

Cobertura del Covid-19 en la Prensa Local en España: Tradicionales vs Nativos Digitales

Covid-19 Coverage of Traditional vs Digitally Native Local News Organizations in Spain

Tatiana Santos-Gonçalves, María-José Ufarte-Ruiz, Francisco-José Murcia-Verdú

Cómo citar este artículo:

Santos-Gonçalves, Tatiana; Ufarte-Ruiz, María-José; Murcia-Verdú, Francisco-José (2024). "Cobertura del Covid-19 en la Prensa Local en España: Tradicionales vs Nativos Digitales". *Profesional de la información*, v. 33, n. 1, e330014. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0014>

Artículo recibido el 03-11-2023
Aceptación definitiva: 31-01-2024



Tatiana Santos-Gonçalves

<https://orcid.org/0000-0003-1534-7704>

Universidad de Castilla La Mancha
Campus Cuenca, Edificio Polivalente
Campus Universitario, s/n
16071 Cuenca, España
tatiana.santos@uclm.es



María-José Ufarte-Ruiz

<https://orcid.org/0000-0002-7713-8003>

Universidad de Castilla-La Mancha
Campus Cuenca, Edificio Polivalente
Campus Universitario, s/n
16071 Cuenca, España
mariajose.ufarte@uclm.es



Francisco-José Murcia-Verdú

<https://orcid.org/0000-0001-6020-1689>

Universidad de Castilla-La Mancha
Campus Cuenca, Edificio Polivalente
Campus Universitario, s/n
16071 Cuenca, España
francisco.murcia@uclm.es

Resumen

En este estudio analizamos las diferencias en la cobertura mediática del COVID-19 en los periódicos locales tradicionales y en los locales nativos digitales. En particular, estudiamos la evolución en el interés por el COVID-19 en España tanto en los periódicos locales tradicionales y nativos digitales como el de sus correspondientes lectores. Para ello, realizamos un estudio comparativo de estos dos tipos de medios locales, analizando una base de datos constituida por 278.611 textos periodísticos sobre el coronavirus publicados por la prensa local española en Facebook. Nuestro análisis estadístico muestra que, si bien el interés general por el COVID-19 en los periódicos locales tradicionales y nativos digitales fue similar y alto, se observaron algunas diferencias significativas. Aunque ambos medios locales mostraron menor interés en las fases finales, en los medios locales nativos digitales fue mayor que en los tradicionales. Curiosamente, los datos muestran ocurrió lo contrario con los lectores de medios locales tradicionales, que revelaron ligeramente más interés. El estudio también apunta que el interés de los medios locales nativos digitales y de sus lectores fue significativamente más sincronizado y similar que el de los medios locales tradicionales, donde los lectores mostraron significativamente más interés que los medios. De esta forma, los medios locales nativos digitales han conseguido monitorizar mejor el interés de sus lectores, publicando noticias más de acuerdo con lo que sus usuarios querían. Esto pone de manifiesto que su gestión fue más dinámica durante la pandemia, adaptándose más rápidamente a las necesidades de la audiencia.

Palabras Clave

Periodismo Local, Participación Pública, Redes Sociales, Prensa Nativa Digital, Facebook, Cobertura COVID-19, España, Noticias, Comentarios, Periodismo Participativo, Brecha Cobertura Periodística.



Abstract

In this study we analyze the evolution of local news about COVID-19 by examining news articles in social media. In particular, we focus on the analysis of the differences between traditional and online native local newspapers using a dataset of 278,611 Facebook posts. We study the trends of the interest of these media and the corresponding readers. While the overall interest in COVID-19 of traditional local and native online newspapers were similar and high, some differences were observed. Although both local medias showed some fatigue in the final phases, the interest of digital native local media was greater than that of traditional ones. The opposite happened with readers of traditional local media, who showed slightly more interest. Finally, our results showed that the interest of digital native local media and their readers was significantly more paced and similar than that of traditional ones, where readers showed significantly more interest than the media.

Keywords

Local Journalism; Engagement, Social Media, Facebook, Online Native, Online Shares, COVID-19 Coverage, Spain, Coverage Gap, Comments, Participative Journalism.

1. Introducción

La pandemia del COVID-19 no solo causó una devastadora crisis sanitaria, sino también una crisis social, económica, política y de comunicación. Las investigaciones de **Alonso González** (2021), **Ramon-Vegas et al.** (2020), y **Ufarte-Ruiz et al.** (2020), entre otras, confirman que durante las primeras semanas del estado de alarma decretado por el Gobierno en febrero de 2020 se multiplicaron los bulos y las noticias falsas, sobre todo a través de las redes sociales, donde proliferaron “contenidos descontextualizados y embustes de todo tipo y condición”.

Este escenario constituyó una seria amenaza para el ejercicio democrático del periodismo y para las sociedades en general, y provocó que la Organización Mundial de la Salud alertara sobre una “infodemia”, entendida como “la sobreabundancia de información –alguna exacta y otra no– que hace difícil que la gente encuentre fuentes dignas de crédito y fiables” (**Organización Mundial de la Salud**, 2020).

En este contexto de crisis, los medios de comunicación se convirtieron en actores clave para informar a la ciudadanía de la propagación del virus (**Quandt; Wahl-Jorgensen**, 2021). Desde marzo de 2020, muchas de las investigaciones han sido transversales al tema de la Covid-19 en todas las áreas del conocimiento. En el caso de las Ciencias de la Comunicación, la academia ha estudiado ampliamente la cobertura de prensa durante las primeras etapas de la crisis tomando como referencia medios matriciales y radiotelevisiónes nacionales e internacionales (**Fox**, 2021; **Mach et al.**, 2021).

Otros trabajos como los de **Kim et al.** (2022) y **Schulz** (2021) demuestran que el papel del periodismo local fue clave durante la pandemia del COVID-19, al ocupar un hueco informativo olvidado por los grandes medios tradicionales. Así, los medios locales ofrecieron una alternativa informativa que visibilizó el área geográfica local, dando voz a sus vecinos (**Le Quéré et al.**, 2022). Para **Shearer** (2020) la cercanía de los medios locales los convirtió en la principal y más confiable fuente de noticias sobre el COVID-19 para los ciudadanos. Sin embargo, muchos de estos medios sufrieron las consecuencias de la crisis sanitaria, y tuvieron que cerrar sus ediciones, a pesar del gran aumento de la demanda de noticias y suscripciones y de haber conseguido adaptar sus rutinas periodísticas a las restricciones impuestas por la pandemia.

