

La Comunicación Estratégica como alternativa de solución contra las noticias falsas del
Covid – 19 en Colombia

Juan S. Laguna Guantiva

Resumen

Entender lo que son las noticias falsas por medio de ejemplos de la era actual (era digital) es lo que permitirá conducir la investigación a las consecuencias que dejan las mismas en escenarios de la salud humana en Colombia. Comprender este fenómeno digital, consecuente de las nuevas herramientas tecnológicas digitales (Las redes sociales), que han permitido tener y acceder a la información de manera fácil e inmediata, esto lleva a revisar las estrategias comunicacionales que intentan darle solución a este fenómeno digital.

Lo anterior entendiendo los conceptos esenciales de la nueva llamada “infodemia” que es consecuente al flujo de desinformación, sustentado con teóricos esenciales como Lippmann con impacto a nivel mundial y nacional que reflejen la importancia de este fenómeno.

Lo anterior revisado por estrategias comunicacionales que abarquen como posible solución a la problemática y consecuencias de las Noticias Falsas en Colombia por la pandemia del Covid – 19.

Abstract

Understanding what fake news through examples of the current era (digital era) is what will lead the research to the consequences that leave the same in scenarios of human health in Colombia. Understanding this digital phenomenon, consequent of the new digital technological

tools (social networks), which have allowed to have and access to information easily and immediately, this leads to review the communication strategies that try to give solution to this digital phenomenon.

The above understanding the essential concepts of the new so-called "infodemia" that is consistent with the flow of disinformation, supported by essential theorists such as Lippmann with his theory of fake news; likewise, addressing examples of different kinds in scenarios with global and national impact that reflect the importance of this phenomenon.

The above reviewed by communicational strategies that cover as a possible solution to the problems and consequences of Fake News in Colombia by the pandemic of Covid - 19.

Palabras claves:

Noticias Falsas | Infodemia | Comunicación estratégica | desinformación | Salud |
Consecuencias

Key words:

Fake News | Infodemic | Strategic Communication | Disinformation | Health |
Consequences.

Introducción

El presente trabajo estudia las consecuencias de las Noticias Falsas en Colombia a partir del período del 2020 hasta la actualidad, periodo en el cual empieza la pandemia por el Covid – 19, siendo éste nuestro punto de partida.

Por otro lado, el presente escrito pretende explicar el objeto de estudio desde las experiencias y ejemplos más relevantes y que han tenido impacto en casos específicos presentados en el territorio colombiano durante la pandemia del Covid – 19. Así mismo, entender por concepto el termino Noticias Falsas más que por noción, y contextualizarlo en las redes sociales, entendiendo por medio del contraste de los medios tradicionales y las redes sociales el impacto que han tenido las misma respecto a las Noticias Falsas en la pandemia del Covid – 19 en Colombia.

El 73 % de los colombianos no logra identificar las noticias falsas, y el 47 % cuestiona de vez en cuando, o no cuestiona, lo que lee en la web (Hernan Diazgranados, 2020). Según un estudio realizado en el 2019 por la compañía ciberseguridad Kaspersky y la consultora de mercado Corpa en Latinoamérica.

La difusión de noticias falsas está presente en el Plebiscito de 2016, las elecciones presidenciales de 2018, el paro nacional de noviembre 2019, la pandemia por COVID-19, el proceso de vacunación y el paro nacional del año pasado.

El propósito de estas noticias falsas es desinformar con la intención de generar rabia, división en diversos sectores sociales y permitir que la incertidumbre brinde espacios para la toma de decisiones basados en información errada.

Cada vez se suman esfuerzos de medios de comunicación para verificar la información de dudosa procedencia que circula en redes; y de las plataformas como Google y Facebook para contener su difusión. No obstante, las prácticas de los usuarios de redes sociales son clave para alimentarlas o frenarlas. (Hernan Diazgranados, 2020).

De hecho, un equipo de científicos el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) confirmó que las noticias falsas se extienden mucho más rápido que las verdaderas e incluso llegan más lejos en todo tipo de sociedades, aunque con un influjo mayor en donde la calidad educativa es baja y el acceso a herramientas de contraste de información es limitado. (Rincón,2021)

Según un reporte de la firma de ciberseguridad Kaspersky (2019), un 70 % de los latinoamericanos no saben detectar o no está seguro de reconocer en internet una noticia falsa. Incluso, la investigación también mostró que el 16 % de los consultados desconoce por completo este término. Unido a esto, situaciones excepcionales y de vulnerabilidad, como tragedias naturales, guerras o pandemias, han sido momentos ideales para la viralidad de la desinformación, dadas las condiciones difíciles para acceder a la verificación de las fuentes o porque las noticias falsas han sido usadas como mecanismos de propaganda ideológica y de manipulación.

La actual crisis derivada del coronavirus ha sido un ejemplo claro de esto. La Organización Mundial de la Salud, que lidera la respuesta de la ONU a la pandemia, incluso añadió a su página de TRANSMEDIA: internet una sección titulada "Consejos para la población acerca de los rumores sobre el nuevo coronavirus".

Esto lleva al siguiente cuestionamiento: ¿Cuáles son las consecuencias de la difusión de noticias falsas sobre el Covid – 19 en las redes sociales en Colombia?

El presente artículo tiene objetivo general establecer las consecuencias de las Noticias falsas sobre el Covid – 19 en Colombia en las redes sociales y qué estrategias de comunicación Digital se usan para combatir dicha problemática.

El presente escrito considera subdividirse en cinco partes para establecer las consecuencias de las noticias falsas:

En la primera parte se definirá el concepto de Noticias Falsas para establecer la relación en el desarrollo del objeto de estudio: las consecuencias de las mismas. Conocer, como punto de partida, el concepto para entender las diferencias entre las noticias falsas en un medio tradicional y en las redes sociales, lo cual será fundamental para vislumbrar que sus repercusiones no son las mismas en la sociedad, al igual que sus alcances.

