

<https://doi.org/10.69639/arandu.v12i3.1480>

Ética periodística y el rol de los medios de comunicación en San Francisco de Milagro

Journalistic Ethics and the Role of Media in San Francisco de Milagro

Nadia Elizabeth Rodríguez Castillo

nrodriguezc@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6149-4310>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador – Milagro

Jairo Efraín Suque Pérez

jsuquep@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-5001-5771>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador – Milagro

Leonardo Omar Díaz Salazar

ldiazs@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-5396-7693>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador – Milagro

Artículo recibido: 18 julio 2025 - Aceptado para publicación: 28 agosto 2025

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.

RESUMEN

La ética periodística representa un eje fundamental en la práctica de la comunicación responsable. En un entorno donde las audiencias demandan immediatez, objetividad y profundidad informativa, resulta imprescindible reflexionar sobre el compromiso ético de los profesionales del periodismo. Este artículo analiza las prácticas éticas en los medios de comunicación de San Francisco de Milagro, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora, a partir de una encuesta aplicada a trabajadores de medios locales. Los hallazgos muestran que, si bien existe una conciencia ética generalizada, su implementación se ve limitada por factores estructurales como la precariedad laboral, la falta de formación continua y la débil institucionalidad de las políticas editoriales. Se propone una reflexión más amplia sobre la urgencia de políticas públicas, formación académica integral y mecanismos efectivos de autorregulación.

Palabras clave: ética periodística, medios de comunicación, veracidad, regulación, formación profesional

ABSTRACT

Journalistic ethics represent a fundamental axis in the practice of responsible communication. In an environment where audiences demand immediacy, objectivity, and informative depth, it is essential to reflect on the ethical commitment of journalism professionals. This article analyzes ethical practices in the media of San Francisco de Milagro, identifying strengths, weaknesses, and improvement opportunities, based on a survey conducted among local media workers. Findings show that although ethical awareness is widespread, its practical application is limited by structural factors such as job insecurity, lack of ongoing training, and weak institutional editorial policies. The article also proposes broader reflections on public policy, academic training, and effective self-regulation mechanisms.

Keywords: journalistic ethics, media, truthfulness, regulation, professional training

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

El periodismo contemporáneo se despliega en un entorno complejo, dinámico y profundamente mediado por la tecnología (Ahmed et al., 2014; Chaudhary et al., 2025). La era de la digitalización, ha ocasionado la rapidez por informar y a su vez la competencia por captar la atención de las audiencias (Peña-Ascacibar & Álvarez-Peralta, 2021), esto han modificado la manera de producir, comercializar y consumo de noticias. En este tipo de situaciones ha permitido acceso a las distintas informaciones a través de las redes sociales; sin embargo, ha ocasionado el deterioro de los pilares éticos periodísticos en lo que respecta al compromiso profesional con la veracidad, la independencia editorial y el interés público (Levi, 2012; Ngoc, 2022; Zulkarnain, 2023).

En este contexto, la ética en los medios de comunicación adquiere una renovada relevancia. El periodismo asume la responsabilidad social de ofrecer información veraz, equilibrada y de utilidad colectiva (Gómez, 2016). No obstante, las nuevas lógicas de consumo impulsadas por las plataformas digitales han favorecido contenidos sensacionalistas que priorizan el impacto emocional sobre la rigurosidad informativa. Como advierte Odriozola (2017), “cuando el periodismo sacrifica la verdad por la audiencia, pierde su legitimidad ante el público” (p. 25).

La ética periodística, se constituye como un conjunto de principios que orientan al ejercicio profesional direccionado hacia la veracidad, imparcialidad, transparencia y sobre toda responsabilidad (Donev & Vojinović, 2022), el mismo que permite mantener la confianza de la población y a su vez garantizar el derecho que la ciudadanía reciba una información de calidad en sus distintas plataformas ya sean digitales o convencionales (UNESCO, 2021). Estos, sin embargo, no se aplican en el vacío. No obstante, su ejecución depende de las condiciones sociales, políticas y económicas en las que se desarrolla el ejercicio profesional. De tal manera, es relevante el analizar esta problemática desde una perspectiva tanto crítica como contextual.

