

Artículo de Investigación

La construcción mediática del coronavirus a través de los verbos empleados por la prensa europea

The media construction of the coronavirus through the verbs used by the European press

Álvaro Ramos Ruiz¹: Universidad Loyola Andalucía, España.
aramos@uloyola.es

Fecha de Recepción: 16/05/2024

Fecha de Aceptación: 16/07/2024

Fecha de Publicación: 19/07/2024

Cómo citar el artículo (APA 7^a):

Ramos Ruiz, A. (2024). La construcción mediática del coronavirus a través de los verbos empleados por la prensa europea [The media construction of the coronavirus through the verbs used by the European press]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-376>

Resumen:

Introducción: La pandemia del COVID-19 ha tenido una gran repercusión mediática en Europa. Por consiguiente, el presente trabajo tiene como propósito conocer cuál ha sido la construcción discursiva que la prensa europea ha realizado sobre esta crisis sanitaria gracias al estudio de los verbos empleados por los periodistas junto al término “coronavirus”. **Metodología:** Se ha realizado un estudio de la prosodia semántica del término “coronavirus” en el discurso mediático de tres periódicos europeos, *El País* (España), *Le Figaro* (Francia) y *La Repubblica* (Italia), durante la semana posterior a la declaración de pandemia por la OMS. **Resultados y Discusión:** Se ha observado un sesgo negativo mayoritario en las coocurrencias de los verbos junto a “coronavirus”, intensificando el valor semántico de dicho término. Esta tendencia se ha advertido con mayor frecuencia cuando “coronavirus” actúa como sujeto de la acción que como objeto. **Conclusiones:** La construcción discursiva de la COVID-19 por parte de los periódicos europeos ha sido muy similar, lo que demuestra que, independientemente de la lengua empleada, las tres cabeceras han abordado este fenómeno mediático desde la misma perspectiva lingüística.

Palabras clave: COVID-19; coronavirus; prosodia semántica; intensificación; atenuación; análisis del discurso; sesgo informativo; prensa europea.

¹ Autor Correspondiente: Álvaro Ramos Ruiz. Universidad Loyola Andalucía (España).

Abstract:

Introduction: The COVID-19 pandemic has had a significant media impact in Europe. Consequently, this study aims to understand the discursive construction that the European press has created regarding this health crisis by analysing the verbs used by journalists in conjunction with the term "coronavirus". **Methodology:** A study has been conducted on the semantic prosody of the term "coronavirus" in the media discourse of three European newspapers: *El País* (Spain), *Le Figaro* (France), and *La Repubblica* (Italy), during the week following the WHO's declaration of the pandemic. **Results and Discussions:** A predominantly negative bias has been observed in the co-occurrences of verbs with "coronavirus", intensifying the semantic value of the term. This tendency has been noted more frequently when "coronavirus" acts as the subject of the action rather than as the object. **Conclusions:** The discursive construction of COVID-19 by European newspapers has been very similar, demonstrating that, regardless of the language used, the three publications have approached this media phenomenon from the same linguistic perspective.

Keywords: COVID-19; coronavirus; semantic prosody; intensification; mitigation; discourse analysis; informational bias; European press.

1. Introducción

La pandemia causada por el virus SARS-CoV-2, denominado coloquialmente como coronavirus o COVID-19, ha originado una de las grandes crisis sanitarias a las que la humanidad ha tenido que hacer frente en las últimas décadas (Ramos, 2022, pp. 24-25). Dicha crisis, sin precedentes en la historia reciente, centró el foco de atención de los medios de comunicación, que desplegaron una amplia cobertura informativa de todo lo que estaba aconteciendo en relación al coronavirus. Es por ello por lo que la pandemia de la COVID-19 se convirtió, rápidamente, en lo que se denomina como un momento discursivo (Moirand, 2007, p. 4), gracias a la abundante producción mediática que generó. Es por ello que los medios de comunicación llevaron a cabo un significativo seguimiento informativo diario sobre todo lo que sucedía relacionado con el coronavirus. En este sentido, conviene mencionar que los medios juegan un papel muy relevante en la sociedad, ya que se erigen como la fuente principal de información para los ciudadanos (Krennmayr, 2015, p. 531). Asimismo, en el ámbito de la salud pública, desarrollan una labor esencial en lo referente a la alfabetización sanitaria de la audiencia (Tanner *et al.*, 2015, p. 361). En cuanto al caso de Europa, la prensa escrita fue uno de los medios que mayor interés y atención prestó a la crisis pandémica de la COVID-19.

La prensa escrita, como sucede con el resto de medios de comunicación, se convierte en una intermediaria entre la realidad social y la ciudadanía (Gomis, 1974, pp. 530-531), configurando y proyectando una visión particular del mundo gracias a unos determinados criterios editoriales. Como apunta Gomis (2008, p. 62), que un hecho o suceso adquiera la categoría de noticia es básicamente una operación lingüística. Es por ello que la construcción periodística de la realidad que realiza la prensa se materializa a través del discurso mediático (Charaudeau, 2005, p. 12). En este orden, McCombs y Evatt (1995, p. 8) apuntan que, los periodistas, en ocasiones, no emplean palabras neutras a la hora de informar sobre un fenómeno de actualidad, sino que utilizan términos cargados de opinión o connotación que pueden motivar la existencia de un sesgo informativo en los textos periodísticos publicados (Ramos y Ramos, 2022, p. 171). En este sentido, estudios previos han constatado la existencia de elementos lingüísticos que denotan dicho sesgo informativo presente en los textos de prensa española, entre los que se encuentran estrategias léxicas de intensificación y atenuación (Castañeda

González y Ramos Ruiz, 2020, 2021).

Por consiguiente, el propósito principal de esta investigación es conocer cuál ha sido la construcción discursiva que la prensa europea ha realizado sobre la crisis sanitaria del COVID-19 durante la primera semana tras la declaración de pandemia gracias al estudio de los verbos empleados por los periodistas junto al término “coronavirus”. Por tanto, para alcanzar dicho propósito se plantean dos objetivos: a) analizar el discurso mediático que ha recibido la crisis del coronavirus en la prensa europea a través de un estudio léxico-semántico de los verbos empleados por los periodistas; y b) realizar una comparativa de los resultados entre los periódicos objeto de estudio.

