



Título: Recepción de noticias sobre covid 19 en Robledo (comuna 7 de Medellín) estudios de caso: Barrio Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña

Autores

Siomara Arboleda Pérez

Siomara.arboledape@amigo.edu.co

Siomix9@gmail.com

Valentina Sánchez Balvin

Valentina.sanchezba@amigo.edu.co

Valentinasanchez738@gmail.com

Resumen: Este trabajo de investigación pretende identificar cómo es la recepción de noticias sobre COVID-19 en la comuna 7 de Medellín (Robledo). Se realizó un estudio de caso en los barrios Robledo Aures 1 y Robledo la Campiña. Nuestro objetivo principal con esta investigación es conocer cómo es la recepción de noticias sobre COVID-19, así como los medios utilizados por la comunidad en los barrios descritos anteriormente. Nuestra investigación es de corte mixto de nivel exploratorio, puesto que, es un tema reciente y por lo mismo hay pocas investigaciones sobre el tema.

La población con la que se trabajó, fueron habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo la Campiña. Se aplicaron dos instrumentos: una encuesta, en la cual participaron 105 habitantes de ambos barrios, y una entrevista en la cual participaron 3 habitantes del barrio Robledo Aures 1 y 2 habitantes del barrio Robledo La Campiña.



Esta investigación nos arrojó resultados tales como que la televisión y las redes sociales son las fuentes a través de las cuales estos habitantes reciben mayor información del COVID-19, la red social más usada por estas personas es Facebook. El canal de noticias regional Teleantioquia es el medio de comunicación en el que más confían los habitantes de los barrios estudiados para informarse, seguido del Canal1 y CMI, y la prensa es el medio menos usado para obtener información, aunque es conveniente aclarar que los periódicos más leídos por estos habitantes son El Colombiano y Q'hubo. Finalmente, la investigación arrojó que los habitantes de la comuna 7 no confían 100% en la información obtenida por los medios tradicionales de comunicación.

Palabras clave: Pandemia, recepción de noticias, interacción, medios, salud

Descripción del problema:

Los medios de comunicación masiva tienen la capacidad de brindar información simultáneamente a una gran cantidad de audiencia. Todas las personas a nivel mundial están expuestas a los medios de información, los cuales resultan indispensables como herramienta de comunicación; los objetivos de estos actualmente son diversos, como informar, entretener e influir en el público que tiene acceso a ellos.

La manera de informarse de la sociedad ha ido evolucionando con el tiempo. El primer medio de comunicación de masas fue sin duda la prensa, la cual tuvo un gran auge con la aparición de la imprenta; más adelante surgen medios como la radio, la televisión y más recientemente la web. Con la aparición de Arpanet en 1969 toma fuerza la era digital, obteniendo hoy por hoy información en cuestión de segundos, pues a un solo clic podemos acceder a millones de resultados en internet.



Con la actual pandemia del Covid-19, la divulgación de noticias sobre el mortal virus se ha tomado con fuerza los medios impresos, radiales, televisivos y digitales. Diariamente accedemos a información sobre este tema en diferentes medios de comunicación, esto hace necesario que las personas conozcan el alcance que tiene la verificación de esta con fuentes confiables.

La lectura y el seguimiento de noticias en los diferentes medios es vital para estar informados, sin embargo la recepción de estas es un tema complejo, no todas las personas acceden a los mismos medios, además, en muchos casos, la información que reciben no es verídica, debido a esto, la recepción de noticias sobre el covid-19 en Robledo, una de las comunas más grandes de Medellín, puede ser tan diversa como lo es su misma gente, pues la manera de informarse y comprender esa información es diferente, por lo tanto la desinformación en dicha comuna puede evidenciarse notablemente.

Diariamente se ve una gran cantidad de información a través de los diferentes medios de masas; esta situación ha provocado una infoxicación a nivel mundial, es decir, una sobrecarga de información difícil de procesar originada por la difusión de contenidos en la red; sumado a esto, está la información que se recibe por otros medios. Sin duda, estas herramientas de comunicación masiva hacen parte del diario vivir de la humanidad, sin embargo, aún falta mucho camino y un proceso largo para saber manejar toda aquella información que nos llega, sobre todo en esta pandemia que ha provocado el nacimiento de innumerables noticias falsas y la recepción de estas genera desinformación en quienes las leen.

Pregunta de investigación:

El covid -19 ha desatado una ola de información a su alrededor que se divulga por diferentes medios impresos, televisivos, radiales y plataformas virtuales, por esto nos surgió el deseo de conocer cómo es la recepción de noticias sobre este mortal virus en los habitantes de la Comuna 7 de Medellín. A raíz de la reciente pandemia ha surgido mucha desinformación que genera un miedo en la sociedad puesto que no es verificada. En varios medios masivos se ha visto cómo la noticia falsa toma mucho poder y no se verifica si su contenido es verídico generando en sus receptores confusión en cuanto a la información recibida.

Robledo es una de las comunas más grandes que tiene la Ciudad de Medellín y que se ha visto afectada por las fake news, generando así que las personas de esta comuna generen un voz a voz sobre noticias que no han sido verificadas, o que la comunidad no se tome el tiempo de analizar su veracidad. Además, elegimos Robledo como lugar para llevar a cabo nuestra investigación porque acceder a los habitantes es fácil, puesto que tenemos conocidos y allegados en el lugar.

Finalmente llegamos a la siguiente pregunta, dado el interés que nos despierta saber ¿cómo es la recepción de las noticias sobre Covid -19 en los habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña de la comuna 7 de Medellín?



Objetivos General y Específicos:

General

Conocer cómo es la recepción de las noticias sobre Covid -19, así como los medios utilizados por la comunidad, en los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña (Comuna 7) de Medellín.

Específicos

1. Identificar las fuentes de información utilizadas por los habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña para enterarse sobre la situación del Covid-19.
2. Conocer cuáles son los medios y los contenidos específicos que consumen los habitantes de los barrios en mención.
3. Comprender cómo son los procesos de recepción y la interacción que tienen estas personas con los contenidos que consumen.

Justificación:

Los medios de comunicación masiva actualmente cumplen funciones informativas de gran relevancia para la sociedad, pero uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan los receptores de esta información es a no comprenderla, además de que los medios utilizados para informarse no son los mismos para todas las personas. Para entender un poco más de este trabajo investigativo, hay que entender primero que la recepción de noticias es como las personas reciben y procesan información sobre hechos relevantes de actualidad.



La prensa, la televisión, la radio y las redes sociales están en el ojo del huracán por la actual pandemia puesto que son los que se utilizan para estar siempre informados sobre lo que está pasando en el país y el mundo frente al tema. Facebook, Twitter, Instagram, programas radiales, noticieros televisivos y prensa son las que más utiliza la población en este momento para saber qué es lo que dicen los gobiernos locales, nacionales e internacionales para enfrentar a este mortal virus puesto que actualmente obtener información es muy simple, hoy en día cualquier persona puede acceder a medios de comunicación informativos.

La presente investigación pretende dar a conocer a los habitantes de la Comuna 7, específicamente en los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña, el valor de informarse adecuadamente y no caer en las trampas de las noticias falsas, por eso es pertinente dar a conocer a esta población la importancia de seguir en sus redes sociales páginas informativas de carácter oficial, ver o escuchar las noticias en programas que sean oficiales o del gobierno, además ser críticos a la hora de leer una noticia y que verifiquen la veracidad de ese contenido.

Por otro lado, se busca conocer cómo es la recepción de noticias de Covid- 19 de los habitantes de la Comuna 7 de la ciudad de Medellín que se difunden a través de los diferentes medios de comunicación locales, regionales y nacionales, para que los residentes de los barrios Aures 1 y La Campiña comprendan que es una noticia oficial y que es una noticia falsa y cuál es la importancia de recibir información veraz, y además puedan generar una mayor conciencia sobre el medio y la información que reciben, pues se hace evidente que en estos tiempos de pandemia las noticias falsas se han visto con mucha más fuerza. La presente investigación pretende realizar los casos de estudio durante el período marzo-diciembre del año 2020.



