

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES



TRABAJO DE FIN DE GRADO - BACHELOR IN GLOBAL COMMUNICATION

**LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EN
LOS MEDIOS DURANTE LA CRISIS DE
LA COVID-19
(ENERO-MAYO 2020)**

Estudiante: Blanca Domínguez Sobrino
Directora: Dra. Ingrid Gil

Madrid, abril de 2021

*A mis padres, Javier y Blanca, por su apoyo incondicional.
A mi hermana Sofía, por transmitirme su fortaleza.
Y por los que están, por los que se fueron, por todas las víctimas del coronavirus.*

Gracias

ÍNDICE

1. FINALIDAD Y MOTIVOS	4
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO	5
2.1. Estado de la cuestión	5
2.2. Marco teórico	7
2.2.1. <i>Fake news</i> , desinformación y censura	7
2.2.2. La manipulación televisiva.....	11
2.2.3. La transmisión de información a la población	13
2.2.4. Las redes sociales como fuente de información durante la COVID-19.....	14
3. OBJETIVOS	16
4. METODOLOGÍA	17
5. ANÁLISIS	18
5.1. El País	19
5.2. El Mundo	24
5.3. Antena 3 Noticias	29
5.4. Radio Televisión Española Noticias	34
5.5. Análisis de los datos por meses	38
5.5.1. Enero de 2020.....	39
5.5.2. Febrero de 2020	39
5.5.3. Marzo de 2020	42
5.5.4. Abril de 2020.....	44
5.5.5. Mayo	45
6. CONCLUSIÓN	45
REFERENCIAS	48

1. FINALIDAD Y MOTIVOS

En momentos de dificultad suelen surgir intereses políticos, sociales y económicos. De manera incuestionable, hemos formado parte de una situación de crisis relativa al coronavirus que se aplica a un contexto internacional y que ha influido en todos los ámbitos. De esta forma, entendemos por «crisis» cualquier situación inestable e impredecible que corre el riesgo de provocar graves daños a los activos materiales e inmateriales de la institución y, principalmente, a su relación existente con su público principal. Generalmente, la comunicación de crisis se caracteriza por su corta temporalidad, enfocada principalmente en la gestión de escenarios de emergencia, lejos de estar relacionada con la comunicación institucional o gubernamental. Sin embargo, el aspecto más singular de esta crisis es su carácter global, con 147.238.543 casos y más de 2,6 millones de fallecimientos en todo el planeta. En lo que concierne a España, el país ocupa el séptimo puesto, registrando a día de hoy un total de 3.468.617 de contagios¹.

La finalidad de este trabajo de investigación es analizar la gestión de comunicación de crisis durante la pandemia del coronavirus por parte de diferentes medios de comunicación nacionales (El País, El Mundo, Antena 3 Noticias y Radio Televisión Española Noticias) a través de sus publicaciones en Twitter durante los primeros meses de la pandemia. Dicho análisis nos permitirá dar respuesta a las preguntas que han estado circulando por todo el territorio español durante este tiempo sobre la manipulación informativa.

En primer lugar, consideramos que este trabajo nace de la necesidad de aportar un grano de arena a una sociedad que demanda continuamente explicaciones e información sobre la gestión de la crisis. Por otro lado, nos sentimos en el deber de dejar constancia sobre el acontecimiento histórico que estamos atravesando y que infortunadamente ha cobrado demasiadas vidas.

La naturaleza de un Trabajo de Fin de Grado no nos ha permitido llevar a cabo una exploración exhaustiva como nos planteamos en un principio a causa del factor tiempo. No obstante, la línea de investigación de este trabajo podría retomarse en un futuro con base a

¹ Datos recogidos de la [OMS](#) y [JHU CSSE](#) (abril 2021).

otras redes sociales, empleando la misma metodología.

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, se tratarán los aspectos académicos sobre gestión de crisis, manipulación y desinformación. En el estado de la cuestión y el marco teórico, se abordan temas como la demagogia a lo largo de la historia; la llegada de la imprenta moderna y la Revolución Industrial; las *fake news*, la desinformación y la censura; la manipulación televisiva; la transmisión de información a la población y las redes sociales como fuente de información durante la COVID-19. A continuación se tratarán los objetivos del trabajo, la metodología empleada, el análisis y discusión que versarán sobre los cuatro medios de comunicación analizados, la selección de *tweets* con más reacciones por parte de los usuarios y la comparativa de la misma información publicada en las diferentes cuentas. Finalmente, se cerrará el trabajo con una conclusión sobre los principales resultados obtenidos.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

2.1. Estado de la cuestión

El componente fundamental que ha acompañado a la política y a la democracia a lo largo de los siglos es la demagogia (García, 2020). Esta palabra se empleó por primera vez en el 424 a. C., en la obra satírica *Los Caballeros* de Aristófanes (Pazé, 2016). Rápidamente, el término adquirió una connotación negativa que expresaba la perjudicial manera de hacer política a través de sencillos consensos. Fue así como Aristóteles empleó el término «adulador del pueblo» en el libro v de *la Ética a Nicómaco* para referirse al demagogo y es que la demagogia ha influido de manera determinante en el panorama social a nivel internacional y se caracteriza por brotar en épocas de crisis e inestabilidad. Por lo tanto, la pandemia mundial a la que se enfrenta el ser humano en la actualidad forma parte de una crisis, que no afecta exclusivamente al ámbito sanitario, económico o social, sino a las tres por igual. Lógicamente, el primer objetivo es salvar vidas humanas, el segundo ofrecer mejor calidad de vida a la población debido al malestar generalizado que ha producido la pandemia, y por último reducir la recesión económica a la mayor brevedad.

Asimismo, la comunicación en época de crisis se ha estudiado desde diferentes perspectivas, principalmente en el ámbito de la gestión y la comunicación de crisis en el

sector alimentario, la comunicación empresarial en entornos tumultuosos, e incluso la comunicación de crisis en el sector atómico. En estos campos, encontramos información muy diversa pero útil. En primera instancia, hallamos libros publicados que tratan la gestión y la comunicación de crisis desde una perspectiva analítica, haciendo especial hincapié en las materias y términos afines a la gestión de crisis, así como los modelos generales del área especializada. Además, nos gustaría destacar que dentro de estas publicaciones la ejemplificación de la metodología de crisis a través de casos prácticos como la *Tragedia de Antuco: crisis en las filas del Ejército* nos facilitaron la comprensión y la visión de la gestión de crisis.

Por otro lado, hallamos publicaciones de revistas españolas que tratan la comunicación de crisis desde el ámbito sanitario, ya que se centran en el sector atómico, el protocolo y las características del evento. Asimismo, en estas revistas se realiza análisis sobre las teorías de comunicación estratégica en periodos de crisis, la compilación y revisión de teorías a través de perspectivas cualitativas y sobre todo la comunicación de crisis a través de las redes sociales que tienen especial peso para la realización de este trabajo.

Dentro del ámbito de la manipulación encontramos publicaciones de libros que nos han servido de gran ayuda para la realización de este estudio. En ellos se recoge minuciosamente la historia de la política y su estrecha relación con la demagogia, abarcando los hechos que contribuyeron al control de la sociedad por parte de emperadores y líderes políticos. Además, la creación de la imprenta moderna y la posterior Revolución Industrial impulsaron este conjunto de prácticas que pretendían evocar al sentimentalismo de los más pobres para hacerse con el poder.

En cuanto al libro, la *Gran manipulación* (García, 2020), Jano García ofrece un profundo acercamiento analítico sobre cómo la desinformación convirtió a España en el centro del coronavirus. A través de datos obtenidos desde el inicio de la pandemia el 31 de diciembre de 2019 en Wuhan hasta el 11 de marzo en España. A través de esta obra el autor pretende concienciar a la población del poder que tienen los medios de comunicación y el poder político sobre la opinión pública. Esta obra ha contribuido enormemente a la realización de este trabajo por dos principales motivos: el primero, su temática reciente y el segundo, su carácter argumentativo.

Por otro lado, y estrechamente relacionado con la manipulación, las *fake news* o desinformación son un fenómeno que han formado parte de los gobiernos, medios de comunicación y partidos políticos, en el libro *#FakeYou. Fake news y desinformación*, (Levi, 2019) defiende que las *fake news*, en términos generales no causan daños públicos masivos, pero en el momento en el que lo alcanzan crean grandes repercusiones que se deben combatir con información real para defender los derechos democráticos.

Si bien es cierto que no existen muchas investigaciones académicas en relación con la COVID-19 en el ámbito de la comunicación de crisis, a nivel general y sobre otras temáticas que se encuentran estrechamente relacionadas con la gestión de crisis hallamos gran variedad lo que, a grandes rasgos, nos servirá de gran ayuda para la elaboración de este trabajo.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Fake news, desinformación y censura

En 1985, el periódico neoyorquino *The Sun* publicó la primera *fake news* de la Historia Contemporánea, que trataba un artículo sobre los seres que habitaban en la Luna. El impacto que causó en Estados Unidos se debió a tres factores: la aparición de las prensas de alta capacidad, la caída del precio de los periódicos, y la llegada de los nuevos medios de transporte (Salas Abad, 2019). Estos hechos contribuyeron notoriamente a la difusión de una noticia falsa a gran escala que fue enmascarada como una noticia verdadera.

A pesar de que el inicio de las *fake news* se remonte a 1985, se cree que uno de los mayores expertos en bulos, posverdad y desinformación fue Joseph Goebbels quien defendía que se debía transmitir frases de tal forma que la gente pensase que era verdad, y tantas veces como fuera necesario (Manvell, 2014):

«Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad». (Goebbels, 1943)

Por lo tanto, recordemos que repetir un mensaje aumenta su consistencia, pero en el caso de que fuera falso se trataría de una burda manipulación (Udaondo, 2020). En la actualidad, esta célebre cita puede ser actualizada y adaptada a la sociedad en la que vivimos de la siguiente manera: «noticia falsa compartida y virilizada mil veces hoy se

convierte en verdad mañana.» (Amorós García, 2018). Las redes sociales han contribuido a este fenómeno.

Una de las mayores obras de manipulación de Goebbels sucede en el incendio del Reichstag el 27 de febrero de 1933, cuando los nazis le ordenan su quema. A las horas, la policía descubre al culpable del incendio, el comunista Marinus van der Lubbe quien había sido incriminado. A la vez que Göring sembraba las pruebas falsas para encubrir al régimen, Goebbels se ocupó de relatar el acontecimiento de tal manera que, el pueblo alemán creyese que los comunistas estaban en contra la democracia y se posicionaban en contra de régimen (García, 2020).

En 2016, el término *fake news* comenzó a popularizarse cuando Donald Trump consideró que los artículos que publicaban el *New York Times* y el *Washington Post* eran *fake news*, pues según él, no enfocaban la noticia desde una perspectiva objetiva. Actualmente, el término hace referencia a toda noticia no contrastada, con información en forma de bulos y que se expanden a través de redes sociales (Milán, 2019).