El presente artículo se desarrolla de la siguiente manera. En primer lugar, se ha realizado un breve resumen histórico-político de la crisis del coronavirus en Europa durante el estado de alarma de 2020. En segundo lugar, se ha llevado a cabo una revisión teórica de los conceptos de prosodia semántica, por un lado, y de sesgo informativo en la prensa, por otro. En tercer lugar, se detalla el corpus de periódicos y la metodología de análisis empleada. En cuarto lugar, se exponen y discuten los resultados obtenidos de la investigación. En quinto y último lugar, se comparten las conclusiones del estudio.

2. Contexto histórico de la COVID-19 en Europa

La pandemia del coronavirus, causada por el SARS-CoV-2, ha representado una de las mayores crisis sanitarias enfrentadas por la humanidad en las últimas décadas. Aunque algunas investigaciones sugieren la presencia de este coronavirus meses antes de su identificación oficial, los primeros casos de SARS-CoV-2 se detectaron el 29 de diciembre de 2019 en China (Hernández-Mesa *et al.*, 2020, p. 9). A pesar de los esfuerzos y medidas implementadas para contener su propagación, el virus logró expandirse a otros países de Asia, Oriente Próximo y Europa, registrándose los primeros contagios fuera de China el 12 de enero de 2020. Ante la evidente propagación del coronavirus y el destacado aumento de los casos, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la COVID-19 como pandemia el 11 de marzo de ese mismo año (Ferrer, 2020, p. 323).

En el caso de Europa, los primeros casos de coronavirus se diagnosticaron el 24 de enero en Francia. Fueron tres ciudadanos galos que habían viajado recientemente desde Wuhan. En el caso de Italia, los primeros casos del país se diagnosticaron el 31 de enero en Roma. En esa misma fecha, España registró su primer caso, concretamente en las Islas Canarias (Ferrer, 2020, p. 323). A lo largo del mes de febrero, el número de casos fue muy bajo, sin embargo, con la llegada del mes de marzo los contagios aumentaron de manera significativa. Ante esta alarmante situación, y con el objetivo de contener el avance de la pandemia para evitar así el colapso del sistema sanitario, los gobiernos de los países decidieron tomar medidas de contención de la COVID-19. El primer país europeo en implementar una cuarentena a nivel nacional fue Italia, el 9 de marzo. Después le seguirían otros estados, como España el 14 de marzo (Montaña Blasco *et al.*, 2020, p. 156) o Francia, el 16 de marzo. Dicho confinamiento obligaba a los ciudadanos a permanecer en sus casas, cesando buena parte de la actividad laboral de los países, salvo los trabajos esenciales (sanitarios, seguridad, etc.).

3. Marco teórico

En este apartado se realiza una revisión exhaustiva de la literatura sobre el concepto de prosodia semántica, abordando sus orígenes, definiciones y aplicaciones en diversos estudios lingüísticos. A continuación, se presenta una revisión teórica del concepto de sesgo informativo en la prensa, analizando cómo las estructuras y elecciones lingüísticas pueden

influir en la percepción y recepción de la información por parte del público. Esta sección busca establecer una base teórica sólida que permita comprender las interrelaciones entre prosodia semántica y sesgo informativo, y cómo estos fenómenos pueden manifestarse y ser interpretados en el discurso mediático.

3.1. La Prosodia Semántica

Se puede establecer que el concepto de “prosodia semántica” tiene su origen en el término “prosodia” acuñado por Firth (1957), aunque bien es cierto que sería Louw (1993, p. 157) el primer autor en proponer una definición de “prosodia semántica”. Dicho autor considera este fenómeno lingüístico como un aura consistente de significado con el que una forma está imbuida por sus colocaciones. O lo que es lo mismo, el significado de una palabra determinada se ve influido por el significado de los términos que conforman su entorno léxico (Ramos Ruiz, 2021b, p. 6).

Un tiempo más tarde, Stubbs (1996) propuso una nueva definición de prosodia semántica, concibiéndola como un fenómeno de colocación particular y la colocación como la concurrencia habitual de dos o más palabras (Stubbs, 1996, p. 176). En este sentido, la principal novedad de Stubbs (1996) fue la propuesta de una clasificación de la prosodia semántica a través del establecimiento de tres categorías: prosodia negativa, prosodia positiva y prosodia neutral. En este sentido Zhang (2010, p. 192) señala que dicho valor semántico (positivo, negativo o neutro) es aportado a la palabra nodo a través de las colocaciones. Además de la clasificación de Stubbs (1996), cabe mencionar que se han utilizado otros marcadores evaluativos: favorable y desfavorable, deseable e indeseable, agradable y desagradable (Alcaraz-Mármol y Soto-Almela, 2016, p. 151). En el caso concreto de la presente investigación y atendiendo a las investigaciones previas (Castañeda González y Ramos Ruiz, 2020, 2021), proponemos los marcadores de intensificación y atenuación en función de si las coocurrencias léxicas refuerzan o mitigan el valor semántico de la palabra nodo, en este caso, “coronavirus”.

Por otro lado, la prosodia semántica es un fenómeno lingüístico que puede describirse desde tres puntos de vista (Whitsitt, 2005): desde un punto de vista diacrónico (Bublitz, 1996; Louw, 1993) a diferencia de uno sincrónico (Sinclair, 2003), desde la perspectiva pragmática (Sinclair, 1996; Stubbs, 1995, 2001) y, finalmente, desde el punto de vista que aborda el concepto por su conexión con la connotación (Hunston, 2002; Louw, 2000; Partington, 1998, 2004).

En el presente trabajo de investigación, abordaremos el estudio de la prosodia semántica desde dos perspectivas: la pragmática y la de la connotación. Desde la perspectiva pragmática, Sinclair (1996, pp. 87-88) explica que la prosodia semántica tiene una función pragmática y actitudinal, siendo a menudo la razón del hablante para emitir un enunciado. Esto significa que la prosodia semántica puede manifestar la actitud o posición del emisor hacia ciertos elementos léxicos y su intención comunicativa (Alcaraz-Mármol y Soto-Almela, 2016, p. 6). En cuanto a la connotación, Hunston (2002, p. 141) menciona la naturaleza encubierta de la prosodia semántica, señalando que el término “prosodia semántica” alude a una palabra que se emplea habitualmente en un entorno particular, adquiriendo connotaciones propias de dicho entorno. En este sentido, el propio Hunston (2002, p. 68) redefine el concepto de “colocación”, entendiéndolo como la tendencia de las palabras a estar sesgadas en la forma en que coexisten.