Uno de los principales desafíos éticos en el ámbito comunicacional consiste en garantizar la fidelidad del mensaje (Saragih, 2021). A menudo, los medios enfrentan tensiones entre la objetividad informativa y los intereses corporativos o políticos (Kperogi, 2013). Asimismo, se identifican prácticas que involucran la omisión intencional o el retraso en la publicación de ciertos contenidos, lo que socava la autenticidad de los mensajes y genera incertidumbre en las audiencias (Giménez Toledo, 2014; Kovalenko, 2018).

En campo de la comunicación social, los principios éticos son relevantes en la preservación de la credibilidad de los medios informativos (Ballesteros-Aguayo et al., 2022). En algunas ocasiones, se evidencian malas prácticas inadecuadas, a partir desde la difusión de información inconcreta a los medios de comunicación (Aydin, 2020). Otras de las situaciones, es el silencio mediático, que se entiende como la ausencia en particular en dar a conocer a la ciudadanía sobre un tema en particular (Figueiredo & Amorim, 2020), este tipo de problemáticas es una de forma

de transgresión ética, esto hace que se genere el debilitamiento del rol de los medios de comunicación como uno de los garantes en el derecho a la información y su vez da paso a la disminución de la confianza pública en su función social (Lewis, 2019).

En el entorno digital, estos desafíos adquieren nuevas dimensiones. El surgimiento del denominado periodismo ciudadano, en el contexto de la Web 2.0 (Zeng et al., 2019), ha multiplicado las posibilidades de participación, permitiendo que cualquier persona pueda emitir opiniones o difundir información. Aunque este fenómeno democratiza el acceso al espacio informativo, también plantea interrogantes sobre el cumplimiento de las normas deontológicas (Merchan et al., 2018), la verificación de datos y la calidad del contenido difundido (Van Der Werf et al., 2019). Ante esta realidad, resulta esencial delimitar claramente los marcos del periodismo profesional. Solo a través de la aplicación rigurosa de principios éticos, el contraste de fuentes y el respeto por la integridad del discurso informativo (Keer & Bussmann, 2019), los medios y quienes los integran podrán preservar su legitimidad y cumplir su función en una sociedad democrática (Ukka, 2019).

Este análisis adquiere especial relevancia cuando se lo traslada a contextos locales. En la ciudad de San Francisco de Milagro, por ejemplo, el ejercicio periodístico enfrenta dilemas éticos particulares, intensificados por la cercanía con las fuentes, la presión de actores políticos y comerciales, la escasa formación continua y la limitada infraestructura tecnológica.

Este artículo se propone analizar la percepción de los y las profesionales de la comunicación sobre su desempeño ético en este entorno específico. A partir de ello, se busca identificar los factores que condicionan la aplicación efectiva de los principios deontológicos y reflexionar sobre el papel que deben desempeñar las universidades, los medios de comunicación y las políticas públicas en la construcción de un ecosistema informativo plural, ético y comprometido con el interés colectivo.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con el objetivo de obtener una visión general del estado de la ética periodística en los medios de comunicación de San Francisco de Milagro, el cual permitió analizar la percepción de los diferentes profesionales de la comunicación sobre sus propias prácticas, políticas editoriales y condiciones formativas en el ámbito laboral.

Diseño y muestra

Se utilizó un diseño transversal no experimental (Setia, 2016), lo que significa que los datos se recolectaron en un único momento del tiempo, sin manipular variables. La muestra estuvo conformada por 50 profesionales del ámbito comunicacional, incluyendo periodistas, editores, productores y locutores, pertenecientes a medios locales como emisoras radiales, canales comunitarios, periódicos digitales y programas institucionales universitarios.

