

Número 21 · Noviembre de 2020

La comunicación periodística en tiempos de pandemia: análisis del tratamiento de la COVID-19 en la prensa

MARI VÁLLEZ
Universitat de Barcelona
marivallez@ub.edu
<https://orcid.org/0000-0002-3284-2590>

MARIO PÉREZ-MONTORO
Universitat de Barcelona
perez-montoro@ub.edu
<https://orcid.org/0000-0003-2426-8119>

Journalistic communication in times of pandemic: analysis of the treatment of COVID-19 in the European press

RESUMEN ABSTRACT

La pandemia derivada de la COVID-19 ha afectado a todos los sectores de nuestra sociedad; desde la economía a la cultura, pasando por la educación o el tema crítico de la salud. El tratamiento de la prensa de un país puede ser un buen indicador para saber cuáles son las preocupaciones y los intereses de los ciudadanos. Siguiendo ese indicador, el objetivo de este trabajo es intentar analizar la prensa europea durante un periodo concreto para poder identificar esas preocupaciones e intereses nacionales y analizar las diferencias existentes entre el grupo de los países más afectados por la pandemia y el grupo de los países menos golpeados por la misma. Se ha utilizado la base de datos de noticias *Factiva* de *Dow Jones & Reuters* para obtener las noticias y los titulares publicados por los seis países analizados durante un mes. El grupo 1 de países, los más afectados, está formado por Italia, España y Bélgica; el grupo 2 son Alemania, Austria e Irlanda. Los resultados muestran que el grado de afectación por la COVID-19 ha marcado el tratamiento ofrecido por la prensa a la cobertura de la crisis sanitaria, tanto en lo que se refiere a los temas y al número de noticias publicadas, como a la concentración que se produce en los medios y en los autores.

The COVID-19 pandemic has affected all sectors of the society, from economy to culture, education and the critical issue of health. The treatment of a country's press can be a good indicator about the concerns and interests of its citizens. Following this indicator, this work aims to analyse the European media during a specific period to identify national concerns and interests. Besides, it is intended to identify, if they exist, differences between the group of countries most affected by the pandemic and the group less affected by it. The Factiva news database of Dow Jones & Reuters has been used to obtain the news and headlines published by the six countries analyzed for a month. Group 1, the most affected, is made up of Italy, Spain, and Belgium. Group 2 countries are Germany, Austria, and Ireland. The results show that the degree of involvement by COVID-19 has marked the treatment offered by the press to the coverage of the health crisis, both in terms of the issues and the number of news items published, as well as the concentration of media and authors.

PALABRAS CLAVE KEYWORDS

COVID-19; Comunicación; Prensa europea; Periódicos; Pandemia; Temática; Industria.

COVID-19; Communication; European press; Media; Pandemic; Theme; Industry.

Hipertext.net, política de **Ciencia Abierta** | Acceso abierto a los datos de la investigación (*share research data*)
Enlace al DATASET de la investigación: https://figshare.com/articles/COVID-19_in_the_European_press/12217790/1

Vállez, M., y Pérez-Montoro, M. (2020). La comunicación periodística en tiempos de pandemia: análisis del tratamiento de la COVID-19 en la prensa europea. *Hipertext.net*, (21), 1-13. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.01>

<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.01>



La comunicació periodística en temps de pandèmia: anàlisi de el tractament de la COVID-19 a la premsa europea

RESUM

La pandèmia derivada de la COVID-19 ha afectat tots els sectors de la nostra societat; des de l'economia a la cultura, passant per l'educació o el tema crític de la salut. El tractament de la premsa d'un país pot ser un bon indicador per saber quines són les preocupacions i els interessos dels ciutadans. Seguint aquest indicador, l'objectiu d'aquest treball és intentar analitzar la premsa europea durant un període concret per poder identificar aquestes preocupacions i interessos nacionals i analitzar les diferències existents entre el grup dels països més afectats per la pandèmia i el grup dels països menys colpejats per la mateixa. S'ha utilitzat la base de dades de notícies *Factiva de Dow Jones & Reuters* per obtenir les notícies i els titulars publicats pels sis països analitzats durant un mes. El grup 1 de països, els més afectats, està format per Itàlia, Espanya i Bèlgica; el grup 2 són Alemanya, Àustria i Irlanda. Els resultats mostren que el grau d'afectació per la COVID19 ha marcat el tractament ofert per la premsa a la cobertura de la crisi sanitària, tant pel que fa als temes i a el nombre de notícies publicades, com a la concentració que es produeix en els mitjans i en els autors.

PARAULES CLAU

COVID-19; Comunicació; Premsa europea; Diaris; Pandèmia; Temàtica; Indústria.

1. Introducció

A la luz de lo que estaba ocurriendo en China, casi nadie supo prever la pandemia mundial que se avecinaba. Una pandemia que ha afectado a todos los sectores de nuestra sociedad; desde la economía a la cultura, pasando por la educación o el tema crítico de la salud.

Frente a esta situación, nuestras preocupaciones e intereses informativos por la COVID-19 han ido creciendo. Esas preocupaciones e intereses están determinados por muchos factores. Entre otros, por ejemplo, nuestra experiencia personal o el estado de salud de las personas cercanas. Pero, también, por el contexto geográfico en el que estamos viviendo y el grado en el que éste se está viendo afectado por la pandemia.

Si nos centramos en este último factor, el tratamiento de la prensa de un país puede ser un buen indicador para saber cuáles son las preocupaciones y los intereses de los ciudadanos de esa área geográfica, y si es diferente a las inquietudes de los ciudadanos que pertenecen a otro país que ha sido afectado de una forma distinta (en mayor o menor grado) por la pandemia.

Teniendo en cuenta este indicador, en este trabajo vamos a perseguir dos objetivos principales. El primero, analizar la prensa nacional de dos grupos de países, los más afectados por la COVID-19 y los menos, para identificar las preocupaciones e intereses de cada grupo de países. El segundo objetivo es comparar los resultados obtenidos en cada caso para examinar si el grado en que un país está afectado por la COVID-19 incide en el tipo de noticias que publica la prensa en el período de tiempo analizado.

Para llevar a cabo este trabajo se ha utilizado la base de datos de noticias *Factiva de Dow Jones & Reuters* en su versión académica suscrita por una biblioteca universitaria. *Factiva* es una base de datos internacional que se ha utilizado en la investigación en un gran número de estudios (Barkemeyer et al., 2020; Cagé, 2020; Lamberton, Stephen, 2016).

La aportación de este trabajo consiste en reflejar cómo las prensas nacionales de diferentes países europeos están comunicando a sus lectores la crisis de la COVID-19. En el estudio se presenta como ha evolucionado el ritmo de publicaciones durante el periodo analizado. También se identifican los temas y los ámbitos industriales que más han sido tratados por la prensa. Por último, se analiza si existe concentración en los medios de comunicación y en los autores que publican las piezas periodísticas. Al tratarse de un estudio comparativo de dos grupos de países europeos, los más afectados y

los menos, se extraen conclusiones sobre si este hecho marca diferencias en las noticias publicadas.