Con relación en lo anterior, se profundiza en un concepto denominado “Infodemia”, el cual abre la puerta a entender, en primer momento, como la pandemia ha impactado y evolucionado las noticias falsas; dicho concepto será abordado desde su noción, y su metodología de aplicabilidad en el campo habitual de la sociedad.

La metodología del presente ensayo se basa en la experiencia por medio de ejemplos, que exponen los alcances y consecuencias que han tenido las noticias falsas en Colombia respecto al Covid-19.

En el quinto, y último momento abordaremos la estrategia comunicacional implementada para darle una posible solución al tema de las noticias Falsas en Colombia.

De esta manera no solo se desarrollarán las metodologías propuestas por dichas estrategias; sino que se podrá ahondar en las mismas permitiendo entender su funcionalidad, el impacto de la misma, y el proceso de creación de cada una. Es decir, se estudiarán las estrategias planteadas como solución al problema de manera minuciosa, para entender el desarrollo y efectividad de la misma, lo cual permitirá usar los recursos brindados en el diplomado de Comunicación Estratégica.

Las noticias falsas son, en definitiva, un fenómeno que se han acogido en los medios de comunicación hace décadas; no es algo nuevo. Mucho menos, innovador. Sin embargo, dicho fenómeno ha tomado mayor fuerza en la era digital, donde las redes sociales son su piedra angular.

El término noticias falsas se define como información que no está basada en la realidad y que de una u otra forma busca generar desinformación; así mismo, se cataloga como información divulgada de forma premeditada a través de redes sociales, principalmente que no tiene en cuenta una averiguación, investigación o exploración previa a su publicación. (Bertha Borja Valdez, 2020)

Para desglosar dicho concepto se debe contrastar a manera de uso retórico, con la objetividad de la noticia.

Según González-Gorosarri (2017), la objetividad en las noticias surge cuando el oficio periodístico encuentra su función dentro de las sociedades democráticas de Estados Unidos y Europa a finales del siglo XIX y comienzos del XX. (Burgos, J.A., 2019), “Esto se debió principalmente a la necesidad que tenían los periódicos de ampliar su público consumidor, de modo que, al alcanzar un mercado mayor de lectores, las nacientes industrias informativas pudieran consolidarse financieramente” (González-Gorosarri, 2017, p . 832) .

De principio es importante entender que la objetividad en la noticia empieza como un ejercicio; sin embargo, con el tiempo se vuelve una norma ética (Giménez, 2005), esto debido a su uso extendido y, por último, a teoría del periodismo por la reflexión desarrollada en los países europeos y anglosajones sobre el oficio.

Las características de la objetividad en la noticia ya vistas como teoría señala González-Gorosarri (2017) que son una noticia es objetiva cuando tiene dos características: factualidad e imparcialidad. La factualidad está relacionada con los hechos, con la veracidad y relevancia de lo contado, mientras que la imparcialidad hace referencia a la equidad en el relato y a la presentación neutral de las noticias. A su vez, enfatiza, la factualidad está definida por la veracidad y la relevancia. La veracidad tiene que ver con la capacidad de asociar los hechos con la fiabilidad y credibilidad de lo acontecido, para ello se evalúan con los tres atributos principales de la información: facticidad, exactitud y completud. La facticidad tiene que ver con que la información se va a referir a lo verdaderamente sucedido, no a las opiniones de lo que pasó, por eso es que el método objetivo en el periodismo insistirá en basarse en fuentes y testimonios que atestigüen lo sucedido y que blinden las noticias de influencias de terceros en su construcción (Burgos, J.A., 2019).

Una vez entendiendo y atendiendo a lo que en contraste genera el termino Noticias Falsas que por consiguiente es la teoría de La objetividad de la Noticia desarrollado antes, podríamos definir teóricamente en concepto a lo que de Noticias Falsas nos referimos.

Al respecto, Tandoc, Wei Lim & Ling (2017) elaboraron una definición de noticia que tiene en cuenta el criterio central de objetividad. Una noticia es el relato de un evento reciente, interesante y significativo, que necesariamente afectan a las personas, que brinda información independiente, confiable, precisa e integral y como se espera que a partir de ella los ciudadanos puedan autogobernarse, está debe ser verdadera; para eso, el ejercicio periodístico está obligado a desplegar estándares relacionados con la objetividad.

Por lo anterior definen los autores anteriormente nombrados las noticias falsas como informaciones que no corresponden con la realidad y que no son auténticas respecto a la verdad,

que copian o falsifican conduciendo al engaño al hacer pasar algo como real y por consiguiente, configuran un caso de desinformación (Burgos, J.A., 2019).

Con las anteriores definiciones de Noticias Falsas, soportadas con su contraste teórico la objetividad de la noticia, se esclarece un tanto más el panorama de lo que representan las Noticias Falsas, y se entiende que la desinformación es tan solo una parte del todo lo relacionado con las Noticias Falsas.

La alta difusión que alcanzan las fake news, sobre todo en las redes sociales y en contextos de tensiones sociales, como bien señalan Tandoc, We Lim & Ling (2017), fruto de dicha estrategia narrativa basada en la objetividad como ficcionalización, implica que la naturaleza de las noticias falsas se apresta más a identificarse con la generación de reacciones y de posiciones por parte de los públicos, que con la imparcialidad informativa aséptica en la que se suele creer cuando la sociedad se remite a los medios y su función en las sociedades democráticas (Burgos, J.A., 2019).

