

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.85792> EDICIONES
COMPLUTENSE

Comprensión de las noticias publicadas en prensa sobre COVID-19 por parte de alumnos universitarios de carreras del área de comunicación en Alicante (2021)

Belén Cambronero-Saiz¹, Jesús Mula-Grau² y Jesús Segarra-Saavedra³

Recibido: 24 de abril de 2022 / Aceptado: 25 de octubre de 2022

Resumen. A raíz del COVID-19 los periodistas han tenido que difundir información sobre cuestiones sanitarias siendo los encargados de traducir términos complejos a un lenguaje comprensible por la población general. Objetivo: Evaluar la comprensión lectora de los estudiantes de grados en comunicación sobre noticias publicadas en prensa relacionadas con el COVID-19; concretamente 1) Identificar su frecuencia de exposición a noticias; 2) Determinar su percepción de riesgo y 3) evaluar la comprensión terminológica específica. Metodología: Cuestionario *online* a estudiantes de grados en Periodismo, Publicidad y RR.PP. y Comunicación Audiovisual, de la UA y de la UMH. Resultados: El 79,6% (n=225) leyeron frecuentemente noticias relacionadas con el COVID-19 para mantenerse informados sobre problemas de salud. Menos de la mitad declaran conocer términos como “prevalencia” o “cribado”, y menos del 20% identifica correctamente la definición del concepto. Conclusiones: Baja comprensión de la terminología específica, lo que puede implicar una percepción incorrecta del riesgo.

Palabras clave: Medios de comunicación; COVID-19; comprensión lectora; comprensión periodística; prensa; salud.

[en] Understanding of the News Published in the Press about COVID-19 by University Students of Careers in Communication Area in Alicante (2021)

Abstract. As a result of COVID-19, journalists have had to disseminate information on health issues, being in charge of translating complex terms into a language understandable to the general population. Objective: To assess the reading comprehension of communication degree students on news published in the press related to COVID-19; specifically 1) Identify your frequency of exposure to news; 2) Determine their perception of risk and 3) assess their understanding of specific terminology. Methodology: Online questionnaire for students of degrees in Journalism, Advertising and Public Relations and Audiovisual Communication, from the UA and the UMH. Results: 79.6% (n=225) frequently read news related to COVID-19 to stay informed about health problems. Less than half of them declared knowing terms such as “prevalence” or “screening”, and less than 20% correctly identified the definition of the concept. Conclusions: Low understanding of specific terminology, which may imply an incorrect perception of risk.

Keywords: Mas media; COVID-19; reading literacy; journalistic comprehension; press; health.

Sumario. 1. Introducción 1.1. La búsqueda de información en situaciones de crisis sanitarias; 1.2. Alfabetización mediática en salud; 1.3. Comprensión de las noticias en prensa sobre COVID-19; 1.4. Repercusión del COVID-19 en el lenguaje periodístico; 2. Metodología; 3. Resultados; 3.1. Exposición a las noticias de salud; 3.2. Interés informativo de las noticias sobre COVID-19; 3.3. Comprensión terminológica de las noticias sobre COVID-19; 3.4. Especialización del grado y comprensión terminológica de las noticias sobre COVID-19. 4. Conclusiones, perspectivas y limitaciones; 5. Referencias bibliográficas. 6. Anexos 6.1 Anexo I. Encuesta sobre exposición a noticias en prensa sobre salud y comportamientos, percepción de riesgo y evaluación de la comprensión lectora de las noticias sobre Covid.

Cómo citar: Cambronero-Saiz, B., Mula-Grau, J., & Segarra-Saavedra, J. (2023). Comprensión de las noticias publicadas en prensa sobre COVID-19 por parte de alumnos universitarios de carreras del área de comunicación en Alicante (2021). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (1), 55-66. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.85792>

1. Introducción

1.1. La búsqueda de información en situaciones de crisis sanitarias.

Los medios de comunicación tienen un papel esencial en la prevención de enfermedades, ya que a través de

ellos se puede concienciar sobre la importancia de los hábitos y comportamientos saludables y cómo estos pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas (Ren *et al.*, 2019).

Por otro lado, debido a su capacidad para llegar a una audiencia masiva, también cobran un papel esencial en la difusión de información oficial o gu-

¹ Universidad Internacional de la Rioja (España)
E-mail: belen.cambronero@unir.net

² Universidad Miguel Hernández (España)
E-mail: jmula@umh.es

³ Universidad de Alicante (España)
E-mail: jesus.segarr@ua.es

bernamental en situaciones de emergencia de diversa índole, entre las que podemos incluir también las situaciones de emergencia sanitaria (Cambronero-Saiz & Gómez-Nieto, 2021).

Por este motivo, el consumo de medios se incrementa notablemente en situaciones de alerta sanitaria como sucedió durante la crisis del síndrome agudo respiratorio grave (SARS) (Lewison, 2008), la gripe porcina (H1N1) (Lin & Lagoe, 2013), el Ébola (Oyeyemi *et al.*, 2014) y más recientemente el COVID-19 (Soroya *et al.*, 2021; Cambronero-Saiz & Gómez-Nieto, 2021).

En estos casos los ciudadanos recurren a los medios de comunicación en busca de información fiable que les permita reducir el miedo y la incertidumbre (Finset *et al.*, 2020; Váñez & Pérez-Montoro, 2020) y les ayuden a la toma de decisiones informadas. Si bien el uso de las redes sociales para buscar información sobre salud ha crecido notablemente en los últimos años, algunos estudios también han demostrado que durante el COVID se le atribuyó una mayor credibilidad a la información difundida en medios de comunicación masivos tradicionales (Soroya *et al.*, 2021). No obstante, independientemente de la fuente de información que se consulte, es imprescindible una correcta alfabetización mediática para que las personas puedan interpretar de manera crítica las noticias a las que se exponen, evitando la toma de decisiones más basadas en la rumorología que en la evidencia científica.

1.2. Alfabetización mediática en salud

La alfabetización mediática ha sido definida como la capacidad de analizar, evaluar y comunicarse con los mensajes de los medios en diversas formas (Levin-Zamir & Bertschi, 2018), es decir, la perspectiva que usamos para interpretar el significado de los mensajes que encontramos a través de los medios.