Para cubrir los objetivos marcados, este trabajo se estructura en cinco apartados además de esta introducción inicial. A continuación, se realiza una revisión de la bibliografía científica a modo de marco teórico de referencia para el tema de este trabajo. La revisión planteada incluye estudios sobre el papel que ejerce la prensa en la sociedad y en la comunicación de casos de crisis sanitarias, pero además se recogen nuevas propuestas vinculadas a la comunicación que se han generado durante la pandemia de la COVID-19. En la siguiente sección se describe la metodología utilizada para la obtención, el refinado y la normalización de los datos utilizados en el análisis. Después se presentan los resultados obtenidos, seguidos por un apartado dedicado a la discusión de los resultados. Por último, se acaba con las conclusiones obtenidas a raíz del análisis realizado y las limitaciones del estudio presentado.

2. Marco teórico

Los medios de comunicación ejercen un papel fundamental en la sociedad. Son la forma que tenemos los ciudadanos de informarnos sobre lo que sucede, pero además son el canal principal que tienen las autoridades para comunicar información trascendental. En este sentido, el papel que ejerce la comunicación en una situación de crisis es decisivo. Westlund y Ghersetti (2015) analizan el papel de los medios en tiempos de crisis médicas como la actual. Los autores constatan que en situaciones de alerta el interés por la información de los acontecimientos crece exponencialmente por lo que crece el consumo de los medios de comunicación. Lewison (2008) analiza como los medios de siete países cubren la crisis sanitaria del síndrome agudo respiratorio grave (SARS) del 2003. Detecta que, durante las primeras semanas, se publican más noticias y con un tono mayor de amenaza, después se produce un descenso en las publicaciones y se pasa a la moderación cuando se empieza a entender y controlar la enfermedad. Davis et al. (2014) estudian cómo se abordó el tema de la gripe porcina, gripe A (H1N1), en los medios de comunicación. Los gobiernos hicieron uso de medios para aconsejar a la población sobre la adopción de prácticas de higiene y el cumplimiento del aislamiento social. No obstante, los autores detectaron que la población restó trascendencia a la pandemia, incluso antes de que se conociera su evolución.

También se ha estudiado el impacto que han tenido en las redes sociales, como vehículo de comunicación en tiempo real, en diferentes situaciones de crisis sanitarias. Chew y Eysenbach (2010) analizan el contenido de

tweets de la gripe A para hacer seguimiento de las tendencias de contenido, sentimiento y atención del público durante la crisis sanitaria. Oyeyemi, Gabarron y Wynn (2014) analizan los tweets con términos relacionados con la epidemia de Ébola en 2014 en los países de Guinea, Liberia y Nigeria para estudiar la correspondencia con la realidad y conocer el alcance de esta información. Vijaykumar et al. (2018) analizan como el brote de virus Zika de 2016 es tratado desde las redes sociales ya que permite que las instituciones de salud pública conozcan qué información se está difundiendo y por quién. Esto sirve para conocer con quién colaborar para garantizar la veracidad de la información a difundir. En la misma línea, existe una gran tradición de estudios que han analizado la utilización de las redes sociales en la comunicación de situaciones de riesgo (Ruggiero y Vos, 2014; Veil et al., 2011).

Es interesante destacar que existen diferentes estudios (Luoma-aho y Canel, 2020; Riggiozzi, 2020) que muestran que el hecho que marca la diferencia en la comunicación es el quién, cómo y cuándo se comunican los hechos. No obstante, para legitimar este proceso es importante asegurar la independencia de los medios y no tener un sistema centralizado, sino permitir que las minorías estén también presentadas y tengan voz (Habermas, 2006).

La crisis sanitaria de la COVID-19, con un impacto mundial sin precedentes, está siendo un ejemplo indiscutible del papel central que juega la comunicación. La comunicación de temas de salud que impactan de una forma tan extrema en la población tiene que ser transmitida de forma precisa y planificada porque facilita la forma de gestionar la incertidumbre y el miedo (Finset et al., 2020). La importancia del papel central de la comunicación social en este tipo de contextos sanitarios ha provocado, también, que se convierta en un objeto de estudio científico más, generando un alto volumen de literatura que intenta abordar el análisis de ese papel central. Así, por ejemplo, algunos autores se han centrado en el análisis histórico-comparativo de la gestión de la comunicación en tiempos de crisis. En esta línea algunos estudios realizan una exhaustiva revisión y síntesis de la bibliografía de referencia sobre la gestión a nivel comunicativo de una crisis de salud pública (Costa-Sánchez y López-García, 2020). Los autores contraponen las lecciones aprendidas de crisis anteriores a la forma en que las instituciones gubernamentales y los medios de comunicación están gestionando las primeras etapas de las crisis sanitarias de la COVID-19. Señalan también que hubo una transición brusca a la etapa de la crisis sin haber emitido un anuncio temprano de la situación de riesgo. Los mensajes emitidos en un contexto de incertidumbre, coincidentes con la explo-

sión en el número de contagios, no generaron confianza y la población percibió que la situación estaba fuera de control. Además, la fórmula de portavocía adoptada ha incumplido toda recomendación de comunicación de crisis. En cuanto a la cobertura periodística, localizan ejemplos de alarmismo y de sensacionalismo en el tratamiento informativo de la pandemia.

Otros investigadores se han concentrado de forma exclusiva en la pandemia de la COVID-19. Dentro de este grupo, destaca el trabajo de Torres-Salinas (2020) que analiza el ritmo crecimiento de la producción científica desde el momento de la declaración de emergencia de salud pública de interés internacional por la OMS, a finales del mes de enero de 2020 (WHO, 2020). El autor constata que el número de publicaciones ha crecido exponencialmente en todos los ámbitos.

Algunos investigadores han centrado sus aportaciones analizando la producción periodística sobre el tema de la pandemia en países concretos. A modo de ejemplo, Lázaro-Rodríguez y Herrera-Viedma (2020) realizan un estudio cuantitativo de la producción de noticias en los medios de comunicación de España sobre el coronavirus desde el inicio del brote. Utilizan la base de datos *My news* para analizar la evolución del volumen de publicaciones en medios digitales. Establecen períodos de tiempo de cinco días y dos períodos en base al decreto del estado de alarma (antes y durante). Los resultados muestran que los medios digitales son los más usados para publicar sobre el tema, con un aumento claro de la producción a partir de la declaración del estado de alarma.

También se han analizado las necesidades de información de la población sobre el coronavirus. En esta línea, Husnayain et al. (2020) explican cómo utilizar *Google Trends* en la comunicación de la COVID-19 para evitar los problemas que conlleva la infodemia. Esta herramienta de Google les ha permitido monitorizar las inquietudes de la población sobre la pandemia a partir de las palabras clave utilizadas en las búsquedas. Esta información es valiosa para establecer la política de comunicación en situaciones de alarma, ya que permite dar respuesta a las preocupaciones que muestra la sociedad. De este modo, las instituciones pueden ofrecer la información que demanda la sociedad, y se puede llegar a minimizar la necesidad de localizar información, alguna de la cual puede no ser rigurosa ni exacta; además, ayuda a generar confianza y control de la situación.

