



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**Centro de estudios de postgrado, investigación, relaciones y
cooperación internacional**

**Artículo Científico
Previo a la obtención del título Magister en
Comunicación Mención Comunicación Digital**

Tema

Técnicas de producción e interacción de periodistas de Radio
Sucumbíos y TvNet Lago en las redes sociales a raíz del COVID-19

Autor

Lic. Juniors Iván Cevallos García

Tutor

Dr. Juan Pablo Trámpuz

Declaración de autoría

Yo, Juniors Iván Cevallos García, con cédula de ciudadanía No. 131255139-1, declaro que, el contenido, ideas y criterios de trabajo de titulación. “Técnicas de producción e interacción de periodistas de Radio Sucumbíos y TvNet Lago en las redes sociales a raíz del Covid-19” es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Manta, 6 de octubre del 2021

Aprobación de tutor.

Certifico que el trabajo de titulación, fue realizado por el licenciado Junios Iván Cevallos García, mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Manta, 6 de octubre del 2021

JUAN
PABLO
TRAMPUZ
REYES

Firmado
digitalmente por
JUAN PABLO
TRAMPUZ REYES
Fecha: 2021.09.30
18:52:49 -05'00'

Firma
Dr. Trámpuz Reyes Juan Pablo, PhD
Tutor

Resumen:

El mundo atraviesa una de las pandemias más impactantes en su historia reciente, lo que ha empujado a la sociedad a saber adaptarse a los diferentes cambios presentados en los últimos años. Los medios de comunicación no son la excepción, ellos han tenido la obligación de integrarse con mayor rapidez a la nueva era digital que ya estaba en marcha. La influencia de las redes sociales tomó más fuerza, hasta ser reconocidas como escenarios clave para los medios de comunicación, pero con un toque distinto a lo tradicional. En esta investigación se analizan los cambios de los periodistas de los medios Radio Sucumbíos y TVNet Lago a inicios de la pandemia Covid-19 en el entorno laboral, las técnicas de producción utilizadas, así como las modificaciones de interacción para alcanzar un nuevo grupo objetivo y ser aceptados por las nuevas audiencias, sin dejar de lado el profesionalismo al momento de brindar información. Este estudio, de enfoque cualitativo, se lleva a cabo mediante observación y entrevista, se enfoca en la adaptación que tuvieron los periodistas de los dos medios de la Amazonía ecuatoriana con las redes sociales, dejando en evidencia algunos nuevos procesos creados, la necesidad de construir contenidos innovadores y el significado de un gran reto al momento de crearlos.

Palabras claves: Covid-19, interacción, medios de comunicación, pandemia, redes sociales, técnicas de producción.

Abstract:

The world is going through one of the most shocking pandemics in its recent history, which has pushed society to know how to adapt to the different changes presented in recent years. The media are no exception, they have had the obligation to integrate more quickly to the new digital era that was already underway. The influence of social networks became stronger, to the point of being recognized as key scenarios for the media, but with a different touch to the traditional. This research analyzes the changes of the journalists of Radio Sucumbíos and TVNet Lago at the beginning of the Covid-19 pandemic in the work environment, the production techniques used, as well as the modifications of interaction to reach a new target group and be accepted by the new audiences, without leaving aside the professionalism at the time of providing information. This study, of qualitative approach, is carried out through observation and interview, it focuses on the adaptation that journalists of the two media of the Ecuadorian Amazon had with social networks, leaving in evidence some new processes created, the need to build innovative content and the meaning of a great challenge at the time of creating them.

Keywords: Covid-19, interaction, media, pandemic, production techniques, social networks.

Introducción:

Hoy, el mundo atraviesa una de las pandemias más grandes de las últimas décadas, que ha ocasionado enormes pérdidas económicas y de vida, y que no tendría un fin cercano, pese al avance de los procesos de vacunación. Esto empezó en el año 2019, se originó en la ciudad de Wuhan, en China, ahí surgió un virus que es una enfermedad infecciosa causada por el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo) denominado Covid-19 por la OMS (Organización Mundial de la Salud).

