



LA INFORMACIÓN EN LA TELEVISIÓN ANDINA DURANTE LA COVID-19

Information on Andean television during Covid-19

FABIÁN CARRIÓN¹, ABEL SUING¹, KRUKAYA ORDÓÑEZ¹

¹ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

KEYWORDS

Audiovisual content
Audiovisual narrative
Crisis
Health information
Information quality
Journalism Television

ABSTRACT

The media play a guiding role during crises, as was the case in Covid-19. Open television news became a public necessity. This research seeks to know the narratives used in Andean television. The methodology is quantitative and qualitative through content analysis and semi-structured interviews; the news programs of public and private television stations in the Andean countries are analyzed between March and September 2020. The emissions are accompanied by texts and voice-over, audiovisual files and infographics were used, and limitations were determined for journalistic coverage.

PALABRAS CLAVE

Calidad informativa
Contenidos audiovisuales
Crisis
Información de salud
Narrativa audiovisual
Periodismo
Televisión

RESUMEN

Los medios de comunicación social desempeñan un rol orientador durante las crisis, así ocurrió en la Covid-19. Los informativos de televisión abierta se convirtieron en una necesidad pública. En esta investigación se busca conocer las narrativas empleadas en la televisión andina. La metodología es cuantitativa y cualitativa a través de análisis de contenidos y entrevistas semiestructuradas; se revisan los informativos de televisoras, públicas y privadas de los países andinos entre marzo y septiembre del 2020. Las emisiones están acompañadas de textos y voz en off, se emplearon archivos audiovisuales e infografías, y se determinaron limitaciones para las coberturas periodísticas.

Recibido: 02/ 05 / 2022

Aceptado: 12/ 07 / 2022

1. Introducción

Con la crisis sanitaria de la Covid-19 las rutinas de las personas cambiaron, sobre todo en los hábitos de acceso a la información. Al vivir encierros prolongados debido a las medidas sanitarias hubo mayor interés en los medios masivos. Bernal (2021) señala que durante los primeros meses de la pandemia esta necesidad aumentó.

Antes y después de la pandemia persiste la desconfianza en la televisión, por ejemplo, en Ecuador la población piensa que el manejo editorial de la televisión responde a intereses económicos o políticos (Mullo, 2021).

A lo señalado, abonan las mínimas prácticas deontológicas en los medios audiovisuales, sin embargo, la televisión sigue predominando en la transmisión de información durante las catástrofes (López *et al.*, 2019; Misra *et al.*, 2018).

La relevancia de la televisión en la Covid-19 se vio soportada en evidencias que señalan que el tiempo transcurrido frente a la televisión fue utilizado como un indicador de la salud de niños y adolescentes (Saunders y Vallance, 2017), es una estrategia para prevenir algunas enfermedades, así como para ampliar los impactos de las campañas de salubridad (Allen *et al.*, 2019; Lee *et al.*, 2018).

Desde el inicio de la pandemia la función informativa de la televisión volvió a destacarse porque “estar informado es un derecho para el ciudadano y el ignorar la información [es] un riesgo sin precedentes” (Velázquez y Serna, 2020, p. 187), aunque también se apreció una “tendencia a refugiarse en medios reconocidos, fundamentalmente informativos de televisiones públicas” (Masip *et al.*, 2020).

La incertidumbre reacomoda la priorización de la atención a las necesidades de las personas, los requerimientos de información, conocimiento y entretenimiento (Katz *et al.*, 1974) aumentaron durante la cuarentena. Vivir la pandemia generó interés por informarse para calmar el desconcierto y comprender mejor los acontecimientos (Viteri, 2020). La crisis sanitaria provocó aumentos de consumos informativos en televisión (Crespo-Pereira, 2020).

Respecto a otros géneros audiovisuales se apreció una hibridación con los informativos en pro de animar a las audiencias. El trance generado por la Covid-19 mostró que en “momentos de crisis social el consumo de medios crece y que la gente recurre especialmente a aquellos de carácter audiovisual no solo para cubrir sus necesidades de información sino también en busca de contenidos de entretenimiento” (Arana *et al.*, 2020, p.167).