En el criterio de inclusión se determinó que ser un profesional activo de un medio local, con al menos seis meses de experiencia. Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la accesibilidad de los participantes y la disposición a colaborar.

Procedimiento

Para llevar en efecto en el estudio, se aplicaron encuestas estructuradas en ambas modalidades, de modo que se incluyeron preguntas sociodemográficas con la intención de conocer la muestra, además se agregó el consentimiento informado, este apartado tiene una relevancia en la investigación, de modo que tiene como objetivo el manejar los datos de manera confidencial y su vez le permite al encuestado dejar en cualquier momento la investigación, esto están basados en los principios éticos de la literatura. Consecuentemente, los datos se organizaron sus resultados para realizar los análisis estadísticos.

Posteriormente, los datos fueron organizados y procesados utilizando hojas de cálculo y gráficos de barra para representar los resultados de manera visual.

Instrumentos

Los instrumentos utilizados contemplaron ítems relacionados con prácticas éticas, percepción sobre políticas editoriales, formación profesional y valoración de principios fundamentales del ejercicio periodístico. Se incorporaron también preguntas orientadas a explorar el nivel de conocimiento sobre marcos deontológicos, experiencias frente a presiones externas y participación en espacios de reflexión profesional. Los datos fueron organizados en hojas de cálculo y procesados mediante estadística descriptiva (frecuencia y porcentaje). Se respetaron los principios éticos de confidencialidad, voluntariedad y protección de la identidad de los participantes.

RESULTADOS

Los resultados reflejan una alta conciencia ética entre los encuestados, aunque persiste una brecha entre los valores declarados y su aplicación efectiva. El 100% de los encuestados considera necesaria la verificación de la información antes de publicarla, y el 84% considera "muy importante" la verificación de fuentes. La formación ética es vista como clave: el 74% está de acuerdo y el 26% totalmente de acuerdo en su importancia para el ejercicio profesional.

En la siguiente tabla 1 se indica las características sociodemográficas del estudio de los periodistas, mismo que está compuesto de las variables: género, instituciones laborales. En este caso el 76% pertenece al género masculino y el 24% corresponde al género femenino. De acuerdo a los datos recolectados, se puede observar que el 60% (30) de los trabajadores se desempeñan en instituciones privada, mientras que el 40% (20) trabajan en instituciones públicas.

Es importante destacar que los resultados que se han presentado de las investigaciones realizadas como tema principal en la formación de la ética periodística de las personas que ejercen la profesión en diferentes áreas de la comunicación como radio, televisión y medios impresos y

ahora medios digitales, donde practican su ejercicio profesional tanto en el ámbito público como privado.

Tabla 1
Características sociodemográficas

Variable	Categoría	n	%
Género	Masculino	12	24,0
	Femenino	38	76,0
	Total	50	100,0
Rango de edad	18 - 29 años	15	30,0
	30 - 45 años	26	52,0
	46 - 54 años	9	18,0
Instituciones laborales	Pública	20	40,0
	Privada	30	60,0

Sin embargo, solo el 20% cree que sus medios aplican siempre las políticas editoriales, mientras que el 50% indica que solo a veces. Este dato evidencia una desconexión entre los principios éticos y la estructura organizativa de los medios. Además, el 62% valora altamente el análisis crítico frente al sensacionalismo, mostrando una preocupación por la calidad informativa. No obstante, solo un 12% de los periodistas considera la encuesta como herramienta prioritaria para el periodismo investigativo, lo que refleja un bajo uso de metodologías sistemáticas de recopilación de información.

Tabla 2
¿Considera que la capacitación en ética periodística es fundamental para el ejercicio profesional del periodismo?

	n	%
De acuerdo	37	74,0
Totalmente de acuerdo	13	26,0
Total	50	100,0

Asimismo, se identificó que un 60% de los profesionales trabaja en medios privados, mientras que el 40% en medios públicos, lo cual podría reflejar ciertas diferencias en cuanto a recursos disponibles y libertad editorial. El análisis mostró también que la mayoría de los encuestados reconoce que la formación académica ha sido satisfactoria o muy satisfactoria, pero aún se requiere actualización permanente para afrontar los retos de la desinformación, la manipulación digital y los discursos de odio.