Ecuador no ha sido la excepción de este virus mortal, dejando pérdidas en diferentes ámbitos, económicos, políticos y sociales; aumentó la susceptibilidad de las personas que vivían con el miedo de lo que se escuchaba y veía diariamente, muchos palpando de cerca todo lo negativo que cubría y otros teniendo diferente perspectiva con lo que se informaba en los medios de comunicación.

La comunicación también ha tenido cambios en esta etapa, los medios fueron el lazo de conexión entre la realidad y las audiencias, siendo los periodistas los verdaderos protagonistas en esos tiempos. Los profesionales de la información se adaptaron a diferentes procesos que iban apareciendo en la cotidianidad por el protagonismo que surgió en las redes sociales; la inmediatez fue muy importante, pero se puso en evidencia también la necesidad de informar responsablemente, por lo que diferentes periodistas sacaron a relucir los mejores métodos para ser veraces y llegar a la mayor cantidad de seguidores.

Este estudio se realizó de forma descriptiva entre los periodistas de Radio Sucumbíos y TVNet Lago, medios pertenecientes a la provincia de Sucumbíos en la Amazonía ecuatoriana -una región donde los estudios en comunicación mediática resultan escasos-,

para conocer las técnicas de producción e interacción que utilizaron en los primeros meses de la pandemia, con la finalidad de seguir ejerciendo su trabajo en condiciones adversas, utilizando principalmente la red social Facebook. Los resultados se obtuvieron mediante la observación y entrevista, bajo un enfoque cualitativo.

Objetivos:

Objetivo general: Describir las principales características del uso que le dan los periodistas de los medios Radio Sucumbíos y TvNet Lago a las redes sociales como espacio de producción de información en sus rutinas cotidianas

Objetivos específicos:

1. Identificar cuáles fueron los cambios en las agendas periodísticas al involucrarse en una información digital
2. Comparar el grado de participación de las audiencias digitales durante los meses de marzo y abril que se vivió por la pandemia Covid-19
3. Definir las técnicas utilizadas por los periodistas de Radio Sucumbíos y TvNet Lago en la red social de Facebook al momento de publicar noticias durante los meses de marzo y abril del 2020

Marco teórico:

1. Covid-19 y su impacto en la actividad periodística

La pandemia Covid-19 ha generado varios cambios en la cotidianidad del mundo y el periodismo también sufrió una cantidad considerable de estas variantes; algunas de estas alternativas pueden haber resultado positivas y negativas para las personas que ejercen esta profesión, ya que surgieron nuevas oportunidades para crear puentes informáticos con las audiencias que les permitan tener mayor interactividad y a su vez, surgieron obstáculos por lo delicada que era la situación en esos momentos.

En este sentido, Sotelo (2020) manifiesta que, aparte de los cambios, la pandemia también ha generado un llamado de atención en los medios de comunicación, con el objetivo de sacar el lado más positivo posible, en la que se invita a traducir, buscar, indagar, conocer más sobre el tema e invitar a aumentar la concientización sobre las diversas enfermedades que hay en el mundo y que día a día tenemos presente.

Los medios de comunicación han sido los encargados de mantener a las audiencias en la realidad que se vivía, no solo con informar los números de contagiados a nivel mundial, sino también transmitiendo, replicando los cuidados y precauciones que iban surgiendo a medida que pasaban los días.

Como afirma la Unesco (2020), periodistas de todo el mundo se exponen a infinitos riesgos al tratar de informar sobre la crisis sanitaria. No solo se trata de la escasa información que se manejó en esos tiempos, la vulnerabilidad que se tenía al conocer sobre los números de víctimas que aumentaban, también se trataba del cuidado y de los peligros a los que se

exponían los profesionales ya que solo unos pocos reciben directrices de seguridad o equipos de protección.

Esta crisis complicó el trabajo periodístico, las limitaciones al momento de alcanzar la información y darla a conocer, se estaba convirtiendo en la principal problemática de los comunicadores. La realización de entrevistas se vio mermado, no solo por el hecho de que era difícil acercarse a quienes podrían brindar información, ya que en ese momento tomaron fuerzas plataformas que permitían tener una interacción mucho más directa, pero se tenía que esperar a que esas personas, en la mayoría del caso médicos o personajes de la política, estén disponibles para algunas entrevistas, las cuales también se volvieron repetitivas en esos tiempos.