Frente a las implicaciones para el cuidado de la vida humana sucedieron algunas malas prácticas en la televisión. En Perú, la exageración y el miedo se percibieron en la televisión durante la pandemia (Mejía *et al.*, 2020). En paralelo emergió una ola de noticias falsas, se habló incluso que la pandemia de pánico en las redes sociales viaja más rápido que el brote de la Covid-19 (Depoux *et al.*, 2020). En la actualidad y bajo algunas circunstancias las redes sociales pueden ser consideradas como fuentes no fiables para la transmisión de información (Lázaro-Rodríguez, 2020), tal vez porque la inmediatez se escapa a la gestión profesional de la información (López-Rico, *et al.*, 2020).

Parece incuestionable afirmar que Internet potencia la cultura visual contemporánea (González, 2018), al grado de sostener que un adecuado manejo del lenguaje audiovisual permite participar en los flujos de información en televisión (Deogracias, 2015), lo que guarda relación con el argumento de que la televisión junto a los consumos a la carta y *streaming* están cada vez más presentes gracias a la conectividad en línea (Navarro, 2020).

En todo el mundo los consumos de televisión analógica y en línea se incrementaron. Sirvan de referencias dos casos, en España la televisión fue la principal vía de información, seguida de Internet (HMG & CS, 2020), y en Ecuador desde que se adoptaron las medidas de seguridad por la emergencia sanitaria, el 16 de marzo de 2020, “de 843.000 personas que encendieron su televisor el 2 de marzo, se pasó a 1'141.000 televidentes al 16 de marzo de 2020, es decir un incremento del 35%. El consumo de televisión abierta es lo que más subió” (El Telégrafo, 2020).

A nivel regional, desde el inicio de la pandemia la televisión pública y privada de los países andinos brindaron información detallada de la emergencia sanitaria. La cobertura mediática posicionó el discurso, la voz, los criterios y las situaciones de orden social, entre otros actos, de diversos personajes públicos y anónimos. En la Comunidad Andina las audiencias consumen los contenidos informativos de los medios de comunicación tradicionales por la confianza que les brindan.

Los informativos de televisión se convirtieron en una necesidad pública. La información noticiosa es, por su función social, memoria colectiva, reafirmada en debates y opiniones de expertos.

La hibridez de las plataformas sociales permitió reordenar, recategorizar textos, audio, vídeos, infografías e imágenes con contenido literario y rasgos lingüísticos en nuevas formas de narrar la noticia. Los géneros periodísticos nunca se han considerado „estáticos e invariables, sino sistemas de referencia o modalidades discursivas que se modifican porque están en un proceso de constante evolución“ (Parratt, 2008, p. 15). Es por ello que, los géneros periodísticos representan modos comunicativos establecidos y aceptados culturalmente por una sociedad.

2. Objetivos

Las preguntas de investigación de este estudio son: 1) ¿Quiénes informan sobre Covid-19 en la televisión pública y privada de los países andinos?, y 2) ¿Cambia la narrativa audiovisual de la información sobre la Covid-19 en la televisión pública y privada de los países de la Comunidad Andina?

Sobre la base de los antecedentes detallados, los objetivos de la investigación son: 1) Determinar los personajes, voceros, y fuentes de la información emitida en la televisión pública y privada de los países andinos sobre la Covid-19, 2) Identificar las narrativas audiovisuales de las noticias emitidas en la televisión pública y privada de la Comunicación Andina durante la Covid-19.

3. Metodología

La investigación es de tipo descriptivo y relacional (Hernández *et al.*, 2000), se emplea metodología cualitativa y cuantitativa a través de análisis de contenidos y entrevistas semiestructuradas.

El análisis de contenidos se ejecutó a los espacios informativos de las principales estaciones de televisión, públicas y privadas, de los países andinos, entre marzo, julio y septiembre del 2020. También se realizaron entrevistas semiestructuradas a expertos en comunicación. La selección de estos meses radica en la importancia del cubrimiento noticioso en torno a los picos de contagios de la Covid-19 en la Comunidad Andina cuyos países miembros son: Ecuador, Perú, Colombia y Bolivia.

La cuarentena sanitaria puso en marcha nuevas estrategias de comunicación e interacción en los canales de televisión de señal abierta y en la Web.