Sin embargo, como ya apuntó **Painter et al.** (2018), apenas se encuentran menciones comparativas sobre la cobertura de la pandemia del coronavirus en medios locales tradicionales y locales nativos digitales, sin matriz impresa ni audiovisual. Partiendo de este papel referencial y de la confianza depositada en los medios locales, el presente trabajo cuenta con dos objetivos principales:

1. Comparar la cobertura periodística ofrecida por los medios locales tradicionales y los nativos digitales sobre la crisis del coronavirus entre 2020-2022 en España.
2. Evaluar el interés de los lectores sobre la cobertura periodística ofrecida por los medios locales tradicionales y los nativos digitales sobre la crisis del coronavirus entre 2020-2022 en España. La investigación se apoya en un análisis estadístico de los datos obtenidos para realizar un estudio comparativo con el fin de responder a los objetivos propuestos.

2. Medios Locales y Redes Sociales

Domínguez (2013), **Pérez Curiel et al.** (2015) y **Jenkins and Nielsen** (2018) definen el periodismo local o de proximidad como aquel que ofrece la cobertura de eventos y temas locales que normalmente no son seguidos por los medios nacionales, aportando una visión alternativa de lo que ocurre en la comunidad. Para **Radcliffe** (2015), se caracteriza por su orientación comunitaria y por una oferta informativa que pretende responder a los temas de interés para el día a día de los vecinos, de acuerdo con lo que también proponen **D'heer and Paulussen** (2013).

Sin embargo, el modelo tradicional de la prensa local se encuentra actualmente bajo una profunda crisis económica que ha provocado el cierre de numerosas cabeceras, recortes de personal, cierre de delegaciones y pérdida de cobertura periodística en los ámbitos más cercanos a los ciudadanos (Galletero-Campos; Saiz-Echezarreta, 2018; Galletero-Campos, 2019; Guimerà i Orts *et al.*, 2017; Anaya *et al.*, 2020; Sanz-Hernando, 2017). Este declive se debe en gran medida a una transición de las audiencias locales a las grandes plataformas digitales (Thorson *et al.*, 2020), con muchos más recursos para ofertar una gran variedad de opciones a los lectores y, en muchas veces, de forma gratuita (Toff; Mathews, 2021).

Comprender la compleja relación entre periodistas, audiencias y redes sociales resulta de especial interés en el contexto del periodismo local, y, sin embargo, existen relativamente pocas investigaciones sobre el comportamiento de las audiencias de noticias locales

Desde el ámbito de los estudios periodísticos, hay algunas previsiones que hoy en día parecen certeras, como que la supervivencia de los medios locales reside en ofrecer productos distintivos y atractivos (Schulz, 2021), para lo que es imprescindible entender las tendencias de consumo, evaluación y difusión de las noticias locales. Como resultado, algunos medios ya están transformando la producción y distribución de noticias, lo que da lugar a nuevas formas de comprenderlas y conceptualizarlas (Bengtsson; Johansson, 2021). Durante la pandemia se observó un aumento en las suscripciones a noticias locales digitales, que a menudo se promovían y enmarcaban como una relación con dimensiones sociales que fortalecían los vínculos con la comunidad local (Gajardo; Costera Meijer, 2023). Estas suscripciones surgieron con una respuesta inelástica a los cambios de precios, lo que muchos vieron como un posible punto de inflexión para la viabilidad del periodismo local (Finneman; Thomas, 2022).

En el contexto local, el uso de las redes sociales ha ganado interés en los últimos años al proporcionar un entorno ideal para la interacción entre periodistas y lectores (Schulz, 2021). Jenkins and Nielsen (2018) argumentan que el crecimiento de las noticias locales estará impulsado en gran medida por el comportamiento de consumo de las redes sociales y Jenkins and Jerónimo (2021) sostienen que una de las principales características de las noticias locales es el papel central que juega la participación de la audiencia. En este sentido, estudios recientes sobre los patrones de uso de los lectores han demostrado que su participación es una herramienta fundamental a la hora de promover y difundir las noticias locales (Thorson *et al.*, 2020).

Por todo ello, comprender la compleja relación entre periodistas, audiencias y redes sociales resulta de especial interés en el contexto del periodismo local, y, sin embargo, existen relativamente pocas investigaciones sobre el comportamiento de las audiencias de noticias locales. En el ámbito de las redes sociales, la participación de los lectores se materializa en forma de *likes*, contenidos compartidos y número de comentarios (Toff; Mathews, 2021; Weber *et al.*, 2019).

De acuerdo con los informes de *Reuters Institute Digital News Report* de Newman *et al.* (2020; 2022), Facebook se ha mantenido como la red social más usada por los periódicos en España para compartir noticias durante los años 2020, 2021 y 2022. Cuando se trata específicamente de la consulta de noticias en redes sociales, esta plataforma sigue siendo la red líder en todo el mundo, y en particular también en España, con un uso para consultar noticias del 44%, 39% y 35% en los años 2020, 2021 y 2022, respectivamente.

3. Medios Locales en España: Tradicionales y Nativos Digitales

Los medios de prensa local españoles han jugado un papel importante desde la transición democrática (Negreira-Rey *et al.*, 2020). Sin embargo, a medida que fue aumentando el consumo de noticias en formato digital, las dinámicas de comunicación local fueron cambiando, y muchos de los medios tradicionales no lograron adaptarse completamente a este nuevo ecosistema, dejando sin empleo a más de 12.000 profesionales (Asociación de la prensa de Madrid, 2019).

En la última década han surgido numerosas iniciativas de renovación mediática en España en el contexto de la prensa local, sobre todo la creación de medios nativos digitales, dirigidos, en numerosas ocasiones, por veteranos del sector, periodistas en paro o jóvenes emprendedores (Salaverría Aliaga *et al.*, 2018). De acuerdo con Salaverría and Martínez-Costa (2021), los medios nativos digitales locales que nacieron digitales –y no de sus versiones impresas– se caracterizan por publicar un número más limitado de noticias, y por priorizar el desarrollo de una agenda diferencial que los distinga del resto de la prensa. Así, tienen a desafiar las normas periodísticas, a diferencia de los medios tradicionales, y aprovechan al máximo la esfera digital para desarrollar nuevas estrategias con el fin de atraer audiencias y ganar interactividad con los lectores (García Avilés; González Esteban, 2012). Asimismo, tienden a correr más riesgos y a publicar contenidos más innovadores que las organizaciones tradicionales, que suelen tener una dinámica de producción editorial más rígida y estructurada (Tejedor; Pla Pablos, 2020).

