

Historia y comunicación social

ISSN-e: 1988-3056

<https://dx.doi.org/10.5209/hics.74241> EDICIONES
COMPLUTENSE

El papel irremplazable de los nuevos medios de comunicación de China en respuesta al COVID-19

Zhang Huiling¹

Recibido: 7 de septiembre de 2020 / Aceptado: 11 de enero de 2021

Resumen. Gracias al rápido desarrollo tecnológico de Internet y al gran número de usuarios de teléfonos móviles, en China los nuevos medios están creciendo de manera exponencial en China, lo que conlleva una enorme repercusión en las comunicaciones sociales. Ante una crisis social pública tan repentina como COVID-19, los nuevos medios de comunicación han jugado y sigue jugando un papel tan importante que, en cierto modo, resulta irremplazable, por ejemplo, la difusión de conocimientos concernientes, la transmisión de novedades, la orientación de la opinión pública y la estabilización social, etc., aunque tampoco debemos ignorar algunos efectos negativos de los mismos, tales como la propagación de rumores e información distorsionada.

Palabras clave: nuevos medios de comunicación; emergencia de salud pública; Internet; COVID-19; comunicación social

[en] The irreplaceable role of China's new media in response to the COVID-19

Abstract. In the face of sudden social and public crisis, the media plays an important role in communication, including disseminating information, guiding public opinion, promoting knowledge and stabilizing society. Based on the rapid development of Internet technology and the large scale of mobile Internet users, China's new media is experiencing explosive growth, which has a huge impact on news communication and social communication. In the social public crisis, if used properly, it will play a positive role in eliminating the crisis risk; if coping with the disorder, it will greatly increase the unstable factors. This text tries to introduce the performance of Chinese new media in dealing with covid-19, and draw some experiences and lessons of new media in coping with social public health crisis.

Keywords: public health emergencies; Internet; new media; covid-19; social communication

Sumario. 1. Introducción. 2. Estado actual y características del desarrollo de los nuevos medios de comunicación en China. 2.1 Breve historia del desarrollo de nuevos medios de comunicación en China. 2.2 Nuevas características del actual desarrollo de los nuevos medios chinos. 3. El papel de los medios de comunicación en las emergencias de salud pública. 4. Desempeño y rol de los nuevos medios en respuesta a la COVID-19. 4.1 Divulgar inmediatamente la información relativa a la epidemia. 4.2 Contribuir al buen funcionamiento de la vida social y la producción en períodos especiales. 4.3 Asumir la tarea de difundir los conocimientos sobre la prevención epidémica. 4.4 Proporcionar una plataforma para juntar los esfuerzos de toda la sociedad en la lucha contra COVID-19. 4.5 Algunos efectos negativos. 5. Conclusión. 6. Bibliografía.

Cómo citar: Huiling, Z. (2021). El papel irremplazable de los nuevos medios de comunicación de China en respuesta al COVID-19. *Historia de la comunicación social* 26, Número especial, 53-59.

1. Introducción

El COVID-19 es la mayor crisis de salud pública desde la fundación de la Nueva China. También constituye la crisis de salud pública más grave del siglo XXI para todo el mundo, con un alcance y un impacto gigantescos similares a la gripe española de 1918. Aunque China sufrió la crisis de la epidemia SARS en 2003 y la gripe por el virus H1N1 en 2009, es evidente que los impactos económicos y sociales de COVID-19 son mucho mayores. En particular, con la gran popularización de Internet y el rápido desarrollo de la red móvil, las formas de comunicación social han experimentado grandes cambios, lo cual ha asentado la opinión pública en una situación aún más diversa y compleja. “Como el aislamiento domiciliario sirve de una importante medida de prevención y control de esta epidemia, el público depende cada vez más de la Internet para obtener infor-

¹ Universidad de Beijing
E-mail: huiling@pku.edu.cn

mación y expresar sus opiniones. La intensidad, la sensibilidad y el grado de difusión de opinión on-line son mucho mayores que antes”(Yi Chen, 2020: 36).