En la actual pandemia, el tema de las redes sociales y su dimensión comunicativa es también recurrente. Chan et al. (2020) muestran una propuesta para utilizar las redes sociales con el objetivo de hacer llegar la información al colectivo de los sanitarios en el momento álgido

de la crisis COVID-19. Durante el estallido de la crisis los hospitales sufrieron un colapso y su personal requería información precisa y rápida. Los autores proponen el uso de las redes combinándolo con las infografías para transmitir protocolos de actuación a los médicos y enfermeros, y su difusión a través de ellas. También se ha analizado el papel de las *fake news* en esta crisis y como se propagan los bulos sobre el coronavirus a través de las redes sociales (Pérez-Dasilva et al., 2020) Los autores analizan y visualizan la red tejida alrededor de las noticias falsas que circulan en Twitter sobre la pandemia mediante la técnica del análisis de redes sociales.

Por último, algunos trabajos han intentado aportar un análisis de los temas abordados por la prensa en los momentos de crisis. En esa línea, por ejemplo, Liu et al. (2020) analizan la prensa china aplicando un modelo de aprendizaje automático, *Latent Dirichlet Allocation*, para identificar los principales temas que trata la prensa al hablar sobre la enfermedad COVID-19. Los autores ponen de relieve que los medios chinos se han centrado más en temas que afectan a la sociedad en general y no tanto en los individuos. La prensa aborda especialmente aspectos vinculados con la prevención y el control de la pandemia.

Nuestro trabajo se alinea con esta última propuesta, pero va más allá no sólo en analizar las temáticas tratadas por la prensa. Concretamente, se realiza un análisis comparativo a nivel europeo de cómo la prensa ha tratado la COVID-19. Los dos grupos de países definidos se basan en una variable considerada clave para examinar el enfoque dado a las noticias publicadas, el grado de afectación por la enfermedad en la sociedad (concretamente en número de defunciones). El estudio identifica los temas y los ámbitos industriales más tratados por la prensa de cada grupo; y además, analiza si existe concentración en los medios y en los autores que publican noticias.

3. Metodología

Obtener datos fiables derivados sobre la pandemia de la COVID-19 no es una tarea sencilla ni automática. La disparidad de criterios utilizados por las autoridades sanitarias regionales en el recuento de afectados (infectados, hospitalizados y fallecidos), la falta de pruebas para identificar a los contagiados, o, entre otros muchos factores, los problemas en la recolección diaria de esos datos están provocando que no exista un repositorio de datos único, mundial, sin sesgos y compartido al cual

País	Grupo	Población	PIB per cápita	Muertos	Muertos por 100.000 habitantes
España	Grupo 1	46.934.632	26.440€	18.056	38,47
Bélgica	Grupo 1	11.455.519	41.240€	4.157	36,29
Italia	Grupo 1	60.359.546	29.610€	20.465	33,91
Irlanda	Grupo 2	4.904.240	70.470€	365	7,44
Austria	Grupo 2	8.858.775	44.900€	384	4,33
Alemania	Grupo 2	83.019.213	41.350€	3.194	3,85

Tabla 1. Países analizados. Elaboración propia a partir de diferente información consultada.

recurrir para realizar cualquier tipo de análisis e informar de forma precisa.

Teniendo en cuenta estas limitaciones, en el caso que nos ocupa, para la obtención de los datos sobre los trabajos dedicados al coronavirus en la prensa europea se utilizó la base de datos Factiva producida por *Dow Jones & Reuters*, uno de los principales proveedores mundiales de información económica y financiera (Codina, 2019). Incluye el contenido publicado en más de 32.000 fuentes¹ de más de 200 países del mundo y en 28 idiomas diferentes. Recoge los principales periódicos de los diferentes países analizados, como por ejemplo *La Vanguardia*, *El País*, *El Economista*, *The Times*, *The Guardian*, *The Financial Times*, *Bild*, o *La Repubblica*, entre otros.

Una vez elegida la fuente de información, el primer paso fue determinar el periodo en el cual se analizarían los titulares de la prensa europea. Se decidió recoger los datos del mes posterior a la declaración del estado de alarma e inicio del confinamiento en España, el 14 de marzo de 2020 (España, 2020). Ese momento significó, en gran medida, la confirmación de que, después de Italia, la COVID-19 se había convertido en un problema europeo y, a la postre, mundial; no sólo una emergencia sanitaria encapsulada geográficamente en China. Durante ese mes, además de Italia y España, el resto de los países europeos se vieron afectados por la infección del virus con calendarios bastante próximos, lo que permitió identificar un grupo de países europeos más afectados por la crisis y un grupo de menos afectados. Los datos procesados se pueden consultar en (Vállez, Pérez-Montoro, 2020).

El segundo paso fue seleccionar los países a analizar. Para esa selección se ordenaron los países miembros de la Unión Europea utilizando como criterio su PIB per cápita. De esa lista, se eligieron los 12 países con mayor PIB per cápita, descartando Luxemburgo por presentar un escaso número de periódicos respecto al resto. De esos doce países, se calculó el número de fallecidos por COVID-19 (Johns Hopkins University, 2020 – datos del 14/04/2020) por cada cien mil habitantes y se volvió-

ron a ordenar utilizando ese criterio. Se eligió el número de fallecidos como criterio para saber el grado de afectación de un país, y no el de infectados (limitado por la escasez de pruebas de detección), por ejemplo. Desgraciadamente, el número de muertos por la pandemia es el indicador de los ofrecidos que, aunque pueda presentar problemas (falsos casos positivos y negativos, por ejemplo), mejor recoge el grado de afectación de cada país. El cálculo por cada cien mil habitantes fue una forma de normalizarlos y permitir la comparación (Tabla 1).

De esa lista, se crearon dos grupos de países analizados. En el grupo 1 se incluyeron los tres países europeos más afectados por el coronavirus (con mayor número de afectados por cada cien mil habitantes) y que presentan como mínimo 75 periódicos: España, Bélgica e Italia. El grupo 2 está formado por los tres países europeos menos afectados por el coronavirus (con el menor número de afectados por cada cien mil habitantes) y que también cuentan como mínimo 75 periódicos: Irlanda, Austria y Alemania (Tabla 1).

Elegidos los dos grupos de países a analizar, se pasó a obtener los datos de la prensa durante el periodo definido, un mes a partir del inicio del confinamiento en España, concretamente desde el 13 de marzo al 14 de

Texto libre de búsqueda	Coronavirus OR Corona OR COVID-19
Campo de búsqueda	Titular
Marca de tiempo	Del 13-03-2020 al 14-04-2020
Fuente	Periódicos: Todos
Región	España / Bélgica / Italia / Irlanda / Austria / Alemania
Idioma	Español / Francés - Alemán - Holandés / Italiano / Inglés / Alemán

Tabla 2. Parámetros de búsqueda en la base de datos Factiva. Elaboración propia.

Concepto	España	Bélgica	Italia	Irlanda	Austria	Alemania	Grupo 1	Grupo 2
Piezas encontradas	89.830	3.086	54.266	4.650	6.856	136.132	147.182	290.170
Piezas clasificadas	83.658	1.656	39.913	2.319	4.510	106.255	125.227	110.765

Tabla 3. Piezas periodísticas procesadas por cada país y en los dos grupos de análisis establecidos. Elaboración propia a partir de los datos extraídos de Factiva.

abril del 2020. Se consultó la base de datos Factiva para extraer los datos de cada uno de los seis países seleccionados a partir de su idioma oficial principal. Además, se empleó la terminología más común después de realizar una prospección en la prensa de las diferentes zonas geográficas analizadas. La consulta se realizó con el formulario de búsqueda avanzada y se aplicaron los criterios recogidos en la tabla 2.