Las estaciones de televisión fueron identificadas a través de los informes del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva OBITEL (Salazar y Ortiz, 2016), corresponden a cuatro canales de propiedad pública (Bolivia TV, Ecuador TV, Señal Colombia y TV Perú), y cuatro privados (ATB de Bolivia, RCN de Colombia, Telemazonas de Ecuador y Latina de Perú).

A través de la metodología de muestra compuesta se observó una muestra de los archivos audiovisuales alojados en los sitios Web y en redes sociales (*YouTube* y *Facebook*) de las estaciones de televisión de los países andinos entre marzo y septiembre de 2021 para revisar titulares, duración, género, tipo de narrativas y otras características.

El procedimiento cuantitativo se ejecutó mediante la matriz de tratamiento informativo de la Covid-19 en la televisión pública y privada de los países andinos. La matriz fue evaluada y aceptada por expertos en la modalidad de par ciego. La utilidad mixta e híbrida de lo cualitativo y lo cuantitativo generó inferencias sólidas, derivación afín a la propuesta de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) para investigación.

La técnica del análisis de contenido según Ortega y Galhardi (2013) facilita el estudio de cualquier tipo de comunicación de una manera objetiva y sistemática ya que posibilita cuantificar los mensajes en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadísticos. El análisis de contenido contribuye al conocimiento de cómo operan las estaciones de televisión públicas y privadas.

En segunda instancia, las narrativas audiovisuales se estudian según sus técnicas como primeros planos, en contrapicado y a través de videollamadas y el tratamiento del tema (Creeber *et al.*, 2008).

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron entre enero y febrero de 2022 a través de videoconferencias, luego de concluidas los diálogos se ubicaron los argumentos principales para encontrar coincidencias entre los testimonios. Los perfiles de entrevistados son:

- Entrevistado 1. Comunicador Social, jefe de prensa de estación privada de televisión de Bolivia.
- Entrevistado 2. Comunicador social independiente de nacionalidad boliviana.
- Entrevistado 3. Periodista peruano en ejercicio, titulado en la Pontificia Universidad Católica del Perú
- Entrevistada 4. Comunicadora Social ecuatoriana, actual asambleísta por la provincia de Zamora Chinchipe.
- Entrevistada 5. Periodista ecuatoriana, experta en comunicación estratégica e institucional.
- Entrevistado 6. Comunicador colombiano. Director de Comunicaciones en Proyecto Turismo Pacífico.

Las interrogantes planteadas son: 1) ¿Qué facilidades (acceso, conectividad, etc.) debieron o deberían brindar las instituciones públicas / privadas para ofrecer información sobre la pandemia?; 2) ¿Usted posee acceso o cuenta con las condiciones para informarse y transmitir la información sobre la Covid-19?; 3) ¿Cuáles son las garantías que usted espera o necesita de las fuentes de información, de los entes reguladores de la comunicación o legisladores para comunicarse con seguridad, libre de peligros en la pandemia?; 4) ¿Estima que hay condiciones de acceso a la información pública, según la realidad de su país, en la pandemia?; 5) ¿Cree Ud. que existe diálogo o interacción entre la televisión pública y privada del área andina con sus audiencias en medios sociales en relación a la pandemia?; 6) ¿Qué sugerencias o recomendaciones daría a los entes reguladores de la comunicación o legisladores para mejorar el flujo informativo sobre la pandemia en la televisión nacional, tanto pública como privada?

4. Resultados

4.1 Resultados del análisis de contenidos

En las tablas 1 y 2 están los resultados del tratamiento informativo de la Covid-19. Entre marzo y septiembre de 2021 la información emitida por las estaciones de televisión públicas y privadas de la Comunidad Andina fue determinante. Las noticias se presentaron de forma cercana, creíble y empática, entregaron datos para una sociedad deseosa, conmocionada y desorientada.

De manera general, el tratamiento y la narrativa tuvieron presentes, se manejaron infografías neutrales. En los sitios Web y redes sociales de cada estación se observaron narrativas audiovisuales tradicionales. En esencia, se contaban con elementos que impactaban a las audiencias porque configuraban significados de muerte, drama, incertidumbre y riesgos para la vida humana.

Por estaciones de televisión se encontró que el noticiero 24 Horas de Teleamazonas de Ecuador encabezó las noticias con vídeo y voz en *off*.