3.2. El sesgo informativo en la prensa

El periodismo es, fundamentalmente, un método de interpretación de la realidad (Gomis, 1974, p. 13), puesto que los periodistas realizan un trabajo de manipulación, en lo que se refiere a la elaboración del producto periodístico (Verdú Cueco, 2009, p. 83). Todo proceso informativo requiere un tratamiento de la información por parte del periodista, que se encarga de escoger, jerarquizar y preparar los productos noticiosos en base a unos determinados criterios (Lippmann, 1964, p. 251). Por tanto, se puede afirmar que todo proceso informativo manifiesta cierto grado de subjetividad, puesto que cada medio de comunicación confecciona la información periodística en función de sus propias necesidades (Vázquez Bermúdez, 2006, p. 260).

En este sentido, Fowler (1991, p. 222) explica que la información, en este caso, periodística, no es un fenómeno neutro, sino que es un producto que deriva de la industria mediática y que presentan relaciones con los gobiernos y las organizaciones políticas (Hallin y Mancini, 2004, p. 98). Por consiguiente, esta relación puede dar lugar a que las informaciones (y, obviamente, las opiniones) publicadas por los medios de comunicación puedan presentar un determinado sesgo informativo, afín, en ocasiones, a estos grupos de poder o partidos políticos anteriormente mencionados (Ramos, 2018, p. 375).

En la actualidad, han sido varios los autores que se han aventurado a proponer una definición para el sesgo informativo. Gunter (1997, p. 13) entiende dicho concepto como el trato diferencial y sistemático hacia un candidato, un partido o un hecho durante un período prolongado, lo que implica no tratar todas las voces por igual. Por otro lado, Verdú Cueco (2010, pp. 139-140) lo describe como “la desviación o inclinación; en el caso de la información significa un alejamiento de los valores deontológicos de veracidad, imparcialidad y pluralidad, en una dirección favorable a intereses particulares, y no generales”. En última instancia, McQuail (1992, p. 191) habla de “una tendencia para salirse del camino recto de la verdad objetiva desviándose o bien a la izquierda o bien a la derecha” cuando se refiere al sesgo informativo. Si atendemos a las tres definiciones anteriormente expuestas, podemos afirmar que todas coinciden en exponer la misma idea, es decir, “la ausencia de una buena práctica periodística dirigida a un interés concreto por parte del medio” (Ramos Ruiz y Ramos Ruiz, 2019, p. 351).

4. Corpus y metodología

Para este estudio comparativo se ha compilado un corpus para fines específicos compuesto por textos de información y de opinión de tres periódicos europeos: *El País* (España), *Le Figaro* (Francia) y *La Repubblica* (Italia). El corpus está conformado por un total de 1.190 textos y posee una extensión de 780.466 palabras. Para la recuperación de los textos periodísticos se ha utilizado la base de datos Factiva®, un repositorio online que ofrece más de 32.000 fuentes de información, entre ellas, periódicos de diferentes países del mundo, entre los que se encuentra España. Para el corpus, se ha establecido un marco temporal que abarca la semana posterior a la declaración de pandemia por parte de la OMS, es decir, desde el 11 al 18 de marzo de 2020. Para la compilación del corpus, se han seleccionado todos los textos de información y de opinión que contuvieran la palabra “coronavirus”. A continuación, en la Tabla 1 se puede observar el número de textos y palabras por cada uno de los periódicos que componen el corpus.

Tabla 1.
Número de textos y palabras en cada uno de los periódicos del corpus

Periódico	Nº Textos	Nº Palabras
<i>El País</i>	534	304.302
<i>Le Figaro</i>	379	330.841
<i>La Repubblica</i>	277	145.323
Total	1.190	780.466

Fuente: Elaboración propia (2024).

Para el análisis del corpus se ha empleado una metodología que adapta una propuesta previa de Ramos Ruiz (2022) sobre el estudio del sesgo informativo el tratamiento de la COVID-19 en la prensa española a través del análisis de la prosodia semántica del término “coronavirus”. Asimismo, se han tenido en consideración las aportaciones sobre estrategias de intensificación y atenuación en relación al sesgo informativo presentes en estudios previos de Castañeda González y Ramos Ruiz (2020, 2021). Para el trabajo, en primer lugar, se ha procesado el corpus a través del programa informático Sketch Engine® (Kilgarriff *et al.*, 2014), lo que ha permitido localizar, de manera semiautomática, las coocurrencias junto al término “coronavirus”.

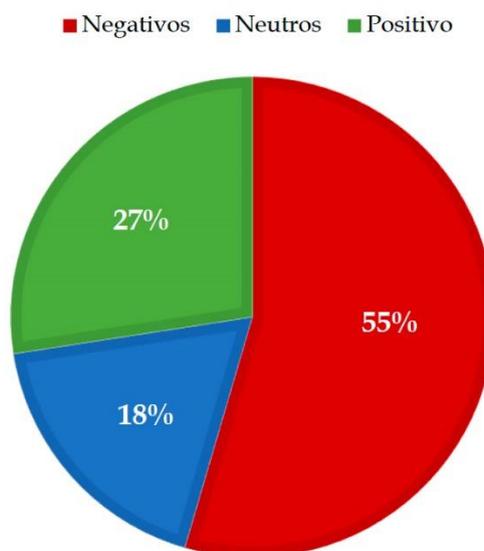
A continuación, se ha seleccionado únicamente la categoría gramatical de los verbos, ya que son palabras que codifican estructuras de argumentos que activan marcos de procesamiento sintácticos y semánticos, que van más allá de la denominación concreta de una acción (Kemmerer y González Castillo, 2010). Más adelante, se ha llevado a cabo una clasificación manual de las coocurrencias teniendo en cuenta el valor positivo, neutro o negativo en relación al término “coronavirus”. En relación a esto, es conveniente indicar que dicho término, “coronavirus”, al referirse a una enfermedad, presenta de por sí un valor axiológico negativo intrínseco. Por consiguiente, lo que se pretende con el estudio de la prosodia semántica es conocer si el léxico utilizado por los periodistas durante la cobertura de la COVID-19 viene a reforzar ese valor negativo (intensificador) o si, por el contrario, pretende rebajar el grado de negatividad de dicho término (atenuador).