La interpretación exacta de la manifestación y el papel que desempeñan los nuevos medios en la respuesta a la crisis de salud pública no puede separarse de las características propias del desarrollo de los nuevos medios chinos, ni de la ley universal mostrada de los medios en la respuesta a la crisis de salud pública. Por lo cual, el presente trabajo comienza con un breve repaso del desarrollo de los nuevos medios chinos y un análisis del papel de los mismos en la respuesta a la crisis social pública. Sobre esa base, se prestará especial atención a la interpretación de las reacciones y la eficacia de los nuevos medios durante la epidemia en las distintas áreas, así como la cobertura periodística, la movilización de recursos sociales para combatir la epidemia y ayudar en el funcionamiento económico y social mediante la red móvil o internet. Por otro lado, también se abordarán los aspectos negativos de los nuevos medios debido a la mala gestión. Por último, se harán algunas reflexiones, como la interacción entre los nuevos medios de comunicación y el desarrollo social, la ética y la responsabilidad de los nuevos medios en la respuesta a las crisis de salud pública, la posición de los nuevos medios y las iniciativas individuales en una sociedad en la que todas las personas se convierten en medios de comunicación.

2. Estado actual y características del desarrollo de los nuevos medios de comunicación en China

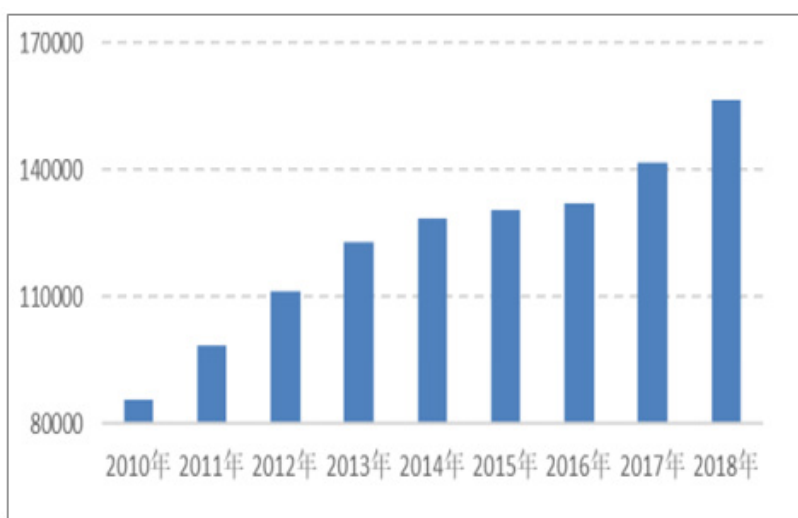
2.1 Breve historia del desarrollo de los nuevos medios de comunicación en China

“La evolución de la tecnología de comunicación moderna tiene un impacto fundamental en el sistema de difusión de información. Desde la era 1G hasta la era 5G, cada iteración tecnológica promueve la transformación de la industria de los medios en diversos grados” (Huajun, Li et al, 2020: 1).

En los años 80 del siglo pasado, con el avance de la tecnología informática, el término “nuevos medios” empezó a generalizarse. También fue en esa etapa cuando se introdujo en China este término, que en un inicio se referían principalmente a los nuevos medios e instrumentos de difusión.

El verdadero desarrollo de los nuevos medios de China comenzó a arrancarse en 1994. El 20 de abril de 1994, en China tuvo lugar un acceso pleno a Internet. Desde entonces surgieron los nuevos medios on-line. Desde 1994 hasta principios de este siglo, o sea, en la era de la Web 1.0, el término “nuevos medios” se utilizó con mucho menos frecuencia que el término “medios electrónicos”. Con la bancarrota de la Compañía Dot – Com en 2000, se estalló la burbuja de las empresas de Internet. Pero al mismo tiempo dio lugar a una actualización de Internet mundial, que entró en la era de Web 2.0. El desarrollo de la tecnología informática impulsó la modernización general de Internet, lo que causó cambios cuantitativos y cualitativos en los nuevos medios, que dependen de la Internet como medio de comunicación.