Las notas se presentaron sin subjetividades y particularmente informativas. La narrativa fue manejada con un lenguaje sencillo, coloquial y con datos en imagen y voz en *off* para entender las cifras porcentuales de decesos y contagiados.

En RCN las notas fueron presentadas con neutralidad y exclusivamente informativas. El tratamiento de la narrativa audiovisual se manejó con un lenguaje llano, y con datos en imagen y voz en *off*.

En ATB de Bolivia. Las notas se apoyaron en infografías animadas, con neutralidad y exclusivamente informativas. Como recurso se acompañó por un intérprete de señas para una transmisión inclusiva. Los colores dominantes fueron azul, blanco y verde.

El tratamiento de la información en Latina TV ocurrió en una secuencia encabezada por una presentación, luego un vídeo y voz en *off*. Las notas se apoyaron en infografías animadas. Los colores de estas infografías fueron: fondo gris, rojo para casos de contagios, negro para fallecidos, verde para recuperados, azul para la Unidad de Cuidados Intensivos y púrpura para tests realizados, se buscó emular los colores del semáforo. El lenguaje fue atenuado se resaltó cada caso durante la presentación de imagen y voz en *off*.

En TV Perú la presentación se dio de manera directa desde el lugar de los hechos. La voz en *off* acompañó la interacción de las personas. El tratamiento de la narrativa se dio con lenguaje sencillo, coloquial y sin datos.

En ECTV primero se enunció la noticia, luego la imagen pregrabada y la infografía. La voz en *off* acompañó y la imagen cubrió toda la noticia. La intérprete de señas participó resaltando la inclusión de otras capacidades. El lenguaje fue sencillo, coloquial y con datos en imagen y voz en *off*. Como recursos informativos se utilizaron infografías ilustrativas con los colores básicos.

RTVC Noticias de Señal Colombia acompañó a su audiencia con charlas y escritos que buscaban una perspectiva menos trágica. La narrativa propendía a guardar la calma desde el mismo espíritu cultural de la estación. Se buscó dar tranquilidad a la población con noticias positivas. El objetivo fue formar, informar, entretener, educar y fortalecer a la ciudadana. También se empleó el recurso de la imagen del globo con el tapaboca y las dos manos con guante color rojo a la izquierda, y azul a la derecha para emular el peligro y la calma.

BTV Noticias se caracterizó por presentar infografías que ilustraban la retransmisión del Ministerio de Salud brindando los reportes del avance de la enfermedad. Su mayor difusión no la hicieron en vídeo sino en *Facebook*. No se encontró un tratamiento de la noticia. Solo la imagen que notifica los contagios en casos confirmados, recuperados y decesos.

Respecto al género informativo, debe señalarse que el mayor fue la noticia. Teleamazonas publicó 38 noticias, mientras RCN publicó 19 noticias, tres reportajes y una entrevista. ATV de Bolivia también presentó 19 noticias, mientras que Latina TV emitió 19 noticias y un reportaje en torno a la pandemia.

En los noticieros públicos el flujo de emisiones fue constante. El género con mayor registro fue la noticia. TV Perú publicó 28 noticias y dos entrevistas. ECTV publicó 27 noticias sobre la Covid-19. En tanto Señal Colombia publicó 21 noticias, dos reportajes y una entrevista. Bolivia TV también presentó 21 noticias.

Gracias a la observación y al registro de tendencias sistematizadas se puede confirmar que las narrativas apoyadas en texto y voz en *off* tienen mayor índice porcentual.

Las fuentes de información a las cuales recurren las televisiones públicas y privadas son primarias y secundarias. Se consideran fuentes de información tanto al individuo como a la pista documental y argumental que genere noticia. Se tiene en cuenta las diferentes instituciones que van desde lo gubernamental, archivo, documental, ciudadano y otras.

Tabla 1. Noticias sobre la COVID-19.