Por otro lado, la alfabetización mediática en salud se define como el conjunto de habilidades y competencias que permiten a las personas obtener e interpretar información sobre salud y empoderarlas para que sean capaces de mantenerla y/o mejorarla (Shen *et al.*, 2018).

Sin embargo, identificar, extraer y comprender la información sobre salud que obtenemos de los medios de comunicación no es una tarea sencilla. A esto debemos añadirle el peso que tienen las variables contextuales y ambientales como son las habilidades digitales y el propio entorno en el que las personas encuentran información relacionada con la salud (Levin-Zamir & Bertschi, 2018).

Esto implica que es importante que los especialistas en promoción de la salud, tecnología y comunicación sanitaria realicen monitorizaciones constantes que permitan reducir la complejidad del proceso y hacer la información más accesible al mayor número de personas posible, contribuyendo a fomentar un comportamiento saludable entre la población.

1.3. Comprensión de las noticias en prensa sobre COVID-19

No obstante, tal y como mencionábamos antes, otro factor limitante puede ser el propio desconocimiento de la terminología específica sobre temas de salud, que evita que se produzca una comunicación eficaz. Esto implica no únicamente eliminar las brechas tecnológicas relacionadas con las habilidades digitales, sino también cognitivas, haciendo que el contenido sea comprensible y que la presentación de la información contribuya a facilitar esa comprensión (Cantabrana *et al.*, 2013; Rudd, 2012). Es decir, para que se produzca esta toma de decisiones informadas es necesario que la audiencia comprenda las noticias, lo que implica que no solo entienda la palabra en sí, sino también su sentido en el conjunto narrativo.

Centrándonos en la prensa, en numerosas ocasiones el redactor periodístico está más preocupado en completar una noticia cumpliendo los tiempos de entrega y con las formalidades de las reglas periodísticas, que deteniéndose a comprobar si lo que está contando se entiende y no queda cercenada la labor de informar (Gómez, 2005).

Los estudios sobre comprensión lectora aplicados a noticias se han distribuido en los últimos años entre el ámbito de la escuela Primaria y Secundaria (Goldman, 2012), el entorno universitario (Lin *et al.*, 2011; Brodsky *et al.*, 2021) y, por supuesto, con ciertos acercamientos a términos relacionados con el COVID-19, centrando su atención sobre su vinculación con las noticias falsas (Brodsky *et al.*, 2021; Sümer *et al.*, 2021).

A pesar de que en la comprensión lectora pueden influir otros aspectos, como por ejemplo el soporte que se escoja para leer (Young, 2008), el lenguaje sigue siendo el aspecto fundamental, ya que los lectores eficaces son aquellos que son capaces de desarrollar diferentes procesos de conocimiento y razonamiento a partir de los textos a los que se enfrentan (Goldman, 2012).

El problema es que, a diferencia del lenguaje científico, jurídico o administrativo, el lenguaje periodístico no se redacta por científicos para un público científico, ni se elabora por juristas o administrativos para entendimiento de los propios juristas y administrativos, sino que se genera por parte de periodistas que, entre otras funciones, deben encargarse de traducir ideas y términos complejos para un público generalista (Oliva, 2011).

1.4. Repercusión del COVID-19 en el lenguaje periodístico

Con la aparición del COVID-19, los periodistas han acercado a la audiencia a un gran número de conceptos infrecuentes y términos específicos del ámbito sanitario que, poco a poco, también se han ido introduciendo en el lenguaje conversacional del día a día (Gupta *et al.*, 2021). Pero, aunque no hay que obviar que el lenguaje es dinámico y está en constante ac-

tualización debido a factores externos que condicionen el cambio lingüístico (Osorio, 2020), una cosa es manejarse con algunos conceptos y otra incorporar todo un corpus de términos científico-sanitarios sin una formación previa y casi de un día para otro.

Como decíamos inicialmente, la comunicación eficaz entre dos personas se produce cuando el receptor interpreta el mensaje en el sentido que pretende el emisor. Con el advenimiento del COVID-19 los textos informativos y no informativos (disposiciones oficiales, textos legislativos, normativas, consejos de salud e infográficos, entre otros) han terminado por asimilar un léxico específico, un lenguaje técnico propio del mundo sanitario (García & Carrero, 2021), entre los que destacan términos como “bioseguridad”, “seroprevalencia”, “parestesia”, “EPI”, “pandemia”, “endemia”, “desescalada”, “hisopo”, “PCR”, “antígenos”, “disnea”, “nasobucal” o “resiliencia. Estas palabras y muchas otras se han sumado en los últimos dos años al acervo lingüístico de los medios de comunicación, a pesar de que son palabras que no se comprenden en toda su amplitud para el lector no docto.

A marchas forzadas hemos tenido que conocer y replicar palabras y expresiones infrecuentes que se han tornado en algo cotidiano (Gorea, 2021). Dada la relativa novedad de esta pandemia, existen escasos estudios científicos que pongan en relación la comprensión de parte de estos términos tan especializados con la comprensión entre los lectores jóvenes (Suparsa & Mantra, 2020; Bharati, 2020).

Por todo lo anteriormente expuesto, en este trabajo se plantea la hipótesis de la ineficacia de las noticias de salud relacionadas con el COVID-19, ya que en la medida en la que los receptores no entienden con precisión el léxico utilizado por la prensa para informar sobre la pandemia por ser demasiado técnico o específico del área de salud, no se produce una toma de decisiones informadas por parte de lectores.

Para verificar la hipótesis se estableció como objetivo general (OG) evaluar la comprensión lectora sobre las noticias publicadas en prensa relacionadas con el COVID-19 por parte de los estudiantes de grado en áreas de comunicación (grados en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo) de la Universidad de Alicante (UA) y de la Universidad Miguel Hernández (UMH). Concretamente los objetivos específicos son: OE1) Identificar su frecuencia de exposición a noticias en prensa relacionadas con el COVID-19; OE2) Determinar la percepción de riesgo relacionada con COVID-19 y OE3) evaluar la comprensión terminológica específica empleada en las noticias de prensa sobre COVID-19.

2. Metodología

Para la realización de este estudio interuniversitario entre la Universidad de Alicante (UA) y la Universidad Miguel Hernández (UMH), se utilizó una meto-

dología cuantitativa basada en un cuestionario *online* al estudiantado de segundo curso de los grados de Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y el doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo. Antes de iniciar el cuestionario se les indicó a los participantes del estudio que revisaran y dieran su consentimiento informado.

