


# Divergencias y convergencias en el uso de redes sociales por parte de periodistas y gestores en emergencias sanitarias y catástrofes naturales

## *Divergences and convergences in the use of social media by reporters and managers in health emergencies and natural disasters*

Christopher D. Tulloch  | christopher.tulloch@upf.edu  
Universitat Pompeu Fabra, España

Roger Cuartielles  | roger.cuartielles@upf.edu | Autor de correspondencia  
Universitat Pompeu Fabra, España

M<sup>a</sup> Luisa Sánchez-Calero  | mlusaca@ucm.es  
Universidad Complutense de Madrid, España

10.17502/mrcs.v12i1.754

Recibido: 28-01-2024  
Aceptado: 01-03-2024



### Resumen

Este estudio analiza las dinámicas de uso que periodistas y gestores de crisis realizan de las redes sociales en la cobertura de emergencias sanitarias y catástrofes naturales con el objetivo de identificar puntos de convergencia y divergencia entre ambos colectivos, teniendo en cuenta que la literatura académica revela que en situaciones críticas ambos pueden presentar actitudes contrapuestas fruto de su rol profesional. La investigación emplea entrevistas en profundidad tanto a reporteros como gestores que han lidiado con situaciones de crisis relevantes acontecidas en España en la última década, tales como el brote de Listeriosis en Andalucía en 2019; las lluvias torrenciales en el Mediterráneo en 2020; la erupción del volcán en La Palma en 2021 o la pandemia de Covid-19. El estudio también incorpora los resultados de un coloquio abierto entre miembros de ambos colectivos para contrastar percepciones. Los resultados concluyen que Twitter es la red de uso más habitual para periodistas y gestores en situaciones de crisis, aunque se detectan ambivalencias en su empleo, así como en la selección de otras plataformas complementarias como pueden ser Facebook e Instagram. La investigación también muestra fricciones entre periodistas y gestores a la hora de valorar la desintermediación comunicativa que prestan las redes sociales.

**Palabras clave:** comunicación de crisis; comunicación de riesgo; comunicación digital; gestores de crisis; reporteros.

### Abstract

*This study analyses the dynamics of journalists' and crisis managers' use of social media in the coverage of health emergencies and natural disasters with the aim of identifying points of convergence and divergence between both, taking into account that the academic literature reveals that in critical situations they present opposing attitudes as a result of their professional praxis. The research uses in-depth interviews with reporters and managers who have dealt with relevant crisis situations in Spain over the last decade, such as the outbreak of Listeriosis in the region of Andalusia in 2019; the torrential rainfalls in the Mediterranean in 2020; the eruption of the volcano in the Canary Island of La Palma in 2021 or the Covid-19 global pandemic. The study also incorporates the results of an open discussion between members of both groups to contrast perceptions. The results conclude that Twitter is the social platform most commonly used by journalists and managers in crisis situations, although ambivalence is detected in its use, as well as in the selection of other complementary platforms such as Facebook and Instagram. The research also shows frictions between journalists and managers when it comes to assessing the communicative disintermediation provided by social media platforms.*

**Keywords:** crisis communication; risk communication; digital communication; crisis managers; reporters.

### Sumario

1. Introducción | 2. Marco teórico y estudios previos | 3. Metodología | 4. Resultados | 4.1. Twitter, el primer recurso | 4.2. Viralización, servicio público, accesibilidad: coincidencias entre periodistas y gestores | 4.3. Discrepancias entre periodistas y gestores sobre los aspectos negativos de las redes sociales | 4.4. Desintermediación comunicativa: el mayor punto de desacuerdo | 5. Discusión y conclusiones | 6. Limitaciones y futuras líneas de investigación | Referencias.

### Cómo citar este artículo

Tulloch, C. D., Cuartielles, R. y Sánchez-Calero, M. L. (2024). Divergencias y convergencias en el uso de redes sociales por parte de periodistas y gestores en emergencias sanitarias y catástrofes naturales. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 12(1), m241201a03. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v12i1.754>

## 1. Introducción

La gestión eficaz de la comunicación es ampliamente aceptada como un desafío clave en el manejo de emergencias públicas (Hansson *et al.*, 2020). Sin embargo, los intereses profesionales de los gestores públicos encargados de su resolución –bomberos, policías, unidades militares de respuesta, servicios de emergencia o autoridades municipales– y de los periodistas encargados de cubrirlas a menudo pueden complicar el desarrollo e implementación de un plan de respuesta cohesivo (Manoj y Baker, 2007).

En un escenario de emergencia pública, los reporteros y los equipos de resolución de crisis establecen relaciones de confianza entre ellos que obedecen a diferentes objetivos estratégicos (Mayo-Cubero, 2019). En este sentido, se crean dinámicas comunicativas contrapuestas ya que los administradores de emergencias intentan reducir la pérdida de vidas y daños materiales mientras los profesionales de los medios buscan maximizar el flujo de información a través de la búsqueda de noticias sobre los afectados (McLean y Power, 2014).

Por comunicación de crisis se entiende el proceso de intercambio de información, datos y conocimientos sobre una crisis entre diferentes grupos de interés, tales como afectados, medios de comunicación y ciudadanía (Coombs, 2009). Se trata, pues, de un conjunto de acciones destinadas a difundir información en una situación de amenaza en la que los gestores de emergencias tienen la responsabilidad de enmarcar, dar significado y comunicar tanto el suceso como las acciones llevadas a cabo en su resolución con el fin de mitigar nuevos peligros y generar confianza (Badu *et al.*, 2023), además de responder a las demandas comunicativas de la población en un entorno digital acelerado (Zhong *et al.*, 2023). Algunos autores también la han definido como comunicación de riesgo, puesto que es aquella que se da en situaciones de emergencia y en un marco social caracterizado por un colapso de la idea de control, certeza o seguridad (Beck, 2002).

Sobre esta cuestión, no faltan investigaciones académicas sobre lo que puede considerarse una cobertura de información óptima en estas circunstancias (Ewart y McLean, 2019). Si bien los gestores de crisis suelen señalar las deficiencias de las prácticas periodísticas en esos momentos (como son el sensacionalismo, la propagación de rumores o su participación en el “juego de la culpa”), estas mismas críticas son refutadas por periodistas que se quejan de prácticas obstruccionistas referente al acceso a la información o el suministro de datos de escaso valor informativo por parte de los gestores públicos de emergencia (Grassau *et al.*, 2021). Lo que está claro es que ambas partes están condenadas a entenderse: las autoridades necesitan de los medios de comunicación para difundir sus medidas de seguridad y mensajes de precaución, mientras que la prensa necesita de los gestores de crisis para obtener información de primera mano y sancionada oficialmente (Puente *et al.*, 2013).

Con estas dinámicas profesionales en mente, uno de los campos de conflicto potencial es el empleo respectivo de las redes sociales. Por ello, este trabajo pretende detectar aquellos ámbitos de convergencia y/o discrepancia entre reporteros y gestores de emergencias a la hora de desplegar las redes sociales en sus coberturas de catástrofes dado que en la última década se han convertido en la herramienta informativa de referencia en comunicación de emergencia (Liu *et al.*, 2019; Suau-Gomila *et al.*, 2022). Investigaciones anteriores han validado la efectividad en situaciones de emergencia de las redes sociales (Brandt *et al.*, 2019; Sutton *et al.*, 2019) y muchos estudios nacionales e internacionales han posicionado específicamente a Twitter como un recurso útil tanto por su eficiencia como por su capacidad de interacción (Bruns *et al.*, 2012; Hughes y Palen, 2009; Mendoza *et al.*, 2010; Pont-Sorribes *et al.*, 2020).

