 2) en tanto el virus figura como temática dominante en las agendas de los presidentes del Cono Sur de América, es posible hablar de la existencia de una agenda 'político-sanitaria'.

Mientras tanto, se rechazan las siguientes hipótesis: 3) aunque presenta cierto nivel de relevancia, la temática del COVID-19 se configura como una temática secundaria en las agendas políticas de los mandatarios; y, 4) en su lugar, se identifica un mayor emplazamiento de temáticas políticas y sociales.

Se identifica un bajo nivel de activismo, en tanto los mandatarios mantuvieron un lenguaje formal y centrado en informar los avances de la pandemia, aun cuando los mensajes eran de difusión y los mandatarios no presentaron un alto nivel de alfabetización sanitaria (se apoyaban en las autoridades de salud). A diferencia de en contextos de campaña o de crisis política, se evidenciaron cualidades de competencia en la construcción de las agendas. En muy pocos casos se apeló a la confrontación y el objetivo de los mensajes se centró en evitar la desinformación y difundir de los criterios de autocuidado y otras medidas avaladas por las autoridades locales y regionales.

En otro orden, en lo que respecta a la construcción informativa, aunque el rol de los emisores de las agendas fue de carácter divulgativo, una gran proporción de los mensajes carecen de bases científicas. Asimismo, se resalta la carencia de un 'nosotros-ellos' en la caracterización del público, sino que se apela a la ciudadanía como un todo al emplazar las medidas de contención. Además, es notorio que los mandatarios se apoyan en las autoridades sanitarias designadas, validando la experticia de sus funciones y difundiendo sus directrices. Esto va de la mano con la carencia de polarización en la construcción de la agenda. Otro aspecto importante a resaltar es el predominio del encuadre de 'interés humano', en tanto muchos de los mensajes sintetizaban (e incluso algunos 'enlistaban') los aspectos más relevantes en la evolución de la agenda. Por último, se resalta la sintonía discursiva en la región, con un manejo de la pandemia relativamente alineado a las directrices de la OMS, aunque adaptado a su propia realidad (evolución de sus casos, nuevas cepas, vacunación, realidades sociales, divisiones territoriales, etc.).

En resumen, el COVID-19 fue la temática hegemónica en los tres países del Cono Sur, sin distinción de la ideología que determinara el gobierno. En este orden, cabe acotar que los gobiernos analizados oscilaban entre izquierdas y derechas moderadas, y al mismo tiempo no se identifican cualidades populistas o de polarización. Aunque el tratamiento del virus podría variar en gobiernos de izquierda o derecha radical, al menos en el caso de este estudio, en gobiernos moderados se construyen agendas

político-sanitarias orientadas a difundir los principales avances de la pandemia y las medidas de contención del virus.

Por último, y de cara a establecer perspectivas futuras de investigación, de esta investigación deriva una serie de reflexiones finales. En tal sentido, sería relevante: **1)** Vincular los principios de la alfabetización (aunada, en este caso, a un ámbito sanitario) al desempeño de las autoridades políticas en la construcción de agendas dirigidas al público; **2)** en el marco de la construcción de nuevos espacios de vinculación (que integran la dimensión virtual), aportar herramientas a los nuevos usuarios para hacer frente a escenarios de desinformación, noticias falsas y sobreinformación; **3)** además de lo mencionado respecto a las nuevas audiencias, redefinir el rol del nuevo profesional de la información en el manejo y filtración de la información errónea, especialmente en las plataformas digitales; **4)** por último, plantear debates en lo que respecta a las fronteras entre libertad de expresión y censura, especialmente en escenarios cuyo ejercicio de tal libertad pueda contribuir a crear espacios de polarización y de posverdad.