Es importante considerar las noticias falsas entre los medios tradicionales y las redes sociales debido a que su impacto es diferente en cada uno; además que las características, alcances y públicos distan bastante el uno del otro, por lo cual es importante entender la procedencia de ambos.

Al respecto es imperativo empezar a hablar sobre la confianza, por lo cual es preciso recordar que los medios tradicionales y la información impresa gozaban de mayor credibilidad, pero perdía usuarios por la migración de lectores debido a la digitalización y esto según un artículo publicado por el medio digital Crónica global hace que una parte notable de la sociedad opine que los medios nativos digitales generan menor confianza que la prensa, la radio o la televisión. Y que el deterioro de la confianza hacia los medios golpea principalmente a los canales exclusivamente digitales como las redes sociales o la misma web (Kirsty Cooke, 2019).

Sin embargo, al observar los datos, vistos desde una perspectiva política y de la pandemia del Covid-19, un 58% de la muestra dice que confía menos que antes en las redes sociales; un 57% les quita credibilidad a las aplicaciones de mensajería instantánea, y un 41% castiga a los on line.

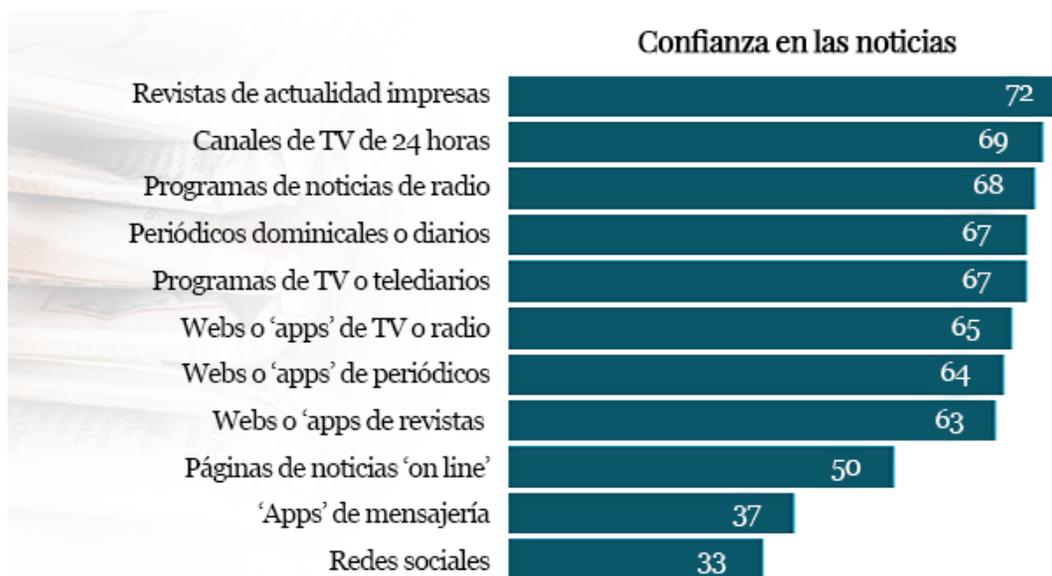
Por el contrario, tres cuartas partes consideran que su confianza en las publicaciones impresas se ha mantenido igual o es ahora mayor que antes de la posverdad (2010). Los canales de noticias de 24 horas mantienen también una fuerte posición de fiabilidad, ya que el 78% de los encuestados los consideran igual o más creíbles que antes. (Gerard, M. 2017)

La siguiente imagen otorga claridad sobre las noticias falsas respecto a los medios que reproducen las mismas. Los siguientes datos nos permitirán identificar en dónde radica la

gravedad y el porqué el presente artículo se centra en especial en responder a la necesidad de estudiar el objeto de estudio desde las redes sociales.

Figura 1

Confianza en las noticias



Nota: Adaptado por Crónica Global (Fotografía), por Gerard Mateo, 2017,

https://cronicaglobal.lespanol.com/graficnews/fake-news-credibilidad-medios-tradicionales_97568_102.html

Las informaciones aparecidas en las redes sociales cuentan con un 33% de los apoyos; las consumidas mediante apps de mensajería, un 37%, y los nativos digitales tampoco superan el 50%. En cuanto al resto (revistas, canales de televisión 24 horas, programas de radio, periódicos y telediarios), genera una confianza superior al 65%.

Describe el informe, por otra parte, que el público cada vez está más informado y obtiene las noticias de más fuentes, y más del 75% de la muestra contrasta las informaciones en varios medios.

Es claro concluir que las noticias falsas están mucho más en los medios digitales, pero aún mayormente, en las redes sociales; por lo cual es preciso estudiar las consecuencias desde ese medio para así poder estudiar las soluciones de comunicación estratégica llevada a cabo por los mismos medios donde mayormente se propaga las noticias falsas: Las redes sociales.

Una vez teniendo claridad respecto al concepto de Noticias Falsas y un contexto preciso que permita entender el por qué las redes sociales son el medio de preocupación en el presente ensayo conviene empezar a demarcar el termino de Noticias Falsas al objetivo de estudio del presente trabajo, el cual es la pandemia del Covid – 19.

El impacto que han tenido las noticias falsas respecto al Covid – 19, determina el surgimiento de una palabra que conceptualiza tan fenómeno actual, dicho termino se denomina: infodemia.

Pero, ¿qué es la Infodemia, según la organización panamericana de la salud y la Organización Mundial de la Salud? La infodemia se refiere al aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto por un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto a la manipulación de información con intenciones dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus. (Organización Panamericana de la Salud, [OPS], s.f.)