De cada país se obtuvo el número de piezas periodísticas indexados en Factiva y el número de estas que son clasificadas, ya que no son procesadas todas ellas (Tabla 3). La información obtenida en cada caso es la siguiente: día de publicación, fuente, tema, industria, región y autor. Factiva procesa automáticamente los documentos para obtener las entidades (regiones y autores), y también para clasificar los temas y las industrias. Aplica procesamiento del lenguaje natural, tecnología de minería de datos y etiquetado inteligente que le permite trabajar con grandes cantidades de datos no estructurados (Freixa et al., 2017; Vázquez, Codina, 2018).

Los datos obtenidos respecto a las temáticas tratadas y las industrias sobre las que se habla en las piezas periodísticas estaban clasificados por Factiva bajo una clasificación libre generada a partir de la indización de sus titulares. Esas dos clasificaciones independientes para cada país impedían el posible análisis conjunto de los grupos y la extracción de conclusiones. Por esa razón, se generaron dos clasificaciones para organizar de forma conjunta todas las piezas, independientemente del país en el que fueron creadas.

La primera de ellas perseguía organizar temáticamente todas las piezas. La clasificación se generó a partir de un estudio de las clasificaciones que rigen algunos periódicos de referencia en lengua inglesa utilizando la técnica del *card sorting* (Spencer, 2009). Se identificaron las etiquetas de los sistemas de navegación local (Pérez-Montoro, Codina, 2016; Rosenfeld et al., 2015) de las webs de los periódicos *USA Today* (usatoday.com), *The New York Times* (nytimes.com) y *Washington Post* (washingtonpost.com). Estas etiquetas fueron refinadas (eliminando duplicados directos, duplicados semánticos, etiquetas propias, categorías contexto-dependientes, categorías con excesiva finura semántica, índices generales y etiquetas ambiguas) y se creó una

definición para cada una de las etiquetas resultantes. Con esas etiquetas se realizó un card sorting con 30 usuarios (estudiantes universitarios) utilizando el software *OptimalSort* (optimalworkshop.com). A partir de los resultados se definió una clasificación temática (que se correspondería con el sistema de navegación constante o global del sitio web de un periódico generalista) compuesta por las siguientes categorías: Ciencia, Cultura, Deportes, Economía, Educación, Opinión, Política, Salud, Sociedad y Tecnología.

La segunda clasificación organizaba las noticias en las que se nombraba los diferentes tipos de industria de cada país. Para poder realizar la comparación por países se ha realizado una adaptación de la nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea (NACE) (basada en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las Naciones Unidas²). De este modo, las diferentes industrias se han clasificado en diecinueve categorías que son: Actividades administrativas y servicios auxiliares, Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento, Actividades científicas y técnicas, Actividades sanitarias y de servicios sociales, Administración pública y defensa, Agricultura, ganadería y pesca, Alimentación, Bancos, entidades financieras y seguros, Comercio, Construcción, Educación, Energía, agua y residuos, Hostelería, Industria manufacturera, Información y comunicaciones, Inmobiliarias, Otros servicios, Personal doméstico y Transporte y almacenamiento.

Por último, después de la clasificación intelectual de las piezas publicadas utilizando las dos clasificaciones anteriormente descritas, se normalizaron los resultados obtenidos respecto al número total de piezas de cada uno de los dos grupos analizados para habilitar un análisis comparativo (Tabla 3).

3. Resultados

A partir de la metodología detallada, se obtuvieron una serie de resultados que representamos en las siguientes figuras y que nos permiten realizar la discusión y la extracción de las conclusiones posteriores.

En primer lugar, recogemos la evolución del número de piezas periodísticas publicadas por cada uno de los grupos durante el periodo analizado. Los datos se des-

Semana	Piezas Grupo 1	Incremento Grupo 1	Piezas Grupo 2	Incremento Grupo 2
Semana 1	36.372	0%	31.677	0%
Semana 2	33.477	-7,96%	30.083	-5,03%
Semana 3	29.000	-20,27%	26.438	-16,54%
Semana 4	26.229	-27,89%	24.884	-21,44%

Figura 1. Número de piezas periodísticas producidas durante el período de confinamiento analizado para los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

agregan semanalmente y se indica el porcentaje de crecimiento o disminución en cada semana respecto a la primera (Figura 1).

Después, recopilamos el número de piezas periodísticas clasificadas por Factiva en los diferentes temas, que posteriormente se han agrupado según lo explicado en la metodología (Figura 2). La información se ofrece para los dos grupos de países y se muestra el porcentaje que supone cada tema respecto al total.

En la figura 3, mostramos el número de piezas periodísticas clasificadas por Factiva en los diferentes tipos de industrias, después de ser agrupadas según lo explicado en la metodología. La información se ofrece para los dos grupos de países y se muestra el porcentaje que supone cada industria respecto al total.

Temas	Piezas Grupo 1	Porcentaje Grupo 1	Piezas Grupo 2	Porcentaje Grupo 2
Salud	269.343	71,48%	160.610	50,29%
Política	61.533	16,33%	72.953	22,84%
Economía	25.719	6,83%	32.354	10,13%
Cultura	7.437	1,97%	19.215	6,02%
Sociedad	5.209	1,38%	11.458	3,59%
Educación	4.540	1,2%	10.591	3,32%
Ciencia	1.915	0,51%	4.537	1,42%
Tecnología	114	0,03%	4.320	1,35%
Opinión	977	0,26%	3.320	1,04%

Figura 2. Número de piezas periodísticas de los diferentes temas para los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

En la figura 4 y 5 mostramos la concentración existente de las noticias respecto a sus creadores y medios de comunicación. La figura 4 presenta los cinco principales autores de cada país de acuerdo con el grupo que pertenecen. De cada autor se recoge el número de piezas que ha publicado y el porcentaje que supone respecto al total.

En la figura 5, mostramos los cinco principales medios de comunicación de cada país de acuerdo con el grupo que pertenecen. De cada medio se recoge el número de

Tipos de Industria	Piezas Grupo 1	Porcentaje Grupo 1	Piezas Grupo 2	Porcentaje Grupo 2
Transporte y almacenamiento	7.992	22,49%	4.997	19,73%
Comercio	6.137	17,27%	5.164	20,39%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	3.386	9,53%	1.785	7,05%
Bancos, entidades financieras y seguros	3.345	9,41%	1.522	6,01%
Industria manufacturera	3.111	8,75%	2.442	9,64%
Inmobiliarias y construcción	2.641	7,43%	671	2,65%
Hostelería y turismo	2.551	7,18%	2.473	9,77%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	1.696	4,77%	912	3,6%
Agricultura, ganadería y pesca	1.356	3,82%	458	1,81%
Información y comunicaciones	1.226	3,45%	3.029	11,96%
Energía, agua y residuos	977	2,75%	590	2,33%
Alimentación	637	1,79%	244	0,96%
Actividades artísticas, recreativas y de entreti...	310	0,87%	643	2,54%
Administración pública y defensa	175	0,49%	9	0,04%
Educación	0	0%	385	1,52%