Por otra parte, Claire Wardle, fundadora de la organización de referencia First Draft, establece siete tipos de fallos informativos (*misinformation*) que los sitúa en una escala que pretende calcular la intención de engañar (Wardle, 2017):

- **Contenido impostor:** cuando se suplantan fuentes genuinas.
- **Contenido fabricado:** contenido nuevo que es predominantemente falso y se ha diseñado para engañar y perjudicar.
- **Conexión falsa:** cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido.
- **Contexto falso:** cuando la información genuina se difunde con información de contexto falsa.
- **Contenido manipulado:** cuando la información o imágenes genuinas se utilizan para engañar.
- **Sátira o parodia:** puede convertirse en fallo informativo cuando el público lo interpreta de forma literal.
- **Contenido engañoso:** relativo al empleo manipulador o engañoso de la información (Levi, 2019)

La mayor parte de las definiciones que analizan el concepto de las *fake news* y la desinformación comparten el criterio de que para que se dé una de ellas, debe existir la

intencionalidad de provocar un daño o sacar cierto beneficio político o económico del contexto en el que se desarrollan los hechos (Levi, 2019).

En los últimos años, uno de los hitos que han caracterizado al periodismo y a la información ha sido el fenómeno de las *fake news*. La llegada de Internet y el estallido de las redes sociales han contribuido a la desinformación. Generalmente, las noticias falsas mantienen a la población abnegada ante mensajes incoherentes y mentiras, lo que ha expuesto al individuo a la inseguridad informativa (Serrano, 2013). Lo más curioso es que los ciudadanos son consumidores de información falsa a la vez que forman parte activa de la distribución de este tipo de mensajes.

Curiosamente, el *1 estudio sobre el impacto de las fake news en España* realizado por Pescanova refleja que el 60 % de los entrevistados han llegado a creerse alguna vez un bulo, frente al 4 % que reconoce haber creado una noticia falsa en alguna ocasión. Además, aunque el 60 % crea ser capaz de reconocer un mensaje falso, tan solo el 14 % consigue diferenciarlo. Pero el lado más preocupante a la vez que impactante de esta situación es la inseguridad informativa que afecta a las noticias de calidad pues un 40,6 % de los participantes no se creyó una noticia que resultaba ser verdadera (Pescanova, 2018).

La censura ha existido siempre, y en la actualidad, todos los países del mundo lo sufren. Estados Unidos es un vivo ejemplo de este fenómeno con lo ocurrido respecto a la ocupación de Irak en 2003, pero en España, durante el Franquismo, fue también víctima de la censura más explícita de todos los tiempos donde se empleaba la ley escrita y un lapicero rojo para tachar. Por ende, la censura podría ser definida como «la intención consciente de que la gente no se entere de lo que ocurre o de todo lo que ocurre» (Reig, 2003). Asimismo, si observamos la censura detalladamente respecto al poder gobernante, éste siempre la ha empleado como estrategia para proteger al pueblo de opiniones disidentes con el fin de continuar con la unificación del sistema y velar por los intereses de los más poderosos siempre ayudados por los medios de comunicación (Espinosa Sánchez, 2020).

Lo cierto es que existen multitud de maneras de manipular la información, no solo ocultando información que puede no resultar beneficiosa, o fusionar información con publicidad o propaganda, hasta conseguir llegar a la manipulación total de un contenido

original (Espinosa Sánchez, 2020).

Desinformar sería en consecuencia (mediante la manipulación informativa voluntaria inequívoca y dolosa), el resultado deseado de un proceso que emplea trucos específicos ya sean semánticos, técnicos, psicológicos; para engañar, mal informar, influir, persuadir o controlar un objeto, generalmente con el objetivo de obtener beneficios propios o ajenos (Romero-Rodríguez, 2011)

Por esta razón, el verdadero perjudicado en el ámbito de la manipulación y la censura es el propio individuo, que junto con el escaso o nulo conocimiento y su parco interés por discernir y/o comprobar que la información que recibe es verídica o no, afecta en él cayendo en el bucle de desinformación de las que todas las sociedades son víctimas (Espinosa Sánchez, 2020). Esta es una de las trampas ideológicas a la que se enfrenta la sociedad moderna. «La trampa consiste en vender la sociedad al ciudadano como algo libre y plural porque le entrega una enorme variedad de productos mensajísticos con los que el propio ciudadano puede ser libre» (Reig, 2003). Pero el aporte mensajístico no tiene ninguna función porque el adulto no muestra ningún tipo de interés en la formación intensa con el fin de contrarrestar la avalancha de datos (Reig, 2003).

El receptor occidental en la actualidad es evidente que lleva a cabo una dejación de su responsabilidad hacia su auto-formación y la de sus seres más cercanos. La frenética dinámica que imprime a la sociedad la llamada «nueva economía», por ejemplo, origina que el receptor adulto desee ante todo evadirse y, para ello, no duda incluso en abandonar o aligerar sus responsabilidades familiares con sus hijos a los que deja a merced de los mensajes del televisor o Internet. (Reig, 2003)

El poder político tiene una enorme influencia sobre la población, y en función de la situación que el individuo o el conjunto de individuos esté atravesando, repercute en mayor o menor medida sobre ellos. La sociedad por lo general está gobernada por el miedo, y este miedo está presente de muchas formas. Generalmente, «cuánto más seguros nos sentimos objetivamente, más inseguros subjetivamente nos sentimos, y demandamos más protección» (Rosa, 2008). El miedo es una forma de control, es por eso por lo que el poder político crea la necesidad de formar una ciudadanía que se sienta amenazada, y actualizan esos miedos para hacernos sentir vulnerables. A juicio del citado, Isaac Rosa, considera que la única manera de afrontar el miedo es a través del conocimiento y la información (Reig, 2010).

2.2.2. La manipulación televisiva

Jacques Ellul, en *Propaganda: The Formation of Men's Attitude*, defiende la idea que la opinión pública solo se puede expresar en canales de televisión producidos por los medios de comunicación, sin los que no existiría la propaganda. (Ellul, 1965)

La simple diferencia entre la televisión y la radio a la hora de medir el impacto en la sociedad es imponente, básicamente por el hecho de que «la ventaja de la imagen visual sobre la transmisión radiofónica es que lo audible se convierte en una imagen visual con la ayuda de la imaginación del individuo que la recibe, pero no es posible mantener bajo control lo que puede llegar a imaginar el oyente. Con la televisión, la imaginación deja de existir. Lo que ves es la realidad». (García, 2020)

La manipulación trata de someter a personas o grupos de personas sobre algún aspecto concreto para finalmente influir en su conducta. Asimismo, todo demagogo pretende conseguir la invalidación de aquel que puede anular cualquier indicio de sentido crítico de su público. Por otro lado, la propaganda manipuladora tiende a formar ciertas «creencias» con el objetivo de controlar la mente y la voluntad del público, pues es sabido que una mentira repetida numerosas veces por un influyente medio de comunicación crea una verdad. (Martínez Rodrigo, 2005)

Esto está relacionado con la idea que el filósofo canadiense Marshall McLuhan defiende en el libro: *Understanding Media: The extensions of Man*. En él defiende que «el medio es el mensaje» y que la forma del medio está ligada por el mensaje, creando una relación por la que el medio influye en cómo se es percibido el mensaje. Por tanto, McLuhan ampara que la vida del ser humano está condicionada por las tecnologías: «Todos los medios nos afectan completamente. Son tan omnipresentes en nuestra vida personal, política, económica, estética, psicológica, moral, ética y social que no dejan ni una parte sin tocar... Sin afectar... Sin alterar». (McLuhan, 1964)

La dimensión social de la manipulación y la desinformación se analiza desde la perspectiva del abuso de poder que consiguen manipular las mentes del colectivo a favor de sus intereses (Van Dijk, 2006). Por ende, Van Dijk examina el proceso de manipulación

de la información a través de una triangulación de discurso, cognición y sociedad². Así pues, la manipulación informativa y la desinformación supone un abuso de poder, con el único fin de ejercer una influencia sobre la Opinión Pública. (Romero-Rodríguez, 2011)

Desde hace siglos, el ser humano es el resultado de la manipulación de masas. El medio más efectivo a lo largo de la historia ha sido el empleo de un lenguaje concreto, a través de una retórica imponente, los planteamientos estratégicos y los paradigmas mentales (Martínez Rodrigo, 2005). En la actualidad, la gran aliada de la manipulación de masas es la televisión. Este aparato ha ido ganando fuerza y entrando en todos los hogares desde 1926. Según los datos reflejados en el instituto Nacional de Estadística, el 99,3 % de los hogares en España cuenta con al menos una televisión, además el 70,7 % de la población española ve cada día la televisión con un consumo de media de 3 horas y 56 minutos por personas al día. Asimismo, un estudio realizado por Barlovento Comunicación³ sobre el consumo de televisión durante el Estado de Alarma (del 14 de marzo al 20 de junio) refleja que el promedio medio de consumo televisivo por individuo fue de 278 minutos, lo que equivale a 51 minutos más respecto al año pasado. Como observamos en función de los datos recabados en el INE y Barlovento Comunicación, la televisión es la herramienta más adecuada para llevar a cabo la manipulación de masas debido al enorme eco dentro de la población. (Barlovento Comunicación, 2020)

La censura es también manipulación informativa. Existe manipulación tanto en los medios públicos como privados, ambos de igual manera, puesto que están influenciados por dos factores: (1) los partidos políticos, (2) publicidad y oyentes. En los medios públicos nos encontramos antes el tercer factor que son los accionistas, quienes presionan para enfocar el mensaje informativo de una forma concreta. La manipulación mediática se resume a un objetivo principal: la información es poder, y en este caso concreto, influencia. Generalmente existen una o varias versiones de los hechos que están destinados al consumo público, mientras que la versión ‘auténtica’ está reservada para el poder. (Reig, 2003)

No solo los medios de comunicación tienen gran influencia sobre la opinión pública, pero la televisión ha determinado en los últimos meses los problemas que asolaron

² Se precisa un análisis discursivo semiótico porque la mayoría de la desinformación se difunde a través de textos u oralidad del discurso.

³ Barlovento Comunicación es una consultora audiovisual especializada en Audiencias de televisión con más de veinte años de experiencia en el sector.

España con la reciente crisis sanitaria y social del Coronavirus. Fue a través de diferentes medios que España pasó a recibir información tranquilizadora acerca una nueva «gripe», hasta que se convirtió en un virus altamente contagioso que amenazada a la población mundial (García, 2020).

2.2.3. La transmisión de información a la población

Durante una emergencia, las personas necesitan información (Acinas Acinas, 2007). Esto se ha comprobado en varias situaciones en el ámbito internacional, como por ejemplo en Francia (Lalo, 1990) y Portugal (Nicolau, 1990).

Así es como Chütz y Wiedemann defienden que ante una crisis o antes los potenciales riesgos de una, es un derecho que se informe a la población acerca de los acontecimientos venideros (Schütz & Wiedemann, 2002). De hecho, Fidalgo afirma que la información debe ser un componente activo de plan de emergencia y que sin información la colaboración ciudadana no sería sencillo (Fidalgo, 2006).