Tabla 1. Número de usuarios de móviles en China entre 2010-2018



Fuente: <http://www.chyxx.com/industry/201904/734180.html>

En China, los portales, sitios web personales y BBS son populares en la era Web 1.0, mientras que en la era Web 2.0, algunas formas nuevas de aplicaciones de redes sociales, como Weibo y WeChat, comienzan a ser ampliamente utilizadas. Los blogs comenzaron a surgir en China como un fenómeno grupal a gran escala en 2003, el décimo aniversario del desarrollo de los medios on-line de China. “El surgimiento de los blogs

encarna las tres contradicciones fundamentales, direcciones e interacciones en la era de Internet, a saber, entre el monopolio comercial y la libertad no comercial, la comunicación masiva y la expresión personalizada, la comunicación unidireccional y la comunicación bidireccional”(Tian, Tan et al., 2017: 38).

En los últimos 10 años, con la popularización de los teléfonos móviles en China y, sobre todo, a medida que la tecnología de comunicación móvil entra en las eras 3G y 4G, los celulares pasan a ser cada día más inteligentes. La red móvil ha abierto un nuevo camino para el desarrollo de nuevos medios. Las aplicaciones de cliente (APP) se han convertido en nuevas formas de comunicación social de los nuevos medios.

En 2009, China Mobile Communications entró en la era 3G. En la tabla de arriba podemos ver que el número de usuarios móviles en China ha crecido rápidamente desde 2010. En 2010, el número de usuarios móviles fue de 895 millones. En 2018, el número de usuarios móviles alcanzó los 1,566 millones, con una tasa de crecimiento anual del 9,34%. Según el último informe del Ministerio de Industria e Información de China, en 2019 hubo 1,290 millones de usuarios de Internet móvil en China y 1,590 millones de usuarios de teléfonos móviles.

El 6 de junio de 2019, el Ministerio de Industria e Información de China emitió licencias comerciales de 5G a las compañías China Telecom, China Mobile, China Unicom y China Radio and Televisión. China entró oficialmente en el primer año de uso comercial de 5G. 5G tiene las características de gran ancho de banda, baja latencia y múltiples conexiones. Sobre la base de 5G, 4K de alta definición, contenido de realidad virtual envolvente de 8K, video de alta velocidad, mezcla interactiva de películas y juegos, etc., tendrán la posibilidad de popularizarse a gran escala. Con la popularización de 5G, los nuevos medios marcarán una vez más el comienzo de un desarrollo revolucionario. 5G aumentará enormemente la riqueza de la información y ampliará las capacidades de recopilación de información multidimensional.

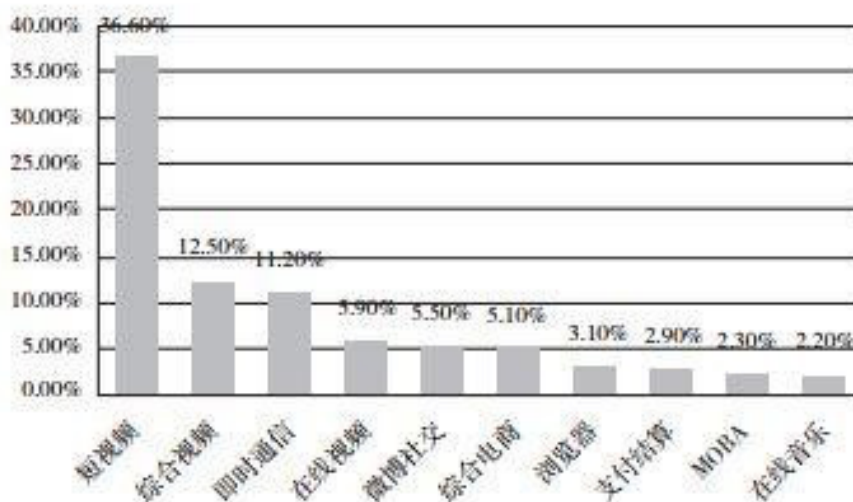
2.2. Nuevas características del actual desarrollo de los nuevos medios chinos

El desarrollo de nuevos medios ha ido acompañado del desarrollo de Internet. La digitalización, la *ciberización* y la interacción constituyen los genes constantes de los nuevos medios. En lo que se refiere a la comunicación social, los nuevos medios son capaces de transmitirse de forma tanto lineal como no lineal, al mismo tiempo, no solo pueden difundir sonido e imágenes a las masas, sino también comunicarse con ellas acortando la distancia entre los medios y las masas. La tecnología de red ha refrescado la comprensión del público sobre los medios (Jian, Cai, 2012:107).