Lo anterior se define de acuerdo a la desinformación divulgada por medio de las redes sociales respecto al Covid-19; sin embargo es preciso entender a que nos referimos con desinformación, de acuerdo al contexto Covid-19, por lo cual es definida, según la organización panamericana de la salud y la Organización Mundial de la Salud, como la información falsa o incorrecta con el propósito deliberado de engañar. En el contexto de la pandemia actual, puede afectar en gran medida todos los aspectos de la vida, en particular la salud mental, habida cuenta de que las búsquedas en internet de información actualizada sobre la COVID-19 se han disparado de 50% a 70% en todas las generaciones. (OPS, s.f.)

La desinformación respecto a la pandemia del Covid – 19, o en general a una pandemia, puede afectar la salud humana. La desinformación puede difundirse y asimilarse muy rápidamente, dando lugar a cambios de comportamiento que pueden llevar a que las personas tomen mayores riesgos. Todo esto hace que la pandemia sea mucho más grave, perjudique a más personas y ponga en peligro el alcance y la sostenibilidad del sistema de salud mundial. (OPS, s.f.)

Sin embargo, por qué es relevante estudiar la infodemia y su desinformación en la época de la pandemia, pues esto son algunos datos, respecto al interés de las personas sobre la pandemia del Covid – 19 en el mundo. En los primeros 30 días del mes de marzo del 2020 se han subido 361.000.000 videos en YouTube en las categorías de “COVID-19” y “COVID 19”, y desde que comenzó la pandemia se han publicado cerca de 19.200 artículos en Google Scholar. En el mes de marzo, unos 550 millones de tuiteos incluyeron los términos coronavirus, corona virus, covid19, covid-19, covid_19 o pandemia. (OPS, s.f.)

Se evidencia que, según estos datos, de tan solo 30 días, son importantes a considerar respecto al impacto que una Noticia Falsa tendría en la cantidad de gente a la cual le interesa dicha información.

Es importante considerar al respecto que impacto, según los datos anteriores, qué relación e impacto tiene la infodemia respecto a la desinformación, pues según la organización panamericana de la salud y la Organización Mundial de la Salud, El mayor acceso en el mundo a los teléfonos móviles con conexión a internet y a las redes sociales ha dado lugar a la producción exponencial de información y de las posibles modalidades para obtenerla, creando una epidemia de información o infodemia. En otras palabras, estamos ante una situación en la que se produce e intercambia mucha información en todos los rincones del mundo, la cual llega a miles de millones de personas. Pero, ¿cuánta de esa información es correcta? Solo parte de ella. (OPS s.f.)

Según lo anterior, la organización panamericana de la salud y la Organización Mundial de la Salud, han establecido cinco principales ítems por los cuales la infodemia puede empeorar la pandemia del Covid – 19, en concreto respecto a la salud humana (OPS, s.f.):

Dificulta que las personas, los encargados de tomar las decisiones y el personal de salud encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. Entre las fuentes figuran las aplicaciones para teléfonos móviles, las organizaciones científicas, los sitios web, los blogs y las personas influyentes, entre otras.

Las personas pueden sufrir ansiedad, depresión, agobio, agotamiento emocional y sentirse incapaces de satisfacer necesidades importantes.

Puede afectar los procesos decisorios cuando se esperan respuestas inmediatas, pero no se asigna el tiempo suficiente para analizar a fondo los datos científicos.

No hay ningún control de calidad en lo que se publica y a veces tampoco lo hay en la información que se utiliza para adoptar medidas y tomar decisiones. Es fundamental romper este peligroso ciclo: la desinformación aumenta al mismo ritmo que las modalidades de producción y distribución de los contenidos. Así que la propia infodemia acelera la desinformación y hace que perdure.

Cualquier persona puede escribir o publicar algo en internet (podcasts, artículos, etc.), en particular en los canales de las redes sociales (cuentas de personas e instituciones).

La infodemia ha sido clave para entender el impacto que han tenido las noticias falsas respecto al Covid – 19. Los datos son reveladores para vislumbrar el porqué la infodemia a repercutido en la desinformación y como ésta ha llevado a generar exponencialmente las repercusiones en la salud de la sociedad respecto al Covid – 19.

Ante esto la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud, han establecido algunas claves para ayudar con la lucha contra la infodemia contra el Covid – 19, las cuales podemos apreciar en la siguiente imagen:

Figura 2

Claves para convertir la infodemia contra el Covid – 19.

Confíe en la OMS	Reconozca los datos científicos	Evite las noticias falsas	Apoye la ciencia abierta
Determine si la información realmente tiene sentido, aun cuando provenga de una fuente segura y haya sido compartida anteriormente			Notifique los rumores perjudiciales
Proteja la privacidad	Datos abiertos (de calidad)	Si no puede confirmar la fuente de la información, su utilidad o si ha sido compartida antes... es mejor que no la comparta	
Corrobore que la información ha sido compartida antes por otras personas		Participe de forma responsable en las conversaciones sociales	
Continúe colaborando	Intercambie información de forma responsable	Corrobore la fuente, en particular en los hilos de WhatsApp	
Si la información no ha sido confirmada, es preferible que no la comparta			Siga aprendiendo

Nota: Adaptado de *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19*. (Fotografía) la Organización Panamericana de la Salud, s.f. (<https://www.paho.org/journal/es/articulos/infodemia-tiempos-covid-19>)

Este panorama permite entender qué es la infodemia y cómo ha repercutido en la desinformación respecto a la pandemia del Covid – 19 en el mundo. Es clave empezar a vislumbrar la repercusión de las Noticias Falsas desde una perspectiva general para así, poder contextualizar de manera particular el tema, como se verá a continuación.