Tabla 3

¿En qué medida la formación profesional para periodistas y comunicadores contribuye a un mejor desempeño en la profesión?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Neutral	2	4,0
	Satisfactoria	16	32,0
	Muy satisfactoria	32	64,0
	Total	50	100,0

Se considera la importada que le atribuye a la verificación de fuentes en el periodismo de acuerdo a los datos recolectados, se puede observar de forma neutral con un 2% (1) y lo consideran importante en un 14% (7) y muy importante con un 84% (42), según los periodistas.

Tabla 4

¿Qué importancia le atribuye a la verificación de fuentes en el periodismo?

		Frecuencia	Porcentaje
	Neutral	1	2,0
	Importante	7	14,0
	Muy importante	42	84,0
	Total	50	100,0

Se considera que es necesario garantizar la veracidad de la información antes de su publicación con su totalidad de aporte con un 100%.

Tabla 5

¿Considera que es necesario garantizar la veracidad de la información antes de su publicación?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	50	100,0

De acuerdo en qué medida los medios de comunicación aplican sus políticas editoriales y procesos de obtención de información, según los periodistas indican que el 20% (1) lo realizan raramente, y con el 50% (25) a veces, en cambio con un 28% (14) frecuentemente y siempre con un 20% (10).

Tabla 6

¿En qué medida cree que los medios de comunicación aplican sus políticas editoriales y procesos de obtención de información?

		Frecuencia	Porcentaje
	Raramente	1	2,0
	A veces	25	50,0
	Frecuentemente	14	28,0
	Siempre	10	20,0
	Total	50	100,0

En la siguiente tabla se indica que es posible fortalecer la regulación mediática para garantizar los principios éticos de los periodistas con un 80% (4) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cambio un 30% (15) están de acuerdo y se puede observar que el 62% (31) están totalmente de acuerdo.

Tabla 7

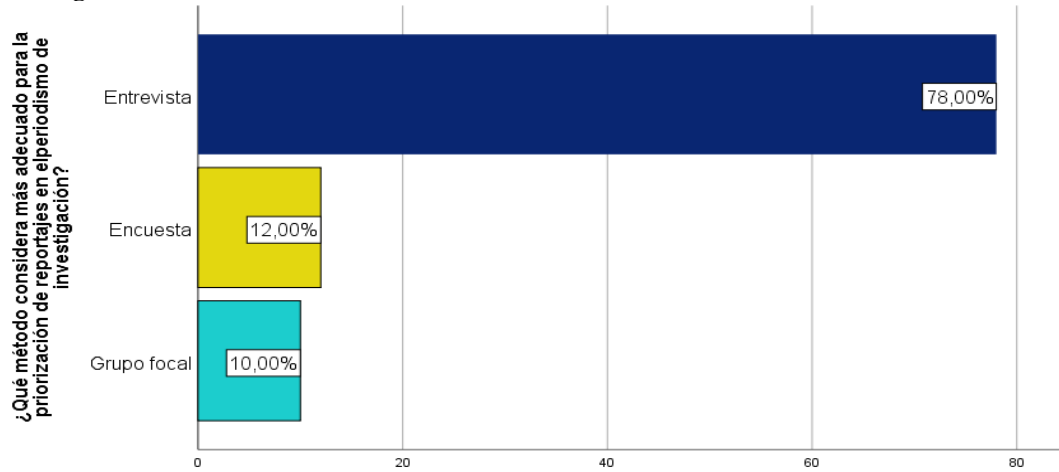
¿Cree que es posible fortalecer la regulación mediática para garantizar principios éticos?

	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,0
De acuerdo	15	30,0
Totalmente de acuerdo	31	62,0
Total	50	100,0

En el grafico 1 se considera el método mas adecuado como la priorización de reportajes en el periodismo de investigación dando como resultado a la entrevista con el 78%, en cambio la encuesta con el 12% dando como resultado la opinión de los periodistas sobre este tema y el grupo focal con el 10%.