En este contexto, el presente estudio se dedica a considerar el empleo de las redes sociales en la gestión de emergencias en el caso español. Por ello, se realizan entrevistas en profundidad y semiestructuradas con estamentos administrativos encargados de su gestión y periodistas responsables de la comunicación pública de los acontecimientos. Con este propósito se establece un “diálogo” entre ambas partes para poder identificar los puntos de acuerdo y las discrepancias más claras sobre la validez del empleo de los medios sociales en la resolución de una crisis sanitaria o catástrofe natural.

## 2. Marco teórico y estudios previos

La cobertura coordinada, precisa y oportuna de situaciones de emergencia es una tarea compartida tanto por los equipos de gestión de crisis como por los periodistas dado que una catástrofe genera un interés mediático inmediato (Mayo-Cubero, 2020). La difusión de información adecuada puede prevenir –o en su

defecto reducir– el impacto del desastre (Houston *et al.*, 2014). Tanto gestores como reporteros buscan responder a la necesidad de reducir la incertidumbre generada en contextos críticos y de brindar información y cierta sensación de seguridad a sus respectivos públicos (Rosenthal *et al.*, 2001).

Sin embargo, en el camino hacia el logro de este objetivo, a menudo se asoma en el horizonte una colisión de intereses. Por un lado, los gestores de crisis consideran que la información oficial que recopilan y comparten debe llegar al público en general con la mínima interferencia externa (Littlefield, 2013) mientras que, por otro lado, los periodistas no contemplan la necesidad de compartir su agenda, sus fuentes y sus prioridades informativas (Houston *et al.*, 2012). Sobre este tema, un estudio de Cohen *et al.* (2006) concluye que en la cobertura de crisis los periodistas tienden a distinguir entre “información” –entendido como el servicio público o cuestiones de seguridad– y “noticias” que implican técnicas de storytelling y que les permite un cierto nivel de independencia fuera del control de los equipos de gestión de crisis. En medio de este clima de desconfianza, se establece un trato adversarial en el que, por un lado, autoridades y directivos lamentan el desconocimiento de los periodistas sobre los protocolos de manejo de emergencias (Pellegrini *et al.*, 2015) mientras que, por otro, los periodistas reprochan a los gestores de las instituciones su excesivo y excluyente control sobre la información (Houston *et al.*, 2012).

Por su rapidez, sencillez, horizontalidad y viralidad se debe considerar a las redes sociales como un espacio comunicativo donde coinciden dinámicas divergentes y convergentes entre las autoridades de emergencia y los periodistas. En cuanto a su empleo por parte de los gestores, las redes sociales representan un canal informativo de primer orden para informar a la ciudadanía sin intermediación periodística (Chivite-Fernández y Serrano-Rodríguez, 2013). Se convierten en una plataforma útil para transmitir información directa sobre el desarrollo y avance en la resolución de la emergencia (Brynielsson *et al.*, 2018) y en un foro donde publicar mensajes dirigidos a la autoprotección y prevención (Eriksson y Olson, 2016), además de un recurso de escucha ciudadana para comprender y satisfacer las necesidades de información de la población (Alexander, 2014) y contribuir así a mitigar los rumores (Oh *et al.*, 2013).

En cambio, la literatura académica sobre el uso de las redes sociales por parte de los periodistas durante las crisis destaca aspectos tanto positivos como negativos (Tulloch *et al.*, 2023). En el primer caso, los reporteros comentan cómo las redes sociales actúan como un “salvavidas” en situaciones críticas ya que alimentan a los medios tradicionales en situaciones de emergencia o catastróficas (Snoussi, 2020). Crean un entorno *crowd-sourcing* para reporteros (Gao *et al.*, 2011) y proporcionan un espacio para monitorizar situaciones en directo donde se difunden mensajes de los gestores de crisis, los afectados y las demandas de los ciudadanos locales. Pero también brindan la posibilidad de establecer una relación más directa con aquellas fuentes oficiales encargadas de la gestión de la catástrofe (Mayo-Cubero, 2019), así como nuevas oportunidades de difusión mediática entre ciudadanos poco habituados al uso de fuentes oficiales y medios tradicionales como puede ser el caso de los colectivos más jóvenes, que en la cobertura de desastres acostumbran a emplear las redes sociales como primera fuente de información por delante de la televisión y la radio (Park y Avery, 2018).

Por lo que refiere al lado más criticable sobre el empleo de las redes sociales los estudios previos reflejan una preocupación generalizada entre la comunidad periodística por el uso perverso de estas herramientas, y que se manifiesta en la difusión de bulos, de medias verdades y datos sesgados y distorsionados (Mayo-Cubero, 2020). En este sentido, autores como Liu *et al.* (2016, p. 627) advierten que en los estadios iniciales de los periodos de crisis es habitual que se generen “vacíos informativos” y que en dichas circunstancias las redes sociales actúen como canales alternativos de carácter colaborativo para cubrir estas demandas, dando rienda suelta a informaciones no contrastadas aportadas por todo tipo de usuarios.

### 3. Metodología

Con el fin de identificar elementos de consenso o divergencia en cuanto al despliegue del uso de las redes sociales en la cobertura de emergencias o catástrofes naturales, este estudio adopta un enfoque metodológico cualitativo basado en entrevistas en profundidad semiestructuradas con periodistas y gestores de crisis. Las entrevistas en profundidad son técnicas cualitativas de investigación que se estructuran a partir de objetivos concretos, representan una técnica de investigación valiosa porque permiten al investigador “get to the heart

of the matter"<sup>1</sup> y ofrecen la oportunidad de comprender, reflexionar y profundizar en temas y problemas que no pueden observarse fácilmente (Tracy, 2020, p. 156).

La entrevista en profundidad es un proceso que se podría dividir en dos fases: la primera denominada de correspondencia, donde el encuentro con el entrevistado, la recopilación de datos y el registro son la base para obtener la información de cada entrevista. La segunda, considerada de análisis, donde se estudia cada entrevista y se asignan temas por los diferentes ejes temáticos de la conversación dirigida (Sánchez-Calero, 2020). En este sentido, las entrevistas aportan evidencias sobre el contexto y el origen en el que surge el fenómeno a estudiar al beneficiarse de quienes tienen experiencia directa del mismo (Miller y Glasner, 2016).

La muestra de estudio estuvo conformada por expertos profesionales pertenecientes a las principales unidades de los servicios de emergencias en España, tanto nacionales como autonómicas. Y, por los periodistas especializados que trabajan en diferentes medios de comunicación a nivel nacional y regional, y que han cubierto situaciones de emergencias, desastres, crisis y catástrofes a nivel internacional como han sido los grandes incendios forestales en la zona de Tarragona (verano de 2019); el grave brote de Listeriosis en Andalucía (agosto de 2019); lluvias torrenciales en el Mediterráneo en 2020; la erupción del volcán en La Palma en 2021 y la pandemia global de Covid-19, que ha causado más de 120.000 muertes (Ministerio de Sanidad, 2023).

En cuanto a los especialistas en el campo de la gestión de emergencias, este proceso de microetnografía (Wimmer y Dominick, 2013) se llevó a cabo con representantes de los servicios de emergencia regionales (línea de atención 112) tanto en Madrid como en Andalucía; el servicio público de emergencias sanitarias de Andalucía; el Colegio de Médicos de Málaga; el servicio de Protección Civil de Cataluña; y la consultora Señor Lobo & Friends, especializada en prevención de riesgos, gestión de comunicación de crisis y emergencias.