Por otro lado, durante una emergencia, no se puede proveer a la sociedad con toda la información, y esto se debe principalmente a las siguientes razones: por seguridad y por la dificultad de proporcionar toda la información disponible a todos los implicados (Acinas Acinas, 2007) Consiguientemente, en una crisis «es fundamental saber de quién se puede obtener información para que el progreso de la misma se haga de manera adecuada y a quien debe proporcionarse la información para facilitar la gestión de todo el proceso» (Acinas Acinas, 2007) Hemos de tener en cuenta que para que un mensaje sea eficaz para la población, éste debe transmitir seguridad, a través de información simple y breve. Esta información debe ser identificada por la población y debe advertirles sobre un posible peligro (Lindel & Perry, 1992). A continuación, la *Tabla1*, se muestra los requisitos de información para lograr mayor eficacia en los mensajes (Acinas Acinas, 2007):

Requisitos para lograr mayor eficacia en los mensajes
<ul style="list-style-type: none"> – Credibilidad (confianza en las fuentes) – Claridad (expresión del mensaje en términos sencillos) – Continuidad (repetición con frecuencia, sin que ésta sea excesiva) – Coherencia (tener pleno sentido para quien recibe la información) – Adecuación (tener en cuenta costumbres, nivel sociocultural, etc.) – Viabilidad (utilizar cauces adecuados) – Accesibilidad (usar canales de información habituales) – Comprensividad (lenguaje sin tecnicismos innecesarios) – Coordinación (acuerdo entre las fuentes, evitando contradicciones) – Familiaridad (conocimiento de la fuente que emite el mensaje)

TABLA 1: Requisitos de los mensajes para alcanzar eficacia
(Acinas Acinas, 2007)

2.2.4. Las redes sociales como fuente de información durante la COVID-19

Actualmente, continuamos la lucha de la incesante batalla contra la pandemia del coronavirus. A pesar de que muchos epidemiólogos y Organizaciones Nacionales advirtieron de sus peligros, ninguna fue tomada en serio (Murdoch, 2020). Mientras el principal esfuerzo se centra en cómo salir de la crisis, es fundamental repensar las formas de comunicación pues «se posiciona como un elemento esencial y prioritario en la gestión de cualquier crisis de salud pública». (Catalán-Matamoros, 2020)

En un artículo publicado el 12 de febrero de 2020 en el *MIT Technology Review*, se comenta que la COVID-19 ha logrado convertirse en la primera pandemia de las redes sociales (Hao & Basu, 2020). Este hecho ha desencadenado una cascada de sobreinformación y una elevada difusión de *fake news* a través de aplicaciones de mensajería (Elías & Catalan-Matamoros, 2020). Además, ya la Organización Mundial de la Salud (OMS) «declaró la situación de *infodemia*⁴ para alertar a los países de la escalada de información falsa que también se tenía que combatir junto a la expansión del virus». (Catalán-Matamoros, 2020)

⁴ Según la OMS la *infodemia* hace referencia a «una cantidad excesiva de información -en algunos casos correcta, en otros no- que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan» (OPS & OMS, 2020)

El uso de los medios de comunicación como fuente de búsqueda información o para mantenerse al día respecto a los temas de actualidad se ha disparado, sobre todo durante la pandemia (Tandoc, 2020). De esta manera, «Las redes sociales se han inundado de contenidos asociados al virus. A principios de abril de 2020, 113 millones de autores únicos habían compartido en Twitter mensajes sobre COVID-19» (Larson, 2020). De hecho, un estudio ha mostrado que Twitter era un «recurso muy útil en el ecosistema de información sobre la COVID-19». (Thelwall & Levitt, 2020)

Según los datos recogidos por en el informe Digital de *We Are Social*, el uso de las redes sociales ha incrementado más del 9 % respecto al año anterior (a nivel mundial), llegando a los 3.800 millones de usuarios activos. En relación a España, 29 millones de españoles emplean las redes sociales de forma activa, empleando el móvil para acceder a ellas (95 %). Además, las redes sociales más empleadas por los españoles son (según su orden de preferencia): YouTube, WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn (Kemp, 2020).

Un estudio sobre las redes sociales como fuente de información muestra que las redes sociales a las que se recurre con mayor frecuencia para la búsqueda de información son: Twitter, Instagram, Facebook y YouTube (Kemp, 2020). A continuación, en la *tabla 2* se muestran los resultados obtenidos:

Red social	Cómputo global en %
Twitter	53,61 %
Facebook	13,25 %
Instagram	17,7 %
YouTube	11,52 %
Otras	3,77 %

TABLA 2: Redes sociales más usadas como principal fuente de información en España (Kemp, 2020)

3. OBJETIVOS

La razón de este trabajo surge de las preguntas que nos planteamos durante los meses de confinamiento en España: ¿es Twitter la red social que más contribuye a la manipulación de los lectores? ¿son los usuarios de Twitter víctimas de la manipulación informativa por parte de algunos periódicos o canales televisivos? ¿por qué las diferentes cuentas publican información tan variada acerca de un mismo hecho? ¿qué objetivo tiene compartir *tweets* con semejante disparidad de datos? ¿son los comentarios, los *retweets* y los *likes* un indicador de desinformación en los medios de comunicación? ¿influye la cantidad de número de seguidores en la calidad de la información? ¿es un síntoma de manipulación informativa la cantidad *tweets* publicados por los medios de comunicación? Y en cuanto a la calidad de la información, ¿son coherentes las cifras y datos proporcionados por los medios de comunicación?

Para poder responder a estos interrogantes, planteamos una serie de objetivos:

- analizar la gestión de la información acerca de la COVID-19 por parte de los diferentes medios de comunicación españoles, en concreto los periódicos El País y El Mundo y los canales de televisión: Antena 3 y RTVE a través de la red social Twitter.
- realizar un recuento de los *tweets* durante los tres meses de cuarentena nacional (desde el 31 de enero de 2020 hasta el 2 de mayo de 2020), con el fin de observar las diferentes maneras en las que se ha comunicado la crisis.
- averiguar las tendencias de los tweets y su posible relación con el número de interacciones de las diversas cuentas.
- mostrar la disparidad de información compartida en Twitter por los medios de comunicación analizados.
- comparar, través de un análisis exploratorio y cualitativo, la gestión de la red social Twitter de los diferentes medios estudiados.

4. METODOLOGÍA

Como comentamos con anterioridad, el propósito de este trabajo se basa en un análisis exploratorio, comparativo y cualitativo. En cuanto a la selección de los medios, esta se ha realizado en función del número de seguidores en la red social Twitter. Para ello nos basamos en los datos obtenidos por *Statista*, que recoge que la prensa nacional que más alcance lograba era (según el orden del *ranking*): El País (@el_pais) y El Mundo (@elmundoes) (Fernández, 2020) Por otro lado, y con el objetivo de analizar dos tipos de medios de comunicación diferentes (prensa y televisión), decidimos seleccionar RTVE Noticias (@rtvenoticias) y Antena 3 Noticias (@A3Noticias), por ser de los primeros de la lista según los datos publicados por *The Trust Project* (Arias, 2019). De esta forma, recogimos los datos de los cuatro medios de comunicación nacionales con dos ideologías diferentes (El País y RTVEN, más orientado a la izquierda, y El Mundo y A3N, más relacionado con la derecha).

En la tabla que se muestra a continuación, se indican las cuentas analizadas para este estudio y sus respectivos números de seguidores a día de hoy:

Cuenta	Número de seguidores
El País (@el_pais)	7,9 M
El Mundo (@elmundoes)	3,9 M
Antena 3 Noticias (@A3Noticias)	1,9 M
RTVE Noticias (@rtvenoticias)	1,4 M

TABLA 3: cuentas seleccionadas para el estudio y sus respectivos seguidores en Twitter (en millones de seguidores). Elaboración propia

Se ha seleccionado la red social Twitter por ser la red social más empleada como fuente de información (Kemp, 2020). A través de ella, elaboramos una plantilla para recabar los datos de todos los *tweets* relacionados con la COVID-19 en los medios analizados. A continuación, estudiamos sus interacciones, es decir, los comentarios, los *retweets* y los *likes* de cada medio de comunicación y de sus respectivos *tweets* mes a mes y día a día. Aunque nuestro análisis se elaboró durante el curso académico 2020-2021, el trabajo recoge los datos publicados entre el 30 de enero y el 2 de mayo de 2020. Por lo

tanto, el análisis comienza a finales de enero, cuando la OMS⁵ declara la emergencia internacional por el coronavirus en Wuhan, y finaliza el 2 de mayo de 2020, día en el que el Gobierno de Pedro Sánchez anuncia un plan desescalada por comunidades autónomas. Así analizaremos la cantidad de *tweets* publicados, los comentarios, los *retweets* y los *likes* de cada medio de comunicación, al mismo tiempo que contrastaremos la calidad de información, la omisión, la variación de cifras y el alcance de las publicaciones.

5. ANÁLISIS

«El jueves 30 de enero de 2020, de 13.30 a 18.35 horas, hora de Ginebra (CEST), el Comité de Emergencias convocado por el Director General de la OMS en virtud del Reglamento Sanitario Internacional (RSI (2005)) se reunió para tratar sobre el brote del nuevo coronavirus (2019-nCoV) en la República Popular China y los casos exportados a otros países. La función del Comité es prestar a asesoramiento al Director General, en quien recae la decisión final de declarar una emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII). El Comité ofrece también asesoramiento en materia de salud pública o propone recomendaciones temporales de carácter oficial, según proceda». (OMS, 2020)

A través de la anteriormente mencionada declaración, la Organización Mundial de la Salud decretó el estado de emergencia mundial debido a la propagación del SARS-CoV-2. Sin embargo, el Gobierno de Pedro Sánchez no tomó medidas inmediatas (se comenzó a actuar a mediados de marzo). Posteriormente, el periódico El Mundo accedió al contenido de los informes confidenciales diarios de la Moncloa que mostraban cómo Seguridad Nacional advirtió a Pedro Sánchez en numerosas ocasiones de la amenaza del virus entre enero y marzo. De este modo, y tras surgir la noticia, consideramos vital comenzar a obtener los resultados de la plataforma Twitter a partir del 30 de enero debido a la desinformación del Gobierno. La falta de actuación por parte del Gobierno.

A continuación, analizaremos los medios de comunicación seleccionados para el estudio. Para ello expondremos el número de *tweets* totales publicados durante el periodo de investigación. Abordaremos específicamente los meses (de enero a mayo) y nos detendremos en los datos obtenidos de cada mes: el número de *tweets* ese mes, y la media de interacciones que obtuvieron (comentarios, *retweets* y *likes*). Finalmente, se recoge en una tabla los *tweets* que obtuvieron más alcance por meses.

⁵ Cronología de actuación de la OMS ante la COVID-19.

5.1. El País

A lo largo de los cuatros meses seleccionados para este estudio se publicaron un total de 531 *tweets* relacionados con el coronavirus.