Para los profesionales de la comunicación, se ha vuelto indispensable en esta época la rigurosidad al momento de informar y compartir un contenido con la seguridad de que es verdadero, por ende, desde la Universidad Católica Luis Amigó, se busca formar comunicadores capaces de desempeñar su profesión desde un énfasis más humano. Para el pregrado de Comunicación Social, el documento maestro de investigación del programa, presenta la línea de investigación Comunicación- Educación, la cual argumenta el énfasis de este pregrado en dicha Universidad.

Puesto que los medios de comunicación son entes informativos, se necesita un mayor conocimiento sobre la información presentada en estos, sobre todo en medios como redes sociales que son canales de difusión de contenidos, por lo cual una de las sublíneas de investigación del presente trabajo será Comunicación, Educación y Medios, además se realizará la investigación en Robledo (Comuna 7) por lo tanto también se abordará la sublínea de Comunicación Educación y Ciudad, puesto que:

Se asumen los medios no como intermediarios de realidades preexistentes sino como mediaciones, como dispositivos complejos de construcción de pensamiento, como moradas de pensamiento, como soporte de escritura, como entramados que definen posiciones, procesos de subjetivación que alteran el mapa de los objetos sociales. (López, 2006, p. 14)

Antecedentes:

En el artículo “Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 en Colombia: entre mensajes y significados”, sus autores Miguel Garcés



Prettel, Luis Ricardo Navarro Díaz, Luis Guillermo Jaramillo Echeverri y Yanin Santoya Montes buscaban "identificar las representaciones sociales de la recepción mediática, en un sector de la población en Colombia, durante la cuarentena por la COVID-19" (2020, p.1).

Esta investigación se realizó bajo un método mixto, "en tanto se combinaron estrategias comprensivas y explicativas a partir de dos fases: una cualitativa que intentó comprender las sociales sobre la recepción mediática; y una cuantitativa que tuvo como fin caracterizar los programas e información recibida durante la cuarentena" (Prettel et al., 2021, p .3-4). En dicha investigación se realizaron 80 entrevistas y 1.068 encuestas online en diferentes regiones de Colombia, sus resultados indican que las representaciones son diversas y están asociadas con el canal mediático y la afectación que produce la recepción en el estado de ánimo y la salud mental; más específicamente, en la fase cualitativa se encontró que los programas o mensajes recibidos fueron representados positivamente, cuando provienen de la recepción de entretenimiento audiovisual y contribuye a la unidad familiar y a reducir el estrés en la cuarentena. Opuesto a esto, la recepción mediática fue negativa en cuanto a la información obtenida a través de redes sociales. En la fase cuantitativa se pudo conocer que la recepción mediática disminuyó a medida que transcurría la cuarentena, esto dado a la infoxicación y proliferación de noticias que enfatizan los riesgos de la COVID-19 (Prettel, y otros, 2021).

Almaraz y Díaz (2020) publicaron el artículo "Efectos en los y las jóvenes de los mensajes difamatorios a través de su Smartphone e influencia de los contextos y medios de recepción", el cual trata sobre los efectos generados por los mensajes que reciben los jóvenes a través de los teléfonos celulares y su influencia en el proceso de



recepción. Esta investigación tenía como objetivo “medir la activación emocional de un mensaje con contenido neutro y otro difamatorio y determinar la influencia de los contextos y medios de recepción” (p. 261).

Para el estudio “se diseñó una metodología experimental con técnicas de neurociencia que se aplica a 11 estudiantes de universidad y test IRI (MP), test TMMS-24 (P), test Raven y una adaptación de la Escala de Identificación con los personajes de relatos audiovisuales de ficción (EDI) que se aplican a 40 estudiantes de secundaria, bachillerato y universidad” (p.261). Los autores obtuvieron como resultados que los mensajes difamatorios no provocan ninguna activación emocional en los jóvenes.

“La red sanitaria y su participación en la difusión o contención de las fake news y bulos relacionados con la COVID-19: el caso de Lima-Perú”, investigación realizada en 2020 por María Mercedes Palomino González, Antonio Lovón Cueva y Rosario del Carmen Arellanos Tafur, se dio con el propósito de conocer la forma de participación del personal de salud en la difusión de noticias falsas que circularon en redes sociales sobre el COVID-19 en Perú durante los primeros 3 meses de detectada la pandemia en el país (marzo, abril y mayo) y cómo fue la recepción de estas a sabiendas de la desinformación dada en redes sociales sobre el virus.

Es un estudio que se realizó desde un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario; la población que participó en la investigación son 60 personas que hacen parte del personal de salud que labora en hospitales públicos de Lima metropolitana.

En cuanto los resultados obtenidos en la investigación, se logró determinar que el 90 % de los profesionales de la salud que fueron encuestados recibió noticias falsas y bulos a

través de las redes sociales, principalmente WhatsApp en un 53,7 % y Facebook con un 40,7 %. 100 % de los encuestados manifestó que nunca alteró información sobre el virus; en cuanto al tema de si lograron reconocer bulos y noticias falsas sobre el virus el 43,3 % manifestó que a veces, el 31,7 % casi siempre y el 18,3 % siempre, el 5 % casi nunca y el 1,7 % nunca, el 90 % de manifestó haber aprendido a identificar información falsa, el 66,7% señaló que desconfía de la información que se da a través de redes sociales, 94,9% dejó de compartir información sin verificarla previamente. (González, Cueva, & Tafur, 2020).

Comentado [1]: Recuerden usar el punto final

En el artículo de Liliana María Gutiérrez Coba, Patricia Coba Gutiérrez y Javier Andrés Gómez Díaz de 2020 “Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos” habla sobre las redes sociales como facilitadoras para la manipulación y difusión de noticias falsas, haciendo difícil el reconocimiento de la información real y la que no lo es. Para esta investigación

Se diseñó un estudio bibliométrico retrospectivo (Montero, 2005) a 371 noticias falsas de España (127), Colombia (78), Bolivia (27), Perú (28), Ecuador (65) y Argentina (49), que fueron recopiladas por los portales de verificación Bolivia Verifica, Maldita.es, Newtral.es, La Silla Vacía, ColombiaCheck, Ecuador Chequea, Chequeado, Ojo Público y larepublica.pe, y que circularon durante el periodo comprendido entre el 15 de marzo y el 31 de mayo de 2020. (Coba, Díaz, & Gómez, p. 242, 2020)

Los resultados obtenidos arrojan que Facebook fue la red más empleada para divulgar noticias falsas, puesto que se usó en el 32,9% del total de casos analizados, además el texto fue formato más frecuente que se empleó para divulgar el contenido falso con un

40,2% en el total de casos analizados en los países mencionados, en Colombia predominó el uso de texto en un 37,2%, seguido de Imagen-texto con 35,9%; solo el 6,7% del total de noticias falsas analizadas fue reproducido en medios de comunicación, “sólo en Argentina y Colombia, cerca del 14% de los bulos fueron publicados en medios” (p.251).

En el trabajo de grado, presentado por Camilo Andrés Díaz Ortega, Edith Sofía Flórez Mendoza, Paula Andrea Prins Pardo y Laura Andrea Suárez Aguas en 2018 en la Universidad de Cartagena, titulado “Análisis de recepción televisiva desde la propuesta de las múltiples mediaciones de Guillermo Orozco frente a la serie **13 Reasons Why (13 Razones Por qué)**”, en grupo de diez estudiantes de décimo y onceavo grado en colegios de Cartagena, Bolívar”, hacen un análisis sobre la recepción que los estudiantes de colegio realizan del contenido la serie en mención, lo cual ofrece la posibilidad de entender “cómo ellos se conectan con su entorno, cómo su realidad se hace presente a través de una pantalla, y de qué manera un programa televisivo los lleva a pensar más allá y conectarse con todo a su alrededor” (Ortega, Mendoza, Pardo, & Aguas, 2018, p.4)

Este trabajo de grado es de corte mixto, puesto que utiliza tanto la metodología cualitativa como cuantitativa. Desde un enfoque cualitativo, se analiza las percepciones de los sujetos a los que estudia, desde el enfoque cuantitativo, realizaron preguntas cerradas y de selección múltiple en un cuestionario socio mediático, que indagó por las prácticas cotidianas en la esfera digital.