Además, en el presente estudio se ha tenido en cuenta la posición que ocupa el término “coronavirus” en la acción, es decir, si actúa como objeto o como sujeto de la misma. Una vez analizadas las coocurrencias, se ha procedido a comparar los resultados entre las tres cabeceras objeto de estudio. Para ello, se han calculado las frecuencias relativas de aparición de las coocurrencias positivas, neutras y negativas en cada una de las cabeceras estudiadas. Para dicho cálculo, se ha tomado como referencia el total de las coocurrencias en el corpus de cada medio.

5. Resultados y discusión

En el presente epígrafe se procede a presentar y discutir los resultados de la investigación. En primer lugar, se detallarán los datos generales del total de coocurrencias del corpus compuesto por los tres periódicos analizados. Estos datos se presentan en la figura 1.

Figura 1. *Porcentaje de coocurrencias negativas, neutras y positivas del corpus general.*

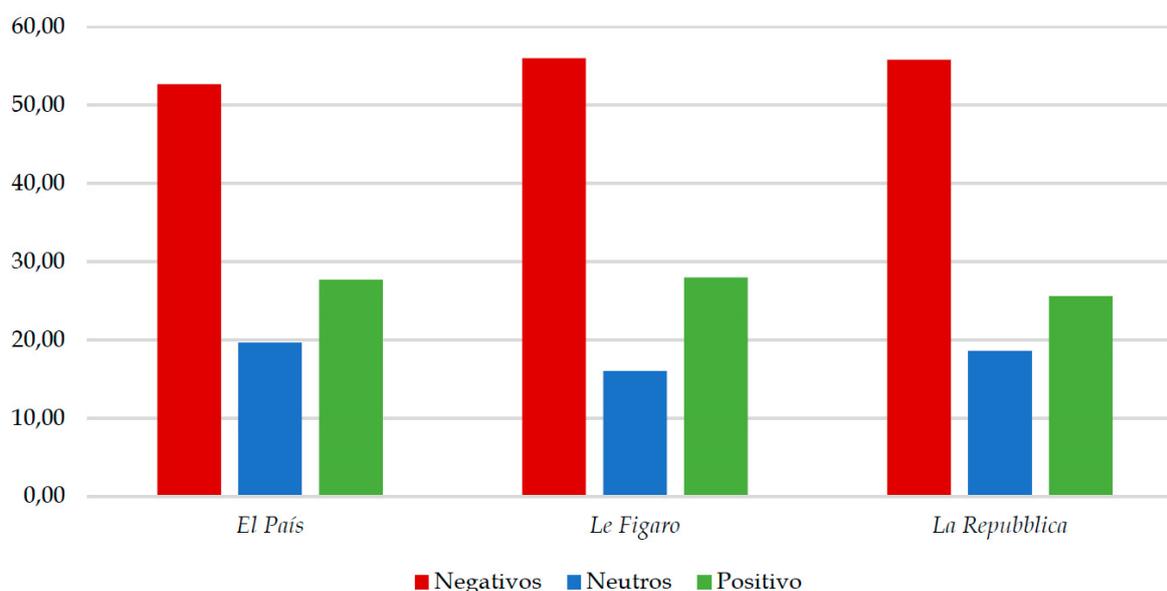


Fuente: Elaboración propia (2024).

Como se puede observar en el gráfico 1, el 55 % de los verbos que coocurren junto a "coronavirus" en los tres periódicos europeos poseen un carácter negativo, es decir, que intensifican el valor de coronavirus. Por el contrario, solo el 27 % de los verbos poseen un valor positivo, es decir, atenuador. Y, en última instancia, se aprecia un 18 % de verbos que coocurren con un valor neutro, es decir, que ni intensifican ni atenúan la naturaleza semántica de "coronavirus". Estos resultados demuestran que, en general, en más de la mitad de los casos en los que los verbos aparecen junto a "coronavirus", lo hacen aportándole un valor negativo, es decir, intensificando el valor de dicho término.

Seguidamente, se comentarán los resultados generales, pero procediendo a la comparación entre las tres cabeceras estudiadas, como se muestra en la figura 2.

Figura 2. *Porcentaje de coocurrencias negativas, neutras y positivas en cada uno de los periódicos*

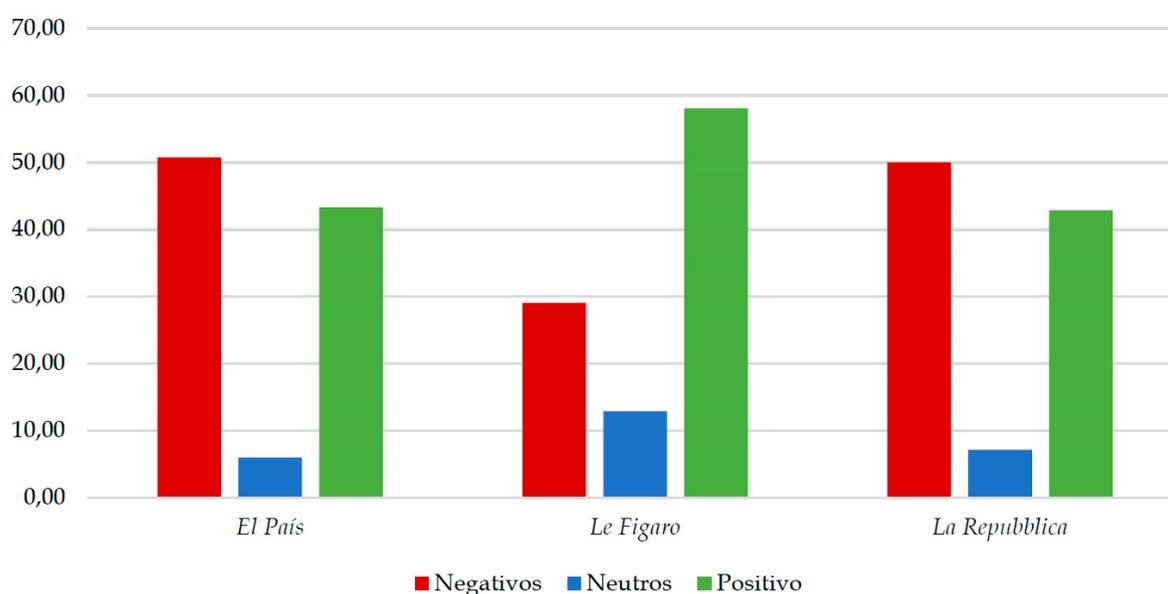


Fuente: Elaboración propia (2024).