Figura 3. Número de piezas periodísticas de los diferentes tipos de industrias para los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

GRUPO 1

Italia			España			Bélgica		
Autor	Piezas	%	Autor	Piezas	%	Autor	Piezas	%
Danilo Loria	739	12,8%	Melchor Saiz-Par...	234	3,2%	Stefan Brändle	12	4,4%
Serena Guzzone	626	10,8%	Miguel A. Alfonso	198	2,7%	Katrin Pribyl	8	2,9%
Ilaria Calabrò	327	5,6%	Lucía Palacios	171	2,3%	Peter Koller	8	2,9%
Mauro Evangelisti	168	2,9%	Rosana B. Crespo	171	2,3%	Alexander Mühla...	7	2,6%
Rocco Fabio Mu...	150	2,6%	Antonia Jimenez	165	2,2%	Detlef Drewes	7	2,6%

GRUPO 2

Alemania			Irlanda			Austria		
Autor	Piezas	%	Autor	Piezas	%	Autor	Piezas	%
Marcel Jarjour	214	5,4%	Cormac O'Shea	165	10,9%	Verena Kensbock	22	5,5%
Sebastian Latzel	76	1,9%	William Dunne	79	5,2%	Julia Lörcks-Wey...	22	5,5%
Adrian Terhorst	66	1,7%	Sam Roberts	73	4,8%	Adrian Terhorst	22	5,5%
Dieter Keller	65	1,7%	Molly Rose Pike	51	3,4%	Sebastian Latzel	22	5,5%
Verena Kensbock	64	1,6%	Brynmor Pattison	44	2,9%	Marcel Jarjour	15	3,7%

Figura 4. Los cinco principales autores de cada país de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

GRUPO 1

Italia		
Medio	Piezas	%
StrettoWeb.com	5.061	12,7%
Il Mattino Online	4.232	10,6%
Il Messaggero Online	4.027	10,1%
La Repubblica.it	3.702	9,3%
Corriere della Sera O...	2.825	7,1%

España		
Fuente	Piezas	%
Lavozdigital.es	6.579	8,1%
ABC.es	6.139	7,6%
El Mundo	2.473	3,1%
La Tribuna de Toledo	2.241	2,8%
El Día de Valladolid	2.121	2,6%

Bélgica		
Fuente	Piezas	%
L'Avenir	193	12,1%
La Meuse	138	8,6%
La Dernière Heure	134	8,4%
La Nouvelle Gazette	84	5,3%
Krant Van West-Vlaa...	81	5,1%

GRUPO 2

Alemania		
Medio	Piez...	%
Märkische Allgemeine Zei...	8.099	7,7%
Leipziger Volkszeitung On...	7.559	7,2%
Ostsee-Zeitung Online	6.644	6,3%
Lübecker Nachrichten OnL...	6.383	6,0%
Wolfsburger Allgemeine ...	6.051	5,7%

Irlanda		
Fuente	Piezas	%
irishmirror.ie	1.299	56,5%
The Irish Times	230	10,0%
The Times	136	5,9%
Irish Independent	70	3,0%
Daily Mail	63	2,7%

Austria		
Fuente	Piezas	%
Kurier	695	15,6%
Kurier Online	535	12,0%
Wolfsburger Allgemeine ...	253	5,7%
Lübecker Nachrichten O...	202	4,5%
Leipziger Volkszeitung O...	196	4,4%

Figura 5. Los cinco principales medios de cada país de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

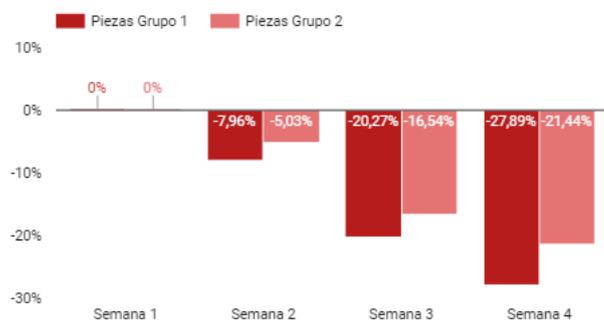


Figura 6. Porcentaje de crecimiento del número de piezas periodísticas respecto a la primera semana para los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

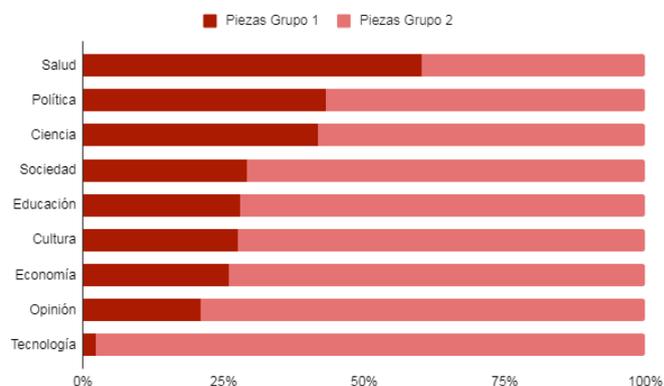


Figura 7. Ranking de los temas más tratados por las piezas periodísticas de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