Luego de analizar los resultados obtenidos con los instrumentos utilizados para la recolección de información, los autores determinaron que: La recepción televisiva puede variar entre los sujetos teniendo en cuenta las mediaciones presentes en su relación con



el contenido televisivo, también que confrontar a los jóvenes con programas televisivos que tratan temáticas relacionadas con su vida despierta en ellos un mayor interés, además, que la serie 13 Razones por qué puede significar un riesgo para personas desequilibradas emocionalmente, también se encontró que los jóvenes son atraídos por contenidos televisivos emitidos en Netflix.

En el "Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios", investigación realizada en el año 2020 por Concha Pérez Curiel y Ana María Velasco Molpeceres, se pretendía demostrar el aumento de las noticias sobre COVID-19 y el consumo de las noticias a través de las redes sociales y cómo nos enfrentamos a un fenómeno como lo es la desinformación, y como una acción del emisor puede llegar a una acción para el receptor para que este actúe conforme a sus deseos.

Este trabajo se diseñó con un análisis metodológico que rige por causa-efecto, donde se demostró los mensajes identificados como falacia y propaganda sobre Covid-19 por parte de líderes políticos, también como la red social Twitter influye mucho en los usuarios digitales y cómo las agencias de fact-checking denuncian y desmienten información sobre el Covid-19, siguiendo los procesos de comprobación de lo falso, además se mostró que los periódicos digitales publican noticias sobre la Covid-19 en torno a la política.

Los resultados de esta investigación, se hicieron con el fin de estructurar una "metodología estadística combinada, donde se distinguieron las tres fases, relacionadas con los actores del proceso y la función que desarrollan como productores, emisores y consumidores de la información" (p. 95).

Iguarta (2013) en el “Impacto actitudinal y canalización cognitiva de estereotipos sobre la inmigración a través de las noticias” habla del Consejo Audiovisual de Cataluña, el primer organismo en España que se pronunció sobre cómo debía informarse en los medios de comunicación sobre la inmigración.

Su metodología consistió en una investigación experimental en la que participaron 237 estudiantes de la universidad Europea Miguel de Cervantes, siendo el 47.3% mujeres, y con una media de edad de 20.95 años (DT=2.52; de 18 a 36 años). Se utilizó un diseño 2 x 2, en fusión de dos manipulaciones experimentales realizadas en una noticia donde dan un acontecimiento delictivo, y donde la primera variable independiente se relacionaba con la manipulación de información en la noticia sobre el origen geográfico (p. 604).

En los resultados de esta investigación se analizó el efecto de dicha variable en el interés de la noticia y la intensidad de las emociones sentidas; no se observó diferencias significativas por el interés, ni en la intensidad de las emociones que sentían a la hora de la lectura de la noticia.

En “Género y edad en la recepción de la ficción televisiva”, una investigación realizada en el año 2012 por Charo Lacalle, se muestra cómo la influencia de los estudios culturales en las investigaciones sobre la ficción televisiva, en como los análisis de la recepción realizados en los años ochenta revelan la tendencia de una apropiación de los contenidos por parte de los jóvenes.

Su metodología fue una investigación socio-semiótica, donde los personajes fueron jóvenes y les daban una charla sobre la ficción en la web 2.0. Este análisis se hizo con carácter mixto, distribuido de la siguiente manera: 9-14 años (1 grupo), 15-17 años (2



grupos), 18-23 años (2 grupos) y 24-29 años (1 grupo). Están integrados por un total de 51 participantes (38 mujeres y 13 hombres), que conversan sobre las diferentes cuestiones relativas a la ficción televisiva sugeridas por la moderadora con el fin de obtener algunos datos específicos sobre los procesos de recepción e interpretación (p. 112).

Los resultados de esta investigación representan la tipología de programas preferida por los entrevistados, en donde se demostró que las mujeres prefieren la ficción española, mientras que los hombres se inclinan más por los productos norteamericanos.

En el artículo “El coronavirus en el ecosistema de los dispositivos móviles: creadores, discursos y recepción”, una Investigación realizada en el año 2020 por Alicia Gil Torres, Juan Martín Quevedo, Salvador Gómez García y Cristina San José de la Rosa, exploran el impacto de la crisis de la COVID-19 en el ecosistema de las aplicaciones móviles, donde el uso de la tecnología y la información se convirtió en algo fundamental durante el confinamiento.

Su metodología está basada en la búsqueda e identificación de todas las apps que tienen como temática algo relacionado con el coronavirus en el marco actual. Los resultados arrojaron un total de 415 aplicaciones: 271 corresponden al sistema operativo Android y 144 a iOS, 82 de estas estaban disponibles para ambos sistemas y se consideraban duplicadas, esta investigación también muestra una serie de gráficos de las apps que fueron más utilizadas y en cuales países se descargan más.

En la investigación realizada en el año 2020 por José Carlos Losada Díaz, Leticia Rodríguez Fernández, Francisco Javier Paniagua Rojano “Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del covid-19 en España”, se muestra el modo en el que la gente

interpreta las situaciones de crisis de una forma en la que se pueden ver afectadas y cómo protegerse de estas, este conjunto de percepciones que maneja el público es decisivo para la gestión de una crisis y deben ser consideradas en todo momento en la toma de decisiones. Su metodología optó por un

procedimiento no probabilístico -personas con acceso a internet- establecido a juicio de los investigadores, utilizando el muestreo de “bola de nieve”, se hizo un cuestionario que se compartió a través de las redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram a partir de los perfiles de los autores, que suman una comunidad de 18.334 seguidores), y también a través del correo electrónico y del sistema de mensajería electrónica WhatsApp. En total se registraron 1.952 respuestas entre el 23 de marzo y el 8 de abril de 2020. (p.8)

El resultado de esta investigación mostró que las redes sociales siguen ganando peso como canales de información en situaciones de crisis. Así, el 88,24% de los encuestados indicaron que elegían una red social para informarse sobre la pandemia (p.9).

Al final de la búsqueda de antecedentes, concluimos que efectivamente sí se han investigado temas relacionados con la recepción de noticias y fake news sobre el Covid-19. De estas investigaciones es importante resaltar que se han trabajado metodologías cualitativas, cuantitativas y mixtas, arrojando resultados que demuestran que existe una recepción mediática y los contenidos se pueden percibir de muchas maneras llegando al emisor de una forma en la cual él pueda comprender el contexto de la información.

En el caso de este estudio de investigación se ha considerado hacer un trabajo más cercano con las personas de la Comuna 7 de Medellín, específicamente con los habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña; para tales fines se ha

pensado aplicar una metodología mixta que nos permita aplicar instrumentos para llegar a un resultado claro de cómo es la recepción de información en estos barrios.

Marco de referencia conceptual:

La recepción de noticias es cada vez más compleja puesto que existen factores determinantes a nivel sociocultural que influyen en la recepción de las audiencias, ya sea prensa, radio, televisión o redes sociales, constantemente se está en interacción con la información, sin embargo, factores la educación, la religión, la política entre otros, influyen considerablemente en el proceso receptivo de estas; es por eso que la misma información dada por un mismo medio puede estar sujeta a diferentes significados puesto que la subjetividad prima en la recepción y cada individuo, en concordancia con los factores ya mencionados toma de esa información lo que considera esencial para él.

RECEPCIÓN DE MEDIOS

La recepción de los medios de comunicación constituye una tarea social. Desde los años 50 los públicos hacen consumo de los medios por razones de índole personal, permitiéndole al individuo ser crítico ante los contenidos que estos le dan. Víctor Sampedro (1997) afirma que “se realizaron numerosos estudios que mostraban como los concursos radiofónicos y radionovelas permitían a la audiencia pensar en problemas personales y aprender roles sociales” (p. 148), Sampedro, citando a Rubín (1984) dice que “gran parte del consumo de los medios constituye una rutina o un hábito desconectado de funcionalidad práctica inmediata” (1997, p. 149). Los medios de comunicación en la actualidad inciden notablemente en nuevas dinámicas de integración

social, política, de negocios y de placer, según el entorno, sensaciones y emociones de los individuos

David Hernández (2009) hace mención de la premisa fundamental de Jensen en las teorías de la comunicación "en toda sociedad moderna se generan significados diversos. Dentro de ella, se inscribe a los medios como instituciones que producen y hacen circular significado" (pág.23). Los medios de comunicación actualmente permiten a las personas tener nuevas formas de interacción con otros y les permiten tener un papel activo dentro del proceso de recepción; además afirma que tanto "la producción de los medios, como los receptores, están sujetos a reglas de interpretación y de comportamiento" (pág. 17).