Grafico 1

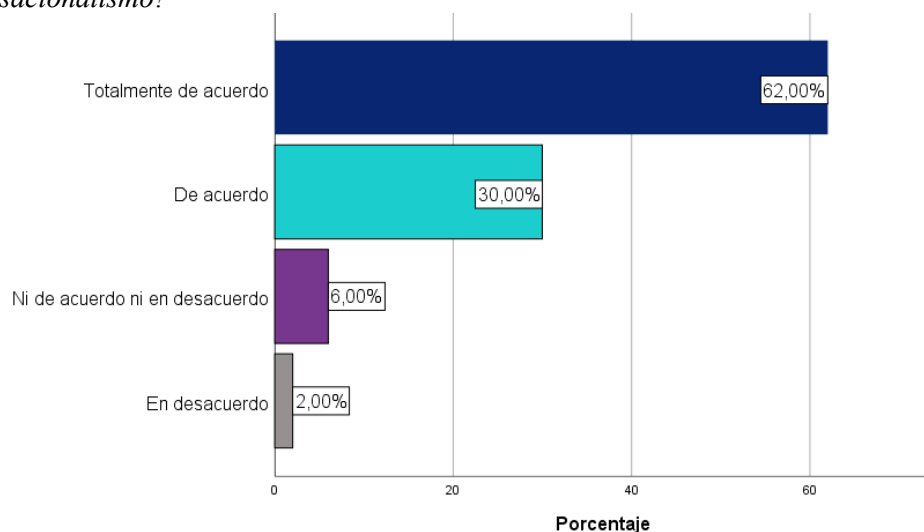
¿Qué método considera más adecuado para la priorización de reportajes en el periodismo de investigación?



En el grafico 2 los profesionales de la comunicación determinan que la profundidad y el análisis crítico en las noticias donde consideran relevante frente al sensacionalismo consideran un 62 % totalmente de acuerdo, 30% de acuerdo, en un 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, con un 2% en desacuerdo, según los comunicadores hacen referencia al tema.

Gráfico 2

¿Cree que la profundidad y el análisis crítico en las noticias es relevante frente al sensacionalismo?



DISCUSIÓN

La discusión revela que los profesionales enfrentan barreras como la precarización laboral, presiones políticas, falta de reconocimiento profesional y carencia de regulación efectiva. La ética se convierte en discurso aspiracional más que en práctica consolidada. Estas dificultades concuerdan con lo descrito por autores como Chomsky (1988: 2015), Barranquero y García (2020), sobre los desafíos estructurales del periodismo latinoamericano. También se destaca la necesidad de institucionalizar la figura del defensor del lector o comités de ética en medios locales, como herramienta de autorregulación y transparencia.

Cabe señalar que el marco ético en muchas ocasiones se ve supeditado a urgencias comerciales, prácticas clientelares o exigencias partidistas. Esto pone en evidencia la fragilidad institucional del ecosistema mediático local, donde no existen políticas claras de monitoreo y evaluación de contenidos (Lincoln & Pickard, 2024). En este sentido, fortalecer el rol de los gremios periodísticos, fomentar la transparencia en los procesos editoriales y desarrollar protocolos de cobertura pueden constituirse en pilares clave para revertir estas dinámicas.

En Europa una investigación realizada a los medios y por la responsabilidad y el profesionalismo de los periodistas, temas que son objeto de atención en un 36,8% y un 36,4% respectivamente de la producción. A gran distancia encontramos el análisis de los principios éticos del periodismo (16,1%) y, finalmente, la enseñanza de la ética que apenas recibe atención, representando sólo un 2,9% de las aportaciones que tienen los profesionales en la comunicación (Redondo-García & Caffarel-Serra, 2022).