La encuesta se difundió durante el mes de diciembre de 2021 a un total de 353 estudiantes, de los cuales finalmente 225 respondieron a ella (tasa de respuesta del 63,7%). Se escogió a jóvenes que se están formando en la educación superior y que además están llamados a ser los futuros profesionales de la comunicación, para tratar de entender si medios y lectores se están “entendiendo”. Por tanto, se aúna una doble categoría, universitarios y estudiantes de ciencias de la Comunicación, que enfrentamos a información relacionada con el COVID-19 y que incluye términos específicos sanitarios de los que, se intuye, puede arrojar dudas en su verdadera comprensión.

El cuestionario recogió información sobre las características sociodemográficas de los alumnos relativas al sexo, grado en curso y universidad. En segundo lugar, basándonos en la metodología aplicada por Lin y Lagoe (2013), quienes solicitaban a los encuestados que indicaran el grado en el que creían que dependían de las noticias en diferentes medios para obtener información relacionadas con la salud con diferentes objetivos, nuestro cuestionario también contempló tres esferas distintas: 1) frecuencia de exposición a noticias publicadas en prensa; 2) percepción de riesgo; 3) comprensión de las noticias de salud (ver Anexo I).

Para la medición de la primera esfera (exposición a las noticias publicadas en prensa) se listaron los principales periódicos con base en los datos proporcionados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) respecto a los periódicos en papel de mayor alcance según los datos de los seis primeros meses del año 2021. Se seleccionaron tanto aquellos periódicos de distribución nacional con una difusión mayor de 50.000 ejemplares como los periódicos de distribución autonómica con una difusión mayor de 20.000 ejemplares (ver Tabla 1).

Para la selección de periódicos *online* utilizamos los datos de Infoadex, escogiendo únicamente los periódicos que de media habían tenido un mayor número de visitantes únicos durante un periodo de seis meses (enero-junio de 2021) (ver Tabla 1).

En ambos casos (tanto en la versión impresa como *online*) se incluyeron únicamente los diarios de información general, excluyendo prensa deportiva y especializada en finanzas.

Para evaluar el tiempo de exposición a medios se incluyeron variables relativas a la frecuencia de exposición declarada a diarios de información general, en cualquiera de sus formatos (papel, digital o redes sociales –de aquí en adelante, RR.SS.–). Las respuestas se plantearon a través de una escala de Likert de 5 puntos siendo 1 “con muy poca frecuencia” y 5 “muy frecuentemente”.

Tabla 1. Periódicos españoles de mayor alcance en la primera mitad del año 2021 en su edición impresa.

Diarios Nacionales		Diarios Autonómicos	
Periódico	Difusión	Periódico (Comunidad)	Difusión
ABC	57.128	<i>Diario De Navarra</i> (Navarra)	24.380
El Mundo	53.107	<i>El Correo</i> (País Vasco)	48.892
El País	79.659	<i>El Diario Vasco</i> (País Vasco)	38.906
		<i>El Periódico</i> (Cataluña)	39.372
		<i>Heraldo De Aragón</i> (Aragón)	21.677
		La Nueva España (Asturias)	27.922
		<i>La Vanguardia</i> (Cataluña)	74.228
		<i>La Voz De Galicia</i> (Galicia)	52.999

Fuente: Datos proporcionados por Carlos Bravo, director de Marketing y Prensa Ibérica de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) (29/07/2021).

Para evaluar la segunda esfera (percepción del riesgo) se incluyeron en el cuestionario variables relativas a la preocupación de los estudiantes, generada por la exposición a noticias relacionadas con la pandemia, sobre la amenaza de la epidemia, su propagación y gravedad (Tyler & Cook, 1984). Las respuestas se plantearon a través de una escala de Likert de 5 puntos siendo 1 “con muy poca frecuencia” y 5 “muy frecuentemente”.

Por último, se intentó evaluar el nivel de comprensión de las noticias de salud incluyendo dentro del cuestionario una breve noticia sobre COVID-19 publicada en *El País* el 20 de noviembre de 2020 (<https://bit.ly/3hWLTdW>). La noticia se seleccionó por conveniencia ya que en ella aparecían diferentes términos como “incidencia”, “prevalencia”, “eficacia” y “cribado”, esenciales para la correcta interpretación de la información. En primer lugar, los alumnos fueron preguntados por el conocimiento del término con la posibilidad de una respuesta dicotómica excluyente (sí/no). En caso de responder afirmativamente se les mostraron tres definiciones diferentes con el objetivo de seleccionar la opción del concepto que consideraban correcta.

Los datos fueron recogidos a través de un formulario *online* de Drive y posteriormente trasladados a Excel. De ahí se exportaron a la versión 25 de pro-

grama SPSS para el tratamiento estadístico de los resultados.

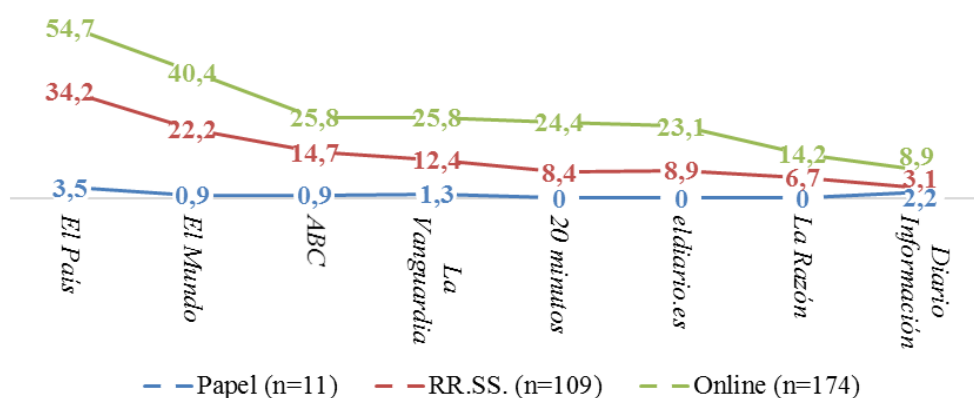
3. Resultados

De los 225 estudiantes encuestados, un 70,2% fueron hombres, 28,9% mujeres y 0,9% otras opciones. El 92,9% de ellos pertenecían a la franja de edad de entre 18 y 22 años y solo 7 personas eran mayores de 23 años. El 44,9% (n=101) eran alumnos de la UMH y el 55,1% (n=124) de la UA, siendo el grado de Publicidad y Relaciones Públicas (UA) el que mayor número de alumnos tenía (n=124) frente a otros grados como el de Periodismo (UMH) (n=65) y el doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo (UMH) (n=36).