Del Gráfico 2 se desprende que los tres periódicos analizados han presentado un tratamiento muy similar del término “coronavirus”. En primer lugar, las tres cabeceras presentan un elevado número de coocurrencias negativas, encontrándose en primera instancia *Le Figaro* con un 56%, seguida de *La Repubblica*, con 55,81%, y *El País*, con 52,68%. En segundo lugar, se encuentran las coocurrencias positivas. En este caso, *La Repubblica* es el diario que encabeza la lista, con 25,58 %. Le siguen *El País* y *Le Figaro*, con 27,68% y 28%, respectivamente. En último término, están las coocurrencias neutras. En este caso, el periódico que muestra un mayor número de ellas es *El País*, con 19,64%. Tras él, están *La Repubblica*, con 18,60%, y *Le Figaro*, con 16%. Por tanto, como queda de manifiesto los porcentajes entre los tres periódicos son muy similares, lo que nos da a entender que la construcción discursiva de “coronavirus” en los tres medios y, por ende, en cada uno de los idiomas, ha sido muy similar, presentando mayoritariamente un sesgo negativo e intensificando el valor de “coronavirus”. Por otro lado, si tenemos en cuenta las coocurrencias con connotación (negativa y positiva) frente a las neutras, observamos cómo *Le Figaro* ha sido el impreso que ha manifestado un mayor sesgo informativo, ya que es el diario que mayor número de coocurrencias con connotación ha presentado. Por el contrario, el que se consideraría que ha tenido un menor sesgo informativo ha sido *El País*.

A continuación, se procederá a analizar los resultados teniendo en cuenta la posición que ocupa el término “coronavirus” en la acción, si como objeto o sujeto de la misma. En este caso, comenzaremos por el primer caso, como se refleja en la figura 3.

Figura 3. Porcentaje de coocurrencias negativas, neutras y positivas en cada uno de los periódicos actuando “coronavirus” como objeto de la acción



Fuente: Elaboración propia (2024).

Como se muestra en la figura 3, en el caso de los verbos con “coronavirus” como objeto de la acción se aprecian importantes diferencias entre las tres cabeceras. En el caso de *El País*, las coocurrencias negativas son mayoritarias, con un 50,75%, seguidas de las positivas con un 43,28%. En último lugar se encuentran las neutras, con un porcentaje muy bajo, tan solo un 5,97%. En el caso de *La Repubblica*, presenta un tratamiento muy similar al de *El País*. En el diario italiano, las coocurrencias negativas son las más frecuentes, con un porcentaje del 50%, seguidas de las positivas que representan el 42,86%. En último lugar, con un porcentaje muy

bajo, están las neutras, con un 7,14%. En cuanto a *Le Figaro*, la tendencia cambia por completo, ya que las coocurrencias positivas son las más frecuentes con un porcentaje que alcanza el 58,06%. En segundo lugar, están las coocurrencias negativas con un 29,03% y, en tercer lugar, las neutras con un 12,90%. Por tanto, se puede afirmar que *El País* y *La Repubblica* han empleado mayoritariamente verbos que intensifican el valor negativo de “coronavirus” cuando dicho término actúa como objeto de la acción, frente a *Le Figaro* que ha presentado un tratamiento en el que emplea verbos con una función atenuadora de “coronavirus”. En el caso de las coocurrencias neutras, se advierte que son las que menor frecuencia tienen en todos los periódicos, con una destacada diferencia en relación a las negativas y positivas.

Si atendemos a los resultados cualitativos, podemos observar cómo de forma generalizada, los verbos con valor negativo hacen alusión en las tres cabeceras, principalmente, en lo que respecta al contagio y a la propagación del virus (ej.: propagar, extender, contagiar, etc.) o a los efectos negativos que pueda tener la COVID-19 (ej.: afectar, sufrir, asustar, etc.). A continuación, se muestran algunos ejemplos:

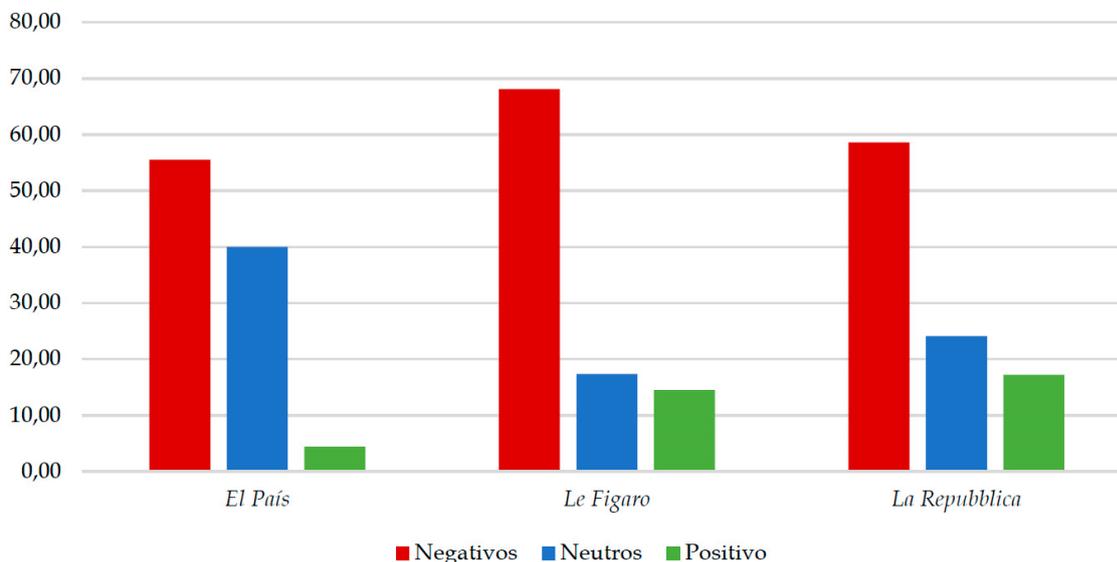
1. “Muchas empresas decidieron ya el viernes cerrar todos sus comercios ante el riesgo de que les afectara directamente el coronavirus” (Las empresas piden suspensiones de empleo para 18.000 personas, *El País*, 17/03/2020).
2. “À l'évidence, de nombreux cas asymptomatiques (ou peu symptomatiques) propagent le coronavirus de manière invisible” (Coronavirus en France, onze semaines d'une menace sanitaire croissante, *Le Figaro*, 15/03/2020).
3. “Due viceministri della Repubblica hanno contratto il coronavirus” (Sileri e Ascani positivi in autoisolamento "Ma stiamo bene", *La Repubblica*, 15/03/2020).

