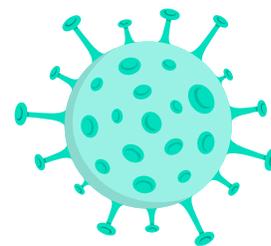


# Apuntes y comentarios sobre el valor de la noticia: caso COVID-19



*Notes and comments on the value of the news:  
COVID-19 case*

**María de la Cruz Ríos Rondón**

<https://orcid.org/0000-0002-5740-5987>

[maricroix@gmail.com](mailto:maricroix@gmail.com)

Teléfono de contacto: +52 15545247138

Escuela de Medios Audiovisuales

Facultad de Humanidades y Educación

Universidad de Los Andes

Mérida-Venezuela



Artículo recibido: 05/06/2020

Aceptado para publicación: 15/06/2020

## Resumen

El artículo que se presenta es una breve reflexión en el cual se examina elementos relacionados con el proceso comunicativo desde el lugar de la recepción. Como propósito fundamental, se busca tomar de los aspectos más relevantes del hecho noticioso, para contrastarlos con elementos referentes a la información. Así, se resalta el papel de una noticia y su significado en el proceso de la comunicación, contextualizando el hecho de mayor trascendencia a nivel global de este año 2020, como ha sido la cobertura dada al COVID-19 (SARS-CoV-2). Se considera también el avance que ha experimentado la comunicación de la mano de la tecnología, y su particular adecuación a los momentos actuales. Como resultado se sistematiza a través de las categorías de: salud, ciencia, educación, economía, política, empleo e impacto, el procesamiento de la noticia objeto de estudio.

**Palabras clave:** comunicación, internet, noticia, espectadores, Covid, información, verdad, televisión, sociedad.

## Abstract

This article is a reflection where aspects related to the communication process from the place of reception are examined. As a fundamental purpose, it seeks to reveal the most relevant aspects of the news event, in order to contrast them with elements referring to the information. So, the role of a new and its meaning in the communication process is highlighted, contextualizing the fact of greatest significance at the global level of this year 2020, such as the coverage given to COVID-19 (SARS-CoV-2). It is also considered the advance that communication has experienced thanks to technology, and its particular adaptation to current moments. As a result, it is systematized through the categories of: health, science, education, economy, politics, employment and impact, the processing of the news item under study.

**Keywords:** communication, internet, news, viewers, Covid, information, truth, television, society.

Author's translation.

## Método

---

Se ha sondeado el proceso comunicativo desde el escenario de la veracidad y el tratamiento de la noticia. Posteriormente se ha seleccionado la cobertura dada al COVID-19 (SARS-CoV-2) como noticia por su vigencia y actualidad, por su trascendencia, relevancia, por ser de interés general y por la proximidad entre las personas. El acercamiento al estudio de esta noticia, se basa la investigación cualitativa, con el método de observación directa en los medios. El caso de estudio, se rescata de la conducta observada en ocho agencias de noticias de la televisión seleccionadas para esta revisión: *France 24*, *RT en Español*, *DW en Español*, *Noticias Telemundo*, *Euro News*, *RTVE*, *RFI* y *CNN*, las cuales transmiten sus contenidos por suscripción, así como por internet, y que han salido al aire en transmisiones diarias de sus noticieros diurnos, en el lapso comprendido del 25 de marzo al 20 de Junio de 2020.

El medio seleccionado para la recepción de la noticia objeto del estudio para esta exploración, fue YouTube.

Uno de los focos de atención que también se han considerado para esta revisión, son destacados aspectos que están en el relieve de esta noticia como: el origen y consecuencia del virus, la vacuna, la economía de los países, procesos políticos, entre otros de mucha importancia.

## Comunicados o conectados

---

El proceso comunicativo bajo el cual interactúan todas las sociedades desde hace más de un siglo, es hoy en día universal, gracias a la globalización y a la sociedad de la información mundial. No se debe perder de vista, que la comunicación como proceso inherente al lenguaje, es tan antiguo como el ser humano, y con el advenimiento de internet, esto sigue siendo un proceso que nos acompaña, se perfecciona y se actualiza a velocidades expeditas.

Para comprender esto, es necesario resaltar inicialmente dos palabras del proceso comunicativo: comunicación y pseudo-comunicación. Pensar en ello, no permitirá rastrear lo que habita en el fondo de los mensajes e informaciones que circulan internacionalmente en los medios de comunicación, los cuales probablemente sean objeto de revisión a través del tamiz del extenso debate que en la actualidad ha cobrado inusitado protagonismo sobre lo que es verdad, su relación con la realidad, y lo que la circunda.