La recepción de los medios de comunicación se puede ver desde la perspectiva de las audiencias y su papel crítico dentro del proceso, pues los medios de comunicación crean sus propias audiencias logrando fidelidad hacia el medio.

ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

Según Víctor Sampedro (1997) los estudios de recepción (ER) nacieron con la intención de superar el relativismo de los estudios culturales centrados en el contexto sociocultural de las audiencias receptoras y el papel crítico que estas estaban tomando frente a los contenidos emitidos por los medios de comunicación.

Un autor fundamental en ER en América Latina es el mexicano Guillermo Orozco (2003), quien sostiene que la recepción es un sinónimo de interacción, por eso la investigación sobre la recepción es un proceso multidisciplinario que se enfoca en comprender las interacciones y los resultados entre segmentos de audiencia y los contenidos comunicacionales. (Orozco,2003). En términos generales, se puede decir que la

recepción es un proceso mediante el cual las audiencias de los medios crean significados a raíz de lo que los medios les presenta, por eso, podemos hablar de recepción como un término polifacético por la cantidad de significados que pueden resultar de este

María Corominas habla del contexto histórico sobre los ER, según la autora, a partir de los años 80 se desarrolló una nueva corriente que estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado a partir de la exposición a los medios, haciendo un énfasis en el análisis de la audiencia (2001). Ella afirma que la recepción está directamente relacionada con el proceso mediante el cual una audiencia construye significados a raíz del contacto que tiene con los medios, obteniendo un carácter activo dentro de dicho proceso.

Por su parte, Orozco (2003) afirma que “los ER asumen que hay interacciones directas e indirectas con los medios y en general con los referentes comunicacionales” (P. 9), también refiere que “los ER han enfatizado la producción de sentido o la significación, como el centro de su interés” (p .7), además afirma que se han requerido largos años, para que estos estudios logran una legitimidad tanto científica como ideológica entre investigadores de la comunicación y científicos sociales.

RECEPCIÓN DE NOTICIAS

Estar informados de los sucesos acontecidos es vital para la humanidad, la noticia cumple ese rol informativo que permite a las personas saber qué está pasando en su contexto y en el resto del mundo, dado esto, Alsina (1989) citando a Grossi (1981, p. 75) señala que “la función periodística no consiste tanto en la capacidad de comprender y/o seleccionar el hecho sensacional, sino en la competencia contextualizante del mismo hecho”(p. 21).



Los medios de comunicación, no tienen una ideología dominante o única, esto se debe a los diferentes públicos que quieren atrapar; el consumo de los medios hace que una rutina o hábito se desconecte de la funcionalidad de hacerlo, las noticias nos muestran sucesos que aún no conocemos y esto es por el uso de la información nueva.

Según Eva Aladro Vico (2014) "la recepción de la noticia tiene lugar, de acuerdo con los estudios cognitivos de la recepción" (p. 2), además "los estudios sobre la dimensión cognoscitiva de la recepción de información noticiosa indican que la noticia es un fenómeno cognitivo complejo y compartido por sus productores y sus receptores" (p.1). Leer una noticia tiene como competencia entender y asociar un suceso en específico, la noticia actual trata de dar una visión en general y puede también dar una opinión frente a la información.

Las noticias son fuente de información que permiten a las personas enterarse de qué es lo que pasa en el mundo.

Las noticias de impacto nos obligan a recordar lo que aún no conocemos. Esto se lleva a cabo a través del uso en titulares de la información nueva o previamente desconocida que aparece codificada en clave, a través de palabras-clave, siglas, símbolos o nombres tratados con una familiaridad y grado de presuposición extremo (Vico,2014, p.12)

RECEPCIÓN DE NOTICIAS EN EL SECTOR SALUD

Dentro del proceso de comunicar, algunos errores que se comenten en el sector salud, según de Dios Lorente y Jiménez Arias (2009), frecuentemente personas sin la preparación, ni el perfil más adecuado brindan el servicio de información propiciando una

desinformación general en sus audiencias; “una regla de oro de la comunicación asistencial constituye: comunica quien tiene mayor información, conocimientos suficientes, experiencia probada, dominio del tema y situación en cuestión y tiempo asaz” (p.11).

Recepción de noticias por covid-19

Según Francisca Ramón Fernández, la información se ha vuelto indispensable en la actual pandemia por el Covid- 19 y menciona la responsabilidad que tiene los medios de comunicación de presentar noticias reales y verídicas sobre el tema sujetos a leyes y decretos de acuerdo a la normativa legal, además afirma que:

Al igual que ocurrió con el ébola, en el caso del COVID-19, la comunicación sanitaria no se ha producido de forma unidireccional, sino multidireccional, ya que la información de los ciudadanos ya no se produce sólo a través de los facultativos, sino también a través de los medios de comunicación, principalmente online como periódicos, blogs, foros o redes sociales (Fernández, 2020, p. 254).

En este momento de pandemia, los medios de comunicación deben tener sumo cuidado con la información que dan, pues cuando se descubre la falsedad de la información se produce una desconfianza de parte del sujeto hacia dicho medio y a sus periodistas. El profesional de la información tiene el deber de contrastar las fuentes de donde obtiene su información y verificar su veracidad antes de publicar algo que pueda generar una posterior desinformación masiva, frente a esta crisis sanitaria, se han desatado comentarios subjetivos tales como:

Es un virus creado en un laboratorio con la intención de control político, es un virus que se cura bebiendo lejía, es todo un invento, no hay virus, es como una gripe, no

es peligroso. el virus sobrevive en el asfalto, hay que quitarse los zapatos al llegar a casa, la nicotina protege contra el virus, se contagia el virus por el maquillaje, la cocaína te protege contra el virus, beber mucha agua o hacer gárgaras con agua tibia y sal o vinagre previene la infección por el virus (Ramón,2020, p. 255).

RECEPCIÓN DE AUDIENCIAS

Es importante tener en cuenta que el contexto sociocultural influye radicalmente en el proceso de recepción de las audiencias; para comprender mejor el proceso de entendimiento y de interpretación de los mensajes de los medios por parte de los sujetos, se ha determinado la importancia del estudio de la etnografía de la audiencia, puesto que "la posición del receptor de noticias es una posición de aprendizaje libre que anula la posibilidad de una discusión en paridad sobre la actividad periodística"(Aladro,2014, p. 6)

Corominas afirma que "Los estudios de audiencia, pues, tienen en cuenta a los contenidos y a la audiencia, pero enfatizan los contextos donde viven los receptores, porque son los que crean los marcos idóneos dentro de los cuales los mensajes adquirirán sentido" (2001, p. 3). Según esta autora existen 3 tipos de influencia en los estudios de recepción asociadas al proceso receptivo de las audiencias.:

- 1. Influencia funcionalista:** el individuo, tiene la capacidad de seleccionar qué contenidos ver en los medios, se ve a los receptores como individuos activos en términos de exposición, consumo, decodificación y usos sociales.
- 2. Influencia de los estudios críticos:** las audiencias crean significados de acuerdo a sus necesidades sociales y emocionales.

3. Influencia interpretativa: los sujetos comparten unas competencias al momento de interpretar la información proporcionada por los medios de comunicación, por eso se habla de comunidad interpretativa.

Teniendo en cuenta los diferentes tipos de influencia a los que se ven sometidos los individuos, se hace menester tener en cuenta dos niveles para estudiar la audiencia, el micro-sociológico y el macro-sociológico, además de comprender al sujeto como un ser cargado de diversas interpretaciones que se dan por el uso consciente o inconsciente de la memoria episódica y la memoria semántica; ambas toman total relevancia en el proceso de recepción de audiencias tanto individual como colectiva de los diferentes medios de comunicación.

Nivel macro-sociológico

“El nivel macro-sociológico es el campo amplio y abstracto de la política, la economía, la ideología, la cultura “(Corominas,2001, p. 4). La macro-sociología enfatiza en los sistemas sociales a gran escala enfocados en la estructura social y en los individuos, familias y otros aspectos constituyentes de sociedad en relación con un sistema social más amplio del que hacen parte.