En el caso de los verbos con connotación positiva, la mayor parte de ellos hace referencia a las medidas políticas tomadas para contener el virus o a la labor de los sanitarios cuya finalidad es contener la COVID-19. Del mismo modo, los periódicos emplean una serie de términos con gran connotación (ej.: atajar, combatir, vencer, derrotar, contrarrestar, etc.) que buscan generar un discurso heroico de lucha contra la enfermedad, con la finalidad de atenuar la gravedad. A continuación, se comparten unos ejemplos sobre ello:

4. “Actualmente, hay unos 300 ensayos clínicos activos en el mundo para atajar el coronavirus” (Cataluña lanza un ensayo pionero para evitar la transmisión, *El País*, 16/03/2020).
5. “Illa tiene ahora un reto colosal: demostrar que puede coordinar la maquinaria para combatir el coronavirus, la epidemia que nunca imaginó, desde el cargo por el que nunca peleó” (“Espero que no tenga que lidiar con ninguna gran epidemia o algún bicho raro”, *El País*, 16/03/2020).
6. “À l'heure du bilan, une fois le coronavirus vaincu, les Français fermeront-ils la parenthèse, ou en retiendront-ils quelques leçons pour eux-mêmes et l'avenir de leur pays?” (Vox Société Coronavirus: “Un pour tous, tous pour un”, *Le Figaro*, 11/03/2020).
7. “La Lombardia chiede addirittura la serrata totale per combattere il coronavirus” (La crisi, *La Repubblica*, 15/03/2020).

Por último, se muestran en la figura 4 los resultados de los verbos coocurridos con “coronavirus”, siendo este el sujeto de la acción.

Figura 4. Porcentaje de coocurrencias negativas, neutras y positivas en cada uno de los periódicos actuando “coronavirus” como sujeto de la acción



Fuente: Elaboración propia (2024).

Como se desprende del Gráfico 4, los tres periódicos analizados muestran una similitud en el tratamiento del coronavirus, mostrando un mayor número de coocurrencias negativas, aunque se aprecian destacadas diferencias en cuanto a los porcentajes de estas. Por ejemplo, el diario *Le Figaro* es el que presenta mayor número de coocurrencias negativas, que suponen un 68,12%, seguidas de las neutras y las positivas, con un 17,39% y un 14,49%, respectivamente. Algo similar sucede con *La Repubblica*, que posee un porcentaje muy elevado de coocurrencias negativas, con un 58,62%, seguidas de las neutras 24,14% y, por último, de las positivas con un 17,24%. Finalmente, tenemos a *El País* que también muestra en primer término las coocurrencias negativas, con un 55,56%. Sin embargo, a diferencia de los otros dos diarios, el porcentaje de coocurrencias neutras es muy elevado, alcanzando el 40% mientras que el de coocurrencias positivas es muy bajo, con solo un 4,44%. En este sentido, se puede afirmar que los tres diarios han coincidido en presentar mayoritariamente un sesgo informativo negativo, que ha intensificado dicho valor del término “coronavirus”, cuando este actúa como sujeto de la acción. Sin embargo, si atendemos a las coocurrencias neutras se observa una clara diferencia, en este caso, a favor de *El País*, que es el impreso que mayor porcentaje tiene.

Si nos detenemos a analizar los resultados cualitativos, se aprecia que los tres diarios emplean verbos con valor negativo que hacen referencia a los efectos negativos que tendrá el virus (ej.: matar, infectar, golpear, someter, etc.). Seguidamente, se comparten algunos ejemplos:

8. “Le coronavirus a tué 427 malades supplémentaires en France au cours des dernières 24 heures mais la décrue se confirme dans les services de réanimation avec 180 patients en moins mercredi, selon la Direction général de la Santé (DGS)” Coronavirus: bilan, symptômes, traitements, restrictions... Toutes les réponses à vos questions sur l'épidémie de Covid-19, *Le Figaro*, 12/03/2020).
9. “Lo más probable es que el coronavirus infecte tarde o temprano a la mayor parte de la población europea, y seguramente de la mundial” (Geometría de una pandemia, *El*

País, 15/03/2020).

10. “Con el terremoto de la semana pasada en Bolsas, divisas y bonos como telón de fondo y con esta máxima tatuada a fuego, la plana mayor de la banca central [...] movió ficha ayer para tratar de rebajar la tensión a la que el coronavirus está sometiendo a la economía con una acción coordinada para garantizar algo tan básico para el normal funcionamiento de los mercados como la liquidez” (Los bancos centrales lanzan una acción coordinada para garantizar la liquidez, *El País*, 16/03/2020).
11. “Il coronavirus sta colpendo molti più maschi che femmine, cioè il 62% del totale, e gli operatori sanitari positivi sono stati 583” (I bambini contagiati sono 43, *La Repubblica*, 11/03/2020).