En primer lugar, analizaremos los últimos días del mes de **enero** de 2020 pues, como cometamos con anterioridad, es una fecha clave en relación con las noticias publicadas en ese contexto concreto. La cuenta de El País publicó 10 *tweets* entre el 30 de enero y el 31 de enero de 2020, siendo la publicación del 30 de enero la que más alcance tuvo, pues según enunciaban, la OMS decretaba la alerta nacional ante la expansión del coronavirus. Esta noticia obtuvo los siguientes resultados con una media de interacciones entre los dos días de: 13 comentarios, 384 *retweets* y 252 *likes*. A continuación, se muestra el *tweet* con más apoyo en la cuenta de El País:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
30/01/2020	ÚLTIMA HORA: La OMS declara la alerta internacional ante la imparable expansión del coronavirus	104	3.500	2.100

TABLA 3: *tweet* con más alcance de la cuenta de El país el 30 de enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

En relación con el mes de **febrero**, la cuenta de El País realizó un total de 96 publicaciones. Tras calcular el promedio total de interacciones por parte de los seguidores del periódico, hemos obtenido en el mes de febrero una media de: 23 comentarios, 327 *retweets* y 308 *likes*. Entre los *tweets* con altos números de interacciones (comentarios, *retweets* y *likes*) se encuentran:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/02/2020	El hospital de Wuhan ya está acabado. Han tardado en levantarlo 10 días. ¿Cómo se puede levantar en tan poco tiempo un centro médico con 1.000 camas? Tiene explicación	241	29.001	5.200

06/02/2020	ÚLTIMA HORA: Muere por el coronavirus el médico chino que alertó sobre la enfermedad y fue acusado de difundir rumores	59	1.100	956
12/02/2020	ÚLTIMA HORA: Cancelado el Mobile World Congress de Barcelona por la crisis del coronavirus	100	949	663
24/02/2020	ÚLTIMA HORA: La OMS pide al mundo que se prepare para una «potencial pandemia» por el coronavirus	905	17.700	12.000
26/02/2020	ÚLTIMA HORA: Diagnosticado en Sevilla el primer caso de contagio local del coronavirus en España. Los expertos consideran que con este caso «queda acreditado» que el patógeno circula desde hace días sin ser detectado	80	1.100	847

TABLA 4: *tweets* con más alcance de la cuenta de El país en febrero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Durante el mes de **marzo** de 2020 se publicaron un total de 243 *tweets*. Entendemos que el alto número de noticias incrementó por la declaración del estado de alarma por parte del Gobierno el 15 de marzo, lo que trajo consigo el confinamiento total a nivel nacional.

Los resultados muestran que la cuenta de Twitter de El País incrementó considerablemente la cantidad de publicaciones mensuales debido al contexto histórico que la sociedad se enfrentaba. De este modo, registró una media de 33 comentarios, 673 *retweets* y 680 *likes*. Entre las noticias con más interacciones encontramos las siguientes:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
07/03/20	ÚLTIMA HORA: Italia, lista para aislar a 16 millones de personas, 10 en Lombardía y el resto en el norte del país por el empeoramiento del brote de coronavirus, en la mayor cuarentena de Europa	161	3.400	2.700
09/03/20	ÚLTIMA HORA: Madrid ordena el cierre de todos los colegios y universidades ante el avance del coronavirus	220	66.200	4.600
10/03/20	ÚLTIMA HORA: La Generalitat valenciana aplaza las Fallas por el avance del coronavirus	124	1.800	2.000
11/03/20	La OMS califica la expansión del coronavirus de pandemia	92	2.500	2.100
12/03/20	Bélgica cierra bares, restaurantes, discotecas y colegios a partir del sábado. Solo podrán abrir farmacias, tiendas de alimentación y supermercados. Bélgica es el décimo país en número de casos con menos de 400 infectados	356	9.200	10.300
13/03/20	Madrid cierra desde el sábado todos los comercios salvo los de alimentación y primera necesidad. Farmacias, gasolineras, estancos y quioscos permanecerán abiertos	200	1.900	2.000
13/03/20	El Ejército suspende todos sus ejercicios y maniobras y se ofrece para frenar el avance del coronavirus	139	1.300	2.600

14/03/20	Los antiinflamatorios (ibuprofeno, cortisona...) podrían agravar la infección. «Si tiene fiebre, tome paracetamol», ha tuiteado el ministro de Salud francés. La radio allí informa de que los casos más graves son los que tomaron ibuprofeno	91	4.200	2.900
15/03/20	El Gobierno anuncia una contratación masiva de médicos residentes	140	2.500	4.200
18/03/20	La OMS: «Este virus no solo mata gente mayor; un número significativo de jóvenes ha muerto»	265	7.600	55.00
24/03/20	Reporteros Sin Fronteras rastrea cómo la censura china contribuyó a expandir el coronavirus	154	4.000	4.300

TABLA 5: *tweets* con más alcance de la cuenta de El país en marzo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

En cuanto al mes de **abril**, se registraron un total de 174 *tweets* relacionados con el tema de la COVID-19. En cuanto a la media de publicaciones del mes de marzo, obtenemos que se compartieron un promedio de 50 comentarios, 136 *retweets* y 191 *likes*. Los *tweets* que más reacciones obtuvieron fueron los siguientes:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
03/04/20	La OMS advierte de que relajar el confinamiento pronto puede causar una recaída sanitaria y económica	50	1.100	2.700
04/04/20	Las cifras de muertos en China por el coronavirus no cuadran. Solo en uno de los cementerios de Wuhan, el epicentro del brote, se han entregado estos días más urnas con restos que el dato oficial de fallecidos en todo el país	257	2.300	2.700

06/04/20	Vox no solo no apoyará la prórroga del estado de alarma, sino que llevará el decreto ley que lo regula al Constitucional por considerar que sus medidas suponen «un estado de excepción encubierto». Además, preparan una querrela criminal por «imprudencia»	507	1.000	2.200
07/04/20	El director de la OMS condena con firmeza lo que denominó «declaraciones racistas» de dos científicos franceses que propusieron que África fuera «terreno de pruebas» de vacunas contra el coronavirus. Dice que es «herencia de mentalidad colonial»	47	798	1.600
12/04/2020	«Esta pandemia debe servirnos para que todos los gobiernos se den cuenta de la imperiosa necesidad de invertir en ciencia, educación y sanidad como las bases sobre las que avance nuestra sociedad»	35	833	1.700
23/04/20	Sanidad pagó el doble del precio de mercado por los 700.000 bastoncillos para tomar muestras que compró la semana pasada por 4,2 millones de euros a la asesoría laboral de Málaga sin empleados Value & Bro S. L., según 3 proveedores consultados por EL PAÍS	380	2.900	2.200
25/04/2020	El Gobierno permitirá salir a hacer deporte o pasear a partir del 2 de mayo si disminuyen los contagio	139	2.700	2.500

TABLA 6: *tweets* con más alcance de la cuenta de El país en abril de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Respecto a los dos días del mes de **mayo**, podemos observar cómo el 2 de mayo se consigue obtener unos números significativos ante la noticia de que Sanidad ofrece los detalles de la desescalada y los límites de personas en reuniones según cada fase. En definitiva, durante los dos días, El País realiza 8 *tweets*, alcanzando un promedio de 51 comentarios, 286 de *retweets* y 350 de *likes*. A continuación, se muestra el *tweet* de mayo con más interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/05/20	Sanidad ofrece detalles de la desescalada: permitirá en la fase uno reuniones sociales de hasta 10 personas respetando la distancia física	124	1.500	1.300

TABLA 6: *tweets* con más alcance de la cuenta de El país en abril de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

5.2. El Mundo

A lo largo de los cuatros meses seleccionados para este estudio se publicaron un total de 815 *tweets* relacionados con el coronavirus.

Durante los dos últimos días de **enero**, El Mundo compartió un total de 16 *tweets*, siendo las dos publicaciones en días diferentes las que superan la media de interacciones diarias. Entre los dos días se obtuvo una media de 13 comentarios, 169 *retweets* y 129 *likes*.

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
30/01/20	La OMS declara la Emergencia de Salud Pública Internacional por el brote de coronavirus	23	447	384
31/01/20	Confirmado el primer caso de coronavirus en España: un alemán en La Gomera	95	1.500	905

TABLA 8: *tweets* con más alcance de la cuenta de El mundo en enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

En **febrero** se registraron un total de 105 noticias relacionadas con la pandemia, siendo los últimos cuatro días los que más interacciones han obtenido. En cuanto al

promedio de interacciones, se han obtenido 10 comentarios, 88 *retweets* y 73 *likes*. A continuación, se muestran las publicaciones con más alcance por parte de los seguidores:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
06/02/20	Muere infectado en Wuhan el médico de 34 años que fue acusado por alertar de la epidemia. Li Wenliang avisó a otros doctores de que tomaran precauciones antes de que las autoridades admitieran el contagio	30	591	608
25/02/20	Confirmado un caso de coronavirus en Barcelona	93	1.100	720
26/02/20	El Comité Olímpico Internacional abre la puerta a la cancelación de los Juegos por el coronavirus	32	458	264
27/02/10	La mascarilla para protegerse del coronavirus no es eficaz con barba, bigote o patillas	114	650	356
28/02/20	Sanidad eleva a 32 los casos positivos de coronavirus en España.	34	203	161
28/02/20	La OMS eleva a «muy alta» la amenaza internacional que supone la epidemia de coronavirus	26	288	208

TABLA 9: *tweets* con más alcance de la cuenta de El mundo en febrero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

En **marzo** se publican un total de 403 *tweets*. En cuanto al promedio interacciones, se obtuvieron 33 comentarios, 204 *retweets* y 312 *likes*, entre los cuales destacan los mencionados a continuación:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
01/03/20	El coronavirus: Ascenden los casos confirmados de coronavirus en España a 69.	559	525	388

03/03/20	Valencia anuncia que un paciente con coronavirus falleció el 13 de febrero	138	723	446
07/03/20	Un alumno del colegio de la Princesa Leonor, contagiado de coronavirus	164	1.000	1.000
09/3/20	Largas colas y falta de productos en algunos supermercados de Madrid después de que Ayuso anunciara que cierra colegios, universidades y guarderías durante 15 días	523	5.700	3.300
09/03/20	La Comunidad de Madrid cierra guarderías, colegios y Universidades	55	533	378
12/03/20	Santiago Abascal también da positivo en el coronavirus	239	3.100	2.700
13/03/20	Mercadona da una prima a sus trabajadores del 20% por el «esfuerzo que están realizando»	620	6.700	2.140
14/03/20	La mujer del presidente del Gobierno da positivo por coronavirus	240	1.100	922
18/03/10	Cacerolada, pitos y gritos de 'fuera' al Rey en los balcones mientras daba su mensaje a la nación por el coronavirus	532	686	1.200
21/03/20	Cacerolada en señal de protesta por cómo está gestionando el Gobierno la crisis del coronavirus	254	2.800	4.400
21/03/20	Una multitudinaria cacerolada ha resonado este sábado en varios distritos de Madrid contra el Gobierno central por su gestión en la crisis del coronavirus, que ha sido seguida también en toda España	520	3.100	5.400