Los medios nativos digitales que surgieron a raíz del declive de los no nativos cuentan, debido a su naturaleza, con cierta ventaja para adaptarse más rápido a los cambios tecnológicos, introduciendo nuevos procesos y roles para la producción de contenido digital. Todo esto debería influir en los modelos de edición de información y en sus relaciones con la audiencia.

4. Objetivos

Para comprender todos estos aspectos y cómo se cumplieron las necesidades de información durante la pandemia de coronavirus, es necesario estudiar qué información se publica, cómo la recibe el público y cómo varían estas dos a lo largo del tiempo. Este estudio analiza las diferencias entre estos dos estilos de prensa local profundizando en la cobertura que estos medios dieron de la pandemia en España. Así, se proponen dos objetivos generales con dos subobjetivos cada uno:

Este estudio analiza las diferencias entre dos estilos de prensa local, tradicionales y nativos, profundizando en la cobertura que estos medios dieron de la pandemia en España

Objetivo 1: Evaluar la cobertura de noticias de COVID-19 en periódicos locales tradicionales vs nativos digitales durante el periodo 2020-2022 de la pandemia en España. Dentro del objetivo 1 se consideran dos subobjetivos:

- Subobjetivo 1.1: Comparar la cobertura para el total de la pandemia.
- Subobjetivo 1.2: Comparar la cobertura para las diferentes fases consideradas dentro de la pandemia.

Objetivo 2: Examinar la participación de los lectores en la prensa local tradicional versus nativa digital en las noticias de COVID-19 durante el periodo 2020-2022 de la pandemia en España. Dentro del objetivo 2 se consideran dos subobjetivos:

- Subobjetivo 2.1: Comparar la participación de los lectores para el total de la pandemia.
- Subobjetivo 2.2: Comparar la participación de los lectores para las diferentes fases consideradas dentro de la pandemia.

5. Metodología y Análisis de Datos

Para alcanzar estos propósitos, primero evaluamos cómo evolucionó el interés por las noticias relacionadas con el COVID-19 de los periódicos locales con raíces tradicionales en comparación con los periódicos locales nativos digitales. Para medir el interés de los medios locales sobre COVID-19, se utilizó el porcentaje de noticias sobre COVID-19 publicadas en Facebook con respecto al total de noticias. Siguiendo estudios previos, consideramos que cuanto mayor sea este porcentaje, mayor será su interés (**Brown et al.**, 2018; **Weber et al.**, 2019; **Santos-Gonçalves; Napp**, 2022). A continuación, estudiamos la evolución del interés por el COVID-19 de sus correspondientes lectores, que se consigue calculando la proporción de interacciones (número de *likes*, *shares* y comentarios) en las noticias de COVID-19 respecto al total de interacciones en esos medios (**Weber et al.**, 2019; **Toff; Mathews**, 2021).

En segundo lugar, recopilamos y analizamos un conjunto único de datos sobre la participación de los lectores textos periodísticos publicadas en Facebook, constituido por 278.611 noticias. Los datos se recogieron entre mayo y junio del 2023, a través de la aplicación *CrowdTangle*, una herramienta que rastrea las interacciones en las publicaciones en Facebook. Debido a los términos y condiciones de *CrowdTangle*, los datos sin procesar con los detalles de las publicaciones no se pueden compartir, pero proporcionamos (a través de GitHub) el conjunto de datos procesados utilizados para este estudio:

<https://github.com/national-local-data/Digitales-Traditional>

Para este trabajo hemos considerado los 5 periódicos tradicionales y los 5 nativos digitales más populares y con mayor número de seguidores en sus correspondientes páginas en Facebook. Como resultado, los periódicos tradicionales son *Levante-EMV* (335k seguidores), *Faro de Vigo* (326k seguidores), *La nueva España LNE* (351k seguidores), *Información* (308k seguidores) y *Diario Sur* (321k seguidores); y los periódicos nativos digitales seleccionados son *Granada Digital* (111k seguidores), *Sevilla Actualidad* (39k seguidores), *Hoy Aragón* (52k seguidores), *Valencia Plaza* (56k seguidores) y *Dénia.com* (42k seguidores).

Respecto a las fases de la pandemia de COVID-19 en España, este trabajo sigue la propuesta de **Santos-Gonçalves and Napp** (2023), que sostienen que la pandemia de COVID-19 en España se dividió en 5 fases basándose en criterios epidemiológicos aceptados, aunque también consideraron intervenciones epidemiológicas como confinamientos y vacunación.

- Fase 1: A partir de la semana 1 (1 de enero de 2020), cuando se informó por primera vez de la aparición del COVID-19 en Wuhan (China), hasta el final de la semana 9 (1 de marzo del 2020), cuando se produjo la primera ola en Empezó España.
- Fase 2: A partir de la semana 10, hasta el final de la semana 20 (17 de mayo del 2020). Correspondió a la primera ola de COVID-19 en España, caracterizada por una aparición moderada-alta de nuevos casos, y abarcó la mayor parte del confinamiento.
- Fase 3: A partir de la semana 21 a la semana 61 (28 de febrero del 2021) correspondiente a la segunda y tercera ola de COVID-19, con alta tasa de aparición de nuevos casos y alta mortalidad.
- Fase 4: Desde la semana 62 hasta la semana 98 (14 de noviembre del 2021), correspondiente a la cuarta y quinta ola de COVID-19, con mínima mortalidad por altas tasas de vacunación y moderada incidencia de nuevos casos.
- Fase 5: Desde la semana 99 hasta la semana 119 (31 marzo del 2022), correspondiente a la sexta ola de COVID-19, que tuvo una mortalidad muy baja pero una incidencia muy alta. El advenimiento de la variación *ómicron* es parte de esta fase.