COLEV, es un estudio de un grupo de investigación interdisciplinar de la Universidad de los Andes, que busca producir y comunicar evidencia pertinente que facilite el diálogo entre la academia y los tomadores de decisiones en salud pública, para dar respuestas informadas al COVID-19 en Colombia, es creada con el objetivo de Producir y comunicar evidencia pertinente sobre medidas de salud pública para abordar los desafíos relacionados con COVID-19 en Colombia, adaptados a contextos regionales y poblaciones vulnerables, a través del uso ético riguroso interdisciplinario de la inteligencia artificial y de la ciencia de datos. (COLEV (s.f.), *Museo de la desinformación*, Universidad de los Andes, 2022).

Por medio de una estrategia de comunicación disruptiva adaptada a los diferentes grupos sociales para hacer frente a la mala información en torno a COVID-19, las políticas locales y nacionales de salud pública, se crea el Museo de la Desinformación.

En palabras de sus creadores, “el Museo de la Desinformación es un concepto que articula una serie de iniciativas de recolección, análisis y visualización de datos enfocado en el tema de la desinformación y la información errónea relativa al COVID-19 en Colombia. Se trata

de una serie de estrategias que articulan metodologías de diseño, macrodatos y aprendizaje de máquina con el objetivo de entender qué es la desinformación, cómo son sus dinámicas y cómo afectan el curso de la pandemia actual. Por otro lado, el museo se entiende como un proceso de comunicación disruptiva que permite posicionar ideas, conceptos y debates” (COLEV (s.f.), *Museo de la desinformación*, Universidad de los Andes, 2022).

Con una serie de estrategias comunicacionales que articulan metodologías de diseño, macrodatos y aprendizaje de máquinas y con el objetivo de entender qué es la desinformación, cómo son sus dinámicas y cómo afectan el curso de la pandemia actual, un equipo interdisciplinario del grupo de investigación COLEV de la Universidad de los Andes recopiló más de 50 noticias falsas relacionadas con COVID-19 en Colombia, en una plataforma llamada Museo de la desinformación.

"La línea conceptual que las separa es delgada dado que el proceso para encontrar la señal en medio del ruido es muy exigente. Las claves para entender dicha distinción pueden estar en dos conceptos claves: consciencia y propósito. El primero se refiere a si quienes comparten la noticia falsa son conscientes de lo que hacen y están buscando consecuencias al respecto; el segundo tiene que ver con el motivo por el cual se comparte. Existe un ejemplo de interacción entre ambos conceptos: el portal de humor Actualidad Panamericana, quienes a través de una mezcla entre humor y realidad publican noticias que aparentan ser reales, no obstante su propósito es hacer crítica", explica Andrés Burbano, investigador líder del proyecto. (COLEV (s.f.), *Museo de la desinformación*, Universidad de los Andes, 2022).

La primera visualización de datos del Museo se titula “Un año de noticias falsas en Colombia”. Se trata de una aproximación histórica con respecto a la evolución de datos e información errónea durante el último año. La herramienta cuenta con un conjunto de datos a

partir de las páginas de los medios encargados de desmentir dichas noticias (con elementos gráficos e interactivos) programada con lenguaje JavaScript.

En la visualización se pueden encontrar distintos tipos de información errónea: desinformación, información errónea, información sacada de contexto, información incompleta o sesgada, teoría conspirativa y estafa.

El presente estudio llamado “Un año de noticias falsas en Colombia”, como se mencionó anteriormente, tiene Noticias Falsas desde el mes de marzo del año 2020 hasta el mes febrero del año 2021, sin embargo, en el presente trabajo abordaremos los ejemplos más representativos y que ilustran las repercusiones en la salud humana a causa de la noticias falsas en Colombia por la pandemia del Covid – 19.

En la siguiente imagen (Imagen 3) se observa la plataforma interactiva en la cual se realizó el estudio de las noticias falsas en Colombia. En el mismo se puede observar que al presionar en el calendario el mes y el día aparece la difusión de la Noticia Falsa en cuestión, se abordarán algunos ejemplos que relacionen el impacto obtenido por la Noticia Falsa en Colombia respecto a la pandemia del Covid – 19.

La dinámica de adaptación de los diferentes casos que presentaremos del presente estudio realizado por la Universidad de lo Andes se hará bajo una metodología de presentación de la noticia, medio de difusión, consecuencia y repercusión de la misma, cada caso en particular esta revisado por Colombiacheck, un proyecto de Consejo de Redacción, una organización sin ánimo de lucro, no partidaria, que reúne a más de 100 periodistas asociados en Colombia para promover el periodismo de investigación. El proyecto consiste en una plataforma digital, abierta y colaborativa en la cual se publican artículos basados en la técnica de comprobación de hechos y

datos, que proviene de una larga tradición del periodismo anglosajón y se conoce como fact-checking.

Figura 3

Un año de noticias falsas en Colombia.



Nota: Adaptado de *Un año de noticias falsas en Colombia*. (Fotografía) COLEV, Universidad de los Andes, 2022. (<https://colev.uniandes.edu.co/2-uncategorised/55-un-anio-de-desinformacion>)

7 de marzo del 2020 | Audio con recomendaciones sobre COVID-19 no es de voz de Rodolfo Llinás (WhatsApp)

Supuesto audio de Rodolfo Llinás, reconocido científico colombiano, que brinda recomendaciones para saber si se tiene a infección del Covid – 19. “Los expertos de Taiwán recomienda un autochequeo simple que podemos realizar cada mañana [...]tome aire y reténgalo

durante diez segundos, si lo logra hacer sin tos y sin molestias como falta de aire o presión, quiere decir que no hay fibrosis en los pulmones, y por tanto, no hay infección”

Por estas razones calificamos el supuesto audio que está circulando en redes con atribuido a Rodolfo Llinás, como falso. Las recomendaciones que aparecen en ese audio no han sido certificadas por profesionales de la salud. (Fernanda, G. 2020)

Las consecuencias relacionadas con este tipo de información en particular es el miedo producto de síntomas que pueden ser habituales, que enmarcados ahora en con el Covid, producen pánico y alteran el bienestar de las personas.