En cuanto a las empresas periodísticas, se incluyeron diarios nacionales como *El Mundo* y *El País* junto a medios de carácter regional y de mayor proximidad territorial a algunas de las catástrofes mencionadas como *La Vanguardia*, *Diario Sur*, TVE en Andalucía, Radio Nacional de España (RNE) en Sevilla y RAC1, la emisora de radio privada líder en Cataluña. La muestra goza de una cierta transversalidad ya que incluye a profesionales de la información pertenecientes tanto a la prensa escrita como al sector audiovisual, medios de comunicación tanto de titularidad pública como privada y de una demostrable diversidad territorial, puesto que engloba las regiones de Madrid, Andalucía y Cataluña, zonas que además tienen mayor tasa poblacional.

La selección de los informantes para las entrevistas en profundidad se realizó teniendo en cuenta su grado de especialización, rango profesional y experiencia en el campo. La muestra está compuesta por 12 profesionales, repartidos a partes iguales entre gestores de crisis y periodistas. En el primer grupo constan David García (responsable de comunicación del teléfono de emergencias 112 de Madrid); Pilar Limón (responsable de comunicación del 112 de Andalucía); Lola del Valle (jefa de prensa de Emergencias Sanitarias de Andalucía); Rebeca García-Miña (directora de comunicación del Colegio de Médicos de Málaga); Marc Homedes (jefe de prensa de Protección Civil Cataluña) y Luis Serrano (fundador Agencia Sr. Lobo & Friends). En cuanto a aquellos periodistas que cubrieron las catástrofes mencionadas, se realizaron entrevistas a Eva Saíz (*El País*); Pere Millán (*La Vanguardia*); Raúl Ramírez (RTVE Andalucía), Alicia Bonachera (RNE Sevilla); Ángel de los Ríos (*Diario Sur*) y Esteve Giralt (RAC1).

Hay un apoyo significativo en la literatura sobre el uso de tamaños de muestra pequeños en la investigación cualitativa (Patton, 2014). Por ejemplo, autores como Boddy (2016) argumentan que la determinación del tamaño de la muestra es contextual y depende parcialmente del paradigma científico bajo el cual se lleva a cabo la investigación. Crouch y MacKenzie (2006, p. 496) también exponen que, en los estudios cualitativos, utilizar "un pequeño número de encuestados es la forma en que se realizan mejor los estudios analíticos, inductivos y exploratorios". Por lo tanto, es importante aclarar que, al muestrear a los periodistas y profesionales de la gestión de crisis entrevistados en este estudio, no buscamos la exhaustividad sino la posibilidad de acceder a opiniones de profesionales con una experiencia contrastada, cuyas percepciones pueden arrojar más luz sobre esta temática.

Se adoptó como técnica para la recogida de datos un modelo de entrevista en profundidad y semiestructurada. Las entrevistas, con una duración de entre 45 y 60 minutos, se realizaron entre 2021 y 2022. Unas se realizaron presencialmente y otras telemáticamente debido a las restricciones de la pandemia y por la diversidad geográfica de la muestra, con profesionales ubicados en distintos puntos de España. Para una mayor coherencia comparativa, las entrevistas siguieron un guion compuesto de 17 preguntas previamente consensuadas por el equipo de investigación, y que incluían preguntas cerradas y abiertas para asegurar que los informantes

---

<sup>1</sup> "Ir al corazón de la cuestión".

podieran desarrollar sus argumentos de manera más amplia. Las preguntas abordaron los siguientes temas y cuestiones relacionadas con:

1. Las razones que les llevaron a priorizar el uso de una plataforma u otra en el ámbito de las redes sociales a la hora de informar sobre emergencias.
2. Las fortalezas, debilidades y usos específicos de cada plataforma.
3. La característica más valorada de las redes sociales por los profesionales.
4. El papel de las redes sociales en la relación entre periodistas y equipos de gestión de emergencias.
5. El nivel de interacción de los usuarios en relación con la cobertura de la crisis.
6. Las lecciones aprendidas tanto por los gestores de emergencias como por los periodistas en el manejo de la información de un evento crítico.
7. Los principales desafíos éticos y deontológicos que enfrentan estos profesionales en el uso de las redes sociales.

Después de la transcripción de cada entrevista, las entrevistas se codificaron mediante el software de análisis cualitativo ATLAS.ti, aplicando el método comparativo constante (Wimmer y Dominick, 2013). Los datos obtenidos se asignaron a categorías y, tras un análisis inicial, las categorías establecidas fueron refinadas, así como las relaciones y temas detectados, con el objetivo de identificar las cuestiones más recurrentes. Las referencias concretas como nombres, datos y lugares ofrecidos por los informantes también fueron posteriormente contrastadas por el equipo de investigación de forma colectiva para asegurar una mayor fiabilidad de los datos.

Para complementar y contextualizar las entrevistas, en junio de 2022 también se organizó en Barcelona un coloquio abierto con miembros de ambos grupos profesionales para comparar y confrontar percepciones sobre el despliegue de las redes sociales en la cobertura de crisis. En este coloquio participaron representantes adicionales de instituciones y medios de comunicación como son los casos de Núria Iglesias (jefa de comunicación de los Bomberos de Cataluña), Anna Punsí (periodista especializada en el uso de las redes sociales) y Nicolás Castellano (periodista especializado en cobertura de crisis de la emisora de radio La Ser) así como Aurelio Soto, jefe de comunicación de la Unidad Militar de Emergencias (UME) y Esteve Giralte que, aunque entrevistado previamente, acudió en calidad de presidente del Colegio de Periodistas de Tarragona. El debate, de 90 minutos, fue moderado por un miembro del equipo de investigación y se transcribieron todas las intervenciones para su posterior análisis, en el que también se aplicó el método comparativo constante (Wimmer y Dominick, 2013).

## 4. Resultados

### 4.1. Twitter<sup>2</sup>, el primer recurso

Los periodistas que cubrieron los escenarios de emergencia estudiados utilizan Twitter como su principal herramienta de comunicación. Las entrevistas revelan que Twitter está arraigado en su práctica profesional gracias a su inherente multifuncionalidad ya que puede implementarse como un servicio de minuto a minuto; para contactar fuentes (por ejemplo, especialistas ambientales en el caso de incendios forestales, asociaciones de consumidores en el caso de Listeriosis); para recoger todo tipo de opiniones que se están generando sobre la crisis en curso o para saber qué están publicando los medios rivales. A modo ilustrativo, Bonachera (RNE Sevilla) resume el uso específico de esta plataforma:

Twitter tiene 112, Twitter tiene la Policía local, tiene el Plan INFOCA... es una fuente fiable, automática y permanentemente actualizada y rápidamente tienes el dato exacto de lo que se produce o de la novedad que se produce en ese momento. Entonces, facilita mucho el trabajo para el que está a pie de obra en una redacción (...) Antes tenías que estar continuamente tirando de teléfono y llamando al 112 (...) pero la novedad sobre lo que se va produciendo en una crisis la tiene muy fácil a través de Twitter.

---

<sup>2</sup> El estudio se realizó con anterioridad al cambio de denominación de la red social Twitter. Por ello, esta investigación conserva el nombre primigenio de esta plataforma social, llamada X a partir del mes de octubre de 2022.

Dicho esto, Bonachera (RNE Sevilla) recuerda que, si bien Twitter es sin duda un instrumento útil, los reporteros deben ser conscientes de que “hay un gran segmento de la población que no tiene acceso a Twitter y debemos cuidarnos de las críticas por enfocarnos demasiado en las redes sociales y por olvidarnos de los que no las usan. Ante una situación de emergencia debemos recurrir a todos los medios de comunicación que brinden información”.