Con estas premisas se procedió, en tercer lugar, al análisis estadístico, con el fin de comparar la proporción media de noticias (sobre COVID-19) en medios locales tradicionales vs nativos digitales (Objetivo 1). De esta manera, se probó la normalidad de los datos mediante la prueba de Shapiro-Wilk. Si los datos tenían una distribución normal, se utilizó una prueba t para comparar las proporciones medias. Si los datos no se distribuyeron normalmente, se utilizó una prueba de suma de rangos de Wilcoxon (es decir, la prueba U de Mann-Whitney). Comparamos las proporciones medias para toda la epidemia de 2020-2022 y luego para cada período de forma independiente (Objetivo 1). Se utilizó el mismo enfoque para comparar la proporción media de interacciones (sobre COVID-19) en los medios locales tradicionales frente a los medios locales nativos digitales, para toda la epidemia o para los períodos de COVID-19 (Objetivo 2). También comparamos la proporción media de noticias (sobre COVID-19) en medios tradicionales frente a la proporción media de interacciones en medios nativos digitales, y repetimos la comparación para medios locales frente a interacciones locales. El objetivo era evaluar si existían diferencias estadísticamente significativas entre el interés de los periódicos y el de los lectores.

6. Resultados

La irrupción del Covid-19 en todo el mundo despertó un enorme interés entre los ciudadanos en un periodo relativamente corto de tiempo, lo que provocó una gran cantidad de noticias falsas. Obviamente, un evento de tal relevancia pública tuvo también un impacto en el sistema mediático. Durante el COVID-19 se demostró que, comparado con los medios digitales, los medios tradicionales consiguieron controlar mejor la desinformación, limitando la circulación de rumores y noticias falsas (Casero-Ripollés, 2020b). En los resultados obtenidos en este estudio también se observa una disparidad a la hora de publicar noticias sobre el coronavirus entre estos dos tipos de medios. Nuestros datos indican una diferencia estadísticamente significativa (valor-p=0.02) en la proporción de noticias relacionadas con el coronavirus durante la pandemia, siendo mayor en los periódicos nativos digitales (14.81%) que en los locales tradicionales (12.85%), ver Figura 1-A. De esta forma, los resultados parecen mostrar un menor número de publicaciones sobre la pandemia por parte de los periódicos locales tradicionales, pero con información más contrastada.

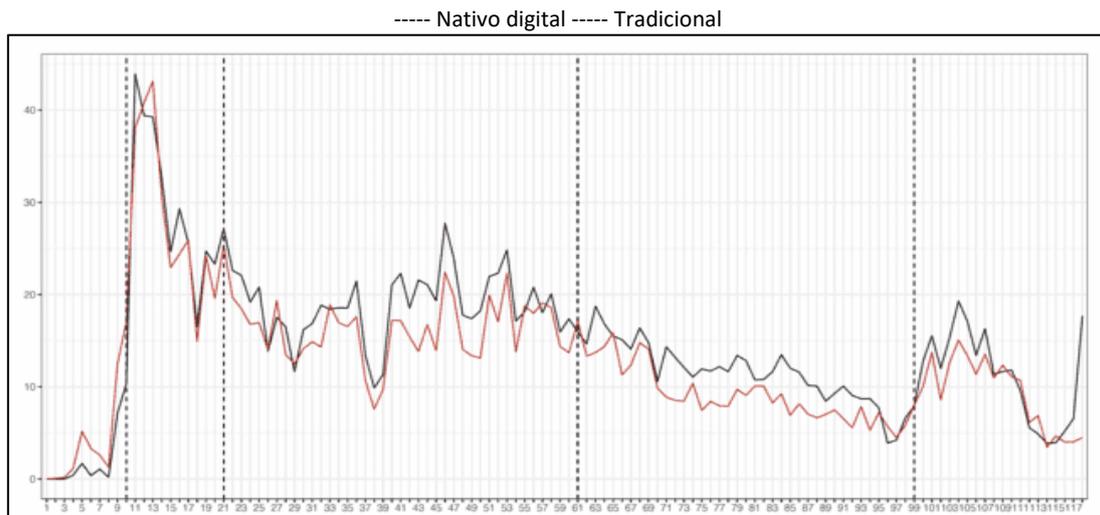
A lo largo de las fases de la pandemia, la proporción de noticias relacionadas con el COVID-19 en los medios de locales nativos digitales y tradicionales siguió patrones relativamente semejantes en algunos períodos y patrones diferentes en otros (tabla 1-A, figura 1-A). Aunque se observó cierto descenso después de los primeros meses de la pandemia, los altos porcentajes de publicación de noticias sobre la pandemia obtenidos por ambos medios parecen indicar un gran interés por parte de los periodistas locales por informar sobre la evolución del brote de Coronavirus. Además, pone de manifiesto la coexistencia simbiótica plenamente establecida entre los medios locales tradicionales y los nativos digitales. En la fase 1 los intereses fueron bajos en ambos tipos de medios, y sin diferencias estadísticamente significativas (p-valor=0.23), mientras que en la fase 2 los intereses de ambos medios crecieron considerablemente (28.2% y 27.4%), y tampoco se observaron diferencias estadísticamente significativas (p-valor=0.70). Durante la fase 3, la proporción de noticias sobre COVID-19 se mantuvo relativamente constante durante todo el período, con valores medios más bajos en los medios tradicionales (16,30%) en comparación con los medios nativos digitales (19,00%), resultando en una diferencia que fue estadísticamente significativa (p-valor=0.00). Por su parte, en la fase 4, la proporción de noticias sobre COVID-19 disminuyó de forma proporcionada tanto en los medios locales nativos digitales como en los más tradicionales, lo que resultó en valores medios del 11,70 % de las noticias sobre COVID-19 en los nativos digitales, y de 16.30% en los tradicionales, y por lo tanto se mantuvo la diferencia significativa de la fase anterior (p-valor=0.00). A partir del confinamiento (sobre todo en las fases 3 y 4) se extendió el trabajo online desde casa, y surgieron diversos productos de noticias basados en fuentes externas. Un ejemplo de estos nuevos productos informativos surgidos durante la pandemia fueron las *newsletters* especializadas en dar información sobre coronavirus (Newman, 2020). A pesar de que las *newsletters* es un servicio veterano, fueron los medios informativos digitales los que mayoritariamente usaron esta práctica periodística (Guallar et al., 2022). En cambio, en los medios tradicionales se observó una práctica periodística muy distinta, donde casi ningún medio ofreció contenido que no fuese propio. Este tipo de prácticas periodísticas podría explicar algunas de las diferencias, estadísticamente significativas en las fases 3 y 4, en la cantidad de noticias sobre el COVID-19 de los dos medios locales. En la corta fase 5, ambos intereses experimentaron más volatilidad que en las dos fases anteriores (figura 1-A). Aunque los intereses medios no cambiaron significativamente respecto a la fase 4, la diferencia de intereses de los dos medios locales no resultó en diferencias estadísticamente significativas (p-valor= 0.20, Tabla 1-A).