3.1. Exposición a las noticias de salud

Al evaluar la exposición a las noticias en prensa de los estudiantes observamos cómo el 4,9% (n=11) declaró leer habitualmente periódicos en papel, el 77,3% (n=174) declaró consumo de prensa *online* y un 48,4% (109) afirmó seguir al menos un periódico en RR.SS. En todos los casos los periódicos de alcance nacional fueron los leídos con mayor frecuencia (ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Porcentaje de periódicos más leídos por los estudiantes de los grados en Publicidad, Periodismo y Comunicación Audiovisual en el 2021.



Fuente: Elaboración propia.

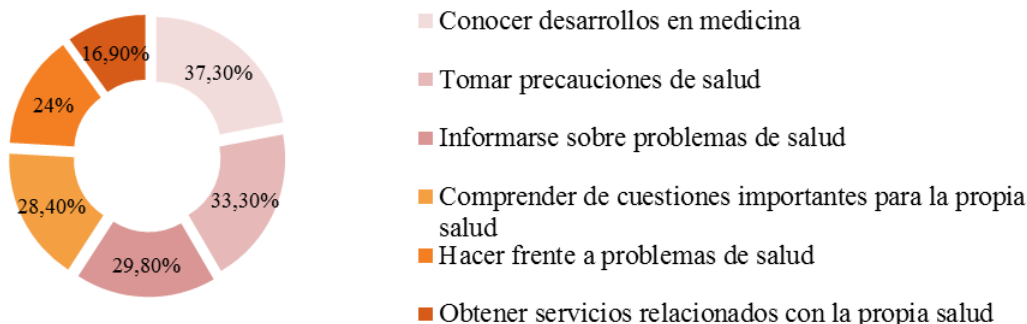
Al cruzar por titulaciones vemos cómo el 9,2% de los estudiantes de periodismo declaró consumir prensa en papel, el 98,5% declaró consumo de prensa *online* y un 64,6% afirmó seguir periódicos a través de RR.SS. En el caso de los alumnos de la doble titulación de Comunicación Audiovisual y Periodismo se detecta que la prensa en papel la consultan el 11,1%, frente a la prensa *online* 83,3% y el 61,1% que siguieron algún periódico en RR.SS. Los alumnos del grado en Publicidad son quienes declaran una menor exposición a noticias de prensa tanto en papel (0,8%), como *online* (64.5%) o a través de RR.SS. (36,3%).

3.2. Interés informativo de las noticias sobre COVID-19

El 79,6% personas respondió que durante el último año había leído con frecuencia o con mu-

cha frecuencia noticias relacionadas con el COVID-19. A su vez, la lectura de las noticias de prensa se utiliza con frecuencia o con mucha frecuencia para 1) mantenerse al tanto de los avances en salud y los desarrollos en medicina, para 2) decidir qué precauciones de salud tomar en relación al COVID-19, para 3) mantenerse informado sobre problemas de salud o 4) para comprender cuestiones importantes para la propia salud. También en menor medida el consumo de noticias de salud se utiliza con frecuencia o mucha frecuencia para 5) observar cómo hacer frente a los problemas de salud o para 6) decidir dónde acudir para obtener servicios relacionados con la propia salud (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Finalidad de la lectura frecuente y muy frecuente de noticias sobre COVID-19 en prensa.



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Comprensión terminológica de las noticias sobre COVID-19

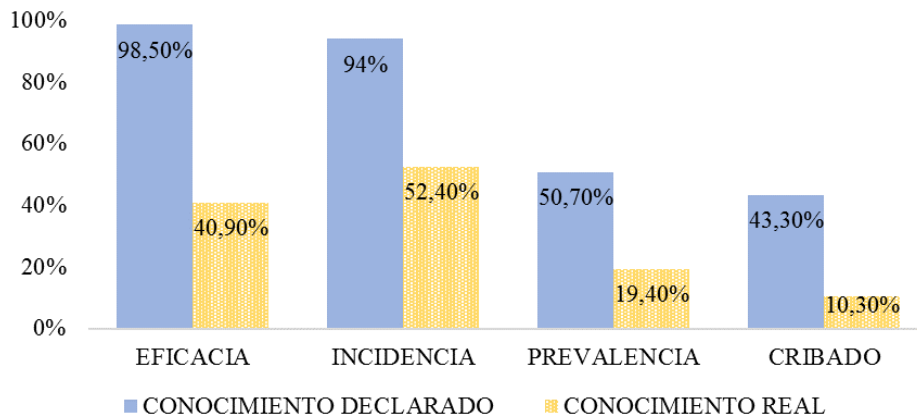
Respecto a la comprensión de las noticias de salud y su terminología se detecta que de los 225 estudiantes que respondieron el cuestionario, 94 (41,8%) declararon conocer el significado de la palabra “prevalencia”, pero frente a las tres posibles definiciones del término que se mostraron, únicamente el 16,4% (n=37) supo identificar cuál era la correcta.

Respecto al conocimiento de la palabra “incidencia”, un 92,4% declaró conocer el significado de la palabra (n=208), pero menos de la mitad de ellos (44%) identificó la definición correcta. El término “eficacia” declaró conocerlo un 94,7%, aunque solo el 40,4% asoció correctamente el término con la definición correcta y su significado en relación con las vacunas contra el COVID-19. Por último, un 66,7%

declaró no conocer el significado de la palabra “cribado” y de los 33,3% que afirmaron conocerlo, solo el 4,9% identificó la definición correcta.