Los entrevistados procedentes de los equipos de gestión de crisis también ven en Twitter la herramienta de social media más eficaz para informar sobre situaciones de emergencia y valoran mucho su inmediatez y capacidad de distribución de contenidos minuto a minuto. Muchos admiten encontrarlo útil para monitorear tanto la producción de los medios como los comentarios y contribuciones publicados por los usuarios con el objetivo de seguir la evolución de la emergencia a través de la conversación social en línea que brinda la plataforma. En este sentido, la red de microblogging actúa como un “termómetro de tendencias” y como la propia “columna vertebral de la comunicación de crisis” (Luis Serrano, Sr. Lobo & Friends). Twitter también es percibido por los gestores de crisis como una red de “carácter institucional” que puede desempeñar un papel de “portavoz” ante los medios de comunicación y otros usuarios (Lola del Valle, Emergencias Sanitarias Andalucía).

Después de Twitter, viene Facebook. Los periodistas entrevistados explican que no lo utilizan tanto para recolectar datos específicos sino para preguntas personales, para sondear testigos y conocer de primera mano lo que han vivido las víctimas. Giralt (RAC1) confiesa que, en ese sentido, “es un buen lugar para ir a pescar”. Al hilo de esta reflexión, De los Ríos (*Diario Sur*) coincide que Facebook es tan popular en su periódico que tienen nueve perfiles diferentes en línea.

Sin embargo, los equipos de gestión de crisis admiten que recurren menos a Facebook para comunicar emergencias. Los técnicos apuntan que usan la plataforma de Meta como un sitio de publicación de contenidos que no requieren de una distribución inmediata, que implican de un mayor tiempo de producción, y que por ello la utilizan para difundir mensajes orientados específicamente a medidas de prevención y no tanto sobre la propia evolución de la emergencia. Aun así, también destacan que, en contraposición a Twitter, puede ser útil para comunicarse y hacer llegar información más segmentada a colectivos concretos, especialmente de carácter profesional, debido a la posibilidad de crear comunidades de usuarios.

Las entrevistas revelan que a diferencia de la unanimidad que rodea a Twitter y Facebook, existe cierta división de opiniones entre los periodistas sobre Instagram. Mientras unos comentan que lo usan “menos intensamente” en comparación con Facebook –dado que no ha ofrecido “buenos resultados” (Millán, *La Vanguardia*)–, otros explican que no sólo “es un buen sitio para conectar con ciertas personas que te han escuchado y que gracias a Instagram acabas hablando con ellos”, sino también que “sirve para contactar con personas ajenas a tu entorno territorial inmediato” (Giralt, RAC1). En cuanto a los gestores de crisis, consideran que Instagram también se ve como una plataforma para ofrecer contenido durante una emergencia, pero en este caso en diferido. Se valora positivamente la primacía de la imagen a la hora de publicar historias personales y de narrar episodios concretos una vez acontecidos. Así, destacan la posibilidad de publicar galerías de imágenes sobre el transcurso y la resolución de la crisis, vídeos y relatos de testimonios, tanto de personas que se hayan visto afectadas por la catástrofe como de ciudadanos y profesionales que hayan sido clave en su desenlace.

En cuanto a otras opciones de redes sociales, los equipos de emergencia señalan la importancia de YouTube como una red en la que también publicar contenido en diferido como, por ejemplo, vídeos que resuman la actuación de los profesionales durante la emergencia. Tanto los gestores como los periodistas también admiten que utilizan redes como WhatsApp para el contacto directo con las fuentes, mientras coinciden en que el potencial de comunicación de TikTok tiene que seguir siendo explorado debido a las ventajas que puede ofrecer en la comunicación de emergencias hacia colectivos más jóvenes. Tal y como señala Marc Homedes (Protección Civil Cataluña), “TikTok ha demostrado que nos puede ser útil por una razón muy sencilla: la edad de los usuarios. Está claro que en la comunicación de crisis no podemos dejar a nadie fuera y que cuando decides utilizar una red social u otra, te estás dirigiendo a un target concreto o a otro”. En este sentido, David García (112 de Madrid) apunta también a las potencialidades de TikTok para acercarse a los más jóvenes, quiénes según el entrevistado son también un colectivo prioritario en la difusión de información de autoprotección y en la prevención de desinformación, puesto que pueden generar bulos y desinformación con la rapidez en la que emiten.

Finalmente, plataformas como LinkedIn aparecen como las menos usadas en la comunicación de emergencias, tanto por parte de periodistas como de gestores. Aun así, los gestores de crisis son los que más uso hacen



de esta red, especialmente cuando la comunicación de emergencias implica a perfiles directivos. A continuación se resumen los principales hallazgos obtenidos en la siguiente tabla.

Tabla 1. Percepciones de uso y utilidad de distintas redes sociales por parte de periodistas y gestores en situaciones de crisis o catástrofes

Plataforma	Periodistas	Gestores
Twitter	Plataforma útil para cubrir la crisis minuto a minuto, así como para contactar fuentes, conocer la información difundida por las instituciones, y recopilar historias y opiniones sobre la gestión del suceso en curso. También se percibe como un canal en el que se puede monitorizar la cobertura que realizan los medios de la competencia.	Plataforma útil para actuar en calidad de portavoz e informar directamente y minuto a minuto de la crisis, tanto a la población como a los medios de comunicación. Se convierte así en la “columna vertebral de la comunicación de crisis”. También se valora en calidad de “termómetro de tendencias” para monitorizar la recepción del suceso entre la ciudadanía.
Facebook	Red social considerada de utilidad no tanto para recopilar datos técnicos sobre la evolución de la crisis, sino sobre todo para captar información de carácter más personal. El uso de esta plataforma se orienta especialmente a la recolección de historias personales y de testigos de primera mano, teniendo en cuenta que es una red de uso mayoritario entre numerosos sectores de la población.	Red social percibida como útil para publicar contenido que no requiere de una distribución inmediata. Es usada especialmente para difundir medidas de prevención generales, mensajes más extensos y matizados, y no tanto para informar de la evolución de la emergencia. También se considera relevante a la hora de dirigirse a comunidades específicas, debido a la posibilidad de crear o interactuar con grupos concretos.
Instagram	Plataforma menos usada que las anteriores en la cobertura de crisis, y con división de opiniones sobre su empleo. Aun así, para algunos es considerada como relevante para contactar con fuentes personales relacionadas con el suceso.	Plataforma de utilidad para difundir contenido en diferido, así como para publicar historias personales sobre la crisis debido a la primacía de la imagen que impera en la red social. Se valora especialmente el poder ofrecer galerías de fotografías sobre la emergencia, vídeos y relatos de testimonios.
Otras	Plataformas como WhatsApp se perciben como útiles para contactar con fuentes y para comunicarse con los gestores de crisis. Redes sociales como TikTok deben seguir siendo exploradas para este propósito debido a su potencial, en cambio plataformas como LinkedIn se presentan como una red de uso nulo o más bien muy residual a la hora de cubrir crisis y emergencias.	Plataformas como WhatsApp son consideradas relevantes para contactar con periodistas durante la crisis. También se perciben de utilidad redes como YouTube para publicar vídeos que sintetizan las acciones realizadas durante la emergencia. El uso de plataformas como TikTok debe ser explorado, y el de redes como LinkedIn se da sobre todo cuando la comunicación de emergencias implica a perfiles directivos.