Nro.	País	Estaciones de TV	Informativos	Totales de piezas informativas	Géneros periodísticos					
					Noticia	Reportaje	Crónica	Columna	Artículo	Entrevista
1	Ecuador	Teleamazonas	Noticiero 24 Horas	38	38	0	0	0	0	0
2	Colombia	RCN	Noticias RCN	23	19	3	0	0	0	1
3	Bolivia	ATB	Anoticiando	19	19	0	0	0	0	0
4	Perú	Latina	Latina noticias	20	19	1	0	0	0	0
5	Ecuador	ECTV	Telediario	27	27	0	0	0	0	0
6	Colombia	Señal Colombia	RTVC Noticias	24	21	2	0	0	0	1
7	Bolivia	Bolivia TV	BTV Noticias	21	21	0	0	0	0	0
8	Peru	TV Perú	TV Perú Noticias	30	28	0	0	0	0	2

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Elementos narrativos y fuentes de información

Nro.	Estaciones de TV*	Elementos narrativos					Fuentes de información					
		Video y voz en off	Imagen y voz en off	Gráficos	Infografía	Texto y voz en off	Solo voz en off	Ciudadanos	Documentales	Gubernamentales	Archivos	Otras
1	Teleamazonas	38	0	0	55	207	1	11	7	19	64	17
2	RCN	23	5	10	0	0	0	1	6	11	46	7
3	ATB	19	0	0	0	0	0	3	4	22	34	25
4	Latina	20	10	0	1	78	6	6		9	40	4
5	ECTV	27	71	5	0	139	0	4	9	15	47	16
6	Señal Colombia	24	21	0	0	0	0	4	2	10	34	2
7	Bolivia TV	21	0	0	0	3	0	1	4	12	21	25
8	TV Perú	30	0	3		21		3	3	13	60	5

*La contabilidad se refiere al número de piezas informativas

Fuente: elaboración propia

4.2 Resultados de las entrevistas

Los testimonios de los entrevistados que abonan lograr los objetivos de la investigación, se detallan a en los siguientes párrafos.

Entrevistado 1:

“En cada jornada debió salir una autoridad a poder responder las cuestiones de la ciudadanía entorno a esa situación”. “La actualización de datos no era oportuna y en muchos casos los datos de Ministerio no coincidían con los de levantamientos de cadáveres”. “En tiempos de pandemia yo trabajaba para el canal estatal, por lo tanto, pese a ser parte de la fuente de información, no teníamos acceso directo a los datos y había que gestionarlos”. “Hubiese sido ideal implementar los medios digitales de una manera eficiente,

sin embargo, estos en mi país eran más complejos, por el tema del Internet. Por ahora, para temas de bioseguridad, lo único es que cada periodista cuenta con sus medidas". "El *"feedback"* es limitado". "Se requiere un centro de monitoreo abierto las 24 horas del día y la factibilidad de entrevistas a autoridades entendidas en el tema".

Entrevistado 2:

"Si bien la información en medios digitales es importante, hizo falta desde un principio estrategias para llegar a adultos mayores y personas en áreas rurales que no tienen el fácil acceso a la tecnología y por ende tienen más dudas y confusiones respecto a la pandemia, su tratamiento y prevención". "Constantemente busco actualizar la información que tengo sobre el virus y las diferentes acciones que asumen los gobiernos e instituciones a nivel mundial, de manera que esa información pueda ser traducida y comprendida para el ciudadano de a pie en un lenguaje fácil de entender". "Las vacunas y la prevención son muy importantes, sin embargo, esto no tiene sentido sin una adecuada información detallada para todos, mientras más información hay es más fácil ayudar con el cumplimiento de todas las medidas sanitarias". "Aún la información es restringida y eso genera mucha susceptibilidad por parte de la población". "Existe información brindada desde los medios hasta la audiencia. Sin embargo, al momento de resolver muchas dudas e inquietudes de la población no hay la suficiente respuesta por parte de los medios". "La información sobre la pandemia no se reduzca a la simple lectura de cifras, que si bien, son importantes, no son todo lo que los ciudadanos necesitan saber. Es bueno conocer cuántas vacunas llegaron al país, cuántos pacientes se han recuperado y cuántos hospitales han adquirido más insumos, pero se debe tomar en cuenta que después de un poco más de un año de pandemia, aún hay personas que no saben cómo prevenir el virus, cómo actuar ante un contagio, cómo actuar luego de haberse recuperado y más".