A su vez, se combatiría con la desinformación generada en diferentes plataformas, muchas con la intención clara de hacer daño y otras informaciones que solo buscaban captar la mayor cantidad de atención, todo eso ponía en duda las verdades informaciones e investigaciones que surgían en esos días. Los bulos informativos han existido a lo largo de los años, pero a raíz de la pandemia se intensificaron de una manera exponencial, lo cual solo podrá ser combatida con más y buena información.

Tal como apunta Sidorenko et al (2020):

El periodismo inmersivo, que ve gran parte de su desempeño en el desarrollo de la tecnología virtual y las narrativas inmersivas, ha presentado una notable merma en su producción de contenidos, tanto en medios internacionales como en el ámbito español. Un proceso, que, si bien ha sido paulatino desde 2017, pareciera ser

contradictoriamente mucho más visible y rotundo después del inicio de la pandemia por Covid-19.

En Ecuador, la situación para periodistas y medios de comunicación se tornó difícil, pues comenzaron a surgir temores por supuestas amenazas de familiarizarse con la información oculta. El famoso reportero de CNN en Español Fernando del Rincón, dijo que los reporteros deben hacer bien su trabajo, aunque esto puede representar un costo en términos de público o audiencia. Sobre nuestro país habló, señalando que esta situación dejó ver como los gobiernos manipulan la información con fines políticos. “En el Ecuador las cifras de contagios se estuvieron tratando de esconder y de tapar durante mucho tiempo” señaló (Universidad UTE, 2020).

2. El uso de las redes sociales como herramientas para la producción periodística

Las redes sociales se han transformado en el consumible favorito de la población, es por ello que se trata de sacarle el máximo provecho ya sea para marcas o para información. Los medios de comunicación han encontrado en ellas una mina de oro que aún tiene la intención de ser bien adaptada. Esta nueva opción periodística ha representado altos y bajos al momento de hacer contenidos. Es muy fiable como herramienta para llegar a nuevas audiencias pero poco estudiado. Pero no todo en este escenario es color de rosa, y que “la dificultad surge cuando, ante la incertidumbre del nuevo entorno digital, el periodista ignora cómo tratar plataformas sociales cayendo en una deficitaria utilización y un escaso tratamiento informativo del fenómeno.” (Herrero, 2011, p.4)

Las redes sociales son un fenómeno creado por las nuevas tecnologías. Estamos ante nuevas formas de comunicación que afectan la vida de los ciudadanos y el trabajo de los periodistas profesionales, que han descubierto nuevos recursos de información en estas herramientas para preparar noticias.

Recientemente, se ha sido testigo de un cambio en el paradigma del periodismo tradicional. En el pasado, los profesionales de la información salían a las calles para encontrar sus fuentes y buscar información que no podían encontrar en las tablas de edición. Hoy esto ha cambiado, internet y las redes sociales recientes han hecho que los profesionales de la información recurran cada vez más a este tipo de plataforma digital para buscar información, testimonios o datos para construir sus noticias. El periodismo también se beneficia del contacto más directo con la gente que proporcionan las redes sociales. Las redes sociales no sustituyen a los medios, los complementan (Salaverría, 2014).

La última investigación publicada por Labápart muestra que más del 90% de los reporteros entrevistados cree que Twitter es la mejor red social para buscar información y fuentes de contacto. Así mismo, este estudio pone de manifiesto que los periodistas utilizan las redes sociales, en gran medida, para publicar y distribuir información. (Carrera, 2011).

3. Las redes sociales como espacio de interacción entre periodistas y audiencia

Hoy en día, los espectadores pueden interactuar con los nuevos medios, y las huellas que dejan en Internet a través de comentarios, búsquedas o publicaciones pasan a formar parte del contenido de los medios.