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2. Viralización, servicio público, accesibilidad: coincidencias entre periodistas y gestores

Los periodistas y especialistas en gestión de crisis entrevistados para este estudio consideran que el despliegue de redes sociales en escenarios de emergencia tiene múltiples ventajas que se pueden sintetizar en los siguientes aspectos:

- La capacidad de difusión de las redes sociales, que en palabras del periodista De los Ríos (*Diario Sur*) “son la forma más directa de llegar a los lectores (...), el envío de notificaciones push es la forma más rápida y eficaz de comunicar una emergencia a los usuarios, hecho que ha sido probado en el caso de inundaciones, terremotos y otras circunstancias similares”. La velocidad combinada con la difusión del mensaje también es enfatizada por Del Valle (Emergencias Sanitarias Andalucía) al comentar que “con un esfuerzo comparativamente pequeño se puede llegar a un gran número de personas como en el

caso de los mensajes de alerta que enviamos". En esta línea, Homedes (Protección Civil Cataluña) destaca "la capacidad de viralización y repercusión de los mensajes emitidos".

- b) Otro aspecto destacable es su accesibilidad, ya que "todo el mundo tiene [las redes sociales] en la palma de la mano", afirma Millán (*La Vanguardia*).
- c) Su función como "facilitador de testigos y fuentes", alude Giralt (RAC1).
- d) Su capacidad para ahorrar tiempo, indica uno de los periodistas entrevistados al describir esa capacidad para absorber e integrar novedades en la noticia sin tener que reescribir la pieza y subirla de nuevo.
- e) La red de seguridad que brindan: "Son útiles para recoger detalles que te pueden haber pasado por alto", indica Giralt (RAC1). Pero, por otro lado, existe mucho ruido que te puede llevar a informaciones erróneas o imprecisas.
- f) Su papel de servicio público. En palabras de Millán (*La Vanguardia*), "tener un canal como Twitter, Facebook o Instagram nos permite dar una alerta rápida y que la gente la reciba rápidamente en su móvil o en su ordenador al instante. Es imposible encontrar una mejor herramienta (...), no hay comparación entre lo que hacían las sirenas con lo que ahora pueden hacer las redes sociales". En este sentido, se convierten en "un actor o referente más en la conversación" al ser percibidos como un "canal directo a la ciudadanía", apunta también Serrano (Agencia Sr. Lobo & Friends).
- g) La capacidad de retroalimentación. Profesionales como Limón (112 Andalucía) y Del Valle (Emergencias Sanitarias de Andalucía) señalan las oportunidades que representa la interacción con los usuarios. Los periodistas también perciben aspectos positivos en dicha prestación. Por ejemplo, Saíz (*El País*) apunta que en su cobertura del brote de listeriosis la retroalimentación que presentan las redes sociales fue un aspecto fundamental, especialmente en relación con el contacto de víctimas. Sobre esta función de feedback Giralt (RAC1) también indica que:

Lo que a mi más me gusta es la interacción con los ciudadanos. Es lo que más fruto me ha dado y más interesante me ha parecido ya que ofrece algo más que publicar en un periódico o salir en antena. El feedback que te da las redes sociales en este sentido es muy interesante porque descubres cosas que de otro modo no descubrirías. Con las redes para ellos también es fácil comunicarse contigo. Yo lo agradezco muchísimo cuando te envían un mensaje, un comentario a través de Twitter y Facebook (...). Pero lo más interesante es que el que se quiere comunicar es, muchas veces, el más afectado porque te preguntan porque no has mirado más esto, o haber puesto la mirada más en este otro. Ellos sin ser profesionales de la información te cuentan cosas muy enriquecedoras.

#### 4.3. Discrepancias entre periodistas y gestores sobre los aspectos negativos de las redes sociales

A diferencia de la unanimidad entre periodistas y gestores de crisis en torno a los aspectos positivos del uso de las redes sociales en situaciones de emergencia, las entrevistas revelaron una mayor disparidad a la hora de destacar las desventajas de su empleo. En el caso de los informadores, se destacaron tres principales reticencias:

- a) El uso "perverso" de las redes sociales para difundir "bulos, medias verdades y versiones interesadas que también terminan haciendo daño porque pueden crear ciertos climas de opinión o dar fuerza a rumores que no tienen ningún sentido o que son descaradas mentiras", apunta Millán (*La Vanguardia*). Saíz (*El País*) coincide con su colega al agregar "si no sabes cómo lidiar con las redes sociales en una crisis sanitaria, lo único que estás haciendo es crear histeria".
- b) El factor de distracción. El "ruido" que generan las redes preocupa al periodista no sólo porque puede inducirlo a publicar una noticia inexacta, sino porque también puede "empujar a su editor a redirigir su mirada hacia lugares o detalles que no son tan importantes dificultando así la cobertura del hecho", señala Giralt (RAC1).
- c) Feedback negativo de los usuarios. Los periodistas hablaron de cómo han sido insultados frecuentemente en Twitter y de cómo reciben todo tipo de descalificaciones sobre su trabajo durante una emergencia. La clave aquí, dicen, es "asumir las críticas cuando están justificadas" (Giralt, RAC1) y usarlas "para recordarnos que a veces nos quedamos atrapados en nuestro propio mundo y podemos estar



cometiendo errores" (Millán, *La Vanguardia*). En este sentido, Bonachera (RNE Sevilla) también se muestra cautelosa sobre el debate de la retroalimentación:

La interacción con la ciudadanía está bien hasta cierto punto. Porque el problema es que la experiencia demuestra que Twitter es una red de "odiadores". No es sólo una red de información ni una red de comunicación entre personas, es una red donde la gente se desahoga. En algunos momentos, Twitter parece un partido de fútbol. Entonces, la interacción es muy delicada y pienso que desde las plataformas y las cuentas de las redes desde donde se intenta gestionar una crisis no creo que se puedan permitir el lujo de interactuar.

A diferencia de los aspectos negativos apuntados por los informadores, los equipos de gestores destacan otros elementos más propios de su quehacer profesional. Un ejemplo es el que llaman el "culto a la velocidad". Si bien la inmediatez puede considerarse una virtud, los gestores de crisis consideran que la recopilación apresurada de información puede presentar sus propios problemas de comunicación, ya sea por la imposibilidad de ofrecer matices, de contrastar versiones o por abrir paso a posibles equívocos que alimentan la confusión en situaciones críticas.

Un segundo aspecto señalado por parte de los gestores son sus propias deficiencias formativas en el uso de redes en escenarios de emergencia. Las entrevistas mostraron que, aunque algunos compañeros habían realizado un curso de especialización en la materia, la gestión de redes sociales era básicamente una cuestión de experiencia profesional y que, en la mayoría de los casos, este conocimiento se ha adquirido por cuenta propia. Todos los equipos de respuesta de comunicación de crisis entrevistados insistieron en que uno de los inconvenientes de las redes sociales es el "desconocimiento de los códigos que se establecen con cada usuario porque cada uno tiene su propio interés", apunta Limón (112 Andalucía). Por su parte, Homedes (Protección Civil Cataluña) respalda a su compañera en este punto y considera que en situaciones de crisis o emergencia estas plataformas requieren una "gestión de alto nivel" ya que la información "debe brindarse en el momento adecuado, de la manera adecuada y con la calidad adecuada". Serrano (Agencia Sr. Lobo & Friends) también insiste en que las redes sociales requieren una mayor coordinación comunicativa que la que se establece con los medios tradicionales, porque la tan alabada capacidad de interacción requiere que se atiendan constantemente las demandas tanto de los periodistas como de los ciudadanos. En este sentido, Del Valle (Emergencias Sanitarias Andalucía) afirma que "el uso de las redes sociales en situaciones de crisis obliga a ambas instituciones a disponer de profesionales de la comunicación con sólidos conocimientos sobre cómo interactuar con estas plataformas".