En la recopilación de datos sobre la ética periodística en la producción y presentación del programa "Tras la Noticia" de radio Récord 106.5 FM, en donde los participantes clave de la investigación han sido los profesionales en periodismo involucrados en el programa, en donde se

utilizó entrevistas y análisis de contenido en profundidad y observación como principales métodos cualitativos para recopilar información como identificar patrones, desafíos y buenas prácticas éticas en la producción de noticias (Saragih, 2023).

En la investigación realizada sobre las prácticas de los periodistas con relación a las fuentes informativas en el proceso de construcción de las noticias en los medios gráficos argentinos, donde determinaron según las fuentes informativas ya no dependientes de la institución sino del propio periodista son otros periodistas o medios, señalados como totalmente o muy creíbles por el 43% de los encuestados, y los contactos personales, a quienes asignan credibilidad el 13% de los periodistas (Rotelli, 2018).

En el artículo de investigación realizado a 16 periodistas en Manta, indican que según el cumplimiento de los principios éticos dentro del periodismo digital refleja una realidad expuesta sobre el mismo donde muchas veces se recae en el amarillismo de la información dando como resultado con el 50% los periodistas califican de regular el cumplimiento de la ética en los medios digitales de la ciudad de Manta; sin embargo, el 44% lo califican de bueno y solo un 6% de excelente (Cárdenas & Macías, 2022).

CONCLUSIONES

El periodismo en San Francisco de Milagro evidencia una tensión entre el compromiso ético y las condiciones reales de ejercicio profesional. Existe una conciencia ética consolidada entre los comunicadores, pero su aplicación efectiva requiere cambios estructurales: mejora de condiciones laborales, capacitación continua, y políticas editoriales claras. Fortalecer la ética periodística es indispensable para promover una prensa que informe con responsabilidad, construya ciudadanía y fortalezca la democracia local.

Además, se recomienda fomentar espacios de debate ético en las redacciones, incluir formación en nuevas tecnologías y desinformación en los planes de estudio de comunicación social, y establecer redes de cooperación entre medios para la producción de contenidos éticamente responsables. Asimismo, se vuelve necesario un compromiso más activo del Estado, las universidades y la sociedad civil para garantizar condiciones que favorezcan el ejercicio periodístico libre, seguro y profesional. Solo así será posible transitar hacia un modelo de comunicación que priorice el interés público por encima de los intereses particulares.

REFERENCIAS

- Ahmed, Dr. A., Asst. Prof. Media Education Research Centre University of Kashmir, & Khalid, Dr. M. Z. (2014). Exploring News in the Digital Age: An Overview. *Indian Journal of Applied Research*, 4(2), 18–20. <https://doi.org/10.15373/2249555X/FEB2014/99>
- Aydin, A. F. (2020). POST-TRUTH DÖNEMDE SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON: COVID-19 (YENİ KORONAVİRÜS) PANDEMİ SÜRECİ. *Asya Studies*, 4(12), 76–90. <https://doi.org/10.31455/asya.740420>
- Ballesteros-Aguayo, L., Olmo, F. J. R. del, & Gutiérrez-Lozano, J. F. (2022). Journalistic ethics and persuasive communication in the face of post-truth: Credibility in the face of the challenges of Social Networks. *Observatorio (OBS*)*, 16(3), Article 3. <https://doi.org/10.15847/obsOBS16320222159>
- Chaudhary, D. M. U., Usman, D. S., Ghani, D. A., & Farooq, D. U. (2025). The Impact of New Media on Contemporary Journalism. *The Critical Review of Social Sciences Studies*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.59075/w093fc51>
- Donev, D., & Vojinović, M. (2022). On the indisputable importance of codes of ethics in journalism. *CM: Communication and Media*, 17(52), 273–286. <https://doi.org/10.5937/cm17-37252>
- Figueiredo, C. D., & Amorim, E. B. (2020). Silences in media coverage of the World Cup in Pernambuco, Brazil. *Sociologias*, 22, 276–281. <https://doi.org/10.1590/15174522-98107>
- Giménez Toledo, E. (2014). Imposturas en el ecosistema de la publicación científica. *Revista de Investigación Educativa*, 32(1), 13–23. <https://doi.org/10.6018/rie.32.1.190251>
- Keer, G., & Bussmann, J. D. (2019). A Case for a Critical Information Ethics: Lessons Learned from Research Justice. *Journal of Critical Library and Information Studies*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.24242/jclis.v2i1.57>
- Kovalenko, I. P. (2018). Problem of Informational Objectivity in the Context of Journalists' Legal Culture. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 0(53). <https://doi.org/10.31516/2410-5333.053.16>
- Kperogi, F. A. (2013). News with Views: Postobjectivism and Emergent Alternative Journalistic Practices in America's Corporate News Media. *Review of Communication*, 13(1), 48–65. <https://doi.org/10.1080/15358593.2012.752521>
- Levi, L. (2012). Social Media and the Press. *NORTH CAROLINA LAW REVIEW*.
- Lewis. (2019). *Lack of trust in the news media, institutional weakness, and relational journalism as a potential way forward*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884918808134>