En los últimos años, en China la tecnología informática representada por Internet, Big data e inteligencia artificial ha logrado un desarrollo vertiginoso. Al mismo tiempo del surgimiento de varias compañías chinas de nivel mundial, los nuevos medios se han vuelto más inteligentes, y en la producción y difusión de información se han introducido cambios sin precedentes, reflejados principalmente en los siguientes aspectos:

En primer lugar, se han renovado las formas de difusión. El público chino está aceptando cada vez más videos cortos, transmisiones en directo, etc. como principal forma de recepción de noticias en vez de textos y fotografías. En junio de 2019, el número de usuarios de videos cortos fue de 648 millones. Los datos de QuestMobile indican que en diciembre de 2017 los usuarios de Internet móvil tenían un promedio diario de 278,3 minutos de utilización de Internet per cápita, y en diciembre de 2018 ese número aumentó a 341,2 minutos, entre los cuales los videos cortos ocuparon el 33,1%. En marzo de 2019, en el uso de Internet móvil los videos cortos ocuparon el 36.6% del tiempo total, que es mucho más que otros tipos de aplicaciones.

Tabla 2. Top 10 de uso de Internet móvil en marzo de 2019



Fuente: <https://www.questmobile.com.cn>

(Las columnas representan de izquierda a derecha: vídeos cortos, vídeos generales, mensaje, vídeos on-line, blogs, compras on-line, navegador, pago digital, MOBA, músicas on-line.)

En segundo lugar, en cuanto a la plataforma de difusión, han surgido unas “súper-empresas”. Entre las empresas chinas de Internet móvil se han formado “cuatro supers”, o sea, los productos de Tencent, ByteDance, Alibaba y Baidu ocupan más del 70% del tiempo dedicado al uso de la red móvil. Entre ellos, Bytedance es una empresa emergente de nuevos medios que aplica inteligencia artificial a escenarios de Internet móvil. Su producto representativo “抖音(Dou Yin)” ocupa firmemente el mercado nacional de videos cortos de China. La versión internacional de “抖音(Dou Yin)” es el “Tik Tok”, que también ha logrado gran éxito en el mercado global.

En tercer lugar, La cantidad de contenido ha crecido como nunca antes. El aumento en los tipos de productos de nuevos medios, las formas más ricas de difusión y la participación de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial en la producción de contenido, han provocado una explosión de la capacidad de suministro de contenido para los nuevos medios. Si bien la cantidad de contenido se ha disparado, la amplitud del contenido también se está expandiendo. Al mismo tiempo, “el umbral para la producción de contenido se ha reducido, lo que conduce la desigualdad de calidad. Las noticias falsas o emocionalmente sobrerenderizadas y una gran cantidad de contenido homogéneo han traído enormes efectos negativos a los nuevos medios” (Yu, Hu et al, 2019).

Por último, la integración de nuevos medios y medios tradicionales ha llevado al surgimiento de medios convergentes. En los últimos años, el flujo y reflujo de los nuevos medios y los medios tradicionales ha promovido la aparición de medios convergentes. “Los medios convergentes se refieren a un nuevo tipo de medio que hace un uso completo de los portadores de medios, integra completamente diferentes medios en todos los aspectos y realiza la integración de recursos, contenido, publicidad e intereses” (Yuxin, Zhang, 2020:63). En un entorno de comunicación de medios convergentes, la Estación Central de Radio y Televisión de China ha creado una nueva plataforma de 5G “Video Central” basada en tecnologías avanzadas como “5G + 4K / 8K + AI”, que ha sido introducida en la prevención y el control de COVID-19. La red de doble gigabit “5G + fibra” inició la “transmisión en vivo” de la construcción del Hospital Huoshenshan y el Hospital Leishenshan para que el público pudiera asistir y supervisar el proceso en “la nube”.

3. El papel de los medios de comunicación en las emergencias de salud pública

Las emergencias de salud pública se refieren a todo evento extraordinario que generara o con potencialidad de generar un aumento de la morbi-mortalidad de la población o afectación inusitada de la salud pública. No resulta fácil detectar una emergencia de salud pública antes de que se produzca, y cuando el evento realmente ocurre, a menudo está más allá de la cognición normal de las personas, lo que nos hace desprevenidos e incapaces de responder. La sociedad moderna cuenta con el transporte conveniente y un gran flujo de población. Una vez que una determinada enfermedad dispone de vínculos de circulación básicos, a saber, fuente de infección, ruta de transmisión y población susceptible, puede extenderse rápidamente a todo el país e incluso a todo el mundo a través del transporte moderno, formando una propagación global.