22/03/20	Ayuso pide a Sánchez que el Gobierno no bloquee dos aviones con material sanitario para Madrid	235	1.800	4.100
24/03/20	Cerca de 300 pacientes aplauden como muestra de gratitud al personal sanitario que les atiende en el hospital de campaña montado en IFEMA	87	3.000	9.400
25/03/20	Decathlon bloquea la venta de escafandras para donarlas a los hospitales	74	2.300	6.400
27/03/20	Así es el sistema de oxígeno construido para el Hospital de campaña de IFEMA en solo 3 días. Un grupo de bomberos y héroes anónimos participaron en su construcción.	43	810	2.200

TABLA 10: *tweets* con más alcance de la cuenta de El mundo en marzo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

A lo largo del mes de **abril** de 2020 se publicaron un total de 279 *tweets*. En cuanto a las noticias destacadas, se compartieron una media de 51 comentarios, 252 *retweets* y 333 *likes*. Entre las noticias destacadas, señalamos las que se muestran en la *tabla 11*:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
03/04/20	Turquía requisita los respiradores de España para sus propios enfermos y el Gobierno los da por perdidos	1.600	7.800	3.900
03/04/20	Investigadores australianos demuestran que un fármaco antiparasitario mata al coronavirus en 48 horas	79	2.200	3.600
06/04/20	Los enterramientos por coronavirus en Castilla-La Mancha casi triplican los datos oficiales	79	1.300	961
06/03/20	Encerrados en la residencia para salvar a sus ancianos: «No vamos a permitir que se mueran»	50	558	2.400
11/04/20	Este anuncio sobre la distancia social para evitar el contagio de coronavirus	27	1.700	2.600

	se ha vuelto viral en las redes			
13/04/20	Con un sistema sanitario desgastado por años de austeridad, su gobierno apostó por anticiparse a la epidemia con medidas tempranas. Hoy tiene tan sólo 2.114 casos positivos y 98 muertos	154	3.600	5.900
13/04/20	El Gobierno compra 20 millones de euros en mascarillas a un empresario con sociedades 'off shore' en Malta.	161	1.100	1.000
16/04/20	Inés Arrimadas denuncia que Pedro Sánchez no le propuso nada durante su videoconferencia de 40 minutos	320	1.000	1.300
17/04/20	Las primeras batas sanitarias de Zara llegan a los hospitales	60	1.100	3.100
20/04/20	Kenna, Eileen, Tamia, Kylie, Rose, Daphne, Britnney... Facebook investiga cientos de cuentas falsas que elogian al Gobierno	494	3.700	4.200
25/04/20	La petición de Víctor, enfermero en UCI: «No se nos están haciendo los test, no es justo, me gustaría que nos ayudéis una vez más y que este domingo no salgáis a la ventana, que el silencio sea la voz de los sanitarios»	202	5.300	6.700
27/04/20	La OMS: «El mundo tenía que haber escuchado. Lanzamos la emergencia mundial el 30 de enero»	88	1.500	2.000

TABLA 11: *tweets* con más alcance de la cuenta de El mundo en abril de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Finalmente, durante los dos primeros días de **mayo**, se registraron un total de 12 *tweets* acerca del tema y una estabilización de las interacciones sobre el coronavirus, alcanzando un promedio de 26 comentarios, 82 *retweets* y 133 *likes* en dos días. A continuación, se muestran las noticias que tuvieron más interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/05/20	Ayuso compara el coronavirus con una guerra: «Debemos nuestras vidas a muchos héroes»	32	62	214

	cuyos nombres nunca se sabrán»			
02/05/20	EE. UU. aprueba el antiviral remdesivir, el primer fármaco del mundo contra el coronavirus	11	265	439

TABLA 12: *tweets* con más alcance de la cuenta de El mundo en mayo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

5.3. Antena 3 Noticias

La cuenta de Antena 3 Noticias publicó un total de 1.044 *tweets* entre finales de enero y principios de mayo, convirtiéndose en la cuenta con más información compartida a través de la plataforma Twitter.

Durante los últimos días del mes de **enero** de 2020, Antena 3 Noticias realizó 23 publicaciones acerca del coronavirus. Alcanzando una media de 5 reacciones a comentario, 577 *retweets* y 67 *likes*. Las noticias que más reacciones han tenido a lo largo de este mes han sido:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
30/01/20	ÚLTIMAHORA: La OMS declara la emergencia internacional ante el rápido aumento de los pacientes afectados por el coronavirus	17	379	325
31/01/20	El paciente es uno de los cinco alemanes aislados en el Hospital de La Gomera que estuvo en contacto en su país con una persona afectada por el coronavirus	26	295	284
31/01/20	Confirmado un caso de coronavirus en un turista alemán en La Gomera	25	772	431

TABLA 13: *tweets* con más alcance de la cuenta de Antena 3 Noticias en enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Durante el mes de **febrero** se publicaron un total de 231 *tweets* relacionados con la crisis sanitaria. A pesar de la cantidad de *tweets* publicados, las medias en las

interacciones bajaron significativamente, obteniendo unos resultados medios de 5 interacciones por comentarios, 33 *retweets* y 35 *likes* a las noticias. A continuación, se muestran las publicaciones con más cantidad de interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
01/02/20	Las sospechas de algunos expertos podrían confirmarse: trabajadores chinos aseguran que la cifra de enfermos por coronavirus es mayor de la que dice el Gobierno y que hay cuerpos sin registrar	6	119	142
12/02/2020	#ÚLTIMAHORA: Cancelado el Mobile World Congress de Barcelona por el coronavirus #MWC2020 http://atres.red/h4dlr1	19	207	199
22/02/2020	Posible caso de coronavirus en Bilbao: un hombre recién llegado de Italia podría estar contagiado	36	331	199
22/02/20	Nuevo posible caso de coronavirus en España: una mujer riojana que recientemente ha estado en Milán	15	155	139
24/02/20	Tercer caso de coronavirus en España: un paciente italiano ingresado en Tenerife	65	625	593
25/02/20	Sanidad confirma un nuevo caso positivo de coronavirus en Castellón	27	242	244
26/02/20	En plena crisis por el #coronavirus, las mascarillas desplazan al satisfayer como producto más vendido en Internet	26	347	479

TABLA 13: *tweets* con más alcance de la cuenta de Antena 3 Noticias en enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

A lo largo de **marzo**, Antena 3 Noticias publicó un total de 524 *tweets* relacionados con el coronavirus, cuyo promedio de interacciones fue de: 12 comentarios, 65 *retweets* y 116 *likes*. En la tabla siguiente se muestran los significativos resultados que obtuvo durante el mes de confinamiento nacional:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
04/03/20	Murcia resiste al coronavirus	341	2.200	4.200
08/04/20	Madrid limita las visitas a las residencias de mayores a las «estrictamente necesarias» por el #coronavirus	19	220	439
10/03/20	Ximo Puig: «Lo más importante es minimizar las aglomeraciones. La medida es aplazar la celebración a cuando la situación sanitaria lo permita»	42	237	406
11/03/20	La Organización Mundial de la Salud califica el brote de #coronavirus como una pandemia	30	541	484
12/03/20	China tiende la mano a Europa ante la crisis del #coronavirus. Desde la Embajada de China en España anuncian que han enviado un lote de suministros médicos con 1,8 millones de mascarillas y 100.000 reactivos #covid_19 http://atres.red/7hc0r	14	305	581
13/03/20	La OMS llama la atención de Europa por haber sido lenta en su reacción	21	269	702
14/03/20	Buenas noticias contra el coronavirus: así es la vacuna que ya se ha probado que funciona contra el #COVID—19	50	750	1.100
14/03/20	Begoña Gómez, esposa de Pedro Sánchez, contagiada por coronavirus	270	1.400	1.800
14/03/20	El ejército tiene preparado un plan de intervención rápida	26	354	815

	por el coronavirus			
17/03/20	Más cerca de la cura del coronavirus: China anuncia que ya tiene una vacuna contra el coronavirus	346	6.500	14.200
23/03/20	Amancio Ortega propuesto como Premio Princesa de Asturias de la Concordia por sus donaciones en plena crisis del #coronavirus	378	1.800	7.400
26/03/20	China está registrando un inusitado aumento de peticiones de divorcio tras pasar varias semanas confinados	14	234	386

TABLA 13: *tweets* con más alcance de la cuenta de Antena 3 Noticias en enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

A lo largo del mes de **abril**, la cuenta de Antena 3 Noticias compartió un total de 256 *tweets*. El promedio de interacciones está en 24 comentarios, 59 *retweets* y 69 *likes*. Seguidamente se muestran los *tweets* más relevantes de este mes:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/04/20	España es el país de Europa con más recuperados por #coronavirus, con casi 27.000. En las últimas 24 horas se han curado 4.096 enfermos	23	146	291
02/04/20	La sanidad privada advierte de que no se están usando los recursos que ellos disponen: tienen 2.200 camas de UCI libres	10	130	140
06/04/20	El malestar entre los sanitarios por tener que reincorporarse sin confirmar el negativo de coronavirus a los siete días lleva a Sanidad	9	39	114

	a dar marcha atrás a la medida			
06/04/20	15 de las 17 comunidades autónomas españolas ya dan muestras de estar controlando la epidemia del coronavirus	9	43	175
07/04/20	Llega a Madrid un tren de China con 110.000 mascarillas y 766 trajes de protección	21	59	201
09/04/20	La OMS señala que la gravedad del coronavirus es 10 veces superior a una gripe común	37	143	190
10/04/20	La OMS alerta del riesgo de levantar el confinamiento demasiado pronto	19	222	349
11/04/20	Se aplana la curva de coronavirus, el pico ya ha pasado y España es líder en personas recuperadas	150	182	619
15/04/20	China pone fecha a una segunda ola de contagios por coronavirus: se producirá en noviembre	48	461	259
19/04/20	Polémicas palabras del jefe del Estado Mayor de la Guardia Civil: «Trabajamos para minimizar el clima contrario a la gestión de crisis por parte del gobierno»	138	389	486
24/04/20	Fernando Simón no ve necesario hacer pruebas masivas a la población por el coronavirus	2.700	3.600	1.400
24/04/20	A partir del 2 de mayo se	167	2.400	2.100

	podrá salir a hacer deporte si «la evolución de la epidemia es favorable» http://atres.red/tutgt13			
--	--	--	--	--

TABLA 16: *tweets* con más alcance de la cuenta de Antena 3 Noticias en abril de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Finalmente, durante los dos primeros días del mes de **mayo**, Antena 3 Noticias publicó un total de 10 publicaciones. El promedio de interacciones equivale a 27 comentarios, 75 *retweets* y 124 *likes*. A continuación, se muestran las publicaciones destacadas:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
01/05/2020	Investigadores del Centro Nacional de Biotecnología (CNB), del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), iniciarán la próxima semana los ensayos preclínicos con animales un candidato a vacuna contra el COVID-19	21	92	183
02/05/20	Estas son las predicciones de los investigadores para España y otros países	70	146	167
02/05/20	El aforo de los bares en la fase 1 de desescalada por coronavirus se amplía del 30 % al 50 %	44	261	315

TABLA 17: *tweets* con más alcance de la cuenta de Antena 3 Noticias en mayo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

5.4. Radio Televisión Española Noticias

La cuenta de Radio Televisión Española Noticias (de ahora en adelante RTVEN) realizó un total de 1.019 publicaciones durante los meses que abarca este estudio.