- Lincoln, L., & Pickard, V. (2024). *Reimagining American public media: A key infrastructure for local journalism*—Louisa Lincoln, Victor Pickard, 2025. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14648849241248018>
- Merchan, M. V. N., Coyago, A. P. R., Moromenacho, E. G. P., & Mayorga, D. A. J. (2018). Estudio sobre el acceso y protección de la información (GIS) y documentos confidenciales. *INNOVA Research Journal*, 3(11), Article 11. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.924>
- Ngoc, N. M. (2022). JOURNALISM AND SOCIAL MEDIA: THE TRANSFORMATION OF JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA AND ONLINE NEWS. *European Journal of Social Sciences Studies*, 7(6), Article 6. <https://doi.org/10.46827/ejsss.v7i6.1316>
- Peña-Ascacibar, G., & Álvarez-Peralta, M. (2021). Emergencia, innovación y consolidación de nuevos modelos para el periodismo digital: Estudio de los casos de El Confidencial, elDiario.es e infoLibre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), Article 2. <https://doi.org/10.5209/esmp.71245>
- Redondo-García, M., & Caffarel-Serra, C. (2022). Investigación de la ética periodística en España (2007-2018). Evolución y prospectiva. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20550>
- Rotelli, N. (2018). El rol de las fuentes en las noticias. *Contratexto*, 029, Article 029. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1818>
- Saragih, M. Y. (2021). Law, Journalistic Profession and Mass Media Ethics. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1957>
- Saragih, M. Y. (2023). ETHICS OF JOURNALISTIC COMMUNICATION IN CONDUCTING INVESTIGATIONS FOR PUBLIC INFORMATION. *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(6), 80–86. <https://doi.org/10.47760/cognizance.2023.v03i06.005>
- Setia, M. S. (2016). Methodology Series Module 3: Cross-sectional Studies. *Indian Journal of Dermatology*, 61(3), 261. <https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410>
- Ukka, I. T. I. (2019). THE ROLE OF THE MEDIA IN A DEMOCRATIC COUNTRY. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 1(6), Article 6. <https://doi.org/10.51594/ijarss.v1i6.73>
- Van Der Werf, L. R., Voeten, S. C., Van Loe, C. M. M., Karthaus, E. G., Wouters, M. W. J. M., & Prins, H. A. (2019). Data verification of nationwide clinical quality registries. *BJS Open*, 3(6), 857–864. <https://doi.org/10.1002/bjs5.50209>
- Zeng, X., Jain, S., Nguyen, A., & Allan, S. (2019). New perspectives on citizen journalism. *Global Media and China*, 4(1), 3–12. <https://doi.org/10.1177/2059436419836459>

Zulkarnain, R. (2023). Tribun Medan's Marketing Communication Strategy in Facing Media Business Competition in the Digital Age. *Persepsi: Communication Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.30596/persepsi.v6i1.14792>