A causa de sus características de intermediación, popularidad, diversidad e interacción, los nuevos medios desempeñan un papel importante e insustituible en la comunicación social en respuesta a emergencias de salud pública. Al mismo tiempo, Como las emergencias de salud pública se caracterizan por su brusquedad, gran daño y amplia extensión, lo que implica mucha sensibilidad al transmitir la información y plantea altos requisitos para su difusión. Durante ese periodo especial, los departamentos gubernamentales tienen que poner en práctica las medidas concernientes en respuesta a las crisis. Al mismo tiempo, “los profesionales de los medios correspondientes también deben adoptar con prontitud los métodos en áreas de comunicación social para la gestión de crisis, transmitiendo información y explicaciones correctas y efectivas al público, a fin de evitar el pánico innecesario entre las masas y la desinformación en la sociedad” (Linlin, Song et al, 2017:30).

4. Desempeño y rol de los nuevos medios en respuesta al COVID-19

4.1 Divulgar inmediatamente la información relativa a la epidemia

Durante el período del SARS en 2008, China estableció el mecanismo de publicación diaria de informaciones epidémicas. Desde el brote de COVID-19 en China a principios de 2020, gracias a los diversos canales de los nuevos medios, la información oficial sobre la epidemia se difunde de manera eficaz y oportuna.

A partir del 20 de enero de 2020, la Comisión Nacional de Salud de China viene publicando datos diarios sobre casos confirmados y casos sospechosos de todas las provincias. Además de las consultas en el sitio web oficial de la misma Comisión, varias APP de nuevos medios chinos también abren secciones relevantes para consultas públicas. Por ejemplo, Alipay ha establecido en la página principal de su sitio web una sección de

“transmisión dinámica en tiempo real de COVID-19”. Al abrirla se puede consultar los datos concernientes. Además, Alipay también proporciona datos sobre la situación epidémica del lugar donde se encuentran los usuarios. La difusión de datos epidémicos en tiempo real y el envío de información oficial lo antes posible se han convertido en una tarea básica diaria para muchas APP y cuentas públicas de Wechat.

Desde comienzos de febrero, los nuevos medios comenzaron a publicar activamente la trayectoria de los pacientes confirmados para ayudar a las personas a realizar un autoexamen, lo que ayuda a ahorrar tiempo y dinero para la detección precisa y rápida de posibles casos sospechosos, a la vez que contribuye a que el país triunfe lo más pronto posible en la lucha contra el COVID-19.

4.2 Contribuir al buen funcionamiento de la vida social y la producción en períodos especiales

El brote de COVID-19 coincidió con el Año Nuevo Lunar de China, cuando los chinos celebramos la Fiesta de Primavera. En respuesta a la epidemia, el gobierno chino ha adoptado medidas de prevención y control como el cierre de áreas, la cuarentena de hogares y la extensión de las vacaciones para evitar la acumulación de población y el traslado de la gente a gran escala. Esto ha jugado un papel muy importante en el bloqueo de la propagación del virus, pero inevitablemente trae inconvenientes para la vida de las personas y la producción social al mismo tiempo.

En este caso, los nuevos medios vienen desempeñando un papel muy activo e importante para facilitar la vida cotidiana de las personas y la producción social. Las personas aisladas en casa consiguen mantener un estrecho contacto e interacción con el exterior a través de los nuevos medios basados en Internet y red móvil. La utilización de las diversas APP de entretenimiento, chat en vivo y comercio electrónico ofrece facilidades para resolver los problemas cotidianos en el periodo epidémico. Por ejemplo, se puede lograr necesidades diarias a través de grupos específicos de WeChat. Los habitantes obtienen la comida y ropa en cualquier momento sin salir de la comunidad. Existen plataformas como hospitales virtuales WeDoctor para brindar consultas médicas de alta calidad sin salir de casa. Los abundantes recursos de educación on-line aseguran que los estudiantes sigan las clases a pesar de dejar temporariamente la escuela. En las circunstancias en las que la epidemia ha traído graves desafíos al desarrollo económico, los nuevos medios han promovido el aumento del consumo en el comercio electrónico, el gobierno electrónico, la educación en línea, el entretenimiento en línea, etc., al tiempo que aportan al público nuevos formatos de trabajo como videoconferencias y oficinas inteligentes en línea.