Respecto a la participación de los lectores en la prensa local tradicional versus nativa digital en las noticias de COVID-19, los patrones generales de interés en noticias relacionadas con COVID-19 en lectores de periódicos locales nativos digitales y tradicionales fueron relativamente similares (Figura 1-B). Si bien, al contrario de lo que pasaba con el interés de los medios, el interés de los lectores para toda la pandemia fue mayor en los periódicos tradicionales (16.29%) en comparación con los periódicos nativos digitales (14,87%). Aunque esta diferencia no fue estadísticamente significativa (p-valor = 0,25), sí que se observó un mayor interés en la prensa local tradicional, lo que muestra que los medios tradicionales recuperaron parte del prestigio periodístico que habían perdido en los últimos años. De acuerdo con Casero-Ripollés (2020a) este resurgimiento de los medios tradicionales durante el COVID-19 trajo consigo que muchos ciudadanos, que normalmente permanecían alejados de los medios, se volviesen a conectar con las noticias, lo que generó beneficios para la democracia.

En la corta fase 1 las diferencias fueron considerables (1.20% en los digitales vs 3.70% tradicionales), pero no resultó, por muy poco, en una diferencia estadísticamente significativa (p-valor=0.07). En las fases 2, 3 y 4, la proporción de interacciones aumentaron considerablemente y fueron similares en ambos medios: la de los lectores de medios digitales nativos fue de 28,80%, 21,60% y 10.60% respectivamente, y la de los medios tradicionales de 31,00%, 21,60% y 10.10% respectivamente (Tabla 1B). En cambio, en la fase 5, la proporción de interacciones fue significativamente mayor en lectores de diarios locales tradicionales que en lectores de diarios nativos digitales (15,00% y 8,10%, respectivamente) dando lugar a una diferencia estadísticamente significativa (p-valor=0.00, Tabla 1-B). Cuando comparamos los resultados obtenidos sobre interés de los medios locales y de sus lectores, observamos que los medios nativos digitales consiguieron acompañar mejor su interés con el de sus lectores. En cambio, el interés de los medios tradicionales se mantuvo por debajo del de sus lectores en las cinco fases analizadas, resultando en un total de 12.85% y 16.29% respectivamente. Por lo tanto, los datos recogidos en este estudio muestran un mayor dinamismo de los medios digitales, que se involucraron más con la comunidad, permitiendo que los lectores tengan voz en las agendas de sus organizaciones.

Tabla 1: A: Evaluación estadística de las diferencias en la proporción de noticias (sobre COVID-19) en medios local nativos digitales versus medios locales tradicionales para toda la pandemia y para los diferentes periodos. B: Evaluación estadística de las diferencias en la proporción de interacciones (a noticias de COVID-19) en medios nativos digitales versus medios locales tradicionales para toda la pandemia y para los diferentes periodos. Mayores porcentajes en gris. Resultados estadísticamente significativos en verde, no estadísticamente significativos en naranja.

	A- % noticias COVID-19			B- % COVID-19 interacciones		
	Digital (%)	Tradicional (%)	p-valor	Digital (%)	Tradicional (%)	p-valor
Total	14.81	12.85	0.02	14.87	16.29	0.25
Phase 1	1.20	2.90	0.23	1.20	3.70	0.07
Phase 2	28.20	27.40	0.70	28.80	31.00	0.85
Phase 3	19.00	16.30	0.00	21.60	21.60	0.97
Phase 4	11.70	9.30	0.00	10.60	10.10	0.57
Phase 5	11.10	9.30	0.21	8.10	15.00	0.00



B: Proporción de interacciones en noticias relacionadas con el COVID-19 en medios locales nativos digitales versus medios locales tradicionales por fases de COVID-19.

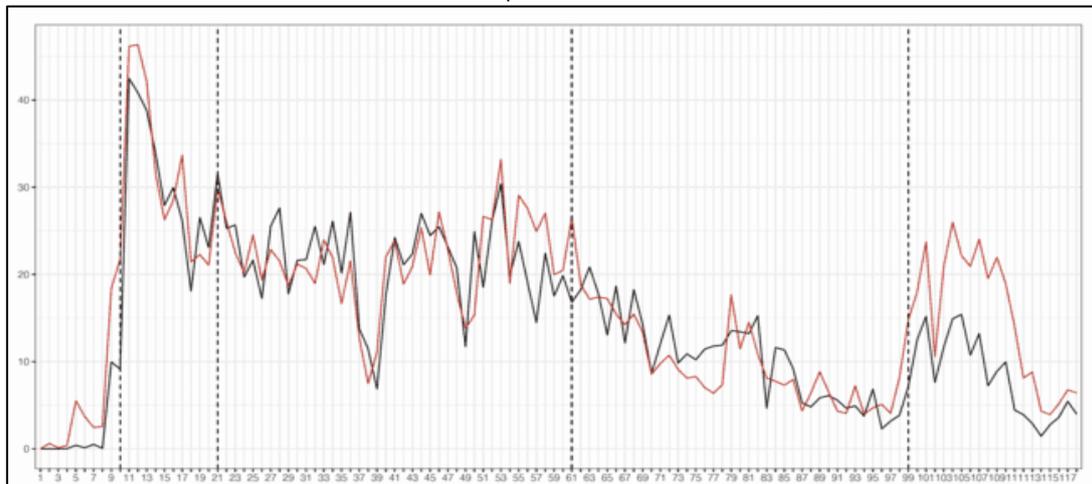


Figura 1: A: Proporción de Noticias Relacionadas con el COVID-19 en medios Locales Nativos Digitales Versus Medios Locales Tradicionales por Fases de COVID-19.

7. Discusión y Conclusiones

Esta investigación cumple con el objetivo principal de analizar el interés de los medios locales y sus lectores por el COVID-19 durante la pandemia 2020-2022 en España. En particular, en este trabajo realizamos un estudio comparativo dividiendo los medios locales entre los nativos digitales y los tradicionales. De esta forma, esta investigación contribuye a la escasa investigación sobre la cobertura que estos medios de comunicación han hecho del COVID-19, y la correspondiente participación de sus lectores a través de las redes sociales.

