



HAL
open science

Estudio de la información online sobre la COVID-19 en el sistema universitario español

Ana María López Cepeda

► **To cite this version:**

Ana María López Cepeda. Estudio de la información online sobre la COVID-19 en el sistema universitario español. La santé mentale sur les campus universitaires face aux défis contemporains : de la discrimination à la COVID-19. Regards croisés : Communication, Droit et Psychologie., Oct 2020, Toulouse, Francia. hal-03396838

HAL Id: hal-03396838

<https://hal.science/hal-03396838v1>

Submitted on 22 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Estudio de la información online sobre la COVID-19 en el sistema universitario español

Ana María López Cepeda

Universidad de Castilla-La Mancha

ana.lopezcepeda@uclm.es

Resumen

La pandemia de la COVID-19 ha supuesto la readaptación del sistema docente en muchos países. En el ámbito universitario, en países como en España y con el inicio del estado de alarma, se optó por la transformación de las clases presenciales a un formato online con urgencia y sin una planificación pensada (García-Peñalvo et al., 2020). Además, se adoptaron una serie de políticas y medidas que han ido evolucionando desde la suspensión de las clases presenciales hasta el comienzo del curso 2020/2021. El Plan para la transición hacia una nueva normalidad, adoptado por el Consejo de Ministros el 28 de abril de 2020, preveía la apertura del curso académico 2020-2021 con las medidas necesarias que garantizaran el menor riesgo posible. Un poco más tarde, el Ministerio de Universidades publicó unas recomendaciones para adaptar el curso universitario a una “presencialidad adaptada”. Una vez superada la primera oleada de la pandemia, pero bajo la amenaza de una segunda, se iniciaron las clases presenciales con la posibilidad de optar por varias modalidades, en base a la evolución de la COVID-19.

En este escenario cambiante y lleno de incertidumbres, las universidades se enfrentan a numerosos retos, entre ellos, el de garantizar una correcta información a sus grupos de interés. Se plantea este artículo, con el objeto de conocer cómo las principales universidades españolas presentan en sus webs sus políticas y medidas ante la COVID-19. La hipótesis principal es que a pesar de que todas las universidades tienen una web sobre COVID-19, no todas ellas ofrecen una accesibilidad y estructura adecuada. Se parte, además, de la idea de que se da mucha importancia a la publicación de protocolos enteros de actuación, pero no tanto a iniciativas de participación o de sensibilización ante la pandemia.

Palabras clave.- COVID-19; pandemia; información online; comunicación en tiempos de crisis

Study of online information on COVID-19 in Spanish Universities

Abstract

The COVID-19 pandemic has led to the retraining of the educational system in many countries. At the university level, in countries such as Spain and with the onset of the state of alarm, it was decided to transform face-to-face classes to an online format urgently and without thoughtful planning (García-Peñalvo et al., 2020). In addition, a series of policies and measures were adopted that have evolved from the beginning of the suspension of face-to-face classes until the beginning of the 2020/2021 academic year. The Plan for the transition to a new normal, adopted by the Council of Ministers on April 28, 2020, provided for the opening of the 2020-2021 academic year with the

necessary measures that would guarantee the least possible risk. A little later, the Ministry of Universities published some recommendations to adapt the university course to an “adapted presence”. Once the first wave of the pandemic had been overcome, but under the threat of a second, face-to-face classes began with the possibility of opting for various scenarios, based on the evolution of the pandemic itself.

In this scenario full of uncertainties, universities face numerous challenges, among them, guaranteeing correct information to their stakeholders. This article is proposed, in order to know how the main Spanish universities present their policies and measures against COVID-19 on their websites. The main hypothesis is that despite the fact that all universities have a website on COVID-19, not all of them offer adequate accessibility and structure. It is also based on the idea that much importance is given to the publication of entire protocols of action, but not so much to initiatives for participation or awareness of the pandemic.