Para abordar lo que hay en torno al término pseudo-comunicación, es necesario separar ambas palabras para su revisión individual. Inicialmente nos remitiremos a la palabra griega “pseudos”, la cual se refiere a la mentira, la falsedad, la astucia, el error, el engaño, la ficción, etc., y para la cual, el uso y su aplicación, dependerá del contexto lingüístico en el cual se exprese.

Con relación a la palabra “comunicación” tenemos, a muy grandes rasgos y sustentados en los clásicos, lo referente a un proceso en el que se produce el intercambio de contenidos de orden inmaterial, entre un emisor y un receptor, con un mensaje en códigos que es transmitido a través de un canal en el que intervienen los conocimientos, las experiencias, y la información, referentes a realidades interiores o exteriores de quienes comunican.

Una vez situados en esas sencillas descripciones que presentan sucintamente a estas dos palabras, es importante introducir aspectos que tienen que ver con el proceso comunicativo, y posteriormente abordar elementos referentes a la información a través de la noticia, y el papel que juega en la comunicación.

Como sabemos, el valor de la información noticiosa se ha incrementado y se ha pluralizado en el naciente siglo XXI, ya que la industria de la información ha dado un gran salto adelante con el vertiginoso camino que

le ha abierto el desarrollo de las nuevas tecnologías. Esta coyuntura ha dado lugar a que la sociedad actual haya cobrado una activa participación en la recolección, difusión y recepción de la noticia desde una perspectiva multidisciplinaria y multidimensional. Para los autores Ramos, Vidal, Huitrón (2016) los desafíos tecnológicos para transmitir la información se relacionan con aspectos actuales:

A la tecnología digital se le relaciona con dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, computadoras portátiles, tabletas y otros gadgets. Conceptos como correo electrónico, enlaces hipertexto, multimedia e hipermedia, páginas web, redes sociales, hashtag, cookies y otros, son términos que se han popularizado.

Sin embargo, por sus características, avances y desafíos, la era digital imprime su sello muy específico en la operación cotidiana de las agencias de noticias. Cuando ocurre un suceso y se genera la noticia, la sociedad, cada día más demandante, busca verla y escucharla de inmediato o en tiempo real. (Pág.36)

Las nuevas modalidades de transmisión de televisión de señal abierta, y el internet, han permitido una nueva forma de consumo de los audiovisuales que portan la noticia. Se puede hablar de un cambio de paradigma comunicacional. Entre otros rasgos, el manejo del tiempo en la interacción con el espectador devela efectivamente, la inmediatez del acto informativo por la transmisión en los teléfonos, con el *everything, everywhere* (lo que puede interpretarse: todo, en todas partes), transformando inmensamente el antiguo esquema de comunicación formal, a un acto muy próximo e inmediato y masivo, gracias al milagro del teléfono celular.

Esto ha pasado a ser la principal estrategia para llegar a mayores audiencias en menor tiempo posible, y ha transformado el manejo de la información en la actualidad, gracias a que internet, es hoy día el medio por excelencia que permite la participación abierta del público con fines de comunicación. Con esto, se dio paso a un novedoso escenario para el desplazamiento y la transmisión de información, ya que por su intermedio, la noticia ha dejado de ser una expresión local para convertirse en un objeto de consumo planetario. Un trascendente ejemplo de esto, es el registro del asesinato el 25 de Mayo de 2020, del afro-estadounidense George Floyd (1973-2020), en Minneapolis, Minnesota, USA, filmado a través de un teléfono celular de un transeúnte, hecho que convulsionó al mundo.

En las sociedades del primer mundo de Europa, Asia y Norteamérica, en las cuales el volumen de información y noticias es de una gran magnitud debido a la ingente cantidad de ciudadanos que la demandan, ello constituye un reto gracias al hecho de que a través de los medios tradicionales como prensa, radio y tv, así como en los social media, circula un alto tráfico de información para ser difundida segundo a segundo. Esto nos posibilita situarnos en un particular punto de vista sobre este particular, y con ello comprender el hecho de mirar la industria de la información. Desde ahí, debemos conocer la manera de procesar (con mayor o menor crudeza) y socializar la noticia, como producto de masas (fabricadas de manera mecánica), sin perder de vista cuestionamientos éticos, los cuales deben estar presentes en dicho abordaje. Al respecto los autores Ramos, Vidal, Huitrón (2016) exponen:

Con el surgimiento de nuevas formas de comunicación, donde tanta gente genera contenidos y se convierte en la fuente de información, los medios han tenido que reflexionar y conocer a sus audiencias: saber cuál es su género, su edad, nivel socioeconómico, así como sus preferencias en términos de consumo de información; y con ello, plantear estrategias para satisfacer las necesidades del usuario final. (Pág.44).