El denominado quinto poder en el mundo, que cada vez logra trascender más barreras, se sumerge a la cotidianidad de los protagonistas, tanto periodistas como audiencia crean lazos sin intención alguna pero que terminan siendo una retroalimentación para ambos, esa existencia es importante para el periodista ya que va a tener una mayor comunicación con sus seguidores, aparte de la noticia que acontece, ya que va a tener una mayor comunicación con sus seguidores, aparte de la noticia que acontece, ya conocerá de qué manera le gusta a sus lectores que la noticia sea contada. Por otra parte, las audiencias se sentirán interesadas con las diferentes publicaciones que haga el periodista por la existente relación que hay.

Los medios digitales tienen que desarrollar nuevos modelos comunicativos aplicados a las redes sociales y tener en cuenta que estos son canales que pueden servir para informar de sus contenidos, mantener o aumentar su mercado, ser un medio de retroalimentación con sus consumidores y conseguir mejorar su reputación social. (Niqui. 2011, p.138).

Cabe mencionar que es positivo incentivar a otros a iniciar debates, publicar materiales o hacer sugerencias. Se debe incentivar a los medios de comunicación a invitar a la ciudadanía a expresar su opinión a través de encuestas o comentarios a través de las redes sociales, de manera que se promueva el debate temático de los mismos usuarios, que ellos y los medios de comunicación consideran importantes.

Una investigación realizada en Estados Unidos por el portal WEB SocialMediaToday, muestra que más del 50% de los ciudadanos de aquel país se ha informado de las últimas noticias por medio de las redes sociales, con un promedio de tres veces a la semana; igualmente, las personas se informan del acontecer diario a través de la

televisión en un 59.5%, periódicos (28.8%), redes sociales (27.8%), radio (18.8%) y otros medios (15.5%).

En las redes sociales, Facebook lidera la lista de todas las fuentes de información con un 59.5%, seguido por Twitter (19.9%), Youtube (12.7%) y Google+ (11.6%) (SocialMediaToday. 2018).

Metodología:

La presente investigación, de acuerdo al objeto de estudio, tiene un enfoque de carácter cualitativo, de tipo descriptivo que permite conocer cómo los periodistas de los medios TVNet Lago y Radio Sucumbíos de la Amazonía ecuatoriana aplican técnicas que le permitan desarrollar un mejor trabajo periodístico en la red social de Facebook y también técnicas para llegar a la mayor audiencia en las redes sociales. Las técnicas utilizadas son la observación y entrevistas aplicadas a los periodistas pertenecientes a los medios a estudiar.

La entrevista realizada a los periodistas de los dos medios de comunicación, fue una de tipo estructurada de doce interrogantes, la cual fue llevada a cabo del 1 al 3 de septiembre de manera presencial. Con estas entrevistas se busca conocer cambios en sus agendas periodísticas a raíz de la pandemia, si ya conocían técnicas para la producción periodística y cuales aplicaban y sobre la interacción que tenían con las diferentes audiencias.

Un total de seis personas fueron seleccionadas como muestra de estudio para obtener los resultados finales, tomando como factores para este escogimiento su formación académica,

experiencia laboral y la predisposición a ser parte del estudio. Tres periodistas profesionales por TVNet Lago y tres por parte de Radio Sucumbíos.

Lcda. Rous Maldonado

Lcda. Viviana Alejandro

Lcda. Viviana Chica

Lcda. Gema Belén

Lic. Alfredo Chimborazo

Lic. Milton Navarrete

El uso de la técnica de observación fue de carácter no participante, en la cual se observan las publicaciones que hicieron los periodistas de los dos medios en la red social Facebook, en los primeros meses de la pandemia para conocer los números de interacción con las audiencias y que modelo de publicación utilizaban.

Para los resultados de la observación no participante, se midieron bajo una ficha técnica, la cual lleva como enfoques principales: número de publicación, fecha de publicación de cada nota, número de comentarios, número de “me gusta” y número de respuesta por parte del periodista.