4.3 Asumir la tarea de difundir los conocimientos sobre la prevención epidémica

No importa que sean las cuentas públicas, o Wechat, microblogging, Toutiao, etc., todos los tipos de nuevos medios se esfuerzan en divulgar los conocimientos científicos y medidas eficaces para prevenir y controlar el COVID-19, que aborden muchos temas, por ejemplo, la definición del nuevo coronavirus, su vía de transmisión, cómo prevenirlo y qué síntomas hay después de la infección, cómo usar correctamente una mascarilla, cuál es la diferencia entre las mascarillas N95 y las mascarillas quirúrgicas de medicina general, cómo usar el desinfectante 84 y la desinfección correcta con alcohol, etc.

4.4 Proporcionar una plataforma para juntar los esfuerzos de toda la sociedad en la lucha contra COVID-19

Los nuevos medios compensaron las deficiencias de los medios tradicionales, así como la limitada aceptación y la incapacidad de abrirse plenamente al público. Mediante los avances tecnológicos, los nuevos medios han proporcionado a cada individuo una plataforma de participación y expresión fluidos.

Específicamente, por un lado, los nuevos medios se han convertido en un vehículo importante para movilizar a todas las partes para superar conjuntamente las dificultades y promover que el público participe en la prevención y el control de la epidemia. En el primer trimestre de este año, Wuhan, la capital de la provincia de Hubei, se convirtió en el epicentro de COVID-19. En aquel entonces, Wuhan y algunas otras provincias habían experimentado escasez de personal y suministros médicos para la prevención y el control. Los órganos gubernamentales no solo usan los medios oficiales, sino que también usan los nuevos medios para publicar rápidamente información sobre los recursos que se necesitan con urgencia y maximizar la eficacia de utilización de los recursos sociales nacionales, formando un juego de ajedrez nacional en la lucha contra la epidemia.

Por otro lado, los nuevos medios desempeñan el papel de amplificadores de la opinión pública, mejorando efectivamente el derecho de expresión y supervisión del público. Por ejemplo, en los primeros días de la epidemia, mucha gente cuestionó la distribución ineficaz de donativos médicos recibidos por la sucursal de Cruz Roja en Wuhan, y varios medios de comunicación intervinieron para informar. El 1 de febrero, la Cruz Roja de China envió un grupo de trabajo a Wuhan para orientar a la Cruz Roja de Wuhan en la recepción, uso y gestión

de los fondos y materiales donados. Al mismo tiempo, varios dirigentes de la sucursal fueron destituidos por ser irresponsables en la lucha contra COVID-19.

4.5 Algunos efectos negativos

Por supuesto, en el proceso de respuesta a COVID-19, los nuevos medios también han causado algunos efectos negativos debido a la distorsión de información. Con el fin de atraer la atención de los internautas, una gran cantidad de We Medias reprodujeron y reportaron mucha información falsa sin una investigación y verificación de primera mano. Incluso inventaron rumores como “El Hospital Huoshenshan fue soplado por el vendaval” para atraer la atención del público. Tales rumores despertaron la atención pública y provocaron el debate a mayor escala y promovieron la fermentación continua de opiniones (Yi, Chen, 2020:38).