Durante el 30 y el 31 de **enero**, hizo un total de 11 publicaciones, obteniendo un promedio de 24 comentarios, 460 *retweets* y 211 *likes*. En la tabla siguiente se muestra la publicación que obtuvo mayor número de interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
31/01/20	Se confirma el primer caso de coronavirus en España en la isla canaria de La Gomera	273	5.400	2.400

TABLA 18: *tweets* con más alcance de la cuenta de Radio Televisión Española Noticias en enero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

A lo largo del mes de **febrero**, la cuenta publicó un total de 151 comentarios, con una media de interacciones de 3 comentarios, 22 *retweets* y 22 *likes*. En la *tabla 19* se recogen los *tweets* con mayor número de interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
25/02/20	Se confirma un nuevo caso de coronavirus en Villareal (Castellón).	40	314	153
25/02/10	La expansión del coronavirus y algunas palabras como pandemia, tasa de letalidad o cuarentena activan la alarma social.	17	192	145
29/02/20	Fernando Simón, director del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias: «En España tenemos ahora mismo 46 casos, incluyendo los dos casos dados de alta y fuera de riesgo»	52	258	305

TABLA 19: *tweets* con más alcance de la cuenta de Radio Televisión Española Noticias en febrero de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

Durante el mes de **marzo** se publicaron 523 *tweets*. El promedio de interacciones fue de 9 comentarios, 45 *retweets* y 53 *likes*. En la tabla siguiente se muestran los *tweets* con más interacciones:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
01/03/20	Fernando Simón, director del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias: «En España tenemos, ahora mismo, 73 casos identificados. Dos de ellos son los casos recuperados»	88	271	295
02/03/20	Fernando Simón: Pediría que, a cualquier persona que tenga sintomatología respiratoria, no acuda a eventos masivos. «Pero esta recomendación no es solo aplicable por el #Coronavirus19, debería ser recomendable en cualquier momento»	19	188	247
03/03/20	Los eventos deportivos que se celebren con alta presencia de aficionados que provengan de zonas de riesgo por el coronavirus - Cuatro zonas afectadas de Italia, China, Japón, Corea del Sur, Irán y Singapur- se jugarán a puerta cerrada	18	128	67
06/03/20	Moscú decreta la alerta por coronavirus y considera a España como uno de los países «de alto riesgo».	56	349	293
08/03/20	Desde hace días, los casos de coronavirus en China bajan mientras suben en el resto del mundo, pero el país asiático sigue manteniendo la cuarentena y las restricciones	14	212	402
12/03/20	Guillén del Barrio, enfermero del Hospital de la Paz, dice que «hay falta de material y que faltan equipos de protección»	426	1.200	1.400
13/03/20	En China cumplen hoy 50 días de medidas de aislamiento por el #Covid_19. Nuestra corresponsal @mavidonate y sus compañeros saben lo que es vivir así y tienen un mensaje para nosotros: «No es fácil pero sí necesario» #Quédateentucasa	20	675	844

	https://rtve.es/noticias/coronavirus-covid-19/ Cámara de video @Jaime_CastroG			
16/03/20	Macron anuncia la suspensión de las facturas de agua y electricidad para paliar las consecuencias económicas de la cuarentena en la vida cotidiana de los franceses.	289	4.500	5.500
23/03/20	Tedros Adhanom, presidente de la OMS: «Tenemos que hacer mucho más para proteger a los trabajadores sanitarios.»	121	1.600	1.800
28/03/20	José Ángel González, sobre los medios de protección frente al #Covid_19 de la Policía: «Hay medios de protección [...] Hace dos meses el director general de Policía nos encargó la compra de mascarillas y guantes»	214	1.100	914
30/03/20	La OMS cree que Italia y España podrían haber alcanzado el pico de la epidemia o estar muy cerca de hacerlo.	49	528	1.000

TABLA 20: *tweets* con más alcance de la cuenta de Radio Televisión Española Noticias en marzo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

En **abril**, RTVE Noticias publicó 316 *tweets*, obteniendo una media de 10 comentarios, 29 *retweets* y 38 *likes* en sus publicaciones. En la tabla siguiente se muestran los *tweets* con más apoyo:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/04/20	El Gobierno pide a las universidades que estén preparadas para finalizar el curso de forma 'online' https://rtve.es/n/2011090	14	364	208
05/04/20	Los casos confirmados en el estado de Nueva York han aumentado hasta 122.031, un incremento de 8.327 respecto al balance anterior	21	359	604
10/04/20	El primer ministro de Italia, Giuseppe Conte, ha anunciado	48	664	574

	la extensión del confinamiento hasta el 3 de mayo.			
18/04/20	El mapa mundial del coronavirus: más de 2,2 millones de casos y más de 154.000 muertos en todo el mundo	39	360	636
28/04/20	La OCDE corrige su clasificación de países con más test de coronavirus y sitúa a España por debajo de la media.	116	566	439

TABLA 21: *tweets* con más alcance de la cuenta de Radio Televisión Española Noticias en abril de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

A lo largo del 1 y 2 de **mayo**, RTVEN publicó un total de 18 *tweets*. El promedio de interacciones es de 13 comentarios, 61 *retweets* y 82 *likes*. A continuación, se muestran las publicaciones con mayor alcance:

Fecha	Noticia	Comentarios	Retweets	Likes
02/05/20	Italia sufre un repunte con 474 muertos a dos días de empezar la desescalada	27	278	216
02/05/20	El uso de mascarillas será obligatorio en los transportes públicos desde el 4 de mayo	28	409	666

TABLA 22: *tweets* con más alcance de la cuenta de Radio Televisión Española Noticias en mayo de 2020 respecto al coronavirus. Elaboración propia

5.5. Análisis de los datos por meses

Tras haber realizado un análisis cualitativo acerca de los datos recogidos por los cuatro diferentes medios propuestos, procederemos a exponer detalladamente la calidad de información durante los meses de enero a mayo. El objetivo primordial de esta sección es la comparación de las cuentas de Twitter de El País, El Mundo, Antena 3 Noticias y Radio Televisión Española Noticias. De este modo, seleccionaremos días clave para analizar las publicaciones en la plataforma anteriormente mencionada.

5.5.1. Enero de 2020

Durante el mes de enero destacó el *tweet* de la Organización Mundial de la Salud que declaraba la emergencia internacional ante el coronavirus. Lo sorprendente es que, ante una noticia tan trascendental, fueron tres de las cuatro cuentas analizadas las que publicaron acerca de lo ocurrido: El Mundo, Antena 3 Noticias y Radio Televisión Española, quedando El País al margen. A continuación, se muestran los *tweets* publicados por estas cuentas:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El Mundo	30 de enero de 2020	La OMS declara la Emergencia de Salud Pública Internacional por el brote de coronavirus
Antena 3 Noticias	30 de enero de 2020	ÚLTIMAHORA: La OMS declara la emergencia internacional ante el rápido aumento de los pacientes afectados por el coronavirus
Radio Televisión Española Noticias	30 de enero de 2020	ÚLTIMA HORA: La OMS declara la emergencia internacional por el coronavirus de Wuhan

TABLA 23: *tweets* publicados por las diferentes cuentas en Twitter. Elaboración propia

5.5.2. Febrero de 2020

En febrero, a pesar de que la OMS hubiese advertido de la situación complicada por la que se estaba atravesando, el periódico El País fue la única cuenta que trató de gripe estacional a la COVID-19:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El País	6 de febrero de 2020	En la sala había pacientes en sillas con goteros, personas tosiendo tan fuerte que llegaban a la arcada, niños corriendo y gente gritando. Así es pasar una noche en Urgencias durante el mayor pico de gripe en Madrid en cuatro años

TABLA 24: *tweets* publicados por El País calificando de gripe la Covid-19. Elaboración propia

El 7 de febrero de 2020 se baraja la posibilidad de tres posibles casos en las Islas Baleares. Otra vez más, son solo dos periódicos quien lo notifican (El Mundo y Antena 3 Noticias).

Cuenta	Fecha	Tweet
El Mundo	7 de febrero de 2020	Baleares investiga tres posibles casos de tres viajeros residentes en Marratxí que estuvieron en contacto con una persona británica contagiada
Antena 3 Noticias	7 de febrero de 2020	Ingresado en Mallorca un viajero procedente de Reino Unido y que ha estado en contacto con un infectado por coronavirus

TABLA 24: *tweets* publicados por las cuentas de El Mundo y A3N sobre los primeros casos en las Baleares. Elaboración propia

El 25 de febrero de 2020 la OMS pasa de clasificar la situación de «epidemia» a «pandemia». Ante esta noticia tan solo El Mundo *tweetea* acerca de este hecho:

Cuenta	Fecha	Tweet
El Mundo	25 de febrero de 2020	La OMS alerta por primera vez sobre «una eventual pandemia» por coronavirus

TABLA 25: *tweet* de El Mundo sobre la pandemia por coronavirus. Elaboración propia

El 27 de febrero de 2020 se detectan nuevos casos de coronavirus en Valencia. Curiosamente, todas las cuentas publican acerca esta noticia, pero con discrepancia de números. A continuación, se muestran las discrepancias de cifras:

Cuenta	Fecha	Tweet
El País	27 de febrero de 2020	ÚLTIMA HORA: Detectados tres casos de coronavirus en Valencia
El Mundo	27 de febrero de 2020	Seis nuevos casos de coronavirus en la Comunidad Valenciana
Antena 3 Noticias	27 de febrero de 2020	Sanidad confirma seis nuevos casos de coronavirus en la Comunidad Valenciana. La cifra en España se eleva a 22 casos
RTVE Noticias	27 de febrero de 2020	25 casos positivos por coronavirus en España (incluidos 2 curados): • Madrid 4 • Comunidad Valenciana 8 • Canarias 6 • Cataluña 3 • Baleares 1 • Andalucía 1 • Castilla y León 2 (Segovia y Valladolid)

TABLA 26: *Tweets* de las diferentes cuentas sobre los casos detectados en Valencia. Elaboración propia

Continuando con el análisis de cifras, el 28 de febrero cada cuenta publicó diferentes números de casos:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El País	28 de febrero de 2020	ÚLTIMA HORA: Los contagios activos por coronavirus en España se elevan a 39 personas en España, al sumar dos nuevos casos en Madrid y los dos primeros en Euskadi
El Mundo	28 de febrero de 2020	La cifra de infectados en España se eleva a 38, entre ellos dos médicos y una enfermera
Antena 3 Noticias	28 de febrero de 2020	Sanidad ha contabilizado «hasta el momento 32 casos positivos de coronavirus en España que se encuentran en buenas condiciones»
Radio Televisión Española Noticias	28 de febrero de 2020	A esta hora son 33 los casos de coronavirus detectados en España. Las autoridades sanitarias hacen un llamamiento a la tranquilidad

TABLA 27: *tweets* de las diferentes cuentas sobre las variaciones de cifras (28/02).
Elaboración propia

Finalmente, el 29 de febrero se repiten las discrepancias en cuanto a las cifras, cada medio de comunicación publica un número diferente de contagiados:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El País	29 de febrero de 2020	España supera los 50 contagiados por el coronavirus. Este es el plan entre las comunidades ahora mismo
El Mundo	29 de febrero de 2020	Un caso en Asturias eleva a 52 los contagiados en España, en Italia se registran ya más de un millar y seguirán cerrados colegios y universidades, mientras Francia prohíbe las aglomeraciones.
Antena 3 Noticias	29 de febrero de 2020	Un nuevo caso de coronavirus en Tenerife aumenta la cifra total de contagiados en España a 51

RTVE Noticias	29 de febrero de 2020	España suma 56 contagios activos por coronavirus, tras detectarse en las últimas horas 18 nuevos casos en la Comunidad Valenciana, Madrid, Cataluña, País Vasco, Baleares, Canarias, Asturias, Cantabria y Navarra
---------------	-----------------------	--

TABLA 27: *tweets* de las diferentes cuentas sobre las variaciones de cifras (29/02).