Dentro de este nivel, los medios de comunicación toman total relevancia en la recepción de las audiencias puesto crean una cultura en ellas. Los medios conforman una agenda pública con temáticas que fomentan el debate entre audiencias y postulan roles de comportamiento en ellas

Nivel micro-sociológico

Según Corominas (2001) el nivel micro-sociológico “es el campo concreto de interacciones humanas: la familia, el trabajo, los vecinos, etc.” (p. 4). Además, los

individuos hacen parte de comunidades interpretativas en las cuales, un individuo puede aplicar diferentes estrategias interpretativas de un mismo texto

Según Víctor Sampedro (1997), “el flujo de comunicación de masas cobra significado en el nivel micro-social, en el seno de las comunidades interpretativas que atraviesan otras formaciones sociales. Clase, educación formal, raza o género son factores importantes” (p. 152). Lo anterior da paso a la polisemia, puesto que pueden surgir diferentes significados de una misma información dependiendo del contexto de los sujetos, pues no todos tienen la misma educación, la misma cultura o tradiciones y esto influye significativamente en el proceso receptivo de cada individuo.

Memoria semántica

La memoria semántica se refiere a los conocimientos de carácter general adquirido por los individuos sobre aspectos que vamos aprendiendo a lo largo de la vida, se trata por ende de una especie de recuerdo que hace posible adquirir y recordar temas de conocimiento general. Esta memoria actúa sobre la organización general de la información estableciendo micro-estructuras cognitivas generales del desarrollo informativo.

Según Eva Aladro Vico, en los receptores de noticias, “la memoria semántica no sólo se ocupa del contenido noticioso, sino también de la forma habitual de estructurarlo y modificarlo de acuerdo con las convenciones comunicativas establecidas en la actividad periodística” (2014, p. 2).

Memoria episódica

A diferencia de la memoria semántica, que enfatiza en elementos de carácter general, la memoria episódica hace referencia a los sucesos de carácter personal que se van

almacenando a raíz de experiencia vividas a lo largo de la vida, por tal motivo, este tipo de memoria se ocupa de la información directamente relacionada con situaciones y hechos concretos de tipo personal.

En la intrincada relación entre memoria episódica y semántica de la información se establece un “doble vínculo” según el cual la justificación de la organización temática y sintáctica de las noticias obedece a necesidades episódicas, y a la vez, los episodios noticiables son tales porque obedecen a necesidades semánticas, sintácticas y estructurales en general de los productores y receptores de noticias (Vico,2014, p. 2-3).

Ambos tipos de memoria son importantes dentro del proceso receptivo noticioso. Leer una noticia supone tener una competencia específica no sólo episódica, es decir, ser capaz de entender y asociar un suceso a sus características constitutivas específicas, sino, sobre todo, tener también una competencia macro-sintáctica y macro-semántica en la que la memoria semántica juega un papel esencial.

INTERACCIÓN

La comunicación, como proceso fundamental del ser humano para vivir en sociedad, adopta actualmente nuevas formas y plataformas para su desarrollo; esta se puede establecer como un conjunto de diferentes formas donde la acción es un papel importante puesto que permite la creación de relaciones sociales entre los seres humanos, “Los ciudadanos, sujetos sociales, leen la ciudad como primer referente de su experiencia existencial, y a la vez, negocian sus percepciones y vivencias con las lecturas que vienen propuestas –o impuestas- por parte de los medios de difusión masiva” (Rizo García, 2008, p.3).

La comunicación y la interacción son fundamentos para la vida en sociedad, esto dado a que el hombre es un ser social por naturaleza, por lo tanto, la comunicación ha sido desde siempre un proceso básico para la construcción de la vida en sociedad mediante la transmisión de mensajes o información entre sujetos a través de las diferentes formas de comunicación (oral, corporal, escrito). Marta Rizo (2008) afirma que “la comunicación puede entenderse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus conductas frente al entorno” además que “la comunicación es la base de toda interacción social, y como tal, es el principio básico de la sociedad” (p.1)

Rizo (2008) afirma que el concepto de interacción social es fundamental en el campo de las ciencias sociales y humanas y hace alusión a dos términos que, si bien pueden usarse como sinónimos, la autora hace una diferenciación entre ambos, interacción social e interacción comunicativa. “En términos generales, la interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más agentes” (p. 2) y la interacción comunicativa, es comprendida como un “proceso de organización discursiva entre sujetos que, mediante el lenguaje, actúan en un proceso de constante afectación recíproca” (p. 2)

Actualmente con el auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han surgido nuevas formas de comunicación e interacción mediante aparatos electrónicos (computador, celular, Tablet) mediados por la conexión a internet, estos han tenido una influencia decisiva en la formas de interacción tanto de individuos como grupos sociales, permitiendo una comunicación más cercana y rápida con personas desde cualquier lugar del mundo, encontrando nuevas formas de establecer relaciones sociales y por lo tanto interacción con sujetos al otro lado de una pantalla, si bien podríamos hablar de que es otro tipo de interacción, esta no se aleja de la denominación del término, por esto Rizo García afirma que la interacción mediada por medios electrónicos “es real; lo



que cambia es el soporte de la misma, muy distinto a la comunicación cara a cara” (p.4, 2008).

Los medios de comunicación masiva cumplen un papel fundamental en la interacción entre sujetos, según González (1998) desde la teoría de la comunicación, se puede decir que una característica importante de los medios masivos es su omnipresencia en la vida cotidiana de las personas, que “los influye tanto en las formas de su interacción social como en el conocimiento que éstos tienen del acontecer cotidiano” (p. 82)

La interacción desarrolla por lo tanto un rol importante para todos, ya que nos da elementos de una negociación, un diálogo, conflicto o una situación de interacción humana, por lo tanto, cuando hablamos de interacción se habla de la relación de “yo y el otro” como lo afirma Rizo Garcia:

La interacción en el mundo se da, por tanto, en el plano de la intersubjetividad, lo cual implica la cualidad de las personas de ver y oír fenomenológicamente. Estas acciones constituyen las dos formas de relación por excelencia con el mundo. Y el habla, como principal canal de comunicación, es consecuencia de ellas. (2006, p. 45)

COMUNA 7 DE MEDELLÍN

La comuna 7 (Robledo) es una de las comunas más grandes de la ciudad, un sector heterogéneo tanto en sus representaciones arquitectónicas como en sus diversas formas de ocupación y apropiación del territorio por sus habitantes. El nombre de la comuna proviene en honor a un conquistador español, Jorge Robledo, quien falleció en 1546. En esta comuna se encuentran las sedes de las dos universidades públicas más importantes



del país, algunas facultades de la Universidad de Antioquia y la facultad de Minas de la Universidad Nacional.

Robledo es una comuna de carácter residencial, con barrios históricos, obreros y tradicionales y también con asentamientos informales que actualmente están en aumento. En un territorio con grandes irregularidades debido a sus elevaciones en ciertos puntos de la comuna, por eso algunos aspectos determinantes de esta son sus barrios bajos, barrios altos y zonas planas, aspectos que determinan la diversidad social y económica de sus habitantes. Es una comuna que posee gran riqueza natural; sus principales vertientes hídricas son: La Iguana, La Cascada, El Hato, La Puerta, La Corcovada, La Gómez, El Chumbimbo, La Mal paso, La Quintana. (Moreno, Correa, Sánchez, Restrepo, 2014)

Actualmente, la comuna 7 está constituida por 24 barrios: Cerro El Volador, San Germán, Facultad De Minas, La Pilarica, Bosque de San Pablo, Altamira, Córdoba, López de Mesa, El Diamante, Miramar, Aures N°1, Aures N°2, Bello Horizonte, Villa Flora, Palenque, Robledo Parque, Cucaracho, Puente Clara, Santa Margarita, La Campiña, Olaya Herrera, Pajarito, Monte Claro y Nueva Villa de la Iguana (Moreno, et ál., 2014)

Datos demográficos de Robledo

Para el año 2015, el total de habitantes de la comuna era de 172.660 personas, divididas de la siguiente manera un total de 81.378 hombres y 90.282 mujeres.

En cuanto al estrato socioeconómico, Robledo es una comuna que en su mayor parte está constituida por los estratos 2 y 3 y Metrosalud que es el punto de salud de la comuna. (Perfiles demográficos por comunas, 2011)

Robledo Aures 1



El barrio Robledo Aures empezó siendo un barrio de invasión de la comunidad; anteriormente, no existían caminos, por eso una de las fechas más memorables de este barrios el 25 de diciembre del 1973, cuando llegó el primer carro de pasajeros hasta la carrera 92 con la calle 78B (Cardona, 2007).