Sobre esta cuestión, se debe añadir aquí que los periodistas también revelaron algunas lagunas de formación que deben abordarse. Los reporteros son en gran medida autodidactas a la hora de emplear estas redes y no se les ofrece formación específica sobre cómo utilizar las redes sociales en un escenario de emergencia. En este sentido, Bonachera (RNE Sevilla) explica que si bien algún subdirector "asistió a una sesión sobre cómo usar Twitter" en general "no recibimos sesiones específicas por parte de personal capacitado". La ausencia de un protocolo formal de redes sociales dentro de la sala de redacción es también parte de este problema. Por ejemplo, los periodistas de la cadena nacional (TVE) revelaron que desconocían notablemente cualquier plan de redes sociales que hiciera referencia a emergencias. Muchos también coincidieron en admitir que en caso de existir pautas específicas –establecidas en una guía de estilo, por ejemplo– las desconocían. Según Ramírez (TVE):

Hay un libro de estilo general para toda la corporación (...). Ese mismo libro de estilo también es aplicable a las redes sociales y no sé si hay algo para la información de comunicación de emergencia. A nivel general no se ha difundido como tal. ¿Es de acceso público? Si existe, no lo sé.

#### 4.4. Desintermediación comunicativa: el mayor punto de desacuerdo

De todo el diálogo establecido entre reporteros y gestores, el aspecto sobre el cual hubo el mayor desacuerdo fue sobre el efecto desintermediador de las redes sociales. Los reporteros percibieron la "línea directa" de comunicación que ofrecen las redes sociales con cierto recelo, ya que entienden este proceso como una manera de esquivar el papel de la figura del periodista profesional en la cadena de producción de noticias, en la que los informadores realizan una labor de mediación entre las fuentes oficiales y la ciudadanía y en la que filtran y complementan la información. Esto fue particularmente notorio durante el coloquio entre gestores

y periodistas, y donde estos últimos reivindicaron su papel de “filtro necesario” ante la información oficial. Según apuntan periodistas como Anna Punsí (reportera especializada en el uso de las redes sociales):

Dado que a través de las redes sociales las instituciones se dirigen directamente a la ciudadanía uno se pregunta: ¿dónde está el papel del periodista? Pues hay que recordar que esa información que dan, si bien puede ser cierta, no deja de ser información de carácter institucional que también hay que contrastar con las víctimas, y con los testigos sobre el terreno.

En este punto coincidió Nicolás Castellano (La Ser), al afirmar que “los medios convencionales siguen marcando la agenda dado que los periodistas son creadores profesionales de contenido que verifican tanto la veracidad de las fuentes oficiales como no oficiales para ver si están diciendo la verdad”. En este sentido, los reporteros no sólo ven su papel como el de filtrar información falsa y engañosa en las redes sociales o como garantía de la entrega de información contrastada ante directivos e instituciones, sino que también se presentan como figuras autorizadas para asegurar una cierta jerarquía en cuanto a la importancia y la magnitud de los hechos. Según Punsí, “Las redes sociales están llenas de contenidos con poco interés, pero la viralidad no es sinónimo de importancia (...) Reivindico el papel del periodista a la hora de contextualizar e informar correctamente. La credibilidad es difícil de ganar y se puede perder en un tweet”.

En cambio, los gestores ofrecieron una perspectiva más positiva sobre esta cuestión. Para Núria Iglesias (Bomberos de la Generalitat de Cataluña), “las plataformas de redes sociales permiten transmitir contenido directamente a un público más amplio sin pasar por la intermediación periodística”. Es una postura en la que también coincidió Aurelio Soto (UME) y que se alinea con la expresada también por distintos gestores en las entrevistas realizadas como, por ejemplo, Rebeca García-Miña (Colegio de Médicos de Málaga), quién coincide en que las redes sociales “representan la oportunidad de ir directamente a la ciudadanía”. En este sentido, Homedes (Protección Civil Cataluña) también destaca que, gracias a las redes sociales, las administraciones e instituciones son “soberanas en cuanto a la transmisión de información sin necesidad de terceros”.

En la Tabla 2, se sintetizan las principales ventajas e inconvenientes detectados por periodistas y gestores en el uso de las redes sociales, especificando también aquellos aspectos que son propios o compartidos entre ambos para así poder establecer una comparativa más precisa.

Tabla 2. Ventajas e inconvenientes percibidos en el uso de las redes sociales por parte de periodistas y gestores.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión directa.</li> <li>• Línea sin intermediaciones con la ciudadanía, soberanía en los mensajes (gestores).</li> <li>• Posibilidad de monitoreo.</li> <li>• Accesibilidad.</li> <li>• Velocidad e inmediatez.</li> <li>• Recolección de fuentes y testigos (periodistas).</li> <li>• Posibilidad de obtener detalles sobre el suceso que en otros espacios podrían pasar por alto (periodistas).</li> <li>• Capacidad para ahorrar tiempo, oportunidad de integrar novedades sobre la evolución de la crisis.</li> <li>• Rol de servicio público: posibilidad de lanzar alertas rápidas que puedan llegar a múltiples dispositivos.</li> <li>• Capacidad de retroalimentación y de interacción con usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso perverso de las redes en la difusión de falsedades e información errónea.</li> <li>• Culto a la velocidad de las redes sociales que dificulta la difusión de mensajes más extensos y matizados (gestores).</li> <li>• Factor de distracción, ruido, que puede provocar la pérdida del norte informativo (periodistas).</li> <li>• Interacción negativa de los usuarios, insultos y críticas (periodistas).</li> <li>• Desintermediación comunicativa según la cual las administraciones te pueden pasar por alto a la hora de difundir mensajes (periodistas).</li> <li>• Falta de formación en el uso y gestión de redes sociales, en muchos casos el aprendizaje es autodidacta.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Discusión y conclusiones

Este estudio interprofesional nos permite extrapolar determinadas conclusiones. En primer lugar, se puede observar cómo, en líneas generales, el empleo de las redes sociales se ha consolidado como parte de la praxis comunicacional de periodistas y gestores. En el caso concreto de los periodistas, los resultados de esta investigación denotan un cambio radical desde el estudio de Varona-Aramburu y Sánchez-Muñoz (2016, p. 801) cuando postulaban que “en el contexto español, se ha detectado que los periodistas desconfían del uso de las redes sociales como fuente informativa”. Nuestro estudio revela que, unos años después de tales afirmaciones, los periodistas han normalizado sus relaciones con las redes y refuerzan la tesis de la investigación más reciente de Mayo-Cubero (2020, p. 43) cuando afirma que “se ha demostrado que los periodistas utilizan las redes para verificar datos y obtener contactos”.

En segundo lugar, existe un consenso entre los gestores de crisis y reporteros sobre las ventajas más destacadas del uso de las redes sociales tales como su rapidez, accesibilidad, capacidad para incorporar testigos y acceder a fuentes, así como su función de servicio público. En este sentido, ambos grupos consideran útil el papel de las redes sociales como “red de seguridad” para captar información generada por los ciudadanos que puede ser útil en la resolución de emergencias y que va más allá de su capacidad de alcance.

En tercer lugar, existen también coincidencias por lo que se refiere a los aspectos menos positivos sobre la preeminencia de las redes sociales en la gestión de emergencias. Tanto los gestores como los periodistas identificaron deficiencias en cuanto a la formación sobre su uso, un hecho especialmente prevalente en caso de los reporteros donde la experiencia y las habilidades autodidactas se utilizan para compensar la falta de formación profesional. Un segundo punto de acuerdo entre los dos colectivos sobre las desventajas del uso de las redes sociales se refiere a su propensión a dar espacio a bulos y medias verdades, ambos fenómenos desinformadores propagados por un cierto culto a la velocidad.