De las 67 personas que declararon que con frecuencia o con mucha frecuencia leían las noticias para informarse de problemas de salud, la mitad (50,7%) declaró conocer el significado de la palabra “prevalencia” y, de ellas, un 19,4% identifica correctamente la definición del concepto. Con respecto al conocimiento del término “incidencia” encontramos que un 94% declaró conocer el significado de la palabra, pero solo un 52,4% identificó correctamente la definición del término. La palabra “eficacia” fue conocida por un 98,5% y de ellos un 40,9% identificó correctamente la definición del término y, por último, un 43,3% declaró conocer el significado de la palabra “cribado” y, de ellos, un 10,3% identificó correctamente la definición del término (ver Gráfico 3).

Gráfico 3. Comparativa del conocimiento declarado/real entre las personas que declararon que con frecuencia o mucha frecuencia leen noticias de salud para informarse (n=67).



Fuente: Elaboración propia.

3.4. Especialización del grado y comprensión terminológica de las noticias sobre COVID-19

Al estudiar los resultados diferenciándolos por titulaciones observamos que los términos “incidencia” y “eficacia” son aquellos que los estudiantes de todos los grados declararon conocer en una amplia mayoría. Así el 100% del alumnado del grado de Comunicación Audiovisual, el 87,9% del alumnado de Publicidad y el 96,9% del alumnado de Periodismo afirmó conocerlo. A pesar de esto, un porcentaje aproximado del 50% del alumnado de todas las titulaciones no asoció el término con la definición correcta, siendo los alumnos de Comunicación Audiovisual los que más declararon conocerlo y en los que se observó un menor porcentaje de asociación correcta (ver Gráfico 4).

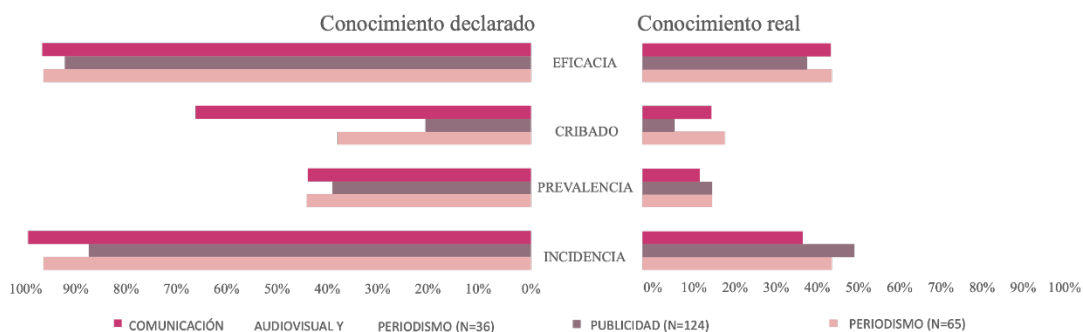
En el caso del término “eficacia” los porcentajes de estudiantes que declararon conocer el concepto son del 97,2% entre el alumnado de Comunicación Audiovisual, 92,7% entre el alumnado de Publicidad y un 96,9% en el caso de los alumnos del grado en Periodismo. Nuevamente aquí fueron los alumnos del doble grado en Comunicación Audiovisual

y Periodismo los que con mayor frecuencia declararon conocer el término, a pesar de que para todas las titulaciones el porcentaje de conocimiento real es inferior al 50%, siendo los alumnos del grado en Publicidad los que realizaron la asociación correcta en menor porcentaje (ver Gráfico 4).

En el caso del concepto “prevalencia” el porcentaje de alumnos que declaró conocer el término fue inferior a la mitad, siendo los alumnos del doble grado y los alumnos de Periodismo los que se declararon más seguros de hacerlo, y nuevamente los alumnos con una menor frecuencia de asociación correcta fueron los alumnos del doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo, aunque en ninguna de las titulaciones el porcentaje de conocimiento superó el 17% (ver Gráfico 4).

Para terminar, el término “cribado” fue el más desconocido para todos los alumnos de todas las titulaciones, siendo los alumnos del doble grado los que más declararon conocerlo, mientras que fueron los estudiantes del grado de Periodismo los que con más frecuencia realizaron la asociación correcta entre el término y su definición.

Gráfico 4. Porcentaje comparado entre conocimiento real y conocimiento declarado de términos por especialidad de conocimiento del grado.



Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, con base en estos datos vemos cómo a pesar de que en la mayoría de los casos los alumnos del doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo declararon conocer y comprender la

terminología, son los alumnos del grado en Periodismo los que realizaron con mayor frecuencia una asociación correcta entre el concepto y su definición.

4. Conclusiones, perspectivas y limitaciones

Los resultados muestran cómo la mayoría de los lectores prefiere la prensa *online* o el seguimiento de periódicos en RR.SS. frente a la prensa en papel, que es la opción minoritaria de todos los estudiantes en todas las titulaciones, coincidiendo con lo que ya afirmaban investigaciones previas (Cantabrana *et al.*, 2013). Esto probablemente tenga relación con la edad de los alumnos –la gran mayoría de ellos nativos digitales– que apuestan por la versatilidad y el dinamismo digital frente a la prensa en papel.

Destaca la alta exposición declarada de los estudiantes a las noticias en prensa sobre COVID-19. Sin embargo, la finalidad de la exposición varía notablemente, siendo el uso más frecuentemente declarado la búsqueda de información sobre avances y desarrollos en esta área, seguido de la búsqueda de información de carácter preventivo encaminada a identificar las precauciones para evitar el contagio y, en tercer lugar, información de carácter formativo cuyo fin es mantenerse al día de posibles cambios o variaciones y lograr una mejor comprensión del tema. Es interesante destacar el menor interés por la información en prensa relacionada con la búsqueda de servicios o tratamientos a los que acudir en caso del desarrollo de la enfermedad. Por lo tanto, se puede afirmar que la exposición tiene un objetivo más preventivo/formativo que curativo y que este hecho puede derivar del interés que suscita la rápida y cambiante evolución del virus y las diferentes medidas a adoptar en función de la variación de este (Heydari *et al.*, 2021).

Otro aspecto destacable es que a pesar de que también es importante el número de personas que se expone a las noticias de salud para buscar información, se ha demostrado que existe una elevada tasa de incomprensión de algunos de los términos clave que aparecen en las noticias.