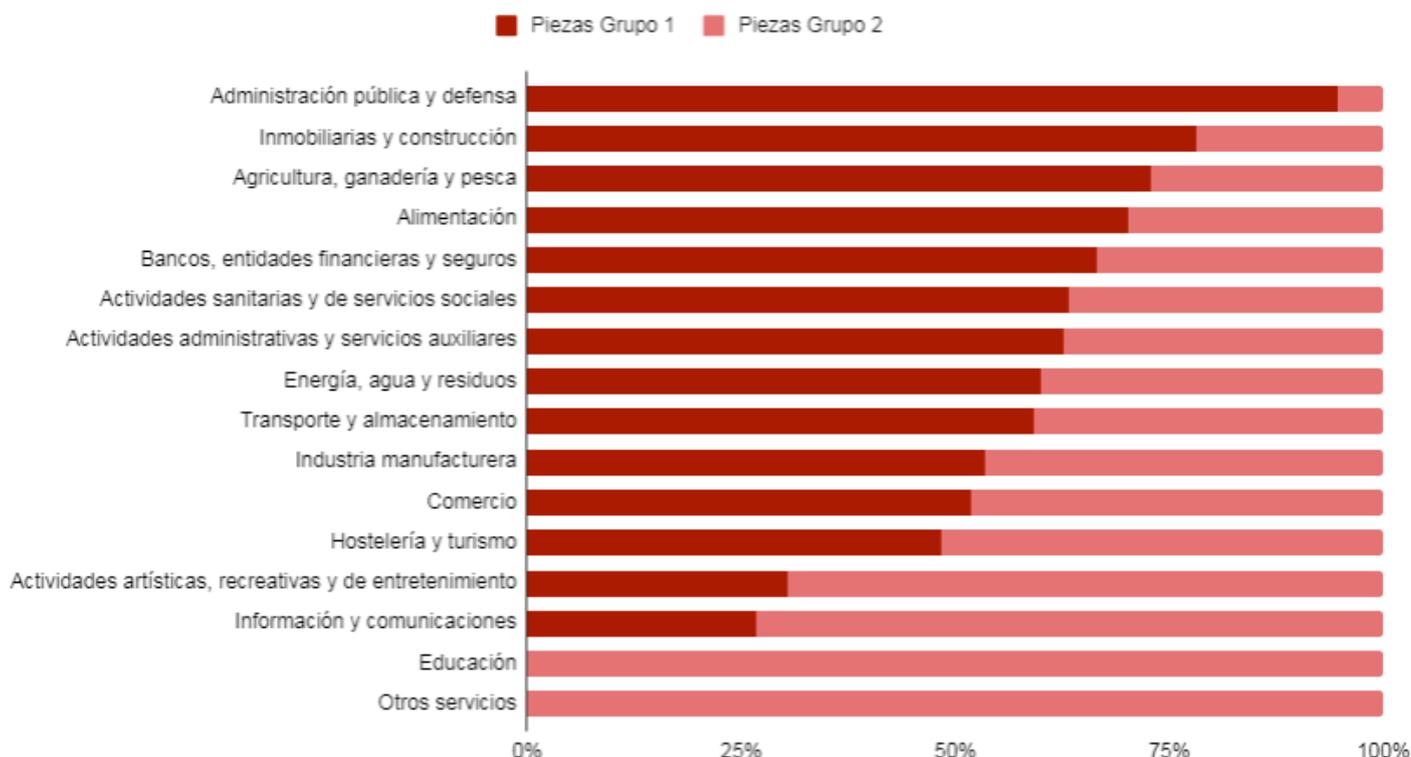


Figura 8. Ranking de los tipos de industrias más tratadas por las piezas periodísticas de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

piezas que ha publicado y el porcentaje que supone respecto al total.

4. Discusión

A partir de los resultados obtenidos y presentados en el apartado anterior, vamos ahora a dar paso a una discusión de estos y a la presentación de una serie de conclusiones que podemos extraer, recordando que las piezas periodísticas procesadas son aquellas que tienen en su titular alguno de los conceptos asimilables a la COVID-19. La discusión se vertebra de forma articulada alrededor de los siguientes ejes: evolución de la producción periodística, temas abordados, sectores industriales reportados, distribución de la autoría y concentración de la producción en los periódicos.

En primer lugar, podemos observar que durante el primer mes de confinamiento analizado el número de noticias ha ido decreciendo a medida que pasan las semanas y en especial en los países del grupo 1, que han generado más noticias sobre el tema. La figura 6 muestra que el porcentaje de crecimiento de las noticias ha sido negativo.

Los países más afectados por la COVID-19, los del grupo 1, publicaron un gran número de noticias, en especial en las primeras semanas, cuando hubo un gran número de defunciones que fueron en aumento generando una

gran alarma social. A medida que pasaron las semanas el número de piezas periodísticas decreció, hasta llegar a disminuir casi un 28 por cien respecto a la primera semana. Los países del grupo 2 no publicaron tantas noticias probablemente porque el problema no les impactó tan directamente; sin embargo, la reducción no fue tan acusada como en el grupo 1. Esto se podría explicar porque el número de noticias al no ser tan elevado al principio, al finalizar el periodo analizado se encuentra en un nivel similar al del grupo 1, tal como se aprecia en la figura 1.

Otro aspecto interesante para analizar es el tema y el tipo de industria en los que se centran las noticias. La figura 7 muestra un ranking de los principales temas tratados por las piezas periodísticas analizadas. En la figura se puede apreciar el porcentaje de noticias clasificadas en cada uno de los temas. Se utiliza una gráfica de barras en porcentaje para poder apreciar correctamente aquellos temas que tienen una representación mínima.

Lo primero que llama la atención es que el único tema que ha sido más tratado, proporcionalmente, por la prensa de los países más afectados frente a la de los menos golpeados es el de la salud. Del total de las piezas dedicadas al tema de la salud en los seis países analizados, casi un 60% han sido publicadas en los tres países más afectados y poco más del 40% lo han hecho en los otros tres. El resto de los temas (de la

política a la tecnología) han sido más tratados por los países menos afectados. No debe extrañarnos este hecho. En el momento de la recogida de datos, con un gran número de defunciones diarias producidas en esas zonas y el colapso sufrido en el ámbito sanitario, los temas relacionados con la salud eran la mayor de las preocupaciones de los ciudadanos de países más afectados, pasando a un segundo plano otro tipo de temas más secundarios.

En el extremo opuesto se encuentra el tema de la tecnología. Apenas se trata el tema en los países más afectados, frente al otro grupo de países. El resto de los temas tienen una representación casi residual en el primer grupo. Si observamos los porcentajes del grupo 2, el ranking de temas es el mismo; no obstante, no se

en la figura anterior para observar los tipos de industria que tienen una representación mínima.

Lo primero que destaca es que el tema de las entidades educativas apenas ha sido tratado por la prensa de los países más afectados, en comparación con la de los menos golpeados. O dicho de otro modo, del total de las piezas dedicadas al ámbito de la educación en los seis países analizados, casi el 99 % han sido publicadas en los tres países menos afectados. Con la emergencia sanitaria, el tema de las entidades educativas pasó a ser más secundario en los países golpeados. En cambio, el tema de la administración pública y defensa se trata porcentualmente de forma mayoritaria en la prensa de los países más golpeados. Igual ocurre con las entidades relacionadas con el tema de la producción y distribución alimentaria, con los servicios bancarios, la sanidad, la energía y los suministros de agua y el transporte. Entidades críticas todas ellas, para el correcto

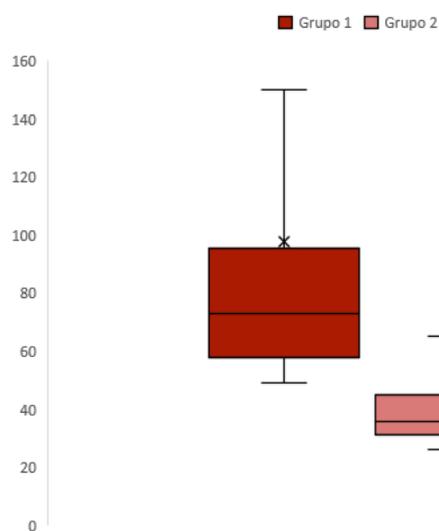


Figura 9. Distribución de los autores de las piezas periodísticas de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

produce esa focalización casi exclusivamente en noticias dedicadas a aspectos de la salud, sino que también tratan temas colaterales en los que la COVID-19 está teniendo un impacto directo. La fotografía fija recogida en esta figura seguro que sufrirá modificaciones conforme pase el tiempo porque la emergencia sanitaria ya no será el eje central, sino que los temas económicos o incluso el debate en torno a la tecnología pueden adquirir un papel relevante.