Aparte de estos puntos convergentes, el estudio revela dos aspectos principales donde existen diferencias entre los equipos de gestión de crisis y los periodistas. El primero se refiere a la desintermediación ya que mientras los gestores consideran positivo la “soberanía” que les otorgan las redes, los periodistas se muestran más escépticos en cuanto a la facilidad que presta a las administraciones públicas para “sobrepasarlos” como los intermediarios de la noticia. El segundo punto se refiere a la interacción o feedback con usuarios de las redes, ya que mientras los gestores pusieron el énfasis sobre la utilidad de dejar un espacio para que el público pueda ayudar con información puntual para resolver una crisis, los periodistas se mostraron más críticos con el “ruido” informativo que pueden provocar, así como a su exposición pública ante críticas frecuentemente injustificadas.

El diálogo promovido entre ambos grupos profesionales demuestra también que se practica una “diplomacia comunicativa” basada en la consolidación de una confianza mutua y la consecución –siempre respetando los roles de cada uno– de objetivos comunes. A modo de ejemplo, tanto los periodistas como los gestores remarcaron la necesidad de intercambiar opiniones y estrategias en épocas de relativa calma para coordinar acciones sin las prisas que acompañan la gestión de una crisis en tiempo real. En cuanto a asignaturas pendientes, parece claro que los medios de comunicación están obligados a profundizar en la protocolización del empleo de las redes y en la incorporación de las contribuciones de los usuarios de tal manera que se pueda llevar a una triangulación óptima entre gestores, periodistas e implicados (Puente *et al.*, 2019). Para evitar que los gestores vean a los medios como una amenaza o un obstáculo a su funcionamiento (Cohen *et al.*, 2006) se podría invertir la lógica habitual de cooperación y acercamiento que se produce entre ambos colectivos, en la que los reporteros acostumbran a ser invitados a centros operativos para que conozcan su modo de funcionamiento. En aras de facilitar una mayor comprensión entre ambos grupos profesionales, los gestores de emergencia también podrían ser invitados a las redacciones de los medios de comunicación para conocer las dinámicas, las cadenas de producción y la toma de decisiones de las empresas periodísticas.

## 6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Esta investigación aporta un enfoque interprofesional valioso en el ámbito de estudio de la comunicación de crisis puesto que abarca emergencias sanitarias y catástrofes naturales de importante calado que, a su vez, permiten observar puntos de convergencia y divergencia entre dos colectivos profesionales que tradicionalmente se han tendido a examinar de forma separada. Aun así, cabe mencionar que la investigación

se ha limitado al contexto español y a unas crisis y emergencias concretas, como han sido los grandes incendios forestales en la zona de Tarragona (verano de 2019); el grave brote de Listeriosis en Andalucía (agosto de 2019); lluvias torrenciales en el Mediterráneo en 2020; la erupción del volcán en La Palma en 2021 y la pandemia global de Covid-19, que causó más de 120.000 muertes en España (Ministerio de Sanidad, 2023). En este sentido, la ampliación del universo de estudio podría ser una línea de investigación futura. Por un lado, podrían ampliarse las crisis y emergencias estudiadas, así como el abanico de profesionales implicados. Otra línea de investigación futura podría ser la realización de estudios internacionales comparativos que permitan profundizar en el uso convergente y divergente de las redes sociales por parte de periodistas y gestores de crisis.

## Referencias

- Alexander, D. E. (2014). Social Media in disaster risk reduction and crisis management. *Science and Engineering Ethics*, 20, 717-733. <https://doi.org/10.1007/s11948-013-9502-z>
- Badu, J., Kruke, B. I. y Saetren, G. B. (2023). Crisis communication and trustworthiness among crisis actors: towards a typology of crisis management difficulties. *Safety in Extreme Environments*, 5, 119-130. <https://doi.org/10.1007/s42797-023-00074-8>
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Siglo Veintiuno de España Editores.
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(4), 426-432. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2016-0053>
- Brandt, H., Turner-McGrievy, G., Friedman, D., Gentile, D., Schrock, C., Thomas, T. y West, D. (2019). Examining the role of Twitter in response and recovery during and after historic flooding in South Carolina. *Journal of Public Health Management and Practice*, 25(5), 6-12. <https://doi.org/10.1097/PHH.0000000000000841>
- Brynielsson, J., Granåsen, M., Lindquist, S., Narganes Quijano, M., Nilsson, S., y Trnka, J. (2018). Informing crisis alerts using social media: Best practices and proof of concept. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 28-40. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12195>
- Bruns, A., Burgess, J., Crawford, K. y Shaw, F. (2012). #Qldfloods and @QPSMedia: Crisis communication on Twitter in the 2011 south east Queensland floods. Brisbane: ARCCentre of Excellence for Creative Industries and Innovation. Recuperado de: <https://tinyurl.com/kxjbb94z>
- Chivite-Fernández, J., y Serrano-Rodríguez, L. (2013). Emergencias 2.0: La comunicación directa con el ciudadano. En M. Römer-Pieretti (Coord.), *Miradas a las Pantallas en el Bolsillo* (pp. 180-191). Universidad Camilo José Cela.
- Cohen, E., Hughes, P. y White, P. (2006). *Bushfires and the Media. Reporting Bushfires. What Motivates the Media?* Melbourne: Bushfire Cooperative Research Centre. Recuperado de: <https://tinyurl.com/54e3n3m4>
- Coombs, W. (2009). Conceptualizing Crisis Communication. En R. L. Heath y H. Dan O'Hair (Ed.), *Handbook of risk and Crisis Communication* (pp. 99-118). Routledge.
- Crouch, M. y McKenzie, H. (2006). The logic of small samples in interview-based qualitative research. *Social Science Information*, 45(4), 483-499. <https://doi.org/10.1177/0539018406069584>
- Eriksson, M. y Olson, E. (2016) Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(4), 198-208. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12116>
- Ewart, J. y McLean, H. (2019). Best practice approaches for reporting disasters. *Journalism*, 20(12), 1573-1592. <https://doi.org/10.1177/1464884918757130>
- Gao, H., Barbier, G., y Goolsby, R. (2011). Harnessing the crowdsourcing power of social media for disaster relief. *Intelligent Systems, IEEE*, 26(3), 10-14. <https://doi.org/10.1109/MIS.2011.52>
- Grassau, D., Valenzuela, S. y Puente, S. (2021) What "emergency sources" expect from journalists: Applying the hierarchy of influences model to disaster news coverage. *International Journal of Communication* 15, 1349-1371. Recuperado de: <https://tinyurl.com/yrx6c2u9>