Es sabido que la evolución de la epidemia no solo depende de las decisiones políticas tomadas al respecto, sino que también es crucial su comunicación y la manera que el público las recibe (Kim *et al.*, 2020). En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel fundamental, y en particular, los medios locales, ya que son considerados una de las fuentes más fiables de información por los lectores. En relación con el objetivo 1.2 propuesto, los resultados indican que el interés general por el COVID-19 mostrado por los periódicos locales españoles fue relativamente alto, siendo el de los nativos digitales más alto que el de los tradicionales (14,81% y 12,85%, respectivamente). Esta diferencia, que resultó estadísticamente significativa, pone de manifiesto el mayor dinamismo de los medios digitales. Este descubrimiento entronca con la literatura previa, y afianza la idea de que los formatos y las ediciones de los medios nativos digitales se adaptan más rápidamente a circunstancias extraordinarias, como fue la surgida por la pandemia del COVID-19 en el año 2020. En cambio, las ediciones de los medios tradicionales se caracterizan por un especial cuidado por las fuentes y por el contraste de noticias, lo que podría explicar la menor agilidad a la hora de cubrir un evento tan único, repentino e importante para la sociedad como fue el de la pandemia.

En general, todos los medios locales españoles experimentaron un gran interés por el COVID-19 al inicio de la pandemia, el cual fue decreciendo de manera progresiva pero muy lentamente, a excepción del último breve periodo, que corresponde a la irrupción de la variante ómicron. Este cansancio informativo en los medios locales españoles está en línea con otros estudios recientes en EE. UU., que también observaron cierta fatiga en la cobertura de los periódicos locales (Joseph *et al.*, 2022).

Debido a su importancia, ha habido un creciente interés en el análisis de las diferencias en la producción de noticias entre los medios de comunicación nativos digitales y los tradicionales (Negredo *et al.*, 2023; Salaverría, 2020). En relación al objetivo 1.2, se observó que la proporción de noticias de COVID-19 fue siempre mayor en los periódicos digitales nativos durante todas las fases de la pandemia, excepto en la primera fase, que es la fase más corta y con menor porcentaje de noticias sobre el coronavirus.

En relación al objetivo 2.1, el estudio también mostró que en España el interés de los lectores de prensa local fue elevado a lo largo de la pandemia: 14.87% en los nativos digitales y 16.29% en los tradicionales. Esto demuestra el papel clave de las redes sociales como Facebook durante una crisis como la de la pandemia de COVID-19, ya que muestra que los contenidos compartidos por los periódicos, despertó el interés de la audiencia. No obstante, se observó cierto grado de fatiga informativa sobre el COVID-19 en los lectores, tanto de medios nativos digitales como en los más tradicionales, tal y como se demuestra en la reducción progresiva en la proporción de interacciones en las largas fases 3 y 4 (objetivo 2.2). Ese descenso es probablemente debido a que los lectores, al estar expuestos repetidamente a grandes cantidades de noticias sobre el mismo tema, desarrollan sentimientos negativos o de fatiga hacia ese tema, lo que hace menos probable que se involucren en él (Gurr, 2022).

Sin embargo, y a pesar de una pérdida progresiva de interés en el COVID-19 de los periódicos locales y sus lectores, el interés sobre el coronavirus se ha mantenido bastante alto (con valores generales en el rango del 10-20%) a pesar del tiempo transcurrido desde la aparición del virus.

Sorprendentemente, los resultados revelan que el interés general de los lectores de medios locales fue consistentemente más alto que el interés de los propios periódicos locales. Este hecho contrasta con la idea de que los medios tienden a brindar a las audiencias noticias más “duras”, como las relacionadas con el COVID-19, mientras que el público busca noticias que lo entretengan (Boczkowski;

“Nuestros resultados entroncan con la literatura previa, y afianzan la idea de que los formatos y las ediciones de los medios nativos digitales se adaptan más rápidamente a circunstancias extraordinarias, como fue la surgida por la pandemia del COVID-19 en el año 2020”

“En general, todos los medios locales españoles experimentaron un gran interés por el COVID-19 al inicio de la pandemia, el cual fue decreciendo de manera progresiva pero muy lentamente, a excepción del último breve periodo, que corresponde a la irrupción de la variante ómicron”

“Se demuestra el papel clave de las redes sociales como Facebook durante una crisis como la de la pandemia de COVID-19, ya que los contenidos compartidos por los periódicos despertaron el interés de la audiencia”

Mitchelstein, 2013). De hecho, algunos investigadores han argumentado que esa tendencia se ha intensificado en los últimos años debido a los crecientes desafíos asociados con atraer y retener lectores, obligando a los medios a ignorar cuestiones importantes en favor de publicar noticias más "suaves". Los hallazgos indican que, en este caso, tal disparidad de cobertura entre lo que ofrecen los periódicos, y lo que quieren los lectores, no ocurrió en España con la cobertura de noticias de COVID-19 a nivel local. Por el contrario, los datos refuerzan las conclusiones de otras investigaciones recientes (**Masullo et al.**, 2021) que argumentan que, en tiempos de crisis severa, tal brecha de cobertura desaparece o incluso se revierte.

« Sorprendentemente, los resultados revelan que el interés general de los lectores de medios locales fue consistentemente más alto que el interés de los propios periódicos locales »

Otro resultado interesante de este estudio es que las dinámicas del interés de los medios locales nativos digitales y sus lectores es más similar y sincronizada que la de los medios locales más tradicionales, donde el interés del público es significativamente mayor en todas las fases de la pandemia. Este hallazgo pone en evidencia que una de las principales diferencias entre estos medios es que los nativos digitales dan mayor atención a sus lectores, estableciendo estrategias participativas y de especialización temática. Es decir, proponen un enfoque periodístico más centrado en la audiencia, lo que estaría en línea con la idea de que los procesos de producción de los medios nativos digitales son más dinámicos y se adaptan más rápidamente a los intereses de sus lectores que los más tradicionales, con procesos de producción más rígidos y estructurados. Analizar el comportamiento de las audiencias es crucial para cualquier medio digital, y los datos obtenidos en este trabajo demuestran que la gestión de los medios nativos digitales, al haber nacido digitales, permite planificar mejor la producción y distribución de contenidos (**Vázquez-Herrero et al.**, 2023).