5. Conclusión

En la era de Internet móvil, con el desarrollo de nuevos medios y la popularización de aplicaciones, la combinación de nuevas herramientas de medios, representadas por la aplicación de noticias, microblogging, WeChat y Toutiao, etc., con los medios tradicionales ha mejorado enormemente la capacidad de la difusión de información rápida e integral. El proceso de divulgación de información de COVID-19 ha demostrado plenamente la tremenda energía de los nuevos medios. En la etapa de prevención y control de epidemias, apoyándose en Big data, los nuevos medios divulgan a tiempo información sobre pacientes confirmados y sospechosos de manera inmediata, recopilan y transmiten información rápidamente para buscar casos sospechosos, informan el paradero de pacientes confirmados y encuentran personal que viaja con pacientes confirmados, lo que ha brindado gran apoyo para la prevención y el control precisos y eficientes. Además, los nuevos medios se dedican también a publicar las políticas e informaciones oficiales y comunicar plenamente la efectividad de las medidas conjuntas de prevención y control en las distintas regiones y departamentos, creando un buen entorno de opinión pública en Internet en la lucha contra la epidemia. Por supuesto, debido a la complejidad del desarrollo de COVID-19 en sí y al efecto integral de las partes interesadas, los gobiernos de distintos niveles y los cibernautas, han surgido de vez en cuando conflictos y rumores en la opinión pública en línea, que son inevitables y requieren reflexiones profundas.

Enfocándose en el desarrollo de los nuevos medios en la era posterior a COVID-19, algunas tendencias merecen atención y estudio. Los nuevos medios chinos ya no son simplemente un canal de recepción de información y una plataforma digital de comunicación social, sino que se han integrado en el desarrollo social y se han convertido en una herramienta indispensable para la vida diaria de la gente. Con la popularización de red móvil y la amplia aplicación de diversas tecnologías, los nuevos medios se han involucrado en todos los aspectos de la vida social, enriqueciendo su connotación y expandiendo su extensión.

En la respuesta a la repentina crisis de salud pública como COVID-19, se puede ver que la tecnología no es buena ni mala, pero la orientación política correcta y la gobernanza eficaz de Internet dotan a las técnicas de los nuevos medios de ética y responsabilidades, lo que permite que los nuevos medios sirvan mejor a la sociedad.

Estamos a punto de entrar en la era 5G, que será una época en que “todo servirá de medios”, lo que significa no solo la extensión de nuevos canales de medios, sino también la transformación de las relaciones de comunicación social y los cambios en el entorno de medios que construyen dichas relaciones. En una eventual circunstancia en la que todo puede ser medios, a los nuevos medios les hacen falta mejorar su profesionalismo y satisfacer los derechos de comunicación más básicos de los ciudadanos, el derecho a saber y los derechos de acceso a los medios, etc., proporcionando a los usuarios servicios de noticias de forma objetiva, imparcial, independiente y veraz, asegurando que ellos tengan contacto con información múltiple e incluso puntos de vista opuestos, y creando de esta manera un espacio de información público y racional.

6. Bibliografía

- Huajun, Li; Wenjia, Xu. (2020). “Análisis de la evolución del valor, la estructura de relaciones y la ruta de la comunicación en todos los medios en la era 5G”. En *Comunicación moderna*, N° 4, Beijing: Universidad de Comunicación, pp. 1-5.
- Jian, Cai. (2012). “El papel de los medios de comunicación en situaciones de emergencia”. En *Mundo audiovisual*, N° 6, Nanjing: Corporación de Radio y Televisión de Jiangsu, pp. 107-108.
- Linlin, Song; Yuan, Yuan. (2017). “Investigación sobre la eficacia de los nuevos medios en crisis públicas”. En *Revista de Investigaciones Periodísticas*, N° 1, Vol. 8, Chongqing: Grupo de periódicos diarios de Chongqing, pp. 30,61
- Tian, Tan; Xia, Xia; Ruidi, Liu. (2017). “Retrospectiva y perspectiva del proceso de desarrollo de la investigación de nuevos medios de China”. En *Aficionados al Periodismo*, N° 9, Zhengzhou: Diario de Henan, pp.37-42.

- Yi, Chen. (2020). "Característica de la opinión pública y la gestión de la misma en epidemia del COVID-19 y las inspiraciones". En *Estudios de la cultura de Integridad*, N° 3, Jiangsu: Universidad de Nantong, pp. 36-42.
- Yu, Hu; Jiajing, Wang. (2019). "Informe sobre el desarrollo de nuevos medios de China 2019". Recuperado de http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201912/05/t20191205_33784576.shtml
- Yuxin, Zhang. (2020). "Explorando el papel público y optimizando el camino de los medios de comunicación en la gestión de crisis". En *Revista de Investigaciones Periodísticas*, N° 11, Vol.11, Chongqing: Grupo de periódicos diarios de Chongqing, pp. 62-63.