En la misma dirección de los autores antes citados, las audiencias han asumido el rol del registro, la socialización y la auditoría de la noticia, en tanto que ya no se encuentran estáticos a la espera de la hora de la emisión de los noticieros. Ahora, es parte activa del proceso informativo.

Uno de los aspectos de mucha importancia que se debe resaltar con énfasis, es que la noticia es el elemento sustantivo del proceso informativo. Por esto, comprender la expresión de la comunicación y el compromiso con la información veraz, hace del correcto manejo de las empresas de la información, así como de su visión y la relación con las audiencias en la interacción mediática, un compromiso de aguda actualidad, que sin duda nos obliga a pensar con especial cuidado en el desenvolvimiento del hecho periodístico.

En éste proceso, hay que considerar al menos un par de aspectos: por un lado, el empaque de la noticia (presentadores, sets, iluminación, marcas de empresas informativas) con su efecto sobre las audiencias; y por otro, la forma de presentación de los hechos de la vida diaria (noticia), por el valor de la confianza de esas mismas audiencias, muy erosionada actualmente.

La confianza es importante para la instauración, la consolidación de las instituciones sociales. La confianza es un proyección de los seres, es una base para los comportamientos, se le considera muy importante para creer en nosotros mismos, para creer en los demás, y por esta razón la confianza es pilar de las religiones, utilizada así por los líderes religiosos como instrumento para fungir de intercesores entre los dioses y los fieles.

En palabras de Callejo (2014):

Abordar la confianza que tiene la sociedad en las noticias ofrecidas por un medio como la televisión es, en primer lugar, plantear la relación de la sociedad con el conjunto del sistema de comunicación mediada organizada y, por lo tanto, con los medios en general. En segundo lugar, plantear la relación con un medio específico, como es la televisión. Un paso que deriva del anterior. Asimismo, como toda confianza, conlleva representaciones del objeto –la noticia televisiva– y pone en juego la confianza en los sujetos implicados en la relación, como son los profesionales cuando se trata de un sistema experto como el de los medios de comunicación. (Pág.5)

Lo que rescata el autor citado en correspondencia con el valor de la confianza que existe entre la sociedad y los medios, en especial la televisión, es un hecho sumamente revitalizado que se actualiza a la misma velocidad con la cual se hace el levantamiento de las noticias, pues mientras se presente con suficiente veracidad la información, se garantiza la audiencia, lo que fundamentalmente refuerza “la cultura de la confianza” en ellos.

Es oportuno entonces considerar la reflexión acerca la comunicación y la pseudo-comunicación en su aplicación en el estudio de la noticia seleccionada para esta revisión COVID-19 (SARS-CoV-2). Afinar el significado de estos conceptos llevado a las realidades del 2020, nos conducirá a su vez a modular adecuadamente la percepción que nos permite el acercamiento a la verdad, y el modo en que se aproxima a ese público que la espera ávidamente en los noticieros y redes sociales a través de internet.

Las compañías de distribución de contenidos audiovisuales de entretenimiento e informativos así como también las redes sociales: Google, YouTube, Facebook, Twitter, entre otras, han universalizado no sólo el acceso a contenidos comerciales, también brindan la oportunidad de compartir de manera pública la cotidianidad, muchas veces en forma de noticias. Es por ello que los contenidos realizados y generados por las personas con acceso a internet desde cualquier parte del mundo, nos hacen a todos partícipes activos en la construcción en vivo de la noticia.

Según los autores Ramos, Vidal, Huitrón (2016): Las redes sociales, según la definición a la que recurre la academia, son “servicios basados en la web, que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y, en general, mantenerse en contacto”. (pág.51) Es una manera en la que se socializa y se informa.