Keywords.- COVID-19; pandemic; online information; communication in crisis

1. Introducción

La pandemia de la COVID-19 ha supuesto un gran impacto en la salud y economía mundiales que ha afectado a diversos sectores. Ante una situación como la actual, está previsto que la crisis puede afectar a la reputación corporativa de empresas y organizaciones en función de cómo se actúe para mantener la confianza a través de la comunicación interna (Xifra, 2020: 6). En el último año, hay un gran número de trabajos que analizan el impacto de la pandemia desde diferentes perspectivas. Desde el punto de vista organizacional se apunta a la necesidad de conciliar resiliencia y responsabilidad social corporativa (Fontrodona & Muller, 2020). A corto plazo se recomienda paliar los efectos inmediatos de la crisis para con posterioridad, afrontar un mundo progresivamente más complejo e incierto (Rodríguez-Castellanos & San Martín-Abizuri, 2020: 12). El comportamiento ejemplar de las empresas debe mantenerse a largo plazo porque cuando termine el efecto sanitario de la pandemia, se acentuará la crisis económica (Santos-Jaén, Tornel-Marín & Gracia-Ortiz, 2020)

El sector educativo –en todos los niveles– ha tenido que readaptarse para ajustarse a un escenario online. En España, en el ámbito universitario, se suspendieron las clases presenciales en marzo de 2020, lo que conllevó al paso de un sistema de educación online, de una forma rápida y sin la planificación ni antelación suficiente que asegurase que todos los actores involucrados contaban con las competencias digitales o recursos suficientes (GarcíaPeñalvo et al., 2020). A finales de la primera oleada, se apuntaba a la necesidad de volver a una enseñanza presencial. En abril de 2020, se aprobaba por el Gobierno de España, el Plan para la Transición hacia una nueva normalidad. Este apuntaba la necesidad de preparar a los centros educativos para incrementar la seguridad en las aulas. El Ministerio de Universidades presentaba poco después sus recomendaciones para comenzar las clases con una presencialidad adaptada. Se señalaban medidas como la necesidad de garantizar la distancia de seguridad, no doblar las clases por grupos para poder mantener la presencialidad o que las universidades aprobaran planes de contingencia que permitiesen en caso de necesidad un cambio inmediato a la modalidad online. En el mes de septiembre de 2020, se iniciaba el curso académico universitario 2020/2021. En la mayoría de las ocasiones se optaba por un sistema presencial o semipresencial, pero con la posibilidad de que en base a la evolución epidemiológica se volviera a un escenario online.

Esta situación, en continuo cambio, provoca que las universidades deban mantener una información clara, accesible y transparente con sus grupos de interés y no perder su confianza ni generar desinformación o sobreenformación. El uso de internet es una de las herramientas más eficaces para la comunicación interna de las empresas y organizaciones con sus trabajadores y otros stakeholders. Estas deben adaptar sus relaciones internas al nuevo entorno online a la par que potencian la participación y los flujos bidireccionales de información, fundamentalmente en un momento en el que el teletrabajo o la semipresencialidad se ha vuelto imprescindible en muchos sectores. El objetivo central de este artículo es conocer la manera que tienen las principales universidades españolas de presentar a sus grupos de interés la información sobre la pandemia. La importancia de este estudio radica en que se realiza en un momento de pandemia, en donde la información y su forma de presentarse, así como las ayudas y propuestas de interés, cobran una especial importancia para sensibilizar a la ciudadanía.

2. Método

Esta investigación parte del presupuesto de la necesidad de que las universidades informen a sus grupos de interés de la pandemia de la COVID-19, de sus protocolos, noticias y comunicados, pero también de la importancia de hacerlo con una estructura entendible y accesible, y a través de formas de participación y otros proyectos que permitan concienciar de la pandemia. Para conocer estos datos, se elaboró una ficha de análisis a partir de veinte indicadores (ver tabla 1) construida considerando una serie de estudios que analizan la accesibilidad de las webs (Hilera et al., 2012) y las formas de participación (Limia-Fernández, Toural-Bran & López-García, 2013; López-Cepeda, López-Golán & Rodríguez Castro, 2019; Masip & Suau, 2014; Rodríguez-Martínez, Codina & Pedraza-Jiménez, 2012).

Tabla 1. Indicadores para el análisis de las webs de las principales universidades españolas

1. Estructura y accesibilidad	1.1. Web propia sobre COVID-19.
	1.2. Web propia sobre COVID-19 fácil de localizar en la web principal de la universidad.
	1.3. Lectura a través de dispositivos diferentes del ordenador (smartphones, tablets).
	1.4. El texto puede cambiar de tamaño para favorecer su legibilidad.
	1.5. Compatibilidad con asistentes de voz.
	1.6. Posibilidad de traducción a otro idioma.
	1.7. Información estructurada en bloques o secciones.
2. Información que se ofrece	2.1. Resoluciones actualizadas de la universidad sobre COVID-19.
	2.2. Comunicados o noticias actualizados sobre COVID-19.
	2.3. Leyes o normas de las autoridades competentes.
	2.4. Información dividida por bloques donde se identifiquen a los diferentes grupos de interés.
	2.5. Esquemas, gráficos o resúmenes de las normas, leyes o resoluciones.
	2.6. Preguntas frecuentes.