A pesar de que las noticias en prensa sobre temas de salud se dirigen a un público no especializado y que por ello se emplea un lenguaje simplificado que favorece la transmisión de conocimiento de forma comprensible y eficaz, vemos cómo los periodistas todavía recaen en el error habitual de hacer de meros transmisores, sin “traducir” determinados términos que obtienen de sus fuentes, en este caso virólogos, epidemiólogos, médicos o vacunólogos.

El lenguaje relacionado con el COVID-19 puede volverse opaco para el no especialista, lo que podría generar en el lector la idea de que no puede seguir el ritmo imperante haciendo así inefectivo el uso informativo de las noticias en prensa. La falta de comprensión también puede dificultar la toma de decisiones informadas, así como disminuir la capacidad de sensibilizar sobre problemas de salud, fomentar comportamientos preventivos y evitar comportamientos de riesgo. Nuevamente estos resultados concuerdan con estudios publicados anteriormente (Suparsa & Mantra, 2020) donde ya se apuntaba que a pesar de que los estudiantes están expuestos con mucha frecuencia a terminología relacionada con COVID-19 y

con la salud, todavía existe una inadecuada comprensión de algunos de los términos.

Expresiones como “distanciamiento social” o “infodemia” son palabras clave, nacidas o resurgidas con la pandemia, y esenciales para entender la enfermedad y su prevención, que enfatizan en la importancia del contexto social en la propagación o contención de una enfermedad infecciosa (Upadhyay & Maroof, 2020). No obstante, para la comprensión de noticias sobre COVID-19 no es necesario únicamente entender conceptos como los mencionados anteriormente, sino que también es importante conocer la terminología relativa a la magnitud de un problema (incidencia, prevalencia, cribado) o a los tratamientos más convenientes (eficacia).

En el caso del uso preventivo, que también ha sido declarado objetivo por parte de muchos estudiantes, algunos estudios experimentales sugieren que para incrementar los índices de disposición para tomar medidas encaminadas a evitar el peligro es necesario proporcionar información combinando datos sobre niveles de riesgo, severidad del problema y eficacia de los tratamientos (Neuwirth *et al.*, 2000). En este caso, el uso de términos que generen duda, confusión o, directamente, falta de significado produce una comprensión parcial de la noticia y no contribuye a la toma de decisiones en salud de manera informada por parte de la población general.

Por último, los alumnos encuestados, especializados en el ámbito de la comunicación, también deben asumir la tarea de apropiarse de la terminología que les permita, no solo como lectores recibir y procesar la información de forma correcta, sino también entenderla para poder difundirla de manera precisa y eficaz, con un fin divulgativo. Esto es particularmente importante en el caso del alumnado de los alumnos del doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo y en Periodismo.

Una de las principales limitaciones del estudio es el posible sesgo en los datos relacionados con el consumo de prensa (en papel, *online* o en RR.SS.) ya que las propias características de la muestra, estudiantes del grado en Periodismo o del doble grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo, pueden aumentar la tasa de exposición y lectura a este medio. Por esta razón sería recomendable ampliar el estudio incluyendo a una muestra poblacional más amplia y con perfiles académicos más variados. Además, el estudio se planteó como una primera aproximación al entendimiento de las noticias de salud por parte de la población universitaria y de su impacto en los comportamientos preventivos. No obstante, el reducido tamaño muestral impide generalizar sobre su alcance.

Se concluye, por tanto, afirmando que existe una baja comprensión de la terminología específica utilizada en las noticias de salud en relación al COVID-19 entre el alumnado de grados en ciencias de la comunicación. Esto confirma la hipótesis inicial del estudio ya que una vaga comprensión del problema y de su envergadura, no puede conducir a la toma de decisiones informadas por parte del lector. Para solucionar

el problema y contribuir a la formación lectora, quizá sería necesario que los periodistas hiciesen el esfuerzo de una adaptación terminológica que facilitase la com-

prensión de la audiencia y así alcanzar el objetivo de tener ciudadanos informados que actúen consecuentemente con la información que reciben.