Como en cualquier otro estudio, nuestro trabajo tiene limitaciones que deben ser identificadas. Aunque hemos utilizado una enorme base de datos para el análisis, solo se pudo incluir en nuestro estudio un número limitado de periódicos locales. Por lo tanto, no podemos descartar que algunos medios que no fueron incluidos presentaran algunas particularidades que no pudieron ser capturadas en nuestro estudio. Otra limitación es que el estudio se realizó en España, por lo que las conclusiones derivadas no pueden generalizarse a otros países. La mayor parte de la investigación en esta área se ha llevado a cabo en los medios de comunicación locales de EE. UU., e instamos a que se replique y compare en otros países.

Referencias

Alonso González, Marián (2021). "Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia". *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, v. 26, n. 1, pp. 1-25. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>

Anaya, Ana Segura; de Sola Pueyo, Javier; Alemán, Isabel Iniesta; de la Iglesia, Ana Mancho (2020). "Redes sociales de la información periodística de proximidad en las zonas despobladas: El caso de los medios digitales hiperlocales de Aragón". *Textual & Visual Media*, n. 13, pp. 35-57. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/273>

Asociación de la prensa de Madrid (2019). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM. <https://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion>

Bengtsson, Stina; Johansson, Sofia (2021). "A phenomenology of news: Understanding news in digital culture". *Journalism*, v. 22, n. 11, pp. 2873-2889. <https://doi.org/10.1177/1464884919901194>

Boczkowski, Pablo J; Mitchelstein, Eugenia (2013). *The News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262019835.001.0001>

Brown, Danielle K; Harlow, Summer; García-Perdomo, Víctor; Salaverría, Ramón (2018). "A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications". *Journalism*, v. 19, n. 11, pp. 1497-1516. <https://doi.org/10.1177/1464884916683549>

Casero-Ripollés, Andreu (2020a). "Impacto da Covid-19 nos sistemas de mídia: consequências comunicativas e democráticas do consumo de notícias durante o surto". *Comunicação & Educação*, v. 25, n. 1, pp. 109-129. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v25i1p109-129>

Casero-Ripollés, Andreu (2020b). "Impacto del Covid-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 29, n. 2, pp. e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

« Otro resultado interesante de este estudio es que las dinámicas del interés de los medios locales nativos digitales y sus lectores es más similar y sincronizada que la de los medios locales más tradicionales, donde el interés del público es significativamente mayor en todas las fases de la pandemia »

- D'heer, Evelien; Paulussen, Steve** (2013). "The use of citizen journalism for hyperlocal news production". *Recherches en Communication*, v. 39, pp. 151-164. <http://hdl.handle.net/1854/LU-5833344>
- Domínguez, David Caldevilla** (2013). "Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0". *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, n. 18, pp. 165-176. https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2013.v18.41722
- Finneman, Teri; Thomas, Ryan J** (2022). "'Our Company is in Survival Mode': Metajournalistic Discourse on COVID-19's Impact on U.S. Community Newspapers". *Journalism Practice*, v. 16, n. 10, pp. 1965-1983. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1888149>
- Fox, Colm A** (2021). "Media in a time of crisis: newspaper coverage of COVID-19 in East Asia". *Journalism Studies*, v. 22, n. 13, pp. 1853-1873. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1971106>
- Gajardo, Constanza; Costera Meijer, Irene** (2023). "How Loyalty Works: Why Do People Continue Their Relationship with Journalism?". *Journalism Studies*, v. 24, n. 5, pp. 650-668. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2178246>
- Galletero-Campos, B.** (2019). *Desigualdades de género en el periodismo. Situación sociolaboral y factores que condicionan el ejercicio profesional. El caso de Castilla-La Mancha*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=729867>
- Galletero-Campos, Belén; Saiz-Echezarreta, Vanesa** (2018). "Estudio exploratorio de la calidad en el periodismo digital en Castilla-La Mancha". *Barataria: revista castellanomanchega de ciencias sociales*, n. 24, pp. 173-189. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i24.403>
- García Avilés, José Alberto; González Esteban, José Luis** (2012). "Cibermedios nativos españoles: explorando modelos de rentabilidad". *Tripodos*, n. 30, pp. 153-167. http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/50
- Guallar, Javier; Franch, Pere; Boté-Vericad, Juan-José; Anton, Laura** (2022). "How do legacy and digital media curate coronavirus content. An assessment of newsletters from the USA and four European countries". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 31, n. 3, pp. e310318. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.18>
- Guimerà i Orts, Josep Àngel; Monedero Morales, Carmen del Rocío; Martori Muntsant, Aida** (2017). "Digitalización, crisis económica y televisión pública local en España. Los casos de Andalucía y Cataluña (2010-2015)". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 72, pp. 574-589. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1180>
- Gurr, Gwendolin** (2022). "Does fatigue from ongoing news issues harm news media? Assessing reciprocal relationships between audience issue fatigue and news media evaluations". *Journalism Studies*, v. 23, n. 7, pp. 858-875. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2049453>
- Jenkins, Joy; Jerónimo, Pedro** (2021). "Changing the beat? Local online newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the UK". *Journalism Practice*, v. 15, n. 9, pp. 1222-1239. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1913626>
- Jenkins, Joy; Nielsen, Rasmus Kleis** (2018). "The digital transition of local news." Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2018/digital-transition-local-news>
- Joseph, Kenneth; Horne, Benjamin D; Green, Jon; Wihbey, John P** (2022). "Local news online and covid in the us: relationships among coverage, cases, deaths, and audience". *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, v. 16, n. 1, pp. 441-452. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19305>
- Kim, Eunji; Shepherd, Michael E; Clinton, Joshua D** (2020). "The effect of big-city news on rural America during the COVID-19 pandemic". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 117, n. 36, pp. 22009-22014. <https://doi.org/10.1073/pnas.2009384117>
- Le Quééré, Marianne Aubin; Chiang, Ting-Wei; Naaman, Mor** (2022). "Understanding Local News Social Coverage and Engagement at Scale during the COVID-19 Pandemic". *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, v. 16, n. 1, pp. 560-572. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19315>
- Mach, Katharine J.; Salas Reyes, Raúl; Pentz, Brian; Taylor, Jennifer; Costa, Clarissa A.; Cruz, Sandip G.; Thomas, Kerronia E.; Arnott, James C.; Donald, Rosalind; Jagannathan, Kripa; Kirchoff, Christine J.; Rosella, Laura C.; Klenk, Nicole** (2021). "News media coverage of COVID-19 public health and policy information". *Humanities and Social Sciences Communications*, v. 8, n. 1, pp. 220. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00900-z>
- Masullo, Gina M.; Jennings, Jay; Stroud, Natalie Jomini** (2022). "'Crisis Coverage Gap': The Divide between Public Interest and Local News' Facebook Posts about COVID-19 in the United States". *Digital Journalism*, v. 10, n. 6, pp. 1037-1058. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1965488>
- Negreira-Rey, María-Cruz; López-García, Xosé; Vázquez-Herrero, Jorge** (2020). "Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España". *Revista de comunicación*, v. 19, n. 2, pp. 193-214. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a11>