Por otro lado, en cuanto a los verbos con valor positivo observamos que son un número muy bajo, pero que en los tres diarios coinciden en hacer alusión a los aspectos positivos que está dejando la enfermedad. Especialmente, en aquello relacionado con las enseñanzas o aprendizajes que se están extrayendo de la situación vivida durante esos primeros días de la pandemia (ej.: enseñar o curar). También se presentan verbos que aluden a la reducción de los casos (ej.: disminuir). Algunos ejemplos se comparten a continuación:

12. “ Se i nazisti ci hanno insegnato la libertà privandocene, il coronavirus ci insegna il valore della solidarietà esponendoci all'impotenza inerme della nostra esistenza individuale” (La nuova fratellanza, *La Repubblica*, 14/03/2020).
13. “E così, nel mio piccolo, il coronavirus ha già curato una ferita, o per meglio dire una condizione che mi affligge ormai da cinque anni: quella di sentirmi tristemente separata, esiliata dall'Italia quando sono fuori, sempre in attesa di tornare” (Io mi sento protetta da voi, *La Repubblica*, 17/03/2020).
14. “Au sommaire ce matin: le coronavirus recule en Chine, mais progresse en Italie et en France” (La Lettre du Figaro du 11 mars 2020, *Le Figaro*, 11/03/2020).

6. Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta investigación han permitido alcanzar el propósito principal de este estudio que tenía como finalidad conocer cuál ha sido la construcción discursiva que la prensa europea ha realizado sobre la crisis sanitaria del COVID-19 durante la primera semana tras la declaración de pandemia gracias al estudio de los verbos empleados por los periódicos junto al término “coronavirus”. Los datos derivados del análisis han evidenciado que el entorno léxico ha sido clave en el proceso de intensificación o atenuación del valor semántico del término “coronavirus” en el discurso mediático de la prensa europea. Como se ha puesto de manifiesto, la mayoría de las coocurrencias han tenido de forma mayoritaria un carácter negativo, estableciendo de esta forma un sesgo negativo que refuerza el valor semántico del término “coronavirus”. Este fenómeno lingüístico se ha observado, especialmente, cuando el término “coronavirus” actúa como sujeto de la acción. Por el contrario, se ha observado un importante número de coocurrencias positivas cuando “coronavirus” es el objeto de la acción. Asimismo, se ha comprobado cómo la construcción discursiva de la COVID-19 por parte de los periódicos europeos ha sido muy similar, lo que demuestra que, independientemente de la lengua empleada, las tres cabeceras han abordado este fenómeno mediático desde la misma perspectiva lingüística.

En cuanto a la metodología de análisis utilizada en el presente artículo, cabe señalar que la principal novedad del estudio radica en el empleo del estudio de la prosodia semántica para evaluar el proceso de intensificación o atenuación del valor semántico del término “coronavirus”. De esta forma, este estudio ha ido más allá de la mera clasificación de la prosodia semántica en positiva, negativa o neutra en función de la influencia del contexto léxico, sino que ha abordado cómo el entorno en el que está imbuida una palabra puede reforzar o disminuir el valor propio de dicho término. En el caso concreto de “coronavirus” es negativo. Por otro lado, otra novedad de la investigación ha sido el abordar, desde la perspectiva mediática, un tema de gran actualidad y trascendencia como es la COVID-19. Además, estableciendo una comparativa entre discursos mediáticos de diferentes idiomas, así como de perspectiva informativa de distintos países dentro de Europa.

Por último, entendemos que la presente investigación constituye un importante avance en el estudio del sesgo informativo gracias, en especial, al estudio de la prosodia semántica en los textos periodísticos. En este caso, centrados en el análisis mediático de la crisis del coronavirus. Asimismo, entendemos que dicho estudio supone un punto de partida para nuevos trabajos que aborden el estudio del discurso mediático y su impacto en la audiencia en un fenómeno informativo de gran relevancia como es la COVID-19. Consideramos, pues, que este trabajo puede suponer un punto de partida para nuevas investigaciones que aborden cuestiones de temática similar.

7. Referencias

- Alcaraz-Mármol, G. y Soto-Almela, J. (2016). The semantic prosody of the words inmigración and inmigrante in the Spanish written media: A corpus-based study of two national newspapers. *Revista Signos*, 49(91), 145-167. <https://doi.org/10.4067/s0718-09342016080000001>
- Bublitz, W. (1996). Semantic Prosody and Cohesive Company: Somewhat Predictable. *Leuvense Bijdragen*, 85, 1-32.
- Castañeda González, Á. y Ramos Ruiz, Á. (2020). El papel de la intensificación pragmática en la detección del sesgo ideológico: el caso del Brexit en la prensa española. En A. de Vicente Domínguez y N. Abuín Vences (Eds.). *La Comunicación Especializada del siglo XXI* (pp. 1119-1135). McGraw-Hill Interamericana España.
- Castañeda González, Á. y Ramos Ruiz, Á. (2021). Sesgo ideológico e intensificación pragmática en la cobertura de la crisis griega en la prensa española. In S. A. Flores Borjabad y R. Pérez Cabaña (Eds.). *Nuevos retos y perspectivas de la investigación en literatura, lingüística y traducción* (pp. 1598-1615). Dykinson.
- Charaudeau, P. (2005). *Les medias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Éditions De Boeck.
- Ferrer, R. (2020). Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo. *Medicina Intensiva*, 44(6), 323-324. <https://doi.org/10.1016/j.medin.2020.04.002>
- Firth, J. R. (1957). *Papers in Linguistic 1934-1951*. Oxford University Press.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge.
- Gomis, L. (1974). *El medio media: La función política de la prensa*. Seminarios y Ediciones.