Análisis y resultados:

1. Transformación en las agendas periodísticas en el marco de la pandemia

Las agendas periodísticas representan un punto importante en la cotidianidad de los profesionales, quienes buscan darle una mejor estructura al momento de realizar los trabajos pertinentes. Estas agendas podrían ir variando, no tanto por el tema en particular, sino por la relevancia de los sucesos que vayan emergiendo. Es el caso del trabajo profesional que realizaron los periodistas desde el inicio de la pandemia de Covid-19, sus agendas se vieron modificadas por las nuevas tareas que tenían que cumplir. El enfoque por parte de ellos para cumplir con sus medios, estuvo direccionado netamente a informar lo que sucedía en la provincia de Sucumbíos, en relación a la pandemia y complementar con las noticias de carácter nacional; es decir, se brindó mayor importancia a lo local que a lo nacional, probablemente debido a las necesidades informativas de la población respecto a lo que ocurría en su entorno cercano, más que en un contexto amplio, donde los medios nacionales satisfacían estos requerimientos.

Las personas entrevistadas manifiestan que, anteriormente cumplían con buscar y cumplir con un número específico de noticias para compartir al día en cada uno de sus secciones y medios, no representaba mayor trajín y vivían prácticamente de una costumbre laboral que pocas veces resultaba tener variantes. Sin embargo, la llegada de la pandemia modificó radicalmente esta dinámica. “Antes todo era normal por así decirlo, hacíamos el trabajo diario y esperábamos el siguiente día, a raíz de lo que pasó, nuestros horarios cambiaron y aprendimos nuevas cosas”, comentó Luis Chimborazo de Radio Sucumbíos.

Los seis entrevistados de los dos medios de comunicación, afirman haber tenido cambios significativos en sus agendas periodísticas, unos más que otros pero al final cambios que se llegaron a sentir en comparación con el trabajo profesional que habían realizado anteriormente. Desde el hecho de prepararse para ir a cubrir notas, lo delicado en ese momento que era trasladarse hacia otros lugares por el miedo a contagiarse, no dejar que nadie más toque las herramientas de trabajo que llevaban en ese momento, sacar una información clara, precisa, con un tono de delicadeza, para luego publicar y dar a conocer lo corroborado en ese día.

2. Participación de las audiencias en redes sociales

Las redes sociales ha sido un plus mundial en los últimos años, poco a poco se han ido creando audiencias que dejan de ser solo consumidores en este espacio y pasan a crear, manipular y expresar sus opiniones de diferentes temas. El protagonismo de las audiencias es notorio en el mundo periodístico. En la plataforma social de Facebook, las audiencias son muy participativas, ya sea con un comentario, un *like* o compartiendo lo que se ha publicado.

Los resultados de esa interacción de los periodistas con las audiencias fueron muy bajos; en los pocos formatos en los que daban a conocer la información, los cuales se limitaban a la clásica nota informativa, matizada con algunos reportes en vivo sobre situaciones de particular relevancia, cuando estaban en el lugar del hecho informativo. Las audiencias participaron dejando sus comentarios en las notas redactadas, los cuales no eran respondidos y también en los *lives* que hacían los periodistas, las cuales algunos eran leídos

y respondidos en cierto momento por el profesional, dando espacio a una limitada interacción.

Viviana Chica, reportera de TvNet Lago, nos cuenta que el perfil informativo del canal al que pertenece, creció considerablemente en ese tiempo y que aprendió a tener más interacción con la audiencia que tenía en las transmisiones en vivo ya que era la encargada de hacerlo para el canal, adjunta que también fue blanco de críticas de los mismos seguidores, por la manera de expresarse, pero que fue mejorando con el pasar del tiempo.

Con la ficha de observación, se pudo evidenciar que, en una muestra de treinta publicaciones de los periodistas entrevistados, en diferentes días de los primeros meses de la pandemia, existía una interacción de la audiencia que iba creciendo día a día, aumentando el número de comentarios, comparticiones y me gusta; y por parte de los periodistas también crecía una interacción con sus audiencias pero no tan significativa.