La educación en años anteriores era precaria en este barrio, grandes sacrificios hacían padres y vecinos para que los niños de la época aprendieran a leer “ellos vivieron la violencia en el campo y discriminación en las ciudades, y la delincuencia los toco tan cerca que su único deseo era que sus hijos aprendieran” (Nieto, 1991)

Robledo La Campiña

De Robledo la campiña está ubicada en el sector noroccidental de la ciudad, es llamado el pueblito más grande de Medellín. Anteriormente, era una pendiente verde con unas casas grandes ocupadas por familias numerosas que tenían vacas, gallinas y cultivos, todo quedaba en las afueras muy lejos del centro; este barrio limita al norte con el barrio cucaracho, al sur con el barrio pesebre al occidente con el barrio puente clara y al oriente con el barrio san germán y barrio palenque.

En 1960 comenzaron a llegar familias de trabajadores de Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo y Sopetrán, municipios del Occidente. Ellos fueron los primeros en comprar los previos de las antiguas fincas para construir sus casas y llamaron el sector la campiña como sinónimo de pueblo ahora solo queda el nombre del barrio. Hace 35 años, de la mano de Iván de Jesús Muñoz, habitante de la campiña, se comenzó un proceso para comenzar la construcción del acueducto en el barrio, en la actualidad, el servicio de agua lo presta Empresas Públicas de Medellín. (Castro, 2011)

Aspectos metodológicos:

Tipo de estudio:

Este trabajo de grado es de corte mixto, puesto que utiliza tanto la metodología cualitativa como cuantitativa. Desde un enfoque cualitativo, se analizaron las percepciones de los sujetos a los que estudia; se realizaron preguntas abiertas en la entrevista lo cual permitió conocer las opiniones de los habitantes de los barrios en estudio de acuerdo con su entorno sociocultural. Desde el enfoque cuantitativo, se realizaron preguntas de selección múltiple en un cuestionario socio mediático, que indagó por las prácticas cotidianas en la esfera digital, dicho cuestionario nos arrojó datos estadísticos y gráficas que nos permiten analizar cuantitativamente los resultados de la investigación.

Alcance:

La pandemia por Covid-19 es algo novedoso a nivel mundial, nunca antes se había hablado sobre este mortal virus que surgió a finales de 2019, al ser un tema de actualidad, se tiene muy pocos estudios del tema, lo cual llevó a pensar la importancia de investigar cómo son los procesos de recepción de noticias sobre el Covid-19, algo que desató polémica en 2020 cuando la información al inicio de la pandemia en Colombia fue confusa, a raíz de esto surge este trabajo investigativo de corte exploratorio puesto que es un tema reciente y poco estudiado.

Sujetos, comunidades, u organizaciones de estudio:

Para llevar a cabo esta investigación, se eligió la comuna 7 de Medellín (Robledo), para ser más específicas, se llevó a cabo un estudio de caso de dos barrios de dicha comuna, Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña con la finalidad de conocer cuáles son los medios de comunicación más usados por estos a la hora de informarse, qué contenidos consumen y cómo es su proceso de recepción de noticias sobre la pandemia por el Covid-19.

Técnicas de recolección de la información

El proceso de recolección de información para el desarrollo de la investigación se dividió en dos etapas en las cuales se hizo uso de dos técnicas: la encuesta y la entrevista.

La encuesta se realizó a 105 habitantes de ambos barrios (Robledo Aures 1 y Robledo la campiña), dicha encuesta se realizó de forma anónima, en la cual los habitantes de los barrios en mención respondieron una serie de preguntas en relación a cómo hacen para informarse y que medio informativo utilizan más.

La entrevista se realizó a cinco personas, tres de ellas del barrio Robledo Aures 1 y las dos restantes de Robledo La Campiña, en dicha entrevista, se buscaba conocer la opinión de los habitantes sobre diversos temas como: redes sociales, vacunación covid, noticias falsas, entre otras.

Con estas dos técnicas se pudo establecer un patrón general de cómo estas personas se informaron y siguen informándose sobre el Covid-19

**Análisis de datos:**

Se realizó la transcripción de las entrevistas para así tener un análisis más concreto y poder diferenciarlas con los resultados de las encuestas, y poder establecer un análisis más acertado.

En las encuestas se sacó el porcentaje de cada pregunta para realizar así una conclusión y relacionarla con la parte de las entrevistas.

Consideraciones éticas:

Para la recolección de datos haciendo uso de la encuesta, no se requirió ningún dato personal de los encuestados, sin embargo, al iniciar la encuesta se describe que la encuesta fue desarrollada por estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó, con el objetivo de identificar cómo es la recepción de noticias sobre Covid-19 en la comuna 7 (Robledo), específicamente en los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña, además que la información suministrada quedará en el anonimato y será usada únicamente con fines académicos.

En cuanto a la entrevista, si se pidió a cada entrevistado datos personales, tales como nombre, edad, ocupación y barrio específico en cual vive, por lo cual se entregó a cada uno un consentimiento informado que fue firmado por cada uno de ellos, en este se explica que el tratamiento de sus datos personales se manejará bajo absoluta confidencialidad, sin ánimo de lucro y sólo para fines académicos.

Resultados y discusión:

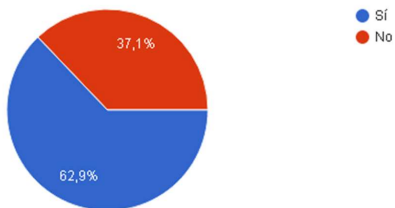
Retomando los objetivos planteados en esta investigación los cuales son identificar las fuentes de información utilizadas por los habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo La Campiña para enterarse sobre la situación del Covid-19, conocer cuáles son los medios y los contenidos específicos que consumen los habitantes de los barrios en mención y comprender cómo son los procesos de recepción y la interacción que tienen estas personas con los contenidos que consumen se hizo uso de dos instrumentos de recolección de información : la encuesta y la entrevista.

Para conocer cómo es la recepción de noticias sobre el COVID-19 en Robledo específicamente en los barrios Robledo la Campiña y Robledo Aures 1, se aplicó una encuesta de la cual se obtuvieron 105 respuestas a 14 preguntas. El 38,1% de los encuestados fueron hombres y 61,9% fueron mujeres en un rango de edad entre los 15 y 30 años en adelante. Se identificó que el 48,6% de las respuestas obtenidas fueron de personas mayores de 30 años y el 12,4% fueron respuestas de personas entre las edades de 26 a 30 años.

Se conoció que el estrato 3 es el que prevalece en estos barrios con el 64,8% , el estrato 2 con el 31,4% y el estrato 1 con el 3,8%. En cuanto al nivel académico de los habitantes de estos barrios se identificó que el 53,3% tienen acceso a la educación superior.

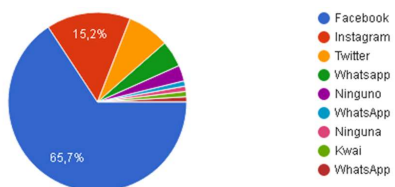
En cuanto a la sección de 14 preguntas realizadas a los habitantes de los barrios Aures 1 y La Campiña conocimos que la televisión y las redes sociales son las fuentes a través de las cuales reciben más información del COVID-19 ambos medios obtuvieron un 40% en las encuestas y la fuente que menos usan para informarse es la prensa por un 2,9%

Se les preguntó si a su WhatsApp habían llegado cadenas de información sobre el COVID-19 la respuesta que prevaleció fue el “sí” con un 62,9% y el “no” obtuvo una respuesta del 37,1%. El 44,8% de estas personas creían poco en esta información y el 15,2% creía mucho en esta información. El 34,3% de los encuestados creen que las cifras de los noticieros son reales y el 65,7% creen que esta información es falsa.



Gráfica 1: ¿Llegaron a su WhatsApp cadenas con información sobre el covid-19? (remedios, cifras de fallecidos, nuevas normas gubernamentales, entre otras). Elaboración propia.