5. Referencias bibliográficas

- Bharati, P. L. (2020). Covid 19 Neologisms in English. *Saptagandaki Journal*, 11, 122-135. <https://doi.org/10.3126/sj.v11i0.36901>
- Brodsky, J. E., Brooks, P. J., Scimeca, D., Galati, P., Todorova, R., & Caulfield, M. (2021). Associations Between Online Instruction in Lateral Reading Strategies and Fact-Checking COVID-19 News Among College Students. *AERA Open*, 7 (1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/23328584211038937>
- Cambroner-Saiz, B., & Nieto, B. G. (2021). El uso de redes sociales y su implicación para la comunicación en salud. Revisión bibliográfica sobre el uso de Twitter y la enfermedad del cáncer. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 33, 377-392. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a868>
- Cantabrana, B., Diez, B., Bordallo, J., Sánchez, M., & Hidalgo, A. (2013). Apropiación de terminología médica por estudiantes de primer curso del grado en medicina a través de prensa diaria. *FEM: Revista de la Fundación Educación Médica*, 16 (3), 145-151. <https://dx.doi.org/10.4321/S2014-98322013000300005>
- Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, R. L., Pieterse, A. H., Street, R., Tschoetschel, R., & van Weert, J. (2020). Effective health communication – a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Education and Counseling*, 103 (5), 873-876. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.03.027>
- García Chamizo, F., & Carrero Márquez, O. (2021). Cambios en el Periodismo durante el estado de alarma en España. El uso del vídeo en El País. *Estudios del mensaje periodístico*, 27 (1), 295-306. <https://doi.org/10.5209/esmp.71302>
- Goldman, S. R. (2012). Adolescent literacy: Learning and understanding content. *Future of Children*, 22 (2), 89-116. <https://doi.org/10.1353/foc.2012.0011>
- Gorea, T. (2021). Cambios semánticos en el léxico español relacionado con la terminología del COVID-19. En T. Gorea, *Probleme de filologie: aspecte teoretice și practice* (pp. 209-215). Universitatea de Stat “Alecú Russo” din Bălți.
- Gupta, R., Choudhari, O. K., Mishra, H., & Ojha, U. C. (2021). COVID-19 Thrombosis: Bridging the Old and New Concepts. *Malaysian Journal of Medical Sciences*, 28 (1), 9-14. <https://doi.org/10.21315/mjms2021.28.1.2> <https://bit.ly/3CAhsDL>
- Heydari, S. T., Zarei, L., Sadati, A. K., Moradi, N., Akbari, M., Mehralian, G., & Lankarani, K. B. (2021). The effect of risk communication on preventive and protective Behaviours during the COVID-19 outbreak: mediating role of risk perception. *BMC public health*, 21 (1), 1-11. <https://bit.ly/3Ou8Zad>
- Levin-Zamir, D., & Bertschi, I. (2018). Media health literacy, eHealth literacy, and the role of the social environment in context. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15 (8), 1643. <https://doi.org/10.3390/ijerph15081643>
- Lewison, G. (2008). The reporting of the risks from severe acute respiratory syndrome (SARS) in the news media, 2003–2004. *Health, Risk & Society*, 10 (3), 241-262. <https://doi.org/10.1080/13698570802160962>
- Lin, C. A., & Lagoe, C. (2013). Effects of news media and interpersonal interactions on H1N1 risk perception and vaccination intent. *Communication Research Reports*, 30 (2), 127-136. <https://doi.org/10.1080/08824096.2012.762907>
- Lin, L., Lee, J., & Robertson, T. (2011). Reading while watching video: The effect of video content on reading comprehension and media multitasking ability. *Journal of Educational Computing Research*, 45 (2), 183-201. <https://doi.org/10.2190/EC.45.2.d>
- Oliva, C. (2011). Fundamentos lingüísticos del lenguaje periodístico y jurídico-administrativo. *Index Comunicación*, 1, 25-46. <https://bit.ly/3v9S2dp>
- Osorio Anchiraco, T. (2020). Lenguaje COVID 19: un análisis del (nuevo) léxico empleado en la pandemia en el español peruano. *Yuyaykusun*, (10), 125-142. <https://doi.org/10.31381/yuyaykusun.v1i10.3559> <https://bit.ly/3yHW5Px>
- Oyeyemi, S. O., Gabarron, E., & Wynn, R. (2014). Ebola, Twitter, and misinformation: A dangerous combination? *BMJ*, 349. <https://doi.org/10.1136/bmj.g6178>
- Ren, C., Deng, Z., Hong, Z., & Zhang, W. (2019). Health information in the digital age: an empirical study of the perceived benefits and costs of seeking and using health information from online sources. *Health Information & Libraries Journal*, 36 (2), 153-167. <https://doi.org/10.1111/hir.12250>
- Rudd, R.E., Rosenfeld, L., & Simonds, V. W. (2012). Health literacy: A new area of research with links to communication. *Atlantic Journal of Communication*, 20 (21), 16-30. <https://doi.org/10.1080/15456870.2012.637025>
- Gómez Sánchez, M. E. (2005). Los sustitutos eufemísticos y la claridad del texto informativo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 309-327. <https://bit.ly/3k5AJDZ>
- Shen, C., Ping Wang, M., Wan, A., Viswanath, K., Siu Chee Chan, S., & Hing Lam, T. (2018). Health information exposure from information and communication technologies and its associations with health behaviors: Population-based survey. *Preventive medicine*, 113, 140-146. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2018.05.018>

- Soroya, S. H., Farooq, A., Mahmood, K., Isoaho, J., & Zara, S. E. (2021). From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global health crisis. *Information Processing & Management*, 58 (2), 102440. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102440>
- Sümer, Ö, Bozkir, E., Kübler, T., Grüner, S., Utz, S., & Kasneci, E. (2021). FakeNewsPerception: An eye movement dataset on the perceived believability of news stories. *Data in Brief*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.106909>
- Suparsa, I. N., & Mantra, I. B. N. (2020). Covid-19 terminologies: The extent of student's vocabulary acquisition during learning from home. *International Journal of Linguistics and Discourse Analytics*, 2 (1), 41-47. <https://doi.org/10.52232/ijolida.v2i1.28>
- Tehrani, H (2016). Media Health Literacy. *Journal of Health Literacy*, 1 (3). pp. 141-146. Disponible en: <http://eprints.mums.ac.ir/8402/>
- Tyler, T. R., & Cook, F. L. (1984). The mass media and judgments of risk: Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of personality and social psychology*, 47 (4), 693. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.4.693>
- Upadhyay, M. K., & Maroof, K. A. (2020). Understanding the emerging and reemerging terminologies amid the COVID-19 pandemic. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 9 (12), 5881. https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe_960_20
- Vállez, M., & Pérez-Montoro, M. (2020). La comunicación periodística en tiempos de pandemia: análisis del tratamiento de la Covid-19 en la prensa europea. *Hipertext.net*, (21), 1-13. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.01>
- Young, M. E., Norman, G. R., & Humphreys, K. R. (2008). Medicine in the popular press: the influence of the media on perceptions of disease. *PLoS One*, 3 (10), e3552. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003552>

6. Anexos

6.1 Anexo I. Encuesta sobre exposición a noticias en prensa sobre salud y comportamientos, percepción de riesgo y evaluación de la comprensión lectora de las noticias sobre Covid.

SECCIÓN 1 – CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

1. Sexo

- A. Hombre
- B. Mujer
- C. Otras opciones

2. Edad:

- A. Entre 18-22
- B. Entre 23-28
- C. Entre 29-33
- D. Entre 34-38
- E. Entre 39-43
- F. Entre 44-48
- G. Mayor de 49

3. Titulación en curso:

- A. Grado en periodismo
- B. Grado en publicidad
- C. Grado en marketing
- D. Doble grado de comunicación audiovisual y periodismo

4. Centro en el que está matriculadas

- A. UMH
- B. UA
- C. UNIR

SECCIÓN 2. CONSUMO DE MEDIOS (RESPUESTAS EXCLUYENTES)

5. ¿Consumes prensa tradicional (formato papel)?

- A. Sí
- B. No

6. ¿Consumes prensa online?

- A. Sí
- B. No

7. ¿Sigues a través de redes sociales algún periódico?

- A. Sí
- B. No

SECCIÓN 3. FRECUENCIA DE EXPOSICIÓN

En una escala de 5 puntos, siendo 1 (con muy poca frecuencia) y 5 (con mucha frecuencia), responde por favor a las siguientes preguntas:

8. ¿Con que frecuencia utilizas las noticias de prensa para mantenerte informado/a de los problemas de salud importantes?