3. Técnicas y publicaciones periodísticas en redes sociales

Los periodistas han ido mejorando a lo largo del tiempo con la interacción de las redes sociales, se obtiene un mayor y mejor conocimiento de lo que se puede conseguir en una plataforma digital. Anteriormente, los periodistas interactuaban con estas plataformas de manera mecánica, sin darle muchas alternativas a las audiencias de lo que podían consumir como información.

“Para nosotros fue difícil aprender sobre esas plataformas y eso que solo sabemos lo básico, era entrar a la aplicación, escribir algo y darle a publicar y hacíamos eso con todas las noticias que salían”, manifiesta Milton Navarrete de Radio Sucumbíos, él también

menciona que los tiempos para saber sobre comunicación cambian, que debe aprovechar la juventud que tienen alrededor para no quedarse atrás, pero que a los profesionales que ya tienen algunos años ejerciendo, les resulta difícil aportar algo nuevo en ese mundo.

Pese a que a unos periodistas les cuesta más que a otros la adaptación, por diferentes motivos, se entiende que a medida que transcurre el tiempo, van emergiendo más modelos de publicaciones y con ello poder captar más la atención de los internautas.

Lo utilizado como técnica por parte de los periodistas, va solo como formato de notas y transmisiones en vivo, no entra la utilización de imágenes interactivas, podcast u otro tipo de formato periodístico. No existieron los debates, preguntas, encuestas u otras alternativas que podrían aumentar el promedio de participación de las audiencias en la plataforma digital. “Es verdad que no hay muchos periodistas aquí, pero los que están, no buscan mejorar y superarse, aprender algo nuevo para llevarlo a la práctica, hay que interesarse más por innovar la comunicación”, dijo Viviana Alejandro, reportera y presentadora de TvNet Lago, quien está cursando el siguiente nivel de estudio en Comunicación y esperar aportar con nuevos modelos para una mejor interacción con sus seguidores.

Conclusiones:

Los medios de comunicación están realizando diferentes estrategias para conseguir un espacio relevante en las redes sociales, las cuales se están proyectando como un nuevo modelo para llegar a más audiencias. Estas estrategias van desde crear sus propios perfiles para estar presentes en las múltiples plataformas hasta diseñar guías de estilo o recomendaciones para que sus periodistas usen de forma adecuada el poder de las plataformas.

El uso que los periodistas de Radio Sucumbíos y TVNet Lago le dan a las redes sociales es monótono, tanto en los perfiles de sus medios, como en sus perfiles personales. En lugar de hacerlo como espacio de producción de información, para ir creciendo y mejorando como creadores de contenidos informativos que pueden llegar a más seguidores utilizando las diversas formas de producción, solo lo ocupan como espacios para subir una información, es decir, publicar para mantener la página activa, para mostrar que siguen la noticia del momento.

El conocimiento sobre técnicas de producción mostrado por los periodistas de los dos medios elegidos del Oriente ecuatoriano, es escaso, saben lo básico como factor de publicación, tal como horas puntuales de publicación, que también depende de la importancia del tema y formas de una redacción que permitan ser entendible por el mayor porcentaje de la ciudadanía.

El periodismo profesional en la provincia de Sucumbíos es escaso, son pocos los titulados que se encuentran ejerciendo la profesión. Probablemente, esa falta de interés por la profesionalización sea uno de los factores para una mejor producción periodística en las

redes sociales, no sea explotada como debería ser. Aunque también, algunos entrevistados acusan a la brecha generacional como una de las causales.

Finalmente, resulta interesante que los medios bajo estudio, en el marco de la pandemia de Covid-19, hayan volcado sus espacios y pocos recursos a informar sobre el contexto local, siendo este de particular interés para su audiencia, más aún en el marco de una situación compleja y marcada por la paradoja de vivir entre la desinformación o la infoxicación. En cierta manera, este comportamiento evidencia la responsabilidad de los medios locales con sus comunidades, en este caso, de una región tradicionalmente relegada en el contexto nacional como es la Amazonía ecuatoriana.