La figura 8 muestra un ranking de los principales tipos de industrias comentados en las piezas periodísticas analizadas. En la figura se puede apreciar el porcentaje de noticias clasificadas en los diferentes tipos de industrias. Se utiliza el mismo tipo de gráfica de barras que

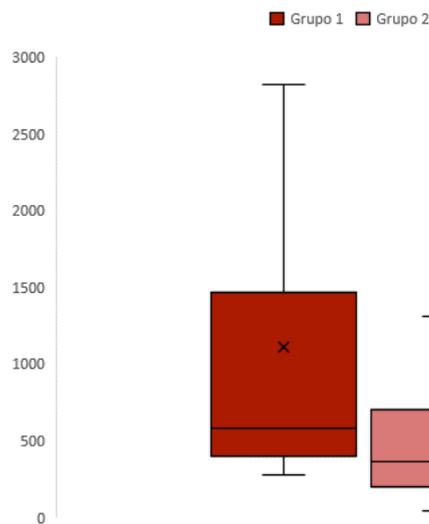


Figura 10. Distribución de los periódicos donde se publican las piezas periodísticas de los dos grupos de países. Elaboración propia a partir de los datos.

funcionamiento de países en confinamiento. Los temas relacionados con la hostelería, el entretenimiento y la comunicación, pasan a un segundo plano en los países más afectados por la pandemia.

Abordemos ahora el tema de la autoría. Dejando fuera los valores atípicos, en la figura 9 se representa el nivel de concentración que existe en las firmas de las noticias. Se han procesado y agregado en cada uno de los dos grupos de países los 100 autores que han creado más piezas periodísticas para conocer cómo se distribuye su producción. El diagrama de caja y bigotes permite apreciar que la distribución se aleja de la distribución normal, presentando una asimétrica positiva en

ambos grupos. Es decir, existen unos autores muy prolíficos en los que se concentra la autoría.

Si nos centramos en los países del grupo 1, vemos que en los más afectados el autor más prolífico ha publicado más de 152 piezas y el que menos 50 durante el periodo analizado. El grueso de los autores, el 75%, se concentra entre las 98 y las 50 noticias publicadas. Y los autores más activos, el 25% del total, han publicado en un rango que va de las 98 a las 152 piezas.

Frente a esa distribución, los autores del grupo menos afectados son mucho menos productivos. Aquí el rango de piezas va de las 26 (el autor menos productivo) a las 65 (el autor más productivo). Además, el grueso de los autores, el 75%, se concentra entre las 44 y las 31 noticias publicadas. Y los autores más activos, el 25% del total, han publicado en un rango que va de las 45 a las 65 piezas.

En definitiva, los países del grupo 1 cuentan con un gran número de autores que aglutinan muchas publicaciones. Los autores del grupo 2 no están tan concentrados como en el grupo 1, aunque también hay la tendencia a existir una cierta concentración en la autoría. También se aprecia que los autores con menos piezas periodísticas del grupo 1 han publicado muchas más que los del grupo 2. Una posible explicación a esta concentración de autores puede ser que existe una especialización por secciones, aunque no se produzca en igual medida en los dos grupos de países.

Terminemos este trabajo abordando el tema de las fuentes periodísticas. Dejando fuera los valores atípicos, en la figura 10 se representa el grado de distribución que existe en los periódicos que publican más noticias sobre el coronavirus. Como dato de análisis se toma el número de noticias publicadas en los periódicos.

El diagrama muestra que también hay una distribución asimétrica positiva; por tanto, que existen periódicos que publican muchas piezas. Como se aprecia, el rango de los periódicos del grupo 1 que va de la que publicó sólo 280 noticias a la que produjo 2.825 en el periodo de tiempo analizado. El 25% de los diarios más productivos se mueven entre esa cifra máxima de noticias y el medio que publicó 1.468 piezas. El grueso de los periódicos menos productivos, el 75% del total, publicó entre 280 y 1.468 piezas.

En cambio, en el grupo 2, el rango de los periódicos va de la que publicó sólo 40 noticias a la que comunicó 1.307 en el periodo de tiempo analizado. El grueso de los medios, el 75%, se concentra entre las 705 noticias publicadas y las 40. Y los periódicos más activos, el 25%

del total, han publicado en un rango que va de las 705 a las 1.307 piezas.

Al observar esta figura, podemos afirmar que los países del grupo 1 cuentan con un gran número de periódicos que han publicado muchas noticias; sin embargo, esta tendencia no es tan acusada en el grupo 2, presentando periódicos que han publicado pocas noticias. Como en aspectos anteriores, el grado de afectación de los países que forman cada grupo puede justificar esa diferencia tan extensa respecto a la producción de noticias.

5. Conclusiones

Este estudio nos ha permitido comprobar que realmente el grado de afectación por la COVID-19 ha marcado el tratamiento ofrecido por la prensa a la cobertura de la crisis sanitaria, en concreto durante el momento álgido inicial. Los países más expuestos a la pandemia (Italia, España y Bélgica) se han centrado en los temas vinculados a la salud principalmente, en torno al setenta por cien de las noticias trataban este aspecto. Sin

también otros aspectos de la crisis sin focalizarse con tanta exclusividad en la salud (cincuenta por ciento), seguido de la política (veintitrés por ciento), la economía (diez por ciento), y la cultura (seis por ciento).

Durante las primeras semanas del confinamiento se produjo un gran número de titulares en la prensa, llegando a contabilizar más de treinta y seis mil piezas periodísticas en los países del grupo 1, los más afectados; sin embargo, en los países del grupo 2, los menos afectados, los titulares fueron más de treinta y un mil. A medida que pasaron las semanas el porcentaje de titulares fue en descenso, hasta llegar a disminuir respecto al inicio más de un veintisiete por ciento en el grupo 1 y un veintiuno por ciento en el grupo 2.

Otro elemento que nos ha interesado analizar era ver si existía cierta concentración en los medios de comunicación y en las autorías de las noticias. Hemos comprobado que Irlanda es el país en el que un único periódico ha supuesto más del cincuenta y seis por ciento de los titulares, *Irish Mirror* (irishmirror.ie/), en el resto de los países no ha sido tan acusada esta concentración. Los países del grupo 1 se caracterizan por tener una mayor distribución de los medios. Por lo que respecta a la autoría, los datos muestran que no se produce tanta centralización en los periodistas, aunque dos países Italia e Irlanda, cuentan con autores que copan más del diez por ciento de las piezas periodística. Al tratar con datos agregados y sin los valores atípicos, se

aprecia que en el grupo 1 no existe tanta concentración de autores como en el grupo 2.

Para finalizar, nos gustaría presentar las posibles limitaciones a nuestro estudio. Los datos han sido extraídos de la base de datos Factiva que, aunque consta de un gran prestigio en el ámbito de la comunicación, posiblemente no está exenta de erratas al manipular grandes cantidades de información y procesar automáticamente los textos. Por otro lado, la selección de las piezas periodísticas se ha realizado en base a la presencia de los conceptos vinculados con la COVID-19 en el titular, ello puede haber supuesto un posible sesgo para identificar las noticias vinculadas a algún tema o tipo de industria, porque en el titular no se haya citado explícitamente la enfermedad.

Notas al final

- 1 Se pueden consultar las fuentes incluidas en Factiva desde esta URL: https://www.factiva.com/sources/factivasearch/index_cs.aspx
- 2 Nomenclatura Estadística de Actividades Económicas de la Comunidad Europea. En Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Nomenclatura_estadística_de_actividades_económicas_de_la_Comunidad_Europea

Financiación

Este trabajo forma parte del proyecto *Narración interactiva y visibilidad digital en el documental interactivo y el periodismo estructurado*. RTI2018-095714-B-C21 (MICINN/FEDER), Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (España).