1	2	3	4	5

9. ¿Con qué frecuencia utilizas las noticias de prensa para comprender cuestiones importantes para la propia salud?

1	2	3	4	5

10. ¿Con qué frecuencia utilizas las noticias de prensa para decidir qué precauciones de salud tomar?

1	2	3	4	5

11. ¿Con qué frecuencia utilizas las noticias de prensa para observar cómo hacer frente a los problemas de salud?

1	2	3	4	5

12. ¿Con qué frecuencia utilizas las noticias de prensa para decidir a dónde acudir para obtener servicios relacionados con la propia salud?

1	2	3	4	5

13. ¿Con qué frecuencia utilizas las noticias de prensa para mantenerte al tanto de los desarrollos en salud y medicina?

1	2	3	4	5

14. ¿Con qué frecuencia has leído en el último año noticias relacionadas con el COVID-19?

1	2	3	4	5

SECCIÓN 4. PERCEPCIÓN DE RIESGO A TRAVÉS DE LAS NOTICIAS DE PRENSA

En una escala de 5 puntos, (siendo 1 muy poca preocupación y 5 mucha preocupación), responde por favor a las siguientes preguntas:

15. Valora en una escala del 1 al 5 si la información sobre COVID-19 recibida a través de las noticias de prensa te ha generado preocupación por el grado de propagación de la epidemia.

1	2	3	4	5

16. Valora en una escala del 1 al 5 si la información sobre COVID-19 recibida a través de las noticias de prensa te ha generado preocupación por la gravedad de la epidemia.

1	2	3	4	5

SECCIÓN 7. COMPRENSIÓN DE LAS NOTICIAS DE SALUD

Leer con detenimiento la noticia disponible en <https://bit.ly/3hWLtDw>

17. ¿Conoces el significado de la palabra prevalencia?

1. Si
2. No

18. ¿Cuál de las siguientes definiciones encaja mejor con el concepto de prevalencia?

1. Es la frecuencia de casos nuevos de una enfermedad patológica registrados en una población y en un período determinado.
2. Es la frecuencia de todos los casos de una enfermedad patológica registrados en una población y en un período determinado.
3. Es la proporción de personas que enferman en un periodo de tiempo concreto. Se calcula dividiendo el número de casos aparecidos en un período, entre el número de individuos libres de la enfermedad al inicio del período.

19. ¿Conoces el significado de la palabra incidencia?

1. Si
2. No

20. ¿Cuál de las siguientes definiciones encaja mejor con el concepto de incidencia?

1. Es la frecuencia de casos nuevos de una enfermedad patológica registrados en una población y en un período determinado.

2. Es la frecuencia de todos los casos de una enfermedad patológica registrados en una población y en un período determinado.
 3. Es la proporción de personas que enferman en un periodo de tiempo concreto. Se calcula dividiendo el número de casos aparecidos en un período, entre el número de individuos libres de la enfermedad al inicio del período.
21. ¿Conoces el significado de la expresión eficacia vacunal?
1. Si
 2. No
22. ¿Cuál de las siguientes definiciones encaja mejor?
1. La capacidad de una vacuna de proteger contra enfermedades cuando se aplica en condiciones reales.
 2. El porcentaje de reducción de la incidencia de la enfermedad en los sujetos vacunados respecto a un grupo que no recibe la vacuna en estudio.

Belén Cambronero-Saiz. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UA) y Doctora en Estudios Pluridisciplinarios de Género (líneas de Comunicación y Salud) (UA). Ha trabajado como investigadora FPI en el departamento de Comunicación y Psicología Social de la UA. En esta misma universidad ha participado en numerosos proyectos I+D+i y grupos de investigación, publicando más de una decena de artículos centrados en salud, comunicación y género. Desde 2016, trabaja como PDI en UNIR impartiendo docencia en Grado y Posgrado en materias relacionadas con el comportamiento del consumidor y el marketing farmacéutico. Como investigadora y docente ha realizado estancias en universidades de Europa, Australia y América Latina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5273-9534>

Jesús Mula-Grau. Doctor en Estudios e Investigación sobre las Mujeres, Feministas y de Género por la Universidad Miguel Hernández de Elche. Máster en Igualdad de Género en el Ámbito Público y Privado por las universidades Miguel Hernández de Elche y Jaume I. Licenciado en Ciencias de la Información especialidad Periodismo por la Universidad Politécnica de Valencia. Profesor de Redacción Periodística I, Redacción Periodística II, Periodismo Científico y Medioambiental en el grado de Periodismo y doble grado de Comunicación Audiovisual y Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, y de Comunicación Corporativa en el centro universitario Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo IMEP adscrito a la UMH. Coorganizador de un congreso internacional, ponente en distintos eventos congresuales y autor de distintas publicaciones y capítulos de libros relacionados con la comunicación, el género y el periodismo. Integrante del proyecto nacional NEXO: Criminología, evidencias empíricas y política criminal: Sobre la incorporación de datos científicos para la toma de decisiones en relación con la criminalización de conductas (Agencia Estatal de Investigación (AEI) 2018). Integrante del Centro de Investigación de Estudios de Género (CIEG) y colaborador del Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario de la UMH. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5100-9492>

Jesús Segarra-Saavedra. Profesor Titular. Premio extraordinario de Doctorado (2019), Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad (2016) y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (2005) por la Universidad de Alicante (UA). Desde 2018, docente y profesor del Departamento de Comunicación y Psicología Social en la UA (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Máster oficial en Comunicación e Industrias Creativas –COMINCREA-). Ha sido docente y profesor en UNIR (2016-2020), UMH (2018), UCJC (2019-2020) y UEMC (2019-2020) y profesor visitante extranjero en la UTADEO (Colombia, 2019). Investigador postdoctoral en los grupos “Comunicación y públicos específicos” (COMPUBES) de la UA, “Comunicación y Sociedad Digital” (COYSODI) de UNIR, “Gestión de la Comunicación Estratégica” (GCE) de la UTPL (Ecuador), en el Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT) y en el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) de la UAB. Editor técnico adjunto de *Revista Mediterránea de Comunicación*, editor adjunto de *Revista Health and Addictions* (INID de la UMH) y socio de AE-IC, PLATCOM, SLCS, RELAIIP y RIDHC. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9420-5258>