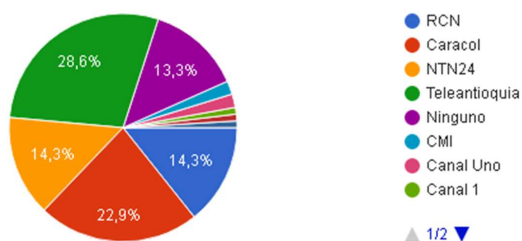
Se identificó que la red social de la cual obtienen más información sobre el COVID-19 es Facebook con el 65,7% y la red social donde obtienen menos información es Kwai con el 1%, además el 2,9% de los encuestados respondió que no utiliza ninguna red social para informarse sobre el COVID-19.



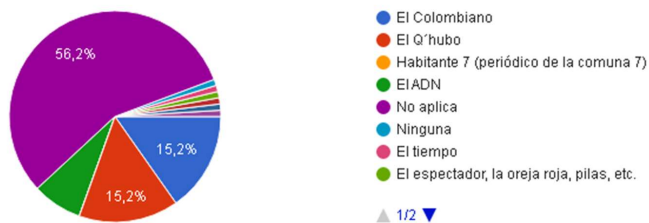
Gráfica 2: ¿A través de cuál red social consume mayor información sobre el Covid-19?

Se estableció que el 41,9% se informa sobre el estado actual del COVID-19 en el país casualmente y el 3,8% nunca consume información sobre el COVID-19.

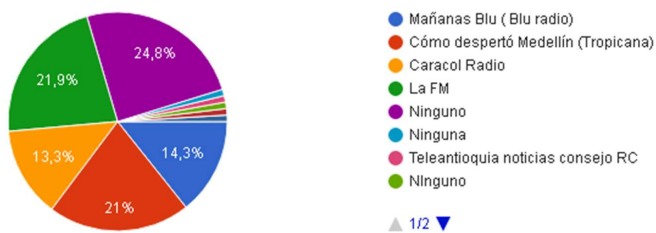
El canal de noticias en el cual confían para estar informados es el canal regional Teleantioquia con el 28,6% adicionalmente algunos encuestados confían en otros canales como Canal 1 con un 3,9% y CM& con el 2,9%. Conocimos que el 70% de esta población no lee prensa y el 40% si la lee, y los periódicos más leídos son El Colombiano y Q'hubo ambos con el 15,2%. El medio radial más utilizado para informarse es La FM (RCN radio) con el 21,9% y un 24,8% de los encuestados respondieron que no se informan a través de ningún medio radial.



Gráfica 3: medios televisivos a través de los cuales se informan.



Gráfica 4: medios escritos a través de los cuales se informan.



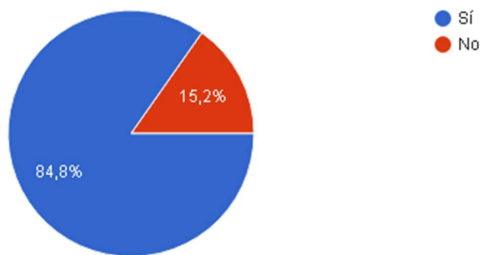
Gráfica 5: medios radiales a través de los cuales se informan.

Cuando se les preguntó para qué utilizan mayormente los medios de comunicación el 44% respondió que lo utilizan para informarse, el 39,7% los utiliza para entretenimiento y el 14,7% los utiliza para educarse.



Durante la pandemia se difundieron supuestos remedios caseros para la cura del COVID-19, el 57,1% de los encuestados no creía en estos, mientras que el 42,9% sí creía.

Identificamos que el 59% nunca utilizó la App Mi Vacuna para informarse sobre etapas, puntos de vacunación y otra información relacionada con el COVID-19. El 84,8% de los encuestados cree en la eficacia de las vacunas, independientemente de los laboratorios que las fabrican, y el 15,2% no cree en estas.



Gráfica 7: ¿Cree usted en la eficacia de la vacuna? (independientemente del laboratorio)

Para dar continuidad al trabajo investigativo se realizaron 5 entrevistas, tres de ellas en el barrio Robledo Aures 1 y dos entrevistas en el barrio Robledo La Campiña, por derechos de tratamiento de datos personales nombraremos a cada persona por las iniciales del barrio al cual pertenecen, de la siguiente forma: barrio Robledo Aures 1: RA1-RA2 y RA3, las personas que nos concedieron la entrevista en Robledo La Campiña los nombraremos como RLC 1 y RLC 2.

Conocimos que las personas RA1 y RA2 creen en la información divulgada por la prensa, televisión y radio, afirmando que dichos medios de comunicación entregan información cuando ya han investigado a fondo y han consultado con las personas expertas del tema;



la persona RA3 dice no creer mucho en estos medios, puesto que la información puede ser manipulada, esta persona sustenta su respuesta aludiendo a que él puede revisar la información en páginas seguras y confiables.

Ambas personas entrevistadas en el barrio Robledo La Campiña afirman no creer 100% en la información que brindan los medios tradicionales de comunicación como radio, televisión y prensa sobre el covid-19 puesto que la información suele ser manipulada por dichos medios.

Tanto las personas RA1, RA2, RA3, utilizan las redes sociales para obtener mayor información sobre lo que está aconteciendo actualmente, del mismo modo, todos concluyen que mucha de la información que llega a través de las redes sociales se torna confusa y genera desconfianza; una opinión similar tienen las dos personas entrevistadas en La Campiña, quienes tampoco confían en las noticias que reciben a través de sus redes sociales; la persona RLC1 es más descriptivo con su respuesta y afirma creer solo en la información que lee en las revistas de medicina.

Estas respuestas coinciden bastante con el resultado obtenido en la encuesta, en la cual se conoció que el 65,7% de los encuestados creen que la información que se da en los medios de comunicación es falsa, además se obtuvo que el medio de comunicación más usado es la televisión con solo un 22,9%, lo cual nos revela que en efecto, los habitantes de estos barrios confían poco en la veracidad de la información dada a través de medios de comunicación

Las personas RA1 y RA3 no recibieron cadenas de información en su WhatsApp como remedios, cifras de fallecidos, nuevas normas gubernamentales, entre otras, sin embargo, si hubiera llegado la información, ellos afirman que no hubieran creído en esta, ya que



desconfían de las cadenas enviadas por redes sociales, la persona RA2 sí recibió cadenas con este tipo de información al igual que las personas RLC1 y RLC2, quienes afirman no haber creído en estas, puesto que no provienen de una fuente confiable; estas respuestas concuerdan con los resultados de la encuesta donde se obtuvo que al 44,8% de los encuestados a los que les llegó este tipo de cadenas a sus redes creían poco en esta información; sin embargo, la tanto las personas RA2 y RLC1 pusieron en práctica algunos de los remedios caseros difundidos a través de cadenas en las redes sociales.

Al principio del confinamiento, las personas RA1, RA2 y RA3 consumían mucha información sobre el covid 19, tanto RA1 y RA2 si creían en esta información, sobre todo en la que se brindaba en el programa que daba el presidente Iván Duque Márquez en los canales nacionales; al ser un programa directamente del Gobierno no generaba ninguna desconfianza para ellos, la persona RA3 no creía mucho en esta información, argumenta su respuesta en que diariamente cambiaban mucho las estadísticas y parecía que esta información era manipulada. Después del confinamiento siguieron informándose, pero no tanto como los primeros días, esto dado a que según ellos es un tema demasiado repetitivo y no llega a su punto final.

En La Campiña, la persona RLC1 afirma que aunque al principio de la pandemia la información era muy confusa y no se daba completa al menos daban la información importante de cómo cuidarse, además afirma que las normas implementadas como confinamiento y distanciamiento social fueron las mejores para impedir algo más grave en el país; la persona RLC2 considera que la información dada al inicio del confinamiento fue muy útil, puesto que no se conocía nada sobre el Covid-19, pero gracias a la información dada por el gobierno, el miedo y el pánico de la gente fue disminuyendo.



En cuanto a la información actual sobre el estado del virus por covid 19 en el país, las personas RA1 y RA2 si creen estar muy bien informadas sobre el tema, pero las personas RA3, RLC1 y RLC2 no creen estar bien informados, puesto que desde inicios de la pandemia se evidenció que los medios ocultan información y creen que esa situación sigue igual, pues los medios solo muestran lo que según ellos “les conviene”.