Es de mucha importancia traer a esta reflexión la confiabilidad, pues es el tema que despierta el debate, en el sensible tratamiento de la información y su relación con la realidad en estos contextos. Para esto es importante acotar la reflexión de la autora Hernández (1995), en el campo de la realidad y la noticia:

Desde la perspectiva de los estudios sobre la producción noticiosa (cuya premisa fundamental es que el contenido de las noticias es el producto resultante de un proceso social), la información periodística no puede reflejar ni distorsionar la realidad, porque la realidad no se compone de hechos y acontecimientos con existencia propia e independientes a la forma en que los periodistas los conciben y los tratan cuando producen las noticias. Por ello se dice que las noticias son una construcción social de la realidad, una cierta forma de conocimiento que se deriva de los métodos empleados por los periodistas para dar cuenta el acontecer social. (Pág. 23)

En concordancia con la autora, se considera que las noticias son un constructo social a partir de la realidad de la cual proceden, son protagonizadas y difundidas por seres sociales, por ello es muy importante la veracidad.

Actualmente el contrato de confianza que se supone está establecido de manera oculta, es un contrato en el cual sólo se funda una visión parcializada y por ende “empobrecida” por el direccionamiento de la información únicamente con un fin político, como el que hemos visto cobrar relevancia en el acto informativo, en el escenario mundial del manejo de la crisis generada por la pandemia del Coronavirus: “COVID-19 (SARS-CoV-2)”.

## Novedades de tv a la carta para informar

Para el levantamiento de la noticia objeto de esta revisión, ha sido necesario ver a través de unas pocas ventanas informativas de las agencias de noticias: *France 24*, *RT en Español*, *DW en Español*, *Noticias Telemundo*, *Euro News*, *RTVE*, *RFI* y *CNN*, el abultado tráfico de información sobre la pandemia. En el centro del debate, se sitúan las cifras de contagio y las víctimas mortales, en cada contexto otras noticias que se relacionan con la principal, van otras en un segundo plano, tejiendo más informaciones relacionadas.

A continuación se presenta un cuadro que refleja la sistematización de la noticia recabada en los noticieros antes mencionados. Para esto fue importante definir categorías y regiones del mundo, las categorías son: salud, ciencia, educación, economía, política, empleo e impacto. En cuanto a las regiones tenemos América Latina, Europa, América del Norte (USA), Asia (China).

Canales de tv: France 24, RT en Español, DW en Español, Noticias Telemundo, Euro News, RTVE, RFI y CNN				
Categoría	Región del mundo			
	América Latina	Europa	América del Norte (USA)	Asia (China)
Salud: Víctimas del Contagio	El aspecto que más importancia ha tenido en esta pandemia mundial ha sido el alto costo en vidas humanas que ha cobrado el virus en todos los países del mundo en los que se ha hecho presente. En general, se han visto carencias desde guantes de látex hasta respiradores mecánicos, pasando por cubre bocas y trajes de protección para el personal asistencial, todos recursos de primera necesidad en el cuidado de los pacientes víctimas del virus, y del personal que finalmente terminó contagiado por esta importante contingencia.			La postura que ha demostrado China ante la escasez de insumos es la donación de materiales médicos y sanitarios como reactivos de exámenes, generadores de oxígeno (respiradores), trajes protectores y mascarillas.
Ciencia / Vacuna	Esta crisis de salud de amplitud planetaria, sin duda tomó por sorpresa a los sistemas de salud de cada nación poniéndolos a prueba frente a sus capacidades de dar respuesta a la novedosa contingencia, en muchos casos develando la ausencia de inversión en el área y su considerable atraso tecnológico. El dato de mayor importancia a futuro que preservaría las vidas de quienes han sobrevivido a esta dura prueba, es el desarrollo de una vacuna, la cual sigue en la carrera por su avance en laboratorios inmunológicos del mundo desarrollado, que están extendiendo investigaciones para el bien de la humanidad.			
Educación	Hemos visto el giro que ha afectado a la educación pues, debido al exigente proceso de distanciamiento social, estudiantes de todos los niveles se han visto forzados a dar continuidad a sus procesos educativos desde el contexto doméstico, mediante las herramientas virtuales de las que pueda disponer cada estudiante, marcando importantes desigualdad de condiciones en el proceso educativo ya que no todos los actores que intervienen en el hecho (alumnos y docentes) no tienen las herramientas tecnologías, y en otros casos desconocen su uso.			
Economía	Recesión generalizada, paralización de industrias, deuda pública, cierre de fronteras, pasajeros varados, paralización de las líneas aéreas, vuelos humanitarios, fin de la cuarentena, nueva normalidad, reapertura de economía, relaciones diplomáticas, etc.			