Bibliografía:

- Alvarado, R. (2020). *Los medios digitales como fuente de información de los jóvenes de babahoyo en tiempos de pandemia*. Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8751>
- Arana, E. Mimenza, L. Narbaiza, B. (2020). *Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación*. Revista de Comunicación y Salud, 10 (2), 149-183. ISSN: 2173-1675
[https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. (13 de enero del 2021). Universidad UTE. <https://www.ute.edu.ec/retos-y-responsabilidades-del-periodismo-en-lapandemia/>
- Herrero Curiel, E. (2012). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Vivat, Academia*, (117E), 1113-1128.
<https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.1113-1128>
- Instituto IMOP (2020). *Los medios en la crisis del coronavirus*. IMOP Insights. (Informes número 1 a 10).
<https://labur.eus/P3TIY>
- La ONU contra la desinformación sobre el COVID-19 y los ataques cibernéticos Naciones Unidas [Internet]. Available from:
<https://www.un.org/es/coronavirus/articles/onu-contra-desinformacion-covid-19-ataques-ciberneticos>
- Rubio, A. (2010). Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista de estudios de juventud*, 88, 201-221.
<https://labur.eus/YoCUG>
- Sabater, C. (2014). La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en Internet. *Revista de Ciencias Sociales*, 61, 132.
<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257001.pdf>
- Sanz, M, Castejón, R. (2019). Redes sociales: Re-cursos interactivos y la información sobre salud. *Hosp a Domic*. 3(4): 269. Available from:
<https://www.revistahad.eu/index.php/revistahad/article/view/84>
- Sotelo, D. (2020, julio 18). Pandemias, información y medios: covid-19, un ejemplo a través de la crisis. *Medicina*, 42(2), 143-146. Recuperado a partir de
<https://revistamedicina.net/ojsanm/index.php/Medicina/article/view/153>
- Lara, T. (2008). La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales. TELOS. *Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 76. Madrid, Fundación Telefónica. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloquaderno.asp?idarticulo=9&rev=76.htm>
- García, N. (2012). Redes sociales y periodismo: de la información a la comunicación. In: García, N. *Redes sociales en Internet: implicaciones y consecuencias de las plataformas 2.0 en la sociedad*. Madrid: Universitas, 213-239.
- Niqui, C. (2011). *La comunicación es vida. Reflexiones eclécticas sobre TICS y contenidos audiovisuales*. Barcelona: UOC.
- Salaverría, R. (2014). *El periodismo es un oficio que, más que mano de obra, necesita cabeza*. Recuperado de
<http://www.miquelpellicer.com/2014/03/ramon-salaverria-periodismooficio-entrevista-redacciones/>

Herrero, E. (2010). El tratamiento informativo del suceso en el periódico digital Madrid. En VVAA. *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria* (pp.145-156). Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). Manual de seguridad para periodistas. Guía práctica para reporteros en zonas de riesgo. Recuperado de:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243988>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. Recuperado de:

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf

Sidorenko, Herranz de la Casa & Molina. (2020). Evolución del periodismo inmersivo en España, desde su inicio hasta la pandemia por COVID-19. *Universidad Francisco de Vitoria / Universidad de Castilla-La Mancha / Universidad Francisco de Vitoria*. DOI: 10.25768/20.04.03.31.04

https://www.researchgate.net/profile/Pavel-Sidorenko-Bautista/publication/347514259_Evolucion_del_periodismo_inmersivo_en_Espana_desde_su_inicio_hasta_la_pandemia_por_COVID19/links/5fdfdb1b92851c13fe955cb/Evolucion-del-periodismo-inmersivo-en-Espana-desde-su-inicio-hasta-la-pandemia-por-COVID19.pdf

SocialMediaToday (25 de octubre del 2018). Digital Strategy

<https://www.socialmediatoday.com/roymorejon/567751/how-social-media-replacing-traditional-journalism-news-source>

Velázquez Tamez, L., & Serna-Zamarrón, A. (2020). Cobertura informativa de la pandemia por COVID-19 en Nuevo León: liderazgo y periodismo con misión de servicio. *Revista española de comunicación en salud*, 0, 186-209. doi:

<http://dx.doi.org/10.20318/recs.2020.5453>