3 de abril del 2020 | El coronavirus COVID-19 no se cura con gárgaras de bicarbonato caliente, como dice supuesta médica (Facebook)

Vídeo donde supuesta médica asegura que el Covid – 19 se cura haciendo gárgaras de agua con bicarbonato caliente. “Ya está descubierto: al virus no le gusta el caliente extremo. Aunque me quemem la garganta. Aunque me quemem la garganta. Pero usted no va a morir de eso. Le puedes añadir, vinagre, le puedes añadir limón, escuche bien, es hora de volver a los tiempos de antes, usted quizás no me cree hoy, pero un día Dios se va a encargar de que todo salga a la luz y que la verdad brille”.

Según una herramienta a la que tenemos acceso en Colombiacheck, al hacer parte del programa de Third-Party Fact-Checking, la desinformación ha sido vista por más de 85.000 personas y compartida 3.400 veces en Colombia. (María, S. 2020)

El hecho sustentado por la doctora no solo es desmentido medicamente ya que el bicarbonato de sodio es un antiácido de absorción rápida y actúa “como alcalinizante sistémico y urinario” de acuerdo a esta definición del sitio Vademecum. Sin embargo, mantener un pH

alcalino no incide sobre el nuevo coronavirus. (María, S. 2020), y que el virus no tolera “el calor extremo” y que tomar té caliente puede ayudar a combatir al nuevo coronavirus, verificaciones anteriores de AFP Factual ya han demostrado que ni el té y el café, ni las gárgaras con sal, ni el agua caliente funcionan como cura para el COVID-19. (María, S. 2020).

Se descubrió por medio de investigadores que cubrían dicha nota del ColombiaCheck, que la supuesta médica no es médica, y que las recomendaciones hechas por ella, con hincapié de “así se queme la garganta” puede ser un agravio contra la salud física de las personas.

15 de mayo del 2020 | Usar tapabocas no provoca que respiremos nuestro propio dióxido de carbono (Facebook)

Imagen de tapabocas quirúrgico con varias razones por las cuales no debería usar ya que es perjudicial para la salud. “Respirar tus propios deshechos exhalados produce falta de libertad física y psicológica, provoca hiperventilación. Simboliza mutismo”.

Esta desinformación ha tenido más de 30.000 interacciones en Facebook, de acuerdo con CrowdTangle, una herramienta de monitoreo de redes sociales a la que tenemos acceso por nuestra alianza con Facebook contra la desinformación. (Laura, S. 2020)

Después de ser desmentida esta Falsa Noticia por varios expertos de los muchos argumentos que sostenían en la publicación el riesgo visto por este tipo de Noticias Falsas es el miedo producido por las mascarillas y aumentar el riesgo de infección a causa del poco uso de la misma por las frases engañosas de la misma Falsa Noticia.

10 de junio del 2020 | No se haga la prueba. Las pruebas no son confiables. (WhatsApp)

Una serie de argumentos falsos y teorías conspirativas para concluir que “la única solución para salvar a nuestra humanidad” es que las personas no se hagan la prueba de detección del Covid – 19. “Covid – 19 significa certificado de identificación de vacunación con inteligencia artificial, y el 19 por el año 2019 por el año en que fue creado. Covid – 19 no es el nombre del virus, sino el del plan internacional para el control y la reducción de las poblaciones, que se desarrolló durante décadas y se lanzó en enero del 2020”. (Laura, S. 2020)

Esta cadena rompió frontera y llegó a países como México y Argentina, haciendo que el miedo y el temor se apodere de la gente, y causando rechazo a las pruebas del Covid – 19 las cuales permiten llevar un control y una regulación de dicha enfermedad para evitar contagios y poder controlar el organismo humano en los casos donde se presente el virus.

Claramente son abundante los casos y ejemplo de Noticias Falsas en Colombia; sin embargo, con los más sonados y verificados, podemos analizar las consecuencias que tiene para con la salud humana las noticias falsas en Colombia a causa del Covid – 19.

Una de las conclusiones a las que llegó el grupo interdisciplinar que realizó el estudio en la universidad de los andes es “una de las conclusiones más importantes, según el grupo de investigación, tiene que ver con el hecho de que todos podemos ser vulnerables ante la desinformación, es decir, 'todos podemos caer en la trampa'. Por lo tanto no se trata de señalar a quienes las comparten o las generan, sino de invitar a un ejercicio de reflexión al respecto e indagar en por qué estamos en permanente búsqueda de datos para validar nuestros puntos de vista” (COLEV (s.f.), Museo de la desinformación, Universidad de los Andes, 2022).

En esta última parte veremos casos puntuales como VERA que reúne a más de 16 medios de comunicación colombianos que han creado, por medio de la comunicación estratégica, una posible solución para evitar las Noticias Falsas. Además, profundizaremos en los vistos anteriormente como lo fue COLEV de la Universidad de los Andes y ColombiaCheck, las cuales fueron dos alternativas de comunicación estratégica que estudiaron, revisaron y dieron respuesta a la veracidad de las noticias falsas en Colombia en un periodo determinado durante la pandemia del Covid – 19 y otros casos de relevancia nacional.

Según Carolina Mejía Robledo, gerente sectorial de Asomedios, Añadió que vera, más allá de verificar noticias, resalta la veracidad de la radio colombiana, en medio de la marea de información que, por ejemplo, circula en redes sociales. (Blue Radio, 2020)

Según Caracol radio se justifica la creación de VERA debido a los momentos que se viven es necesario dirigirse a la verdad y tener información real, por eso, la necesidad de resaltar el rol de la radio en nuestro país como fuente de información veraz y oportuna. Así nace Vera, una voz que representa la unión de las principales voces de periodistas y locutores de emisoras colombianas, que día a día trabajan sin descanso para informar y entretener a los ciudadanos.