Entrevistado 3

"La señal de los canales de televisión llega al 95% de los centros urbanos del país. En el sector rural es la señal de la televisión pública la que tiene presencia mayoritaria. El tema de la conectividad a Internet es otro tema, para este caso de señal de televisión es el sistema analógico el que tiene presencia". "Internet, de fuentes directas de instituciones del país u organizaciones y medios internacionales". "En Perú el esfuerzo se ha centrado en 'solo noticias'. El enfoque de la información sobrepasó de la enumeración de cifras en un inicio, a la difusión de objetivos de vacunación en la actualidad. Sin embargo, el enfoque no ha permitido posicionar la idea central del peligro. Si bien no existía en la televisión especialistas sobre comunicación y salud pública". "En Perú y creo que en casi todas partes los legisladores (actores políticos) no son garantía de una adecuada información, con o sin pandemia". "El enfoque ha sido periodístico o demasiado técnico, solo para especialistas, dejando el tema lejos del conocimiento, comprensión y ponderación de la información. Solo hay dos casos en dos radios en ese sentido, pero comparado con las casi 6000 estaciones en el país no es significativo".

Entrevistado 4

"Aún el gobierno sigue escondiendo información que bien llevada podría ayudar a la población a entender que la Covid-19 no es un juego sino un virus que mata". "La pandemia causó muchas muertes y miedo en todo el mundo. Países desarrollados se vieron en aprietos críticos por no poder salvar vidas como hubieran querido. Los medios de comunicación con esta etapa que aún no culmina, deberían unirse y plantear estrategias comunicacionales para poder cumplir con su rol: informar objetivamente y guiar a la población".

Entrevistado 5

"El mismo gobierno no presta las facilidades, en la provincia de Zamora Chinchipe es muy poca la información que brinda las entidades de salud". "Se deben generar reuniones permanentes donde se determine cada qué tiempo y en qué espacios brindar la información, así mismo, opciones accesibles de información como páginas Web, informativos digitales, link de acceso directo con los periodistas, voceros activos y conocedores del tema". También debería establecerse "conversatorios con los medios de comunicación para aclarar dudas, o una campaña informativa semanal sobre la situación de la pandemia, misma que debe estar relacionada con productos innovadores y llamativos, no con artes que son tan planos comunicacionalmente". "Otro mecanismo es reuniones de los altos mandos de la salud para que den directrices eficaces".

Entrevistado 6.

"El Estado, por ejemplo, no uso, no hizo uso, de todos los canales de comunicación que están precisamente al servicio del Estado y aquellos que están ligados como a un carácter más comunitario. Creo que el impacto pudo también estar, por ahí, no solamente estará contando como en canales de televisión privados, por ejemplo, en el caso de Colombia, sino como acercarse más a las redes a las emisoras comunitarias y que, por supuesto. Y hubiese como una estrategia más alineada con los hospitales, o si los hospitales, en este caso que eran los que estaban como en los territorios. En los territorios, se ponía eso en función, como una estrategia comunicativa detrás que reforzará permanentemente el mensaje y que tuviera como mucha

claridad, entonces, creo que, por ahí también como que hubo muchas cosas acá y ahora se está hablando, por ejemplo, de las vacunas, le llaman biológicos, no entonces como que la gente también se pierde como en esos mensajes y que, sobre todo siento que es una responsabilidad de los medios que no le llaman vacunas". "He sentido que el aparato Estatal y las acciones gubernamentales no cumplieron su deber en infórmanos bien. Por eso, el canal de comunicación más usado o uno de los más usados precisamente era el digital y el acceso a Internet. Aquí sí que no se dio mucho la información o sobre todo que se dio esta comunicación en algunos medios de no consumo masivo y en unas franjas también horarias que no en las que no veía a toda la gente". "Me parece que, por ahí también se está fallando con el asunto del acceso a la información pública y a más en un tema tan delicado que requería que toda la población se sensibilizara alrededor de lo que estaba pasando, y que pudiéramos avanzar en el autocuidado que era una de las acciones más importantes para mitigar la propagación de la pandemia". "No hay un diálogo para una interacción entre la televisión pública y privada del área andina con las audiencias de medios sociales en relación a la pandemia". "Yo creo que eso también responde precisamente a los intereses de los medios privados y los medios públicos, los medios públicos deben tener de alguna manera una conexión más profunda con lo que estaba pasando".

5. Discusión

La investigación se centró en determinar los personajes, voceros, y fuentes de la información emitida en la televisión pública y privada de los países andinos con relación a la Covid-19. Por lo tanto, en los resultados se precisan los elementos informativos más importantes en tono a la pandemia.