	2.7. Vídeos explicativos sobre COVID-19.
3. Participación con los usuarios	3.1. Uso de redes sociales.
	3.2. Información de COVID-19 en las redes sociales.
	3.3. E-mail propio para resolver dudas sobre COVID-19.
	3.4. Uso de blogs, chats, encuestas y debates.
	3.5. Otras formas de participación.
4. Otros proyectos de interés	4.1. Otros proyectos de interés.

Fuente. Elaboración propia, septiembre de 2020

La muestra de estudio la componen las webs de las veinte primeras universidades españolas, según la Clasificación Académica de las Universidades del Mundo o Ranking de Shangái del 2020.

Tabla 2. Principales universidades españolas según el Ranking de Shangái (2020)

Universitat de Barcelona	Universidade de Santiago de Compostela
Universitat Autònoma de Barcelona	Universidad de Sevilla
Universidad Complutense de Madrid	Universidad de Zaragoza
Universidad de Granada	Universidad Politécnica de Madrid
Universitat de Valencia	Universidad de Navarra
Universidad Autónoma de Madrid	Universitat Illes Balears
Universitat Politècnica de Valencia	Universidade de Vigo
Universitat Pompeu Fabra	Universitat Rovira i Virgili de Tarragona
Universidad del País Vasco	Universidad Miguel Hernández de Elche
Universidad de Oviedo	Universitat Jaume I de Castellón

Fuente. Ranking de Shangái, 2020

El estudio parte de dos hipótesis: H1. A pesar de que todas las universidades ofrecen una web sobre COVID-19, no todas ellas ofrecen una accesibilidad y estructura adecuada. H2. Se da mucha importancia a la publicación de protocolos enteros de actuación, pero no tanto a iniciativas de participación o de sensibilización ante la pandemia.

3. Resultados

3.1. Estructura y accesibilidad

Uno de los efectos de la llegada de Internet ha sido la necesidad de replantear las comunicaciones en empresas y organizaciones. Las tecnologías de internet abren las puertas a poder acceder a información a distancia y en cualquier momento y lugar (Marquès-Graells, 2001). Aparecen nuevas pautas de consumo asimiladas de forma natural por los más jóvenes, cuya socialización en la adolescencia se haya “íntimamente relacionada con los nuevos medios y redes digitales” (Rubio-Gil, 2010: 201). Por ello, es natural que todas las universidades dispongan de una página web donde informen a sus grupos de interés.

En el momento de la crisis de la COVID-19 es necesario que estas dispongan de una web propia para tratar e informar sobre este asunto y que, además, esta sea de fácil acceso a través de diferentes soportes. Todas las universidades objeto de estudio

disponen de una página para informar de la pandemia a sus grupos de interés, si bien con estructuras muy dispares. Además, la mayoría están adaptadas al consumo a través de diferentes soportes, en especial smartphones y tablets, si bien encontramos algunas que no adaptan sus vídeos o textos a un formato visible o legible en móviles. La tendencia es a encontrar fácilmente el enlace de estas webs en la página principal de la universidad, si bien en ocasiones no son visibles a primera vista o es necesario el uso de varios clicks para acceder a ellas.

Todas las webs analizadas permiten ampliar o disminuir el texto a gusto del usuario, pero la información sobre compatibilidad con asistentes de voz es minoritaria y solo encontramos este recurso en la web de la Universitat de les Illes Balears. Casi todas ellas ofrecen la información en diferentes idiomas, en especial en castellano e inglés, a las que se unen otras lenguas oficiales en aquellas comunidades que disponen de ellos. Sin embargo, casi ninguna de las páginas analizadas traduce todos los recursos que ofrecen (en especial resoluciones) a todos los idiomas. Destaca, en este sentido la Universitat Rogili y Virgili de Tarragona con una sección traducida al lenguaje chino. En el lado contrario, ocho de las universidades analizadas no disponen de la posibilidad de acceso a sus contenidos sobre COVID-19 en inglés y ni siquiera ofrecen esquemas en este idioma.