La voz de VERA llega para desmentir noticias falsas o malintencionadas que circulan constantemente por redes sociales o servicios de mensajería instantánea, cuyo propósito es engañar y generar incertidumbre en las personas. (Caracol Radio, 2020)

La metodología propuesta por esta nueva estrategia comunicacional radial funciona de la siguiente manera: “El oyente oirá unos ejemplos de unas noticias falsas y la voz de VERA las desmentirá y explicará por qué es falsa”.

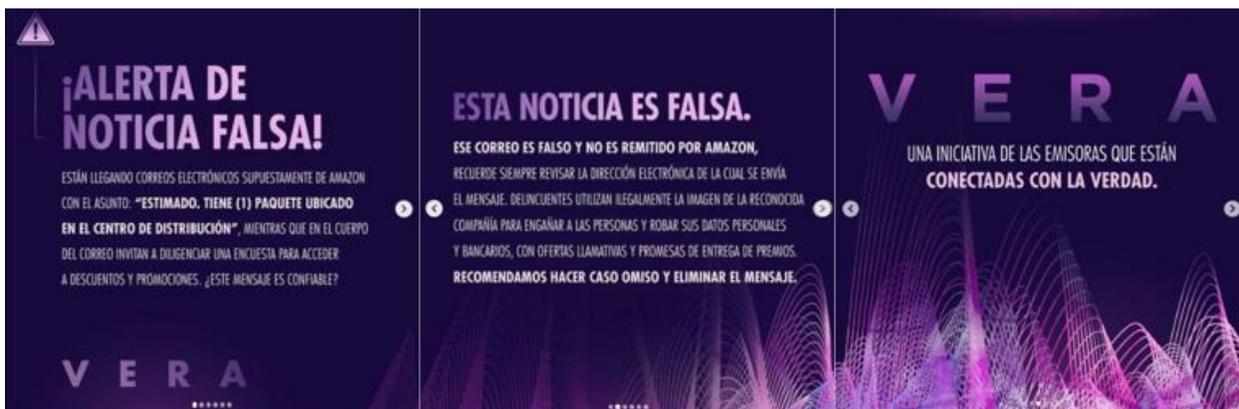
Juan Lozano, ex Director de Noticias RCN, aclara que el periodismo juega un papel importante el cual es informar de manera veraz: "Nuestra tarea es informar pero también debemos sembrar esperanza y vislumbrar los caminos para avanzar".

El proyecto VERA es un proyecto que se orienta a combatir la desinformación desde el medio en donde más se propagan las Noticias Falsas que son las redes sociales. Esta parte está orientada a revisar algunos ejemplos que nos permita identificar esta propuesta comunicacional orientada a combatir la desinformación desde las redes sociales.

En Instagram la estrategia comunicacional de VERA está dada por la metodología de publicación denominada *carruseles*, los cual permite adjuntar una información en una misma publicación y así permitir que la información se permita leer de manera completa sin dividir la información en diferentes publicaciones, esto ayuda a que la atención de los lectores se centre más y tenga una mayor capacidad de recepción de la información presentada. El carrusel de Instagram te permite subir diferentes imágenes en un único espacio del muro. Es buena idea agrupar contenido por temáticas, proyecto o producto en un mismo carrusel. Evita las publicaciones repetitivas y conseguirás un feed mucho más limpio y dinámico.

Figura 4

VERA en Instagram



Nota: Adaptado *Alerta Noticias Falsas*. (Fotografía) VERA Una iniciativa de las emisoras que están conectadas con la verdad, 2022.

[\(https://www.instagram.com/p/COrJAZjrS2t/\)](https://www.instagram.com/p/COrJAZjrS2t/)

En este ejemplo de VERA publicado en Instagram por cada una de las emisoras aliadas por esta iniciativa permite evidenciar como por medio de un buen diseño de publicación y una técnica de CopyWriting correcta, que capta la atención de la gente con poca información, se combate la desinformación; sin embargo, como se mencionó anteriormente, este es el resultado de un estudio arduo en encontrar aquellas noticias que están en tendencia en las redes sociales, y por medio de expertos, estudiar el tema, y poder con datos y argumentos de valor desmentir la información.

ColombiaCheck, la cual mencionamos anteriormente, es un grupo que reúne a más de 100 periodistas asociados en Colombia para promover el periodismo de investigación. El proyecto consiste en una plataforma digital, abierta y colaborativa en la cual se publican artículos basados en la técnica de comprobación de hechos y datos, que proviene de una larga tradición del periodismo anglosajón y se conoce como fact-checking. Dicho modelo se basa en verificar las declaraciones de los personajes públicos sobre asuntos que son relevantes para el debate público por el protagonismo de quien las emite, por el tema referido o por su impacto mediático, lo cual también permite identificar las verdades a medias de las informaciones publicadas en las redes sociales.

ColombiaCheck, a manera de ejemplo, combate la desinformación impartida por las redes sociales y los mismos políticos en las redes sociales, como estrategia de comunión que permita la veracidad en la información sobre las elecciones presidenciales actuales en Colombia.

En la Figura 5 se mostrará la cantidad de información estudiada por los periodistas de ColombiaCheck, y muestran aquella información que ha sido desmentida, la que es cuestionable y la que es verdadera, además de la sustentación de cada una de las afirmaciones hechas por el estudio realizado por los periodistas para rectificar su información en los lectores.