Las narrativas audiovisuales de las noticias en la televisión pública y privada de la Comunicación Andina durante Covid-19 se caracterizaron por su alto índice de texto y voz en *off*. Este elemento permitió identificar el tratamiento de la información potenciado mediante archivos audiovisuales y fotográficos compartidos en los medios sociales. Por su parte, cuando la información era de carácter gubernamental, las infografías con datos de infectados y de decesos permitió a los noticieros describir las situaciones y ambientar con imágenes lo narrado.

Las formas y niveles de acceso a la información pública que reportan los periodistas de las estaciones de televisión pública y privada de los países andinos en su mayoría son de archivos. Esto se debe a que los equipos de comunicación de los gobiernos presentan estas imágenes en sus informes, lo que constituyó fuentes para los reportes emitidos en las estaciones de televisión. Mediante la observación se evidenció que las fuentes de archivos son altas.

Los testimonios brindados por los expertos coinciden en señalar inconsistencias de parte de las autoridades de salud y limitaciones en los datos que otorgaban, también manifiestan que debieron laborar con recursos escasos ante las exigencias tecnológicas que la pandemia impuso, aún con riesgos graves para la salud. Entre las sugerencias brindadas están la constitución de protocolos para el monitoreo y gestión de la información pública, así como la implementación de mecanismos de protección para periodistas.

6. Conclusiones

Las coberturas de Internet incidieron en las transmisiones informativas por lo que los ciudadanos vieron límites a su libertad de expresión, pero además se requirió desarrollar competencias mediáticas e informacionales de manera autodidacta, circunstancia que para uno de los expertos (entrevista 2) marginó a adultos mayores y a pobladores de áreas rurales. Otro aspecto es el seguimiento que los medios deben hacer para transmitir datos y hechos desde ángulos pedagógicos y edu-comunicativos. Finalmente, se deja una reflexión respecto al compromiso con las audiencias que debe existir desde los medios públicos, igual o superior al de las estaciones privadas.

Las conclusiones de esta investigación coinciden con otras desarrolladas en el ámbito andino, en el sentido de la urgencia de contrastes, coherencia, múltiples fuentes y enfoques educativos desde los medios de comunicación para orientar a la población, además deberían continuar las publicaciones de historias con enfoques humanos, con proximidad a sus entornos (Suing *et al.*, 2021).

La transiciones tecnológicas, editoriales y culturales que viven las estaciones de televisión públicas y privadas andinas desde el inicio de la Covid-19 abren posibilidades para otras investigaciones. Se proyectan futuras líneas de investigación con relación a las narraciones transmedia y las interacciones directas con las audiencias.