Referencias

- Batjín, M. (2011). *Las fronteras del discurso*. Buenos Aires: Las cuarenta.
- Becerra, I., & Frago, A. (2020). Diplomacia digital en la alianza del pacífico: una aproximación a Twitter como herramienta para la política exterior. *Revista de Estudiantes de Ciencia Política*(15-16), 63-89.
- Bernabé-Fraguas, J. (2007). *Periodismo preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. Madrid: Catarata.
- Bourdieu, P. (2001). *El Campo Político*. (N. Larrazabal, & E. Capdepon, Edits.) La Paz: Plural editores.
- Calvo, E., & Arguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Cea, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Chavero, P. (2019). Negativismo político-mediático: Las elecciones presidenciales de Ecuador 2017. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*(E26), 242-255.
- Chavero, P., González, J., Bouza, F., & Castromil, A. (2013). The mediatization of the political agenda: Discussion of the social pact as a conflict of agendas. 2009-2011. *Revista Latina de Comunicación Social*(68), 639-655. doi:10.4185/RLCS-2013-994en
- Colomer, J., & Escatell, L. (2005). La dimensión izquierda-derecha en América Latina. *Desarrollo Económico*, 45(177), 123-146. doi:https://doi.org/10.2307/3655894
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. *Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 19(41), 9-35.

- EIU. (27 de Febrero de 2023). *Democracy Index 2022. Frontline democracy and the battle for Ukraine*. Londres: Economist Intelligence.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fuchs, C. (2021). Los comunes digitales y la esfera pública digital: sobre cómo hacer avanzar la democracia digital en la actualidad. *Revista Hipertextos*, 9(16), 13-34. doi:<https://doi.org/10.24215/23143924e038>
- Gómez, B., & Paniagua, F. (2006). El control de la agenda mediática en campaña electoral. El caso de las elecciones generales. *Ámbitos*(15), 283-296. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/168/16801515.pdf>
- Gratius, S., & Rivero, Á. (2018). Más allá de la izquierda y la derecha: populismo en Europa y América Latina. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*(119), 35-62. Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill. f
- Katz, E. (2002). The Two-step-flow of communications: an Up-to-Date-Report on an Hypothesis. En P. e. Bordieu, *El oficio del sociólogo* (págs. 224-231). México D.F.: Siglo Veintiuno editores.
- Kershenobich, D. (2020). Fortalezas, deficiencias y respuestas del sistema nacional de salud frente a la Pandemia del Covid-19 / Strengths, weaknesses and responses of the national health system to the Covid-19 Pandemic. *Economíaunam*, 17(51), 53-58. doi:<https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2020.51.545>
- Krotz, E. (1986). Poder, símbolos y movilizaciones: sobre algunos problemas y perspectivas de la "Antropología política". *Nueva Antropología*, IX(31), 7-22.
- Lanzaro, J. (2010). Uruguay: un gobierno social democrático en América Latina. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 19(1), 45-67.
- Laso, E., & Guerra, M. A. (2020). La doma del carisma. Revision historica de las teorías psicosociales del carisma político. *Estudios Políticos*(51), 217-247. Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Longueira, D. (2007). La transición de la dictadura a la democracia en el Uruguay. Perspectiva comparada sobre los modelos de salida política en el Cono Sur de América Latina. *Humanidades: revista de la Universidad de Montevideo*, 7(1), 23-47.
- Lorenc, F. (2002). Agenda política, producción de sentido y conflictos sociales en la Argentina. El último año del gobierno de Menem. En B. Levy, *Crisis y conflicto en el capitalismo latinoamericano: Lecturas políticas* (págs. 29-56). Buenos Aires: CLACSO.
- Lozano-Recalde, C. (2020). Comunicación política en Instagram durante la emergencia sanitaria por el COVID 19. El caso de Otto Sonnenholzner en Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 11(3), 75-95.
- Luna, J. (2022). Una promesa llamada Gabriel Boric. *Nueva Sociedad*(299), 44-56.
- Manfredi-Sánchez, J. L., Amado-Suárez, A., & Waisbord, S. (2021). Twitter presidencial ante la COVID-19: Entre el populismo y la política pop. *Comunicar*, XXIX(66), 83-94. doi:<https://doi.org/10.3916/C66-2021-07>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Editorial Norma.

- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. (2006[1972]). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M., & Barrios, M. (2013). *Evolución de los Tres Niveles de la Teoría de Agenda-Setting: El Impacto de las Noticias en el Público*. Pamplona: Universidad de Navarra: Eunsa.
- Mena-Roa, M. (17 de Febrero de 2023). *El Estado de la democracia en el mundo*. Recuperado el 22 de enero de 2026 de <https://es.statista.com/grafico/19319/paises-y-territorios-clasificados-segun-el-indice-de-democracia-global/>
- Mila-Maldonado, J. A., Yasuhiro, K., Soengas-Pérez, J., & Lara-Aguiar, J. A. (2022). Polarización política, populismo y discursos antagonísticos en América Latina: análisis de los debates presidenciales de Chile (2021), Colombia (2022) y (2022). *MARCO (Marketing y Comunicación Política)*(8), 1-24. doi:<https://doi.org/10.15304/marco.id8948>
- K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. California: Sage Publications.
- OMS. (23 de septiembre de 2020). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa*.
- OMS. (4 de Junio de 2020b). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19). Recuperado el 22 de enero de 2026 de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019#:~:text=En%20este%20sitio%20web%20se,31%20de%20diciembre%20de%202019.>
- OMS. (2023). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Coronavirus. Recuperado el 22 de enero de 2026 de https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- OPS. (11 de Marzo de 2020). *Organización Panamericana de Salud*. Obtenido de La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia. Recuperado el 22 de enero de 2026 de <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Panfichi, A., & Muñoz, P. (2001). Sociedad civil y gobernabilidad democrática en los Andes y el Cono Sur: una visión panorámica al filo del siglo XXI. *Debates en sociología*(25-26), 91-117.
- Rossel, C., & Monestier, F. (2021). Uruguay 2020: El despliegue de la agenda de centro derecha en contexto de pandemia. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 41(2), 401-424. Salaverria, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Profesional de la Información*, 29(3), 1-15. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may15>
- Santillán-Marroquín, W. (2020). El teletrabajo en el COVID-19. *CienciaAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(2), 1-12.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Seoane, M., & Muleiro, V. (2012). *El dictador: la historia secreta y pública de Jorge Rafael Videla*. Buenos Aires, Penguin Random House. Grupo Editorial Argentina.
- Shaw, D., & McCombs, M. (1977). *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St. Paul: West Publishing Company.

- Sierra-Rodríguez, J. (2020). Periodismo, comunicación institucional y transparencia.: *Revista de Comunicación y Salud: RCyS*, 10(2), 569-591.
- Slimovich, A. (2021). La mediatización política durante la pandemia por COVID-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri. *Dixit*(34), 1-14.
- Tejada, S. F., & Medina-Neira, D. (2020). La automedicación promovida por medios de comunicación, un peligro con consecuencias en tiempos de crisis de salud pública por la COVID-19. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*, 31(3), 1-4.
- Toro-González, S., & Pérez-Curiel, C. (2021). Populismo político en tiempos de COVID. Análisis de la estrategia de comunicación de Donald Trump y Boris Johnson en Twitter. *Revista de Comunicación de la SEECI*(54), 1-24. doi:<http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e700>
- Valenzuela, S. (12 de agosto de 2017). Sebastián Valenzuela en el Encuentro de Móviles y Redes #MoreSantiago. Santiago, Región Metropolitana, Facultad de Comunicaciones UC: Universidad.
- Valenzuela, S., Piña, M., & Ramírez, J. (2017). Behavioral Effects of Framing on Social Media Users: How Conflict, Economic, Human Interest, and Morality Frames Drive News Sharing. *Journal of Communication*, 67(5), 803-826. doi:<https://doi.org/10.1111/jcom.12325>
- Van Dijk, T. (2005). Política, ideología y discurso (traducción). *Quórum Académico*, 15-47.