- Hansson, S., Orru, K., Siibak, A., Bäck, A., Krüger, M., Gabel, F. y Morsut, C. (2020). Communication-related vulnerability to disasters: A heuristic framework. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, 101931. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101931>
- Houston, J. B., Hawthorne J., Perreault M. F., Park E. H., Goldstein Hode M., Halliwell M.R. et al. (2014). Social media and disasters: A functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/disa.12092>
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B. y Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster news: Framing and frame changing in coverage of major U.S. natural disasters, 2000-2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(4), 606-623. <https://doi.org/10.1177/1077699012456022>
- Hughes, A. L. y Palen, L. (2009). Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events. *International Journal of Emergency Management*, 6(1), 248-60. <https://doi.org/10.1504/IJEM.2009.031564>
- Littlefield, R. S. (2013). Communicating risk and crisis communication to multiple publics. En A. J. DuBrin (Ed.), *Crisis leadership in organizations* (pp. 231-251). Edward Elgar Publishing Ltd. <http://dx.doi.org/10.4337/9781781006405.00021>
- Liu, X., Kar, B., Zhang, C. y Cochran, D. (2019). Assessing relevance of tweets for risk communication. *International Journal of Digital Earth*, 12(7), 781-801. <https://doi.org/10.1080/17538947.2018.1480670>
- Liu, B. F., Fraustino, J. D. y Jin, Y. (2016). Social media use during disasters: How information form and source influence intended behavioral responses. *Communication Research*, 43(5), 626-646. <https://doi.org/10.1177/0093650214565917>
- Manoj, B. S. y Baker, A. (2007). Communication challenges in emergency response. *Communications of the ACM*, 50(3), 51-53. <https://doi.org/10.1145/1226736.1226765>
- Mayo-Cubero, M. (2020). News sections, journalists and information sources in the journalistic coverage of crises and emergencies in Spain. *El profesional de la información*, 29(2), e290211. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.11>
- Mayo-Cubero, M. (2019). Uso de las redes sociales en la cobertura periodística de crisis, desastres y emergencias en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, Sp. 1, 43-54. <https://doi.org/10.20318/recs.2019.4428>
- McLean, H. y Power, M. R. (2014). 'When minutes count: Tension and trust in the relationship between emergency managers and the media', *Journalism*, 15(3), 307-325. <https://doi.org/10.1177/1464884913480873>
- Mendoza, M., Poblete, B. y Castillo, C. (2010). Twitter under crisis: Can we trust what we RT?. Comunicación presentada en el 1st Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10), Association for Computing Machinery (ACM), 25-28 de Julio, Washington DC, USA. Recuperado de: <https://tinyurl.com/2hxmtyp>
- Miller, J., y Glasner, B. (2016). "The 'Inside' and the 'Outside': Finding realities in interviews". En D. Silverman. (Ed.). *Qualitative Research* (pp. 51-66). Sage Publications, Inc.
- Ministerio de Sanidad, Gobierno de España (2023). *Covid- 19, situación actual*. Recuperado de: <https://tinyurl.com/yc4rz2va>
- Oh, O., Agrawal, M. y Rao, H. R. (2013). Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crisis. *MIS Quarterly*, 37(2), 407-426. <https://doi.org/10.25300/misq/2013/37.2.05>
- Park S. y Avery, E. J. (2018). Effects of media channel, crisis type and demographics on audience intent to follow instructing information during crisis. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 69-78. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12137>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & Evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th edition). Sage Publications, Inc.
- Pellegrini, S., Puente, S., y Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21, 249-267. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.50678](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678)
- Pont-Sorribes, C., Suau-Gomila, G. y Percastre-Mendizábal, S. (2020). Twitter as a communication tool in the Germanwings and Ebola crises in Europe. Analysis and protocol for effective communication management. *International Journal of Emergency Management*, 16(1), 22-40. <https://doi.org/10.1504/IJEM.2020.110106>

- Puente, S., Marín, H., Álvarez, P. P., Flores, P. M. y Grassau, D. (2019). Mental health and media links based on five essential elements to promote psychosocial support for victims: The case of the earthquake in Chile in 2010. *Disasters*, 43(3), 555-574. <https://doi.org/10.1111/disa.12377>
- Puente, S., Pellegrini, S. y Grassau, D. (2013). Journalistic challenges in television coverage of disasters: Lessons from the February 27, 2010, earthquake in Chile. *Communication and Society*, 26(4), 103-125. <https://doi.org/10.15581/003.26.36062>
- Rosenthal, U., Boin, A. y Comfort, L. K. (2001). *Managing Crises: Threats, Dilemmas, Opportunities*. Charles C Thomas Publisher.
- Sánchez-Calero, M. L. (2020). Entrevistas participativas en diarios digitales: modelos y oportunidades de interactividad. *El Profesional de la Información*, 29(6), e290626. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.26>
- Snoussi, T. (2020). Social media for crisis communication management. *International Journal of Business and Management Research*, 8(3), 64-72. <https://doi.org/10.37391/ijbmr.080302>
- Suau-Gomila, G., Mora-Rodríguez, M. y Pont-Sorribes, C. (2022). Twitter como herramienta de comunicación de emergencias: Análisis de los perfiles institucionales y propuestas de mejora a partir de los atentados de Barcelona y Cambrils de 2017. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(2), 433-446. <https://doi.org/10.5209/esmp.77692>
- Sutton, J., Renshaw, S., Vos, S., Olson, M., Prestley, R., Gibson, B. y Butts, C. (2019). Getting the word out, rain or shine: The impact of message features and hazard context on message passing online. *Weather climate and society*, 11(4), 763-776. <https://doi.org/10.1175/WCAS-D-19-0021.1>
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods. Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. Wiley Blackwell.
- Tulloch, C. D., Cuartielles, R. y Ramírez-Santos, F. (2023). The deployment of social media by journalists in news discourse during public health and environmental crises in Spain (2019-2022). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2), 383-393. <https://doi.org/10.5209/esmp.87384>
- Varona-Aramburu, D. y Sánchez-Muñoz, G. (2016). Las redes sociales como fuentes de información periodística: Motivos para la desconfianza entre los periodistas españoles. *El Profesional de la Información*, 25(5), 795-802. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.10>
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (2013). *Mass Media Research: An Introduction*. Cengage Learning.
- Zhong, W., Hu, Q., y Kapucu, N. (2023). Robust crisis communication in turbulent times: Conceptualization and empirical evidence from the United States. *Public Administration*, 101(1), 158-181. <https://doi.org/10.1111/padm.12855>

### Breve CV de los autores/as

Christopher D. Tulloch es Profesor Agregado en Periodismo Internacional y Medios Globales en el Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Doctor en Periodismo por la UPF. Miembro del grupo de investigación en Comunicación Política, Periodismo y Democracia (POLCOM-GRP). Sus líneas de investigación incluyen la comunicación de crisis, la comunicación del cambio climático, el periodismo y los conflictos armados, la prensa y las transiciones políticas.

Roger Cuartielles es profesor e investigador predoctoral en el Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Máster en Investigación en Comunicación por la UPF y también en Comunicación y Periodismo Digital por la UOC. Miembro del grupo de investigación en Comunicación Política, Periodismo y Democracia (POLCOM-GRP). Sus líneas de investigación incluyen la comunicación de crisis, la comunicación política, la desinformación, el fact-checking y la inteligencia artificial.

M<sup>a</sup> Luisa Sánchez-Calero es Profesora Titular en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Periodismo por la misma universidad. Sus líneas de investigación incluyen la comunicación de crisis y de riesgo, las catástrofes naturales, la redacción periodística y el periodismo especializado.



### **Financiación**

Esta investigación fue financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España en el marco del proyecto competitivo: "Comunicación de crisis y emergencias en Social Media. Estudio de su uso en España y diseño de protocolos informativos para instituciones y medios de comunicación (COMCRISIS)", con el código de referencia PID2019-109064GB-I00.

### **Declaración de autoría CRediT**

Conceptualización: C. T., R. C.; Metodología: C. T., R. C., M. S. C.; Software: R. C.; Validación: C. T.; Análisis formal: C. T.; Investigación: C. T., R. C., M. S. C.; Recursos: C. T.; Curación de datos: C. T.; Redacción (borrador original): C. T., R. C.; Redacción (revisión y edición): M. S. C.; Visualización: R. C.; Supervisión: C. T.; Administración del proyecto: C. T., R. C.; Adquisición de fondos: C. T., M. S. C.

### **Conflicto de intereses**

Los autores/as declaran la inexistencia de conflicto de intereses.