Elaboración propia

5.5.3. Marzo de 2020

El 2 de marzo de 2020, Sanidad publica un número confirmado de contagios. Cada medio lo interpreta de diferente manera:

Cuenta	Fecha	Tweet
El País	2 de marzo de 2020	Mapa de expansión y claves para entender el coronavirus de Wuhan: Qué es, cómo se transmite, población más vulnerable y dimensiones del contagio. Sanidad ha confirmado 119 casos en España
El Mundo	2 de marzo de 2020	Más de 120 infectados en España, uno de ellos un policía en León
Antena 3 Noticias	2 de marzo de 2020	España supera los 115 casos de coronavirus después de que se hayan duplicado los contagios en Madrid en un solo día. Te lo estamos contando en #Noticias2A3N con @VicenteVallesTV y @saez_mjose
RTVE Noticias	2 de marzo de 2020	Fernando Simón: «En España, tenemos identificados alrededor de 115 casos, distribuidos en muchas comunidades autónomas»

TABLA 27: *tweets* de las diferentes cuentas sobre las variaciones de cifras (02/03).

Elaboración propia

A lo largo del 6 de marzo, se hace recuento del número de fallecidos hasta el momento en España, cada periódico registra números diferentes:

Cuenta	Fecha	Tweet
El País	6 de marzo de 2020	ÚLTIMA HORA: Muere un hombre de 91 años con coronavirus en Madrid, el sexto fallecido con coronavirus en España
El Mundo	6 de marzo de 2020	Séptimo muerto en España: un paciente en Madrid

Antena 3 Noticias	6 de marzo de 2020	Un hombre de 91 años que ha dado positivo en #coronavirus ha fallecido este viernes en Madrid. Se trata del sexto fallecido en España en relación con la epidemia
RTVE Noticias	6 de marzo de 2020	Un hombre en Leganés, Madrid, séptimo fallecido con coronavirus en España. Es la cuarta muerte registrada hoy.

TABLA 28: *tweets* de las diferentes cuentas sobre las variaciones de cifras (06/03).
Elaboración propia

El 12 de marzo se toma la decisión de confinar la población de Igualada. Este será la primera localidad confinada en España. Es así como dos medios publican en Twitter la noticia:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El País	12 de marzo de 2020	Cataluña confina a la población de Igualada y tres municipios (en total, más de 60.000 personas) a partir de las 12 de esta noche. Son las primeras localidades aisladas en España
El Mundo	12 de marzo de 2020	Cataluña confina a 60.000 vecinos de Igualada y otras tres poblaciones por un brote de coronavirus

TABLA 28: *tweets* de las diferentes cuentas sobre el primer confinamiento por localidades.
Elaboración propia

Al día siguiente se notifican 190 casos nuevos e incrementa el número de casos en la comunidad de Madrid. El País y RTVE Noticias son los medios que *tweetean* acerca la noticia:

Cuenta	Fecha	<i>Tweet</i>
El País	13 de marzo de 2020	Cataluña ha notificado 190 casos nuevos y eleva a 509 los casos detectados en la comunidad. De ellos, 35 personas están graves y seis personas han fallecido. A nivel nacional, según el recuento de las comunidades, ya hay 4.483 infectados
RTVE Noticias	13 de marzo de 2020	El departamento de Salud de Cataluña informa de 190 nuevos casos de COVID-19.

TABLA 30: *tweets* de las diferentes cuentas sobre el incremento del número de casos.
Elaboración propia

El 21 de marzo se informa de que el Gobierno ha adquirido test rápidos que permitirían conocer el resultado en 15 minutos. Tan solo El País y el Mundo publican acerca esta noticia:

Cuenta	Fecha	Tweet
El País	21 de marzo de 2020	España ha adquirido más de 640.000 test rápidos del coronavirus que permitirán conocer el resultado en solo 15 minutos
El Mundo	21 de marzo de 2020	El Gobierno compra 700 respiradores y 640.000 test rápido

TABLA 31: *tweets* de las diferentes cuentas sobre la adquisición de test rápidos.
Elaboración propia

5.5.4. Abril de 2020

Durante el mes de abril se aprecia una reducción del número de *tweets* en comparación con el mes de marzo. A continuación, se muestran los datos sobre el número de casos registrados el 12 y el 13 de abril.

Cuenta	Fecha	Tweet
RTVE Noticias	12 de abril de 2020	El mapa del coronavirus en España: 17.100 muertos y más de 166.000 casos
El País	13 de abril de 2020	En total en España, hay 169.496 casos registrados de contagiados por el coronavirus. Se calcula que unos 25.000 son sanitarios, y 14.000 profesionales de fuerzas de seguridad. Quedarían unos 130.000 casos por explicar

TABLA 32: *tweets* de RTVN y El País sobre los casos registrados el 12 y 13 de abril.
Elaboración propia

Como podemos observar, las cuentas de RTVEN y El país fueron las únicas en publicar los datos de los casos registrados hasta el momento. Además, se puede observar cómo RTVE reduce la cifra original que son 169.469.

El 22 de abril se informa de que el Gobierno ha comprado a través de un intermediario mascarillas falsas. Esta noticia se publica exclusivamente en la cuenta de El Mundo:

Cuenta	Fecha	Tweet
El Mundo	22 de abril de 2020	El mapa del coronavirus en España: 17.100 muertos El Gobierno contrató por 31 millones de euros al intermediario en la compra de las mascarillas 'fake' contra el coronavirus

TABLA 33: *tweet* publicado por el mundo acerca de las mascarillas falsas.
Elaboración propia

5.5.5. Mayo

Entre los dos días analizados de **mayo**, cabe destacar el *tweet* publicado el 1 de mayo sobre el número de fallecimientos hasta el momento. A pesar de que los únicos medios que comunican la noticia son El País y El Mundo.

Cuenta	Fecha	Tweet
El País	1 de mayo de 2020	El recuento de muertes diarias por coronavirus disminuye y el ritmo de contagios se mantiene. La cifra diaria de fallecidos por la covid-19 en el país en las últimas 24 horas ha sido 268, frente a los 285 registrados el día anterior
El Mundo	1 de mayo de 2020	Fernando Simón da las cifras del día sobre el coronavirus: 281 nuevos fallecidos en las últimas 24 horas

TABLA 34: *Tweet* publicado por El País y El Mundo sobre el número de fallecimientos.
Elaboración propia

6. CONCLUSIÓN

6.1. Conclusiones del análisis

Tras haber analizado la cantidad de *tweets* publicados por los diferentes medios de comunicación y teniendo en cuenta el número de seguidores de cada cuenta, el nivel de interacciones por cada noticia día a día durante los cuatro meses, y la calidad informativa, concluimos que:

- Twitter es la mayor herramienta de información en el siglo XXI, puesto que la sociedad ha ido evolucionando hacia un estilo de vida rápido caracterizado por la obtención de resultados instantáneos. Es así como hay una tendencia al alza de obtener información de última hora a través de diferentes redes sociales: Instagram (mediante sus historias o publicaciones); Facebook (por las publicaciones de última

hora de los periódicos) y Twitter (por la diversidad opciones de obtener información, como por ejemplo a través del *trending topic*, los hilos e incluso la continua cascada de información por parte de todas las cuentas, que publican cada pocos minutos). Por ello, Twitter ha sido la red social protagonista de la pandemia.

- En un momento de crisis donde hay intereses políticos, la transmisión de la información a la población es uno de los aspectos más importante y que más han flaqueado por parte de los medios que hemos analizado debido al consumo de información de los usuarios por la fiabilidad de las cuentas. Mientras que El País es la cuenta con más número de seguidores de las cuatro (7,9 millones) realizó un total de 531 publicaciones durante los meses analizados; por otro lado, El Mundo registró un total de 815 *tweets*. En cuanto a Antena 3 Noticias y a pesar de que tenga un menor número de seguidores que las anteriores (1,9 millones), llegó a *tweetear* 1.044 veces sobre el coronavirus, obteniendo el mayor número de interacciones. Por último, RTVE Noticias publicó 1.019 *tweets* pero su nivel de interacciones medio por parte de los usuarios era 20 *retweets* y 25 *likes*. Por lo tanto, aunque el nivel de seguidores influye en los datos logrados, no es tan relevante como el número de interacciones obtenido, pues eso implica que los seguidores se fían de su principal fuente de información.
- Es posible observar en las tablas del apartado 5.5 *Discusión* que los medios de comunicación variaban las cifras y los datos a pesar de tratarse de la misma noticia publicada el mismo día, por lo que efectivamente, existe cierta manipulación por parte de las cuentas analizadas.
- La desinformación ha desempeñado un papel muy importante en este ámbito. En relación con la cantidad de *tweets* publicados diariamente durante los meses analizados, concluimos que Antena 3 Noticias ha sido líder informativo en este campo.
- El número de *tweets* publicados por las diferentes cuentas en la red social en ese periodo de tiempo, como la incoherencia de información entre las diferentes cuentas han formado parte de la manipulación y la desinformación.

6.2. Reflexiones, limitaciones y futuras líneas de investigación

Al inicio de este trabajo de investigación se estableció como objetivo principal analizar meticulosamente la información publicada por cuatro medios de comunicación (los

tratados en este trabajo) en las diferentes redes sociales (Twitter y Facebook), con el fin de dar una respuesta a las numerosas noticias que se compartían sobre la manipulación de los medios de comunicación durante el coronavirus. De esta forma, podríamos haber realizado un estudio detallado sobre el tratamiento de la información en las redes sociales, el nivel interacciones entre sus seguidores, la manipulación y/o el «embellecimiento de la verdad» a través del *framing*.