El estudio de la estructura, su fácil lectura y búsqueda de información es también básico para una correcta accesibilidad. La estructura de las webs sobre COVID-19 de las universidades sujeto de análisis no sigue un patrón único y cada una ofrece un modelo diferente. Casi todas ellas estructuran la información por bloques diferenciando por ejemplo documentos, noticias y recomendaciones, preguntas frecuentes, actividad docente, investigación, alumnos y futuros alumnos. Algunas añaden internacionalización y acciones contra la COVID-19.

3.2. Información que se ofrece

Conocer la información que se ofrece en las webs sobre coronavirus de las universidades españolas es fundamental, pero también si esta es entendible y dirigida a diferentes colectivos. Todas las webs analizadas ofrecen las resoluciones de la propia universidad, y comunicados o noticias sobre la pandemia, y todos ellos se encuentran actualizados. Normalmente en todos los casos analizados se ofrecen enlaces o bien al Ministerio o bien a normas emitidas por las autoridades estatales o autonómicas con competencias.

Sin embargo, no siempre se ofrece información de interés dividida por colectivos, de modo que, cada uno de ellos debe buscar lo que le interesa en la relación total de documentos sobre la pandemia. Es destacable, en este sentido, desde una vertiente positiva, las webs de la Universidad de Navarra (que divide en secciones las informaciones de docencia, investigación, PAS y PDI, alumnos y futuros alumnos), la Universitat Politècnica de Valencia (que ofrece información restringida para PAS y PDI), la Universitat Pompeu Fabra, la Universidad de Sevilla y la Universitat de les Illes Balears (que distinguen a alumnos, del PDI y PAS).

La tendencia es a ofrecer esquemas, decálogos o resúmenes de normas de tal manera que puedan ser entendibles por la colectividad sin necesidad de acudir al análisis de resoluciones, leyes u otras normas de manera íntegra. En este sentido, y como ejemplo, destacan las páginas web de la Universitat Autònoma de Barcelona (que resume y esquematiza su protocolo de actuación), la Universidad del País Vasco

y la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona (con decálogos) y la Universitat Jaume I (con una página llena de gráficos y una agenda muy intuitiva). Finalmente, todas las webs analizadas, a excepción de cuatro ofrecen a sus usuarios un enlace con preguntas frecuentes, pero solo encontramos durante el análisis la publicación de vídeos explicativos en la misma web en 13 casos de los analizados.

3.3. Participación con los usuarios

Las formas de participación con las audiencias se han transformado en un referente de las empresas y de la administración pública con el surgimiento de la web 2.0. “Ya no basta con estar en la web, sino que hay que saber estar. El saber estar 2.0 implica una participación activa, colaborativa y solidaria con respecto a la comunidad” (Sixto-García, Aguado-Domínguez & Riveiro-Castro, 2017: 49), a través de nuevas aplicaciones y de las redes sociales. Estas permiten un nivel de adecuación de los mensajes a los públicos que hasta ahora no se podía dar a través de los medios tradicionales (Costa-Sánchez & Fontela-Baró, 2016: 237).

En las webs sobre la pandemia de las universidades estudiadas, destacan como mecanismos de participación el uso de redes sociales, pero sin que en ningún caso se observe redes propias sobre la pandemia. Destaca, en este sentido, como principales herramientas de compartición y participación Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Youtube. Otras redes menos utilizadas, pero que sí aparecen en el análisis son Telegram (Universitat de Valencia), WhatsApp (Universitat de Valencia y Universitat Jaume I), Flickr, Issuu, iVoox, Periscope (Universitat Pompeu Fabra y Universitat Jaume I de Castellón), USC TV (Universidade de Santiago de Compostela) y Spotify (Universitat Pompeu Fabra).

Aunque es un sistema más sencillo y tradicional de participación, la posibilidad de resolver dudas a través de un e-mail sobre la pandemia, se considera en una situación como la actual, importante. No todas las webs analizadas ofrecen esta opción, o al menos no en un sitio visible para los usuarios.

Existen también otras formas de participación que incorporan las universidades a través de sus webs sobre la pandemia. Como ejemplos, destacan el Blog de Iniciativas COVID-19 de la Universidad Autónoma de Madrid, en donde, cualquier usuario puede mandar propuestas para su posterior publicación; o el Blog UPM CoLab COVID-19 de la Universidad Politécnica de Madrid, que surge con el objeto de organizar la información y colaboración y proyectos de esta universidad. La Universidad Miguel Hernández de Elche escucha las propuestas de su alumnado para superar la pandemia.