- Gomis, L. (2001). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós Comunicación.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Editorial UOC.
- Gunter, B. (1997). *Measuring Bias on Television*. University of Luton.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hernández-Mesa, N., Hernández Llanes, J. y Llanes Betancourt, C. (2020). Las grandes epidemias de la Historia. De la peste de Atenas a la COVID-19. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 19(5), 1-13. <https://acortar.link/7xMpEi>
- Hunston, S. (2002). *Corpora in Applied Linguistics*. Cambridge University Press.
- Kemmerer D. y González Castillo, J. (2010) The two-level theory of verb meaning: an approach to integrating the semantics of action with the mirror neuron system. *Brain Lang*, 112(1), 54-76. <https://doi.org/10.1016/j.bandl.2008.09.010>
- Kilgarriff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubíček, M., Kovář, V., Michelfeit, J., Rychlý, P. y Suchomel, V. (2014). The Sketch Engine: ten years on. *Lexicography*, 1(1), 7-36. <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>
- Krennmayr, T. (2015). What Corpus Linguistics Can Tell Us About Metaphor Use In Newspaper Texts. *Journalism Studies*, 16(4), 530-546. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.937155>
- Lippmann, W. (1964). *La opinión pública*. Compañía General Fabril Editora.
- Louw, B. (1993). Irony in the Text or Insincerity in the Writer? The Diagnostic Potential of Semantic Prosodies. En E. Baker, M., Francis, G. y Tognini-Bonelli (Ed.). *Text and Technology: In Honour of John Sinclair* (pp. 157-176). John Benjamins.
- Louw, B. (2000). Contextual Prosodic Theory: Bringing Semantic Prosodies to Life. En C. Heffer, H. Sauntson y G. Fox (Eds.). *Words in Context: A Tribute to John Sinclair on his Retirement* (pp. 48-94). ELR.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting. *Comunicación y Sociedad*, 8, 7-32. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Amorrortu editores.
- Moirand, S. (2007). *Le discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*. Presses Universitaires de France.
- Montaña Blasco, M., Ollé Castellà, C. y Lavilla Raso, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 155-167. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>

- Partington, A. (1998). *Patterns and Meanings: Using Corpora for English Language Research and Teaching*. John Benjamins.
- Partington, A. (2004). Utterly Content in Each Other's Company: Semantic Prosody and Semantic Preference. *International Journal of Corpus Linguistics*, 9, 131-156. <https://doi.org/10.1075/ijcl.9.1.07par>
- Ramos Ruiz, Á. (2018). El sesgo ideológico en la prensa económica española: un estudio de corpus. En Marta González y Mónica Valderrama (Eds.). *Discursos Comunicativos Persuasivos Hoy* (pp. 375-388). Tecnos (Grupo Anaya).
- Ramos Ruiz, Á. (2021b). El sesgo ideológico y la prosodia semántica en la construcción del discurso mediático del Brexit en la prensa española. *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 41(II), 1-35. <https://acortar.link/vM7uh3>
- Ramos Ruiz, Á. (2022). El sesgo informativo y la prosodia semántica en el discurso mediático del coronavirus en la cobertura digital de *El País*. *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, 5, 22-42. <https://doi.org/10.24197/redd.5.2022.22-42>
- Ramos Ruiz, Á. y Ramos Ruiz, I. (2019). El sesgo ideológico en el tratamiento informativo del BREXIT en la prensa anglosajona. In P. López Villafranca, J. I. Niño González y L. F. Solano Santos (Eds.). *La nueva comunicación del siglo XXI* (pp. 347-358). Pirámide (Grupo Anaya).
- Ramos Ruiz, Á. y Ramos Ruiz, I. (2022). El sesgo ideológico en el discurso político de la prensa española: la reforma constitucional de 2011. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, 89, 171-182. <https://doi.org/10.5209/clac.70743>
- Sinclair, J. (1996). The Search for Units of Meaning. *Textus*, 9, 75-106.
- Sinclair, J. (2003). *Reading Concordances*. Pearson Education.
- Stubbs, M. (1995). Collocations and Semantic Profiles. *Functions of Language*, 2, 23-55. <https://doi.org/10.1075/fol.2.1.03stu>
- Stubbs, M. (1996). *Text and Corpus Linguistics*. Blackwell.
- Stubbs, M. (2001). On inference theories and code theories: corpus evidence for semantic schemas. *Text*, 21, 436-465. <https://doi.org/10.1515/text.2001.007>
- Tanner, A. H., Friedman, D. B. y Zheng, Y. (2015). Influences on the Construction of Health News: The Reporting Practices of Local Television News Health Journalists. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 359-376. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029123>
- Vázquez Bermúdez, M. Á. (2006). Los medios toman partido. *Ámbitos*, 15, 257-267. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2006.i15.1>
- Verdú Cuco, Y. (2009). *Sesgo y encuadre en las noticias de TV: mecanismos de manipulación periodística a propósito del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9*. Universidad de Valencia.

Verdú Cueco, Y. (2010). El tratamiento del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9. *Arxiu de Ciències Socials*, 23, 137-148. <https://acortar.link/pCBhOQ>

Whitsitt, S. (2005). A critique of the concept of semantic prosody. *International Journal of Corpus Linguistics*, 10, 283-305. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1075/ijcl.10.3.01whi>

Zhang, C. (2010). An Overview of Corpus-based Studies of Semantic Prosody. *Asian Social Science*, 6(6), 190-194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5539/ass.v6n6p190>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos: El presente texto nace en el marco de un proyecto de investigación sobre el estudio del discurso informativo de la COVID-19 en los medios de comunicación europeos.

AUTOR:

Álvaro Ramos Ruiz

Universidad Loyola Andalucía.

Álvaro Ramos Ruiz es doctor en Comunicación Audiovisual y Periodismo por la Universidad de Granada (España) y doctor en Lingüística por la Université Paris Cité (Francia). Actualmente, desempeña su labor docente e investigadora en la Universidad Loyola Andalucía (España). Ha publicado artículos y capítulos de libro en revistas y editoriales de impacto nacional e internacional. Su investigación se centra en el análisis del discurso mediático, especialmente, en el estudio del sesgo informativo en la prensa. Ha dirigido un proyecto de investigación y ha participado como ponente en diferentes congresos de índole nacional e internacional. Asimismo, ha sido beneficiario de varias becas de investigación predoctorales y postdoctorales. Además, ha sido colaborador en diferentes medios de comunicación.

aramos@uloyola.es

Índice H: 8

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9101-2642>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57191899130>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=uW1xCswAAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Alvaro-Ramos-Ruiz>

Academia.edu: <https://independent.academia.edu/RamosRuiz%C3%81lvaro>