- Negredo, Samuel; Sánchez-García, Pilar; Amoedo-Casais, Avelino; Martínez-Costa, María-Pilar; Salaverría, Ramón** (2023). "Quantifying digital-native and legacy, national and local news websites in Spain, their topic scope and platforms". *Análisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, v. 68, pp. 81-96. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3542>
- Newman, Nic** (2020). "The Resurgence and Importance of Email Newsletters." In: *Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/the-resurgence-and-importance-of-email-newsletters>
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Robertson, Craig T.; Eddy, Kirsten; Nielsen, Rasmus Kleis** (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-x1gn-m549>
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Schulz, Anne; Andi, Simge; Nielsen, Rasmus Kleis** (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-048n-ap07>
- Organización Mundial de la Salud** (2020). "Novel coronavirus(2019-nCoV). Situation report - 13." <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>
- Painter, James; Kristiansen, Silje; Schäfer, Mike S.** (2018). "How 'Digital-born' media cover climate change in comparison to legacy media: A case study of the COP 21 summit in Paris". *Global Environmental Change*, v. 48, pp. 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2017.11.003>
- Pérez Curiel, Concha; Gutiérrez Rubio, David; Sánchez González, Teresa; Zurbano Berenguer, Belén** (2015). "El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el periodismo de proximidad español". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 21, n. 0, pp. 101-117. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50661
- Quandt, Thorsten; Wahl-Jorgensen, Karin** (2021). "The Coronavirus Pandemic as a Critical Moment for Digital Journalism: Introduction to Special Issue: Covering Covid-19: The Coronavirus Pandemic as a Critical Moment for Digital Journalism". *Digital Journalism*, v. 9, n. 9, pp. 1199-1207. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1996253>
- Radcliffe, Damian** (2015). *Where are we now? UK hyperlocal media and community journalism in 2015*. Centre for Community Journalism at Cardiff University. <https://ssrn.com/abstract=3045571>
- Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel; Rodríguez-Martínez, Ruth** (2020). "Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19". *Hipertext.net*, n. 21, pp. 79-92. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.07>
- Salaverría Aliaga, Ramón; Martínez-Costa Pérez, María del Pilar; Breiner, James** (2018). "Map of digital news media at Spain in 2018: quantitative analysis". *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 73, pp. 1034-1053. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1295>
- Salaverría, Ramón** (2020). "Exploring Digital Native News Media". *Media and Communication*, v. 8, n. 2, pp. 1-4. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3044>
- Salaverría, Ramón; Martínez-Costa, María-del-Pilar** (2021). *Medios nativos digitales en España*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://www.comunicacionsocial.es/media/comunicacionsocial/files/sample-133545.pdf>
- Santos-Gonçalves, Tatiana; Napp, Sebastian** (2022). "Trends in the interest in COVID-19 news of the local media and their readers: The case of Spain". *Journalism*, v. 23, n. 12, pp. 2608-2626. <https://doi.org/10.1177/14648849221114736>
- Santos-Gonçalves, Tatiana; Napp, Sebastian** (2023). "Local versus National News about COVID-19 in Spain: Coverage and Public Engagement". *Journalism Practice*, pp. 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2187863>
- Sanz-Hernando, Clara** (2017). "La migración digital y la crítica situación de la prensa y televisión marcan el ecosistema informativo de Castilla y León". *Miguel Hernández Communication Journal*, n. 8, pp. 617-642. <https://doi.org/10.21134/mhcv0i8.213>
- Schulz, Anne** (2021). "Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies." In: *Reuters Institute Digital News Report 2021*. pp. 43-47. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/local-news-unbundled-where-audience-value-still-lies>
- Shearer, Elisa** (2020). "Local news is playing an important role for Americans during COVID-19 outbreak." Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/07/02/local-news-is-playing-an-important-role-for-americans-during-covid-19-outbreak>
- Tejedor, Santiago; Pla Pablos, Ariadna** (2020). "Análisis del modelo de ingresos en medios nativos digitales de carácter alternativo de España". *Revista de Comunicación*, v. 19, n. 1, pp. 275-295. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a16>
- Thorson, Kjerstin; Medeiros, Mel; Cotter, Kelley; Chen, Yingying; Rodgers, Kourtnie; Bae, Arram; Baykaldi, Sevgi** (2020). "Platform civics: Facebook in the local information infrastructure". *Digital Journalism*, v. 8, n. 10, pp. 1231-1257. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1842776>
- Toff, Benjamin; Mathews, Nick** (2021). "Is social media killing local news? An examination of engagement and ownership patterns in US Community news on Facebook". *Digital Journalism*, pp. 1-20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1977668>

Ufarte-Ruiz, María José; Galletero-Campos, Belén; López-Cepeda, Ana María (2020). "Fact-Checking, a Public Service Value in the Face of the Hoaxes of the Healthcare Crisis". *Blanquerna School of Communication and International Relations*, v. 1, n. 47, pp. 87-104. <https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/377176>

Vázquez-Herrero, Jorge; Negreira-Rey, María-Cruz; López-García, Xosé (2023). "Research on digital native media: an emerging topic in the field of digital communication". *Profesional de la información/Information Professional*, v. 32, n. 2, pp. e320202. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.02>

Weber, Matthew; Andringa, Peter; Napoli, Philip M. (2019). *Local News on Facebook: Assessing the Critical Information Needs Served through Facebook's TodayIn Feature*. News Measures Research Project. <https://hsjmc.umn.edu/sites/hsjmc.umn.edu/files/2019-09/Facebook%20Critical%20Information%20Needs%20Report.pdf>