También son interesantes propuestas como el Proyecto Colección UAM COVID-19 de la Universidad Autónoma de Madrid que solicita participar a los distintos colectivos de la universidad mandando documentos testimoniales de cómo superaron el confinamiento o #UPFnoparem de la Universitat Pompeu Fabra, proyecto en el que los interesados podían mandar sus testimonios durante la primera oleada a través de Twitter. En esta misma línea, la Universidad de Granada –con el hastag de LabIN#UGRenCasa- crea un espacio de encuentro para la comunidad universitaria y abierto a la ciudadanía con un doble objetivo: proponer ideas para afrontar el confinamiento; compartir experiencias de como la pandemia ha afectado la vida de los participantes.

3.4. Otros proyectos de interés

Sin duda, uno de los elementos fundamentales a la hora de afrontar una pandemia, es dar a conocer a los diferentes grupos de interés información de en qué consiste esta y cómo afrontarla, así como educar en la sensibilización. La herramienta más generalizada usada por las universidades a través de las webs propias de la pandemia son ayudas que ofrecen a los diferentes colectivos, ya sea para facilitarles la conexión y el trabajo online, ya sea a través de apoyo psicológico.

Muchas de ellas también ofrecen espacios en donde publican artículos de opinión, entrevistas e informaciones sobre la pandemia. En este sentido, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Miguel Hernández de Elche han creado una web de donaciones o mecenazgo con el objetivo de impulsar iniciativas que miembros de su comunidad universitaria pongan en marcha en respuesta a la crisis de la COVID-19. La Universidad de Oviedo tiene un apartado dedicado al voluntariado donde publica acciones solidarias de la propia institución para afrontar la crisis. Uno de los proyectos más interesantes, en este sentido, es la iniciativa –con el nombre de #ReflexionsUB– de la Universitat de Barcelona de publicar vídeos de profesores y expertos de diferentes campos de especialización que invitan a reflexionar sobre la pandemia y el momento actual.

Finalmente, hay universidades que complementan estas actuaciones a través de aplicaciones como UPVNET de la Universitat Politècnica de Valencia con el objetivo de geolocalizar a sus usuarios y evitar la propagación de la pandemia. Otras webs hacen referencia a aplicaciones de geolocalización diseñadas por su gobierno. Es el caso de Radar COVID, del Gobierno Balear o Stop COVID 19 CAT y La meva salut de la Generalitat de Catalunya.

4. Conclusiones

El análisis de las webs de las principales universidades españolas nos indica que se está haciendo un esfuerzo, en mayor o menor medida, por informar a sus usuarios sobre COVID-19. Todas las universidades analizadas tienen una web propia sobre la pandemia, en la mayoría de los casos con fácil acceso a través de soportes como smartphones o tablets. La mayoría de ellas se estructuran en secciones facilitando la accesibilidad a la información que se ofrece. No obstante, se suspende a la hora de ofrecer información sobre compatibilidad con asistentes de voz o en la traducción a otros idiomas. En este caso, si bien, muchas de las webs ofrecen esta posibilidad, no se traducen siempre todos los recursos que se presentan en la web. Se cumple, parcialmente, la primera de las hipótesis, dado que todas las universidades analizadas disponen de una web propia sobre COVID-19 y su estructura suele ser la correcta, pero no siempre es así en todos los casos. En relación a la información que se ofrece, en todas las webs analizadas aparecen resoluciones y normas tanto de las propias universidades como de las autoridades competentes. También noticias sobre COVID-19 y, en la mayoría de los casos, preguntas frecuentes. Además, se suelen explicar estas a través de esquemas, resúmenes o gráficos, pero no todas ellas se dividen por colectivos, lo cual dificulta su búsqueda.

La participación con los usuarios suele ser elevada a través de las redes sociales, si bien no muchas incorporan redes altamente utilizadas como el caso de WhatsApp. Tampoco todas las webs incorporan un e-mail propio para poder resolver dudas sobre COVID-19. En ninguna se localiza en el momento del estudio el uso de debates, encuestas o chats en directo, aunque sí que se encuentran algunos proyectos interesantes. Hay iniciativas que contribuyen a la participación (blogs o espacios de

encuentro de la comunidad universitaria); y proyectos para superar la pandemia (ayudas, donaciones o mecenazgos, pero también artículos de opinión, vídeos o entrevistas que contribuyen a reflexionar sobre la COVID-19).