Canales de tv: France 24, RT en Español, DW en Español, Noticias Telemundo, Euro News, RTVE, RFI y CNN				
Categoría	Región del mundo			
	América Latina	Europa	América del Norte (USA)	Asia (China)
			Un gran tema de fondo en estas transmisiones informativas, ha sido la confrontación de información entre China, USA y la Organización Mundial de la Salud (OMS), para señalar culpables sobre el origen, manejo y consecuencias públicas del virus. Así, se ha difundido que USA ha eliminado el apoyo anual a la OMS y que introducirá una demanda en tribunales internacionales hasta por 1,2 billones de dólares, para que China compense financieramente todos los daños que este virus ha provocado en la economía de este país.	
Empleo	El creciente desempleo ha generado un importante cambio de paradigma laboral con la instauración del tele empleo, o trabajos virtuales, para los cuales no toda la población estaba preparada, debido a la ausencia de competencias o nociones digitales, o por la falta de acceso a una conexión de internet o carencia de un ordenador, siendo esta una inmediata consecuencia de impacto excluyente para quienes estuvieron al margen de estos recursos.			China ha adoptado medidas fuertes para estabilizar el empleo.
Impacto	Han presentado información sobre el impacto del virus en la región de América latina en la cual las cifras que se actualizan diariamente, superan los brotes de epidemias de mucha extensión como lo fueron en su momento el virus de H1N1 (con genes de origen aviar), Influenza, Cólera, Dengue, y algunos brotes tropicales de impacto en la región.		Eventos locales como los ataques de Pearl Harbor 1941 en Hawái, los ataques terroristas del 11 de septiembre 2011 en New York, USA, y las bombas atómicas lanzadas sobre las ciudades de Hiroshima y Nagasaki en 1945 en Japón, fueron referencia histórica por haber sido tragedias que conmocionaron al mundo, pero en cifras, el letal "COVID-19 (SARS-CoV-2)," ha superado sensiblemente los números en pérdidas humanas, al efecto de las confrontaciones bélicas debido a su ubicuidad planetaria.	

Fuente: Elaboración propia.

## Discusión y conclusiones

En los diversos contextos sociopolíticos del mundo entero, la ciudadanía de hoy tiene en sus manos la valiosa oportunidad de recibir y en la mayoría de los casos corroborar la fuente noticiosa de la cual emana la información al momento de producirse la noticia. Consecuentemente, los modelos comunicacionales clásicos ya están siendo renovados socialmente y con ello está emergiendo un patrón diferente en el pensamiento de quienes ven la noticia desde un ángulo propio, lo que permite la verificación por la cercanía con los hechos como espectadores y auditores del proceso informativo.

Es muy importante intentar mantener un debate amplio y plural, que incluya todas las visiones posibles del abordaje informativo, noticioso y documental, y que permita construir discursos sólidos y amplios sobre el hecho informativo. También, como parte del rigor que se debe asumir al momento de mirar la noticia como un documento que emana de la realidad, es pertinente posicionarse con actitud crítica ante la misma noticia

que se difunde por diversos medios para cotejar su veracidad, y así intentar alcanzar su proximidad con la verdad.

La noticia es un potente instrumento de trabajo para periodistas y comunicadores, ella debe ser transmitida al público que la espera diariamente a través de los medios impresos, radiales, televisivos y digitales, para estar más cerca de la verdad por su cercanía con la realidad. Así mismo es revelador el valor comercial de la noticia, al ser convertida en una mercancía a través de la cual se transmite la información, pues hemos visto que el mismo hecho noticioso llega a ser tendencia, o a ser viralizado, pero con el sello distintivo de una línea editorial acorde con la marca informativa que lo difunde.

Uno de los asuntos de mayor pertinencia en este ejercicio de reflexión es situar en dicho contexto la utilidad del concepto de pseudo-comunicación ofrecido al inicio. En la noticia abordada del “COVID-19 (SARS-CoV-2)”, sobresalen aspectos que van dando sustento y cuerpo a la información presentada, los cuales se centran en la cuantificación de las víctimas mortales, contagiados y recuperados, pero no deja de tener un impacto severo en el tejido social que sostiene a cada país. Los medios han volcado sus cámaras a mostrar el impacto económico que ha devastado a las débiles economías Latinoamericanas. Han mostrado en el marco de la noticia principal, la importancia política de las elecciones presidenciales de Norteamérica, que por la trascendencia del coronavirus, ha quedado en un segundo plano.