El carácter de este estudio está centrado en dar respuesta a las preguntas sobre la manipulación informativa durante el coronavirus. Por ese motivo, decidimos enfocarnos en la gestión de la crisis por parte de los medios de comunicación en Twitter. Ante la situación de la que somos partícipes, la crisis de la COVID-19 pasó de ser, en una primera etapa, una crisis sanitaria, a convertirse en una crisis social, humanitaria y económica. Por ese motivo, consideramos que la gestión del Gobierno y su transparencia influenciaron en la forma de redactar los titulares y de transmitir las noticias por parte de los diferentes medios de comunicación.

La naturaleza de un Trabajo de Fin de Grado limita la investigación del tema por un motivo principal: el tiempo, por lo que nos hemos visto obligados a reducir a una la plataforma, seleccionando finalmente Twitter por su carácter informativo y la inmediatez de sus mensajes. Sin embargo, a pesar de que el tiempo haya sido un condicionante, no ha influido en el estudio del tema, lo que nos ha permitido ser fieles a nuestras convicciones y mantener en todo momento la estructura y la forma que se pretendía dar desde el diseño de este TFG.

Una crisis es un fenómeno impredecible, irremediable y que afecta a todos los sectores en el momento exacto que tiene lugar. El objetivo de la comunicación de crisis es reducir la incertidumbre, mantener una excelente comunicación entre todos los cargos, ser transparente y honesto. Normalmente la comunicación de crisis va asociada a las organizaciones e instituciones y por ende deben gestionar, planificar e imaginar las consecuencias negativas que puede acarrear una crisis. De esta forma, es importante saber comunicar la información a los ciudadanos para no contribuir de esta forma a una crisis de comunicación interna.

Aunque hayamos contestado a las preguntas planteadas, nos han surgido otras y que

servirán para futuras líneas de investigación: ¿es Twitter la red social que contribuye más a la desinformación o a la manipulación de información? ¿son otras plataformas, como Facebook e Instagram fuentes de desinformación? ¿hasta qué punto la desinformación forma parte de las vidas de los usuarios en una situación normal? ¿son conscientes los consumidores de las diferentes cuentas de este fenómeno?

REFERENCIAS

Acinas Acinas, M. P. (2007). *Información a la población en situaciones de emergencia y riesgo colectivo*. Psychosocial Intervention, 16. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-05592007000300002

Amorós García, M. (2018). *Fake news: la verdad de las noticias falsas*. Barcelona, España: Plataforma Editorial.

Arias, R. (2019). Los 20 medios españoles con más seguidores en Twitter: La información. Recuperado el 10 de febrero, 2021, de: <https://www.lainformacion.com/233grados/los-20-medios-espanoles-con-mas-seguidores-en-twitter/6511848/>

Arribas, F., & Barberá, R. (2018). La Revolución Bolchevique: los orígenes de la propaganda y la manipulación de la opinión pública. *Historia y comunicación social*, 23(1). <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/59832>

Barlovento Comunicación. (2020). El consumo de televisión durante el estado de alarma. Barlovento Comunicación (consultoría visual y digital). Recuperado el 10 de febrero, 2021, de: <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/06/INFORME-BARLOVENTO-BALANCE-DEL-CONSUMO-DE-TV-DURANTE-EL-ESTADO-DE-ALARMA.pdf>

Benaissa Pedriza, S. (2018). Las redes sociales como forma de información periodística en la prensa digital española ('El País', 'El Mundo', 'La Vanguardia' y 'ABC'). *Universidad Complutense De Madrid*, 8, 13-42. <file:///C:/Users/blanc/Downloads/Dialnet-LasRedesSocialesComoFuenteDeInformacionPeriodistic-6711305.pdf>

Blavia Esquirol, A. (1992). *Evolución del pensamiento político*. Baruta, Venezuela: Equinocio.

Catalán-Matamoros, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. Communication on the COVID-19 pandemic in the digital age: disinformation, fake news and social media. *Revista Española De Comunicación En Salud. UC3M*. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5531>

- De Haro De San Mateo, M^a Verónica. (2013a). *La comunicación a través de la historia*. Madrid, España: ACCI. <https://books.google.es/books?id=N8HOBAAAQBAJ&pg=PT53&dq=imprensa+moderna+gutenberg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi-79-3vPfrAhUODxQKHTKtAwwQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=imprensa%20moderna%20gutenberg&f=false>
- _____ (2013b). *II La importancia de la tecnología en los avances de la comunicación a lo largo de la historia*. La Rioja, España: Visión Libros.
- Elías, C., & Catalan-Matamoros, D. (2020). Coronavirus in Spain: Fear of ‘Official’ Fake News Boosts WhatsApp and Alternative Sources. *Media and Communication*, 8. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3217>
- Ellul, J. (1965). *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf. New York, United States: Vintage Books.
- Espinosa Sánchez, N. (2020). Censura y manipulación informativa durante las primeras semanas de la crisis del Coronavirus en España. *La Razón Histórica*. 46, 39-62. <file:///C:/Users/blanc/Downloads/LRH46.6.pdf>
- Fernández de Buján, A. (2016). *Hacia un derecho administrativo, fiscal y medioambiental romano III*. Madrid, España: Dykinson, S.L.
- Fernández, R. (2020). Twitter: perfiles de medios de comunicación con más seguidores en España en 2020. Statista. Recuperado el 13 de febrero, 2021, de: <https://es.statista.com/estadisticas/518802/twitter-perfiles-de-medios-de-comunicacion-con-mas-seguidos-en-espana/>
- Fidalgo, M. (2006). Nota Técnica de Prevención 395: La conducta humana ante situaciones de emergencia: la conducta colectiva: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Recuperado el 17 de noviembre, 2021, de: www.mtas.es/insht/ntp/ntp_395.htm
- García, J. (2020). *La Gran Manipulación*. Madrid, España: La esfera.
- Goebbels, J. (1943). *Totaler Krieg*, Berlín, Alemania: Brittanica.
- Hao, K., & Basu, T. (2020). The coronavirus is the first true social-media “infodemic”: MIT Technology Review. Recuperado el 23 de noviembre, 2021, de: <https://www.technologyreview.com/2020/02/12/844851/>
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: 3.8 billion people use social media:we are social. Recuperado el 25 de febrero, 2021, de: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

- Lalo, A. (1990). *Informing the public on major technological risks: Communication strategies of the Bouches-du-Rhône campaign, April-June 1989*. London, England: Elsevier Science Publishers.
- Larson, H. (2020). Blocking information on Covid-19 can fuel the spread of misinformation: Nature. Recuperado el 13 de febrero, 2021, de: <https://www.nature.com/articles/d41586-020-00920-w>
- Lenin. (1901). *¿Qué hacer? Problemas candentes de nuestro movimiento*. Moscú, Rusia: Progreso.
- Levi, S. (2019). *#Fake you: Fake News y desinformación*. Barcelona, España: Rayo Verde Editorial.
- Lindel, M. K., & Perry, R. W. (1992). *Behavioral foundations of Community Emergency Planning: Research Gate*. Recuperado el 15 de enero, 2021, de: <https://psycnet.apa.org/record/1992-97657-000>
- Manvell, R. (2014). *Doctor Goebbels*. London, England: Tempus.
- Martínez Rodrigo, S. (2005). Lenguaje audiovisual y manipulación: Revista Científica de Comunicación y educación. Recuperado el 3 de marzo, 2021, de: <file:///C:/Users/blanc/Downloads/b15279649.pdf>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Barcelona, España: Paidós Ibérica, S.A.
- Milán, M. (2019). Las fake news siempre han existido, pero hoy en día se han visto catapultadas por las redes sociales: Universidad Complutense. Cultura Científica. Recuperado el 14 de noviembre, 2021, de: https://www.ucm.es/data/cont/docs/1334-2020-01-29-2020_01_not3.pdf
- Murdoch, D. (2020). The next once-a-century pandemic is coming sooner than you think – but COVID-19 can help us get ready: The conversation. Recuperado el 24 de marzo, 2021, de: <https://theconversation.com/the-next-once-a-century-pandemic-is-coming-sooner-than-you-think-but-covid-19-can-help-us-get-ready-139976>
- Nicolau, A. (1990). *Public information for major industrial accidents*. London, England: Elsevier Science Publishers.
- OMS. (2020). *Declaración sobre la segunda reunión del Comité de Emergencias del Reglamento Sanitario Internacional (2005) acerca del brote del nuevo coronavirus (2019-nCoV)*. [https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))
- OPS, & OMS. (2020). Entenderla *infodemia* y la desinformación en la lucha contra la COVID-19: Departamento de evidencia e inteligencia para la acción en salud.

- Recuperado el 2 de abril, 2021, de: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=14&isAllowed=y
- Ortíz Leroux, S. (2017). Demagogia. Obtenido de Voces de cultura de la legalidad Recuperado el 18 de noviembre, 2021, de: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/view/3649>
- Pazé, V. (2016). La demagogia, ayer y hoy. *Andamios, Revista de Investigación social*. 13(30), 113.-132.
- Pescanova. (2018). I estudio sobre el impacto de las fake news en España: Simple lógica. Recuperado el 19 de noviembre, 2021, de: <https://www.simplelogica.com/wp-content/uploads/2018/10/estudiopescanova.pdf>
- Reig, R. (2003). Los medios de comunicación al servicio de sí mismos: censura, información, públicos y alternativas. *Luces en el laberinto audiovisual*. <https://core.ac.uk/download/pdf/51394316.pdf>
- _____(2010). La crisis de 2008: el miedo como control y negocio ideológico-mediático. *Razón Y Palabra*, 22. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1148>
- Romero-Rodríguez, L. (2011). La manipulación informativa y la desinformación: La anomia de los receptores y el fomento de víctimas propiciatorias. Universidad de Almería.
- Rosa, I. (2008). *El país del miedo*. Barcelona, España: Seix Barral.
- Salas Abad, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. Obtenido de Historia y Comunicación social. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268>
- Saura Pérez, P. (2010). La comunicación de crisis como elemento clava de la comunicación empresarial. *Revista ICONO 14*, 24 (2). <https://doi.org/10.5209/hics.66268>
- Schütz, H., & Wiedemann, P. M. (2002). Hazardous Incident Information for the Public: Is it Useful?: *The Australasian Journal of Disaster and Trauma Studies*, 2000. <http://trauma.massey.ac.nz/issues/2000-2/schuetz.htm>
- Serrano, P. (2013). *Desinformación: como los medios ocultan el mundo*. Valencia, España: ediciones península.
- Sheldon, R. M. (2005). *Intelligence Activities in Ancient Rome. Trust in the Gods, but Verify*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Siegel, M. (2006). *Gripe Aviar. Todo lo que necesita saber sobre la próxima pandemia*. Barcelona, España: Amat Editorial.
- Tandoc, E. c. (2020,). "Commentary: how to stay sane in a time of Covid-19 information overload: CAN. Recuperado el 20 de marzo, 2021,

de: <https://www.channelnewsasia.com/news/commentary/covid-19-coronavirus-information-overload-fake-news-hoaxes-12595334>

Thelwall, M., & Levitt, J. (2020). Retweeting Covid-19 disability issues: risks, support and outrage. *El Profesional De La Información*, 29 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.16>

Udaondo, M. (2020). *Comunica: Las claves de la comunicación para el liderazgo*. Madrid, España: LID.