De este modo, se puede aceptar la segunda de las hipótesis planteadas. En todas las webs analizadas se publican los protocolos, resoluciones y comunicados de la universidad, pero no siempre se le da la misma importancia a iniciativas que contribuyen a la participación y reflexión sobre la crisis que está generando y que generará la pandemia. Hay proyectos muy positivos, pero en algunos casos, las webs son meros compendios de normas, comunicados y protocolos. En la sociedad actual, se hace necesario que las universidades no solo publiquen sus protocolos, sino que es importante que den un paso más y contribuyan a su entendimiento y, en especial, a sensibilizar a la comunidad para adaptarse a la nueva situación.

Referencias bibliográficas

Costa-Sánchez, C. & Fontela-Baró, B. (2016). Relaciones Públicas y social media. Proactividad de las empresas españolas en las redes sociales audiovisuales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 6(11), 253-254. <https://doi.org/10.5783/rirop-11-2016-12-235-254>

Fontrudona, J. & Muller, P. (2020). Reforzar la integridad empresarial ante la crisis del COVID-19. SSRN, 15 de abril. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3571706>

García-Peñalvo, F. J., Corell, A., Abella-García, V., Grande, M. (2020). La evaluación online en la educación superior en tiempos de la COVID-19. *Education in the knowledge society*, 21, 1-26.

Hilera, J., Fernández, L., Suárez, E. & Vilar, E. (2013). Evaluación de la accesibilidad de páginas web de universidades españolas y extranjeras incluidas en rankings universitarios internacionales. *Revista Española de Documentación Científica*, 36(1). <https://doi.org/10.3989/redc.2013.1.913>

Limia-Fernández, M., Toural-Bran, C. & López-García, X. (2013). Interactividad y participación en los cibermedios: Una propuesta metodológica para la elaboración, registro y análisis de datos. Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación. Universidad de Valladolid, 187-204.

López-Cepeda, A. M., López-Golán, M. & Rodríguez-Castro, M (2019). Audiencias participativas en el servicio audiovisual público europeo: Producción de contenidos y derechos de autor. *Revista Comunicar*, 27(60), 93-102. <https://doi.org/10.3916/c60-2019-09>

Marquès-Graells, P. (2001). Algunas notas sobre el impacto de las TIC en la universidad. *Educar*, 28, 83-98.

Masip, P. & Suau, J. (2014). Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles. *Hipertext.net*, 12.

Ministerio de Sanidad (2020). Plan para la transición hacia una nueva normalidad (28 de abril de 2020). Recuperado de <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeminstros/resumenes/Documents/2020/PlanTransicionNuevaNormalidad.pdf>

Ministerio de Universidades (2020). Recomendaciones del Ministerio de Universidades a la comunidad universitaria para adaptar el curso universitario 2020-2021 a una presencialidad adaptada y medidas de actuación de las universidades ante un caso sospechoso o uno positivo de COVID-19. Recuperado de https://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Universidades/Ficheros/Recomendaciones_del_Ministerio_de_Universidades_para_adaptar_curso.pdf

Rodríguez-Castellanos, A. & San Martín-Abizuri, N. (2020). Covid-19, globalización, complejidad e incertidumbre: algunas reflexiones sobre gestión empresarial en tiempos de crisis y más allá. *Revista GEON*, 7(2), 1-17. <https://doi.org/10.22579/23463910.219>

Rodríguez-Martínez, R., Codina, L. & Pedraza-Jiménez, R. (2012). Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0. *Revista Española de Documentación Científica*, 35(1), 61-93. <https://doi.org/10.3989/redc.2012.1.858>

Rubio-Gil, A. (2010). Generación digital: Patrones de consumo de internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 201-221.

Santos-Jaén, J.M., Tornel-Marín, M.T. & García-Ortiz, M.D. (2020). Repercusiones sobre las empresas de sus actuaciones socialmente responsables ante la pandemia generada por el COVID-19. *La razón histórica. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas*, 46, 1-11.

Sixto-García, J., Aguado-Domínguez, N. & Riveiro-Castro, R. (2017). Presencia 2.0 de las pymes gallegas: niveles de participación y engagement con los usuarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 47 – 68. <https://doi.org/10.4185/rlds-2017-1153>

Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del COVID-19. *El profesional de la información*, 29(2), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

|
|