Referencias

Barkemeyer, R., Faugère, C., Gergaud, O., y Preuss, L. (2020). Media attention to large-scale corporate scandals: Hype and boredom in the age of social media. *Journal of Business Research*, 109, 385-398. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.011>

BOE (2020). *Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19*, RD 463/2020, 67 BOE 25390 (2020). https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=-BOE-A-2020-3692

Cagé, J. (2020). Media competition, information provision and political participation: Evidence from French local newspapers and elections, 1944-2014. *Journal of Public Economics*, 185, 104077. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2019.104077>

Chan, A. K. M., Nickson, C. P., Rudolph, J. W., Lee, A., y Joynt, G. M. (2020). Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic. *Anaesthesia*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/anae.15057>

Chew, C., y Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the age of Twitter: Content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak. *PLoS one*, 5(11), e14118. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0014118>

Codina, L. (2019, abril 23). Búsqueda avanzada de noticias con la base de datos Factiva. *Lluiscodina.com*. <https://www.lluiscodina.com/busqueda-avanzada-factiva/>

Costa-Sánchez, C., y López-García, X. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. *El Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>

Davis, M., Lohm, D., Flowers, P., Waller, E., y Stephenson, N. (2014). 'We became sceptics': Fear and media hype in general public narrative on the advent of pandemic influenza. *Sociological inquiry*, 84(4), pp. 499-518. <https://doi.org/10.1111/soin.12058>

Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, R. L., Pieterse, A. H., Street, R., Tschoetschel, R., y van Weert, J. (2020). Effective health communication - a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Education and Counseling*, 103(5), 873-876. PubMed. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.03.027>

Freixa, P., Pérez-Montoro, M., y Codina, L. (2017). Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *El Profesional de la Información*, 26(6), 1076-1090. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.07>

Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research1. *Communication Theory*, 16(4), 411-426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>

Husnayain, A., Fuad, A., y Su, E. C.-Y. (2020). Applications of Google Search Trends for risk communication in infectious disease management: A case study of the COVID-19 outbreak in Taiwan. *International Journal of Infectious Diseases*, 95, 221-223. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.03.021>

Johns Hopkins University. (2020). *COVID-19 Map - Johns Hopkins Coronavirus Resource Center*. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

Lamberton, C., y Stephen, A. T. (2016). A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146-172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>

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 Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>

Lewis, G. (2008). The reporting of the risks from severe acute respiratory syndrome (SARS) in the news media, 2003-2004. *Health, risk and society*, 10(3), pp. 241-262. <https://doi.org/10.1080/13698570802160962>

Liu, Q., Zheng, Z., Zheng, J., Chen, Q., Liu, G., Chen, S., Chu, B., Zhu, H., Akinwunmi, B., Huang, J., Zhang, C. J. P., y Ming, W.-K. (2020). Health Communication Through News Media During the Early Stage of the COVID-19 Outbreak in China: Digital Topic Modeling Approach. *Journal of Medical Internet Research*, 22(4), e19118. <https://doi.org/10.2196/19118>

Luoma-aho, V., y Canel, M. J. (2020). *The Handbook of Public Sector Communication*. John Wiley & Sons.

Oyeyemi, S. O., Gabarron, E., y Wynn, R. (2014). Ebola, Twitter, and misinformation: A dangerous combination? *BMJ*, 349. <https://doi.org/10.1136/bmj.g6178>

Pérez-Dasilva, J.-A., Meso-Ayerdi, K., y Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: Detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El*

Profesional de la Información, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

Pérez-Montoro, M., y Codina, L. (2016). *Navigation design and SEO for content-intensive websites: A guide for an efficient digital communication*. Elsevier Science & Technology.

Riggiozzi, P. (2020). Coronavirus y el desafío para la gobernanza regional en América Latina. *Análisis Carolina*. https://doi.org/10.33960/AC_12.2020

Rosenfeld, L., Morville, P., y Arango, J. (2015). *Information Architecture: For the Web and Beyond*. O'Reilly Media, Inc.

Ruggiero, A., y Vos, M. (2014). Social Media Monitoring for Crisis Communication : Process, Methods and Trends in the Scientific Literature. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2457>

Spencer, D. (2009). *Card Sorting: Designing Usable Categories*. Rosenfeld Media.

Torres-Salinas, D. (2020). Ritmo de crecimiento diario de la producción científica sobre COVID-19. Análisis en bases de datos y repositorios en acceso abierto. *El Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.15>

Vállez, M., y Codina, L. (2018). Periodismo computacional: evolución, casos y herramientas. *El Profesional de la Información*, 27(4), 759-768. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.05>

Vállez, M., y Pérez-Montoro, M. (2020). *COVID-19 in the European press*. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.12217790>

Veil, S. R., Buehner, T., y Palenchar, M. J. (2011). A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110-122. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x>

Vijaykumar, S., Nowak, G., Himelboim, I., y Jin, Y. (2018). Virtual Zika transmission after the first U.S. case: Who said what and how it spread on Twitter. *American journal of infection control*, 46(5), pp. 549-557. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2017.10.015>

Westlund, O., y Ghersetti, M. (2015). Modelling news media use. Positing and applying the GC/MC model to the analysis of media use in everyday life and crisis situations. *Journalism studies*, 16(2), pp.

133-151. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.868139>

WHO. (2020, enero 31). *2019-nCoV outbreak is an emergency of international concern*. <http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-COVID-19/news/news/2020/01/2019-ncov-outbreak-is-an-emergency-of-international-concern>

CV

Mari Vállez. Es profesora de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de Universidad de Barcelona. Imparte docencia en el ámbito de las tecnologías de la edición web y las bibliotecas. Su investigación gira en torno a la visibilidad web y la aplicación de técnicas automáticas basadas en las tecnologías del lenguaje. Es miembro del Centro de Investigación en Información, Comunicación y Cultura (CRICC) de la Universidad de Barcelona. Sitio web de la autora: <https://marivallez.com/>

Mario Pérez-Montoro. Es Catedrático de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de la Universidad de Barcelona y director del Programa de Doctorado en Información y Comunicación en esa misma Universidad. Su docencia e investigación se centra en el ámbito de la visualización de la información y el diseño de interacción. Ha realizado estudios de postgrado en el Istituto di Discipline della Comunicazione de la Università di Bologna (Italia), y ha sido profesor visitante (Visiting Scholar) del CSLI (Center for the Study of Language and Information) de la Stanford University (California, EEUU) y de la School of Information de la UC Berkeley (California, EEUU).



<https://observatoriocibermedios.upf.edu/>



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Departamento
de Comunicación
Grupo DigiDoc



El **Observatorio de Cybermedios** es una producción del *Grupo de Investigación en Documentación Digital y Comunicación Interactiva (DigiDoc)* del **Departamento de Comunicación** de la **Universitat Pompeu Fabra**.

El Observatorio de Cybermedios (OCM) forma parte del proyecto del Plan Nacional "*Narración interactiva y visibilidad digital en el documental interactivo y el periodismo estructurado*". RTI2018-095714-B-C21 (MINECO/FEDER), Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (España).