El tema de la vacunación contra el covid 19 ha generado diversas especulaciones en todo el país, es por eso que dentro de nuestra investigación quisimos conocer qué piensan nuestros entrevistados sobre la vacuna, las personas RA1 y RA2 sí creen en su efectividad porque gracias a esta ha bajado la tasa de mortalidad por este virus, dichas personas ya se vacunaron y se sienten seguras de que dado un contagio no tendrán síntomas graves ni estará en riesgo su vida. En cuanto a la persona RA3, sí se vacunó, pero no es muy creyente de esta, afirma que estos procesos tan delicados llevan un mayor tiempo y que los efectos secundarios de la vacuna son peligrosos. En cuanto a las personas entrevistadas en el barrio Robledo La campiña, tanto la persona RLC1 como RLC2 confían en su efectividad y ambas están vacunadas; respuestas que concuerdan con los resultados obtenidos en la encuesta en donde el 84,8% de los encuestados cree en la eficacia de las vacunas independientemente de los laboratorios que las fabrican.

También era de nuestro interés conocer si las personas entrevistadas saben diferenciar las noticias veraces de las noticias falsas (fake news); las personas RA1 y RA2 no saben diferenciar las noticias falsas de las noticias reales, en cambio, la persona RA3 afirma que sí sabe diferenciar las fake news puesto que le gusta investigar y no quedarse solo con la información que leyó en la primera página donde vio la noticia; ambas personas del barrio Robledo la Campiña aseguran saber diferenciar cuando una noticia es real y cuando es



falsa, aseguran que su credibilidad depende de la fuente de donde provenga dicha información.

Tanto la encuesta como las entrevistas, fueron instrumentos de gran utilidad para esta investigación, permitiendo desarrollar y dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados para la investigación.

Conclusiones:

A partir de las consideraciones expuestas en este texto, se logró dar respuesta al objetivo general conociendo cómo es la recepción de noticias y los medios más utilizados por la población estudiada.

Se obtiene primeramente como conclusión que, de acuerdo a la encuesta realizada, las fuentes de información utilizadas por los habitantes de los barrios Robledo Aures 1 y Robledo la Campiña para enterarse sobre la situación del COVID-19, son la televisión, la radio, la prensa y las diferentes redes sociales, sin embargo, se identificó que la televisión y la red social Facebook son las que tienen mayor uso por parte de estas personas.

Dando respuesta al segundo objetivo, los contenidos que más consumen estos habitantes son informativos con un resultado del 44% del total de los encuestados y de entretenimiento con un total del 39,7%.

Se conoció que los procesos de interacción que tienen los habitantes de los barrios en estudio, con los contenidos que consumen son negativos, puesto que, las personas entrevistadas creen que los medios de comunicación, como la radio la televisión y la prensa manipulan la información y no la dan completa a la población colombiana, además



consideran que las redes sociales se prestan para generar noticias falsas dado que cualquier persona que tiene acceso a estas puede modificar la información generando en los usuarios desinformación, sin embargo, en cuanto a la información gubernamental que daba el presidente Iván Duque Márquez, en su programa Prevención y Acción, emitido en los canales nacionales, Caracol y RCN, tenía alta credibilidad por parte de los habitantes de estos barrios. Actualmente la interacción que tienen las personas que habitan en estos barrios es poca, aunque al principio consumían mucha información sobre el Covid-19 ya lo ven como un tema reiterativo que nunca tiene fin.

Finalmente concluimos que la recepción de las noticias sobre COVID-19 en la Comuna 7 Robledo de Medellín, específicamente en los barrios de estudio es negativa, puesto que los resultados arrojados en la encuesta y en la entrevista nos muestra que los habitantes consideran que la información brindada por los medios de comunicación es manipulada y por ende no informan completamente a sus públicos.

Referencias:

- Alcaldía de Medellín, (2011). Perfiles demográficos por comuna 2005-2015. Medellín: Litografía Dinámica
- Alsina, M. R. (1989). La producción de la noticia. En M. R. Alsina, *La construcción de la noticia* (págs. 1-60). Barcelona: Paidós.
- Almaraz, I. A., & Díaz, R. G. (2020). Efectos en los y las jóvenes de los mensajes difamatorios a través de su smartphone e influencia de los contextos y medios de recepción. *Revista Prisma Social*, 29.



- Cardona, P. (01 enero,2007). Otros ojos miran a Aures. Periódico El Colombiano
- Castro, M. (27 julio, 2011). Robledo la campiña, un pueblito grande. Periódico El Mundo
- Coba, L. M., Díaz, P. C., & Gómez, J. A. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 264.
- Corominas, M. (2001). *Portal de la comunicación*. Obtenido de Los estudios de recepción: <http://cv.udl.cat/cursos/elsmijtans/t3/docs/estudiosrecepcion.pdf>
- Fernández, F. R. (2020). Comunicación y noticias falsas en relación al COVID-19: algunas reflexiones sobre la información, la desinformación y propuestas de mejora. *Revista Española de la comunicación en salud* , 254-260.
- Gil-Torres, A., Martín.-Quevedo, J., Gómez-García, S. y San José-De la Rosa, C. (2020). El coronavirus en el ecosistema de los dispositivos móviles: creadores, discursos y recepción. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Gómez, G. O. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. *Revista Intexto*, 1-13.
- González, M. M., Cueva, M. A., & Tafur, R. d. (diciembre de 2020). La red sanitaria y su participación en la difusión o contención de las fake news y bulos relacionados con la COVID-19: el caso de Lima-Perú. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 114.
- González, S. (1998). La comunicación, el conocimiento y la interacción social en la globalización. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 43 (171), 81-96. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5073102>



Hernández, D. G. (2009). Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas. *Estudios sobre las culturas contemporaneas*, 37-68.

Igartua, J. (2013). Impacto actitudinal y canalización cognitiva de estereotipos sobre la inmigración a través de las noticias. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Lacalle, C. (2012). *Género y edad en la recepción de la ficción televisiva*. Obtenido de Género y edad en la recepción de la ficción televisiva.

Losada Díaz, J. C., Rodríguez Fernández, L. y Paniagua Rojano, F.J. (2020). Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Lorente, J. A., & Arias, M. E. (2009). La comunicación en salud desde las perspectivas ética,asistencial, docente y gerencial. *Medisan*, 13.

López, J.G. ((2006). Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de investigación en comunicación-educación. *Textos y Argumentos*, 8, 7-38.

Moreno N, Correa S, Sánchez C, Restrepo J. (2014). *Robledo recuerda*. Medellín:Francisco Vélez

Nieto, P. (31 marzo, 1991). Jugando a las escuelitas. Periódico El mundo

Ortega, C. A., Mendoza, E. S., Pardo, P. A., & Aguas, L. A. (mayo de 2018). Análisis de recepción televisiva desde la propuesta de las múltiples mediaciones de Guillermo Orozco frente a la serie 13 Razones Por Que, en grupo de diez estudiantes de décimo y onceavo grado en colegios de Cartagena, Bolívar [proyecto de



- grado, Universidad de Cartagena]. Repositorio institucional unicartagena. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/6817>
- Pérez-Curiel, C. y Velasco Molpeceres, A.M. (2020). Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación Género y edad en la recepción de la ficción televisiva formación en públicos y medios. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Prettel, M. G., Díaz, L. R., Echeverri, Jaramillo, L. G., Montes, S., & Yanin. (2021). Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 en Colombia: entre mensajes y significados. *Cadernos de Saúde Pública*, 14.
- Rizo, M.(2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *GlobalMedia Journal*, 1(2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1343221>
- Rizo, M. (2006). George Simmel, sociabilidad e interacción. aportes a la ciencia de la comunicación. *Cinta de Moebio: Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, (27), 43-60. <https://www.redalyc.org/pdf/101/10102705.pdf>
- Rizo, M. (2008). Comunicología, tecnologías y nuevas formas de interacción. nuevos sujetos, nuevos conceptos. *Revista Question*, 1(17). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/490>
- Sampedro, V. (1997). *Audiencias y medios de comunicación: de los placeres posmodernos a las instituciones ruidosas*. Obtenido de Universidad de Salamanca:



<https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI->

[I/La%20produccion%20de%20la%20noticia.pdf](#)

Vico, E. A. (2014). La recepción de la noticia. *Revista CIC cuadernos de información y comunicación*, 1-5.