Referencias

- Allen, C., McBride, C., Haardörfer, R., & Roberts, M. (2019). Associations Between Objective Television Exposure and Cancer Perceptions in a National Sample of Adults. *Cancer Control*, 26(1). 10.1177/1073274819846603
- Arana, E., Mimenza, L., & Narbaiza, B. (2020). Pandemia, Consumo Audiovisual Y Tendencias De Futuro en Comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149–183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Bernal, I. (2021). Hábitos y sentimientos sobre la cobertura de noticias de COVID-19 durante el bloqueo en España. *Tripodos*, 49, 169-183. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.49p169-183>
- Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (2008). *The Television Genre Book* (2a. Ed.). Palgrave Macmillan.
- Crespo-Pereira, V., Vaca-Tapia, A., & Martínez, V. (2020). Los efectos del COVID19 en la televisión ecuatoriana analógica y la WebTV. *Razón y Palabra*, 24, 109.
- Deogracias, M. (2015). Idatzizko albisteen ikus- entzunezkotzea: Wall Street Journal, New York Times, El Pais, Ara, El Correo, Berria, Argia eta Goiena aztergai. *Uztaro*, 95, 73-96.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak, *Journal of Travel Medicine*, 27(3) taaa031, <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
- El Telégrafo. (28 de marzo de 2020) "Ecuatorianos aumentan el consumo de televisión en los días de cuarentena". *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuatorianos-televisión-cuarentena>
- González, O. (2018). *Análisis de la narrativa audiovisual de los Youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos*. [Tesis doctoral]. Universidad de Málaga, Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/16794>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista M. (2000). *Metodología de la Investigación* (5ta Ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education.
- HMG & CS (2020). HMG Cononavirus VI. España & contexto global (Olas: 10-12 y 17-19 de abril de 2020). *Estudio Havas Media Group & Canal Sondeo*. https://www.adlatina.com/uploads/files/200427060202_ESTUDIO-HMG-IMPACTO-COVID-19-H.pdf
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Uses of Mass Communication by the Individual. En J., Blumler, & E. Katz, E. (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19-31). Sage Publications.
- Lázaro-Rodríguez, P. (2020). Covid-19, medios digitales y Facebook: interacciones, tratamiento y análisis de contenido basado en palabras clave de noticias de okdiario.com y eldiario.es. *El Profesional de la Información*, 29(4), 1–17. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.09>
- Lee, B., Oh, H., & Chon B. (2018). Estimating the impact of a television campaign on tuberculosis knowledge and intention to test for TB in South Korea. *Int J Tuberc Lung Dis*, 22(1), 60–4. 10.5588/ijtld.17.0203
- López, N., Gómez, L., & Medina, E. (2019). Los formatos de televisión más consumidos por los jóvenes: telerrealidad y empoderamiento de la audiencia. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 46, 10-27. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i46.02>
- López-Rico, M., González-Esteban, L., & Hernández-Martínez, A. (2020). Consumo de información en redes sociales durante la crisis de la Covid-19 en España. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 461–481. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).461-481](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).461-481)
- Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., & Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El profesional de la información*, 29(3), e290312. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- Mejía, R., Rodríguez-Alarcon, F., Garay-Rios, L., Enriquez-Anco, M., Moreno, A., Huaytán-Rojas, K., Huancahuari-Nañacc, N., Julca-Gonzales, A., Álvarez, H., Choque-Vargas, J., & Curioso, H. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID-19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 39(2), 1–20.
- Misra, A., Rai, R. & Takeuchi, Y. (2018). Modeling the control of infectious diseases: Effects of TV and social media advertisements. *Mathematical Biosciences and Engineering*, 15(6), 1315-1343. 10.3934/mbe.2018061
- Mullo, A., de-Casas-Moreno, P., & Balseca, J. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 137–152. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A8>
- Navarro, H. (2020). Cómo es la información que recibimos sobre la COVID-19. Estudio de percepción y consumo. *Chasqui*, 145, 67–84. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i145.4326>
- Ortega, M. F., & Galhardi, C. (2013, mayo 2). *Propuesta Metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de Televisión en Brasil. Análisis de un caso práctico en los estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Estado da Bahía*. Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación, Segovia,

- España. <https://bit.ly/3z8NzIW>
- Parratt, S. (2008). Géneros periodísticos. Editorial „Quipus“, CIESPAL Quito-Ecuador.
- Salazar, G., & Ortiz, C. (2016). Medios sociales en los países andinos. Caso de estudio: informativos y magazines. *Revista Razón y Palabra*, 166-185.
- Saunders, T., & Vallance J. (2017). Screen Time and Health Indicators Among Children and Youth: Current Evidence, Limitations and Future Directions. *Appl Health Econ Health Policy*, 15(3), 323–31. 10.1007/s40258-016-0289-3
- Suing, A., Ortiz-León, C., & Maldonado, J.C. (2021). Perception About of COVID-19 Information in Ecuador. In: Rocha, Á., Adeli, H., Dzemyda, G., Moreira, F., Ramalho Correia, A.M. (Eds.) *Trends and Applications in Information Systems and Technologies*. WorldCIST 2021. *Advances in Intelligent Systems and Computing*: Vol 1366, pp. 56–65, Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-72651-5_6
- Velázquez, L., & Serna, A. (2020). Cobertura informativa de la pandemia por COVID-19 en Nuevo León: liderazgo y periodismo con misión de servicio. *Revista española de Comunicación en Salud*, 11, S186–S209. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5453>
- Viteri, M. (2020). *Consumo audiovisual en Guayaquil antes y durante el confinamiento por la Covid-19 Estudio de los públicos de series de 30 a 59 años: motivaciones*. [Tesis. Universidad] Casa Grande. <https://bit.ly/3a1hEB4>