Como sabemos esta crisis de salud de amplitud planetaria, originada a comienzos del 2020 en Wuhan, Provincia Hubei, China, sin duda tomó por sorpresa a los sistemas de salud de cada nación poniéndolos a prueba frente a sus capacidades de dar respuesta a la novedosa contingencia, en muchos casos develando la ausencia de inversión en el área de la salud, y su considerable atraso tecnológico. Aquí a la pseudo-comunicación la vemos en un porcentaje considerable sobre todo lo que está rodeando a la noticia central, pues va siendo intervenida, interpretada y ajustada de acuerdo a los intereses y a las inclinaciones de la tendencia política del medio de comunicación.

Al someter el volumen de información que rodea a la noticia central, a una intervención por parte de la empresa informativa, va desplazándose de lugar en el acto comunicativo, y pasa a ser insumo de menor trascendencia, al desvincularse sensiblemente de su motivación original.

Haber sido testigos de esta pandemia a través de las noticias difundidas por los medios informativos, y percibir el potencial de penetración relacionado al manejo de la información, ha permitido reflexionar sobre el papel que tienen estos medios en el seno de la sociedad actual, pues nos han situado en posición de primera fila para repoblar nuestro imaginario sobre los sucesos de la actualidad mundial, con imágenes de humanos en su lucha por la vida, humanos en las calles desplazados por el virus, féretros, etc. También nos han mostrado imponentes ciudades vacías. ¿Acaso hemos estado situados en la nada por unos días? ¿Acaso sobrepasa el morbo, para mostrar deshumanizadamente el paisaje desolador del vacío que vemos en la ausencia de vida de aquellos cuerpos humanos abandonados en los suelos de geografía mundial?

Sin duda que en este proceso de bombardeo informativo también existen preguntas sobre los periodistas, cineastas y comunicadores del futuro, en quienes debe prevalecer la ética frente al respeto por el ser humano, a la imagen y a la noticia, para lo cual es trascendente considerar el manejo de la educación audiovisual y comunicativa, como instrumento ineludible para blindar con éstos aspectos fundamentales a los comunicadores del mañana.

No se debe perder de vista que existe un contrato de confianza que es la base de la convivencia social, el cual siempre estará vigente entre audiencias y las empresas de información, y que se debe refrendar con un manejo equilibrado de la noticia, un uso responsable de imágenes sensibles, y una aproximación tal a la realidad, que nos ofrezcan la menor intervención posible de los datos obtenidos en el lugar de los hechos, minimizando la pseudo-comunicación, que garantice la comunicación en una medida bien ajustada a la realidad, del modo mas preciso posible y del todo confiable.®

---

**María de la Cruz Ríos Rondón.** Docente ordinario de la Escuela de Medios Audiovisuales de la Universidad de Los Andes, Mérida (Venezuela) desde el año 2007. Ha dirigido diversos trabajos de grado en el área audiovisual. Doctora en Sociedad del Conocimiento por la Universidad Internacional de la Rioja, España (UNIR). Master en Dirección y Producción en Cine Digital por la Universidad de la Laguna, España (ULL) y Magister Scientiae en Etnología por la Universidad de Los Andes, Venezuela (ULA). Licenciada en Medios Audiovisuales, Universidad de Los Andes, Venezuela (ULA). Es investigadora acreditada por el Observatorio Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación de Venezuela, ONCTI. Ha realizado estancias de investigación en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid, España, y en la Filmoteca de Madrid. Realizó su tesis doctoral en la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas, (antiguo CUEC) de la UNAM-México. Ha participado como jurado en festivales de cine en Iberoamérica.

---

## Referencias Bibliográficas

---

- Callejo, G. J. (2014). *El contrato de confianza con la información televisiva*. Recuperado el 09 de mayo de 2020. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50896/47240>
- Hernández R. M. E. (1995). *La producción noticiosa*. Universidad de Guadalajara. México <https://elibro.net/es/ereader/uvm/73398?page=18>
- Ramos Esquivel, A. Mancilla Vidal, M. L. y Arzate Huitrón, M. E. (2016). *Las agencias de noticias en la era digital*. Notimex, Agencia de Noticias del Estado Mexicano. <https://elibro.net/es/ereader/uvm/41244?page=37>
- Revista: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol 21 (2015): Núm. 2. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP>

## Referencias Documentales

---

- Covid-19: el virus que arrasó con todo <https://www.youtube.com/watch?v=uAT8EEKBySM>
- La Pandemia de los Pobres [https://www.youtube.com/watch?v=mtW\\_IvGtK08](https://www.youtube.com/watch?v=mtW_IvGtK08)

## Referencias web

---

- [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/qanda\\_20\\_307](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/qanda_20_307)
- <https://www.who.int/es>
- <https://www.nationalgeographicla.com/coronavirus>