Figura 5

ColombiaCheck y la verificación de la veracidad en la información



Nota: Adaptado *Voto Chekeado 2022* (Fotografía) ColombiaCheck No coma cuento, 2022. (<https://colombiacheck.com/>)

Por otro lado, ColombiaCheck tiene una fuerte estrategia de comunicación digital para combatir noticias falsas en la red social Twitter. Lo que llama la atención aquí es el tono comunicacional que tienen con su público; un tono, que pese a la seriedad que requiere el asunto, lo tratan con humor, un humor que permite que dicha estrategia llegue a un público mucho más amplio. En una foto que circulaba recientemente del candidato Gustavo Petro con Pablo Escobar con la intención de manchar su buen nombre y campaña política vinculándolo con el famoso narcotraficante ColombiaCheck desmintió dicha noticia de la siguiente manera (ColombiaCheck, 2022):

“Otra vez Pablo Escobar... 🙄 Ya perdimos la cuenta de los montajes que le han hecho no solo a @petrogustavo, sino a otros políticos con el narcotraficante Pero por si las dudas, este es otro #montajemás”.

Revisaremos algunos ejemplos para entender en profundidad de qué se basa dicha estrategia comunicacional propuesta por ColombiaCheck.

Figura 6

ColombiaCheck combate la desinformación con memes.



Nota: Adaptado *Twitter ColombiaCheck*, (Fotografía) ColombiaCheck No coma cuento, 2022. (<https://twitter.com/Colcheck/status/1535365938857533441>)

Estos dos medios evidencian que la una estrategia comunicacional enfocada a desmentir las noticias falsas se combate en el mismo medios: las redes sociales, segundo, que la estrategia comunicacional va mucho más allá de las publicaciones; sino además de la investigación en aspecto como la información, el público objetivo y las dinámicas del mismo, lo cual permite generar un contenido de valor, no solo asociado a la imagen o forma del mismo; sino al contenido como tal expuesto de fondo.

Conclusiones

Lo anteriormente expuesto permite entender el problema de las Noticias Falsas de manera integral, no solo desde una perspectiva desinformativa; sino atendiendo su origen, sus causas, consecuencias y alcances.

Comprender que las Noticias Falsas son un fenómeno permite vislumbrar que es mucho más allá de una simple acción o un “clic” de lo que se esta abordando y que las consecuencias no son tan solo desinformar; sino como se expuso, llegan a alterar la salud y la estabilidad en la integralidad de los humanos.

Culpar a esta nueva era tecnológica y las plataformas que la misma ha traído a nosotros como las redes sociales sería insuficiente para llegar a las soluciones que permitan alterar de raíz la problemática de las noticias falsas, y en consecuencia poder asimilar, que el concepto de prosumidor ya no es una alternativa; sino es una cualidad inherente que tenemos al ser partícipes de estas nuevas tecnologías, porque ya no solo consumimos; sino cualquier interacción que se tenga con el medio nos hace partícipes de ser mediadores del contenido consumido.

Es decir, siempre seremos la contante de emitir y recibir contenido, y en consecuencia, concebir esta idea, esta nueva realidad, nos hará tener un sentido de responsabilidad más serio en nuestra actitud como navegadores, atendiendo que el adecuado uso de los medios y sus contenidos ya no solo se deben exigírsele a profesionales en la materia; sino a todos aquellos que hago uso de dichas tecnologías.

Sin embargo, si es por medio de las redes sociales donde se propaga mayormente las noticias falsas es allí mismo donde se debe combatir el problema, es por eso, que la comunicación estratégica y los medios de comunicación juegan un papel fundamental en esta

iniciativa, dando respuesta, como vimos anteriormente a proyectos como VERA, que se encargan por medio de su estudio riguroso de entender aquella noticia que es tendencia y a partir de ésta, no solo desacreditar como falsa o verdadera la misma; sino especificar qué de lo que se dice es cierto y que no.

Este tipo de estrategias permiten poder decantar dicho contenido informativo en su veracidad, y así permitir que cada vez la desinformación, o aquella información contada a medias se esparza con mayor frecuencia en la gente.

Construir sobre la marcha no es nuevo, cada era que esta en constante desarrollo y evolución debe someterse a ello, es por eso, que la era digital esta pasando de verse como mero entretenimiento a un estilo adaptado de vivir, una extensión más de nuestro diario vivir, y el reconocer eso permite centrar la atención no solo en las virtudes, cualidades y oportunidades que trae consigo todo esto; sino también sus consecuencias, males y riesgos que pueden estar inmersos por su uso indebido.

Las noticias falsas han sido un problema que ha causado múltiples problemas en los últimos años a causa de la pandemia por el Covid – 19.

Entender el concepto desde la técnica periodística y la objetividad de la misma permite comprender a fondo lo que es una Noticia Falsas, y conocer que las redes sociales son el medio de difusión más rápido, ha permitido que esta combinación entre una y otra sea el crecimiento exponencial de las consecuencias y repercusiones de las mismas en la salud humana en la pandemia por el Covid – 19.

Conocer los ejemplos de las Noticias Falsas en Colombia de diferentes estudios y medio alternativos que se han dado a la tarea de estudiar, evaluar y solucionar algunos de las noticias

falsas más representativas en Colombia nos permite entender y esclarecer el daño y consecuencias que las mismas han traído a la población Colombia, y como cada una de estas noticias al ser atendidas, repercuten de manera directa en la salud de colombianos.

Por ello es importante, por medio del conocimiento y de la lectura ardua, saber identificar las Noticias Falsas y así prevenir casos de desinformación que perjudiquen en cualquier sentido la salud y la integridad de las personas.

Bibliografía

Ana María Saavedra (23 de junio del 2020) El coronavirus COVID-19 no se cura con gárgaras de bicarbonato caliente, como dice supuesta médica:

<https://colombiacheck.com/chequeos/el-coronavirus-covid-19-no-se-cura-con-gargaras-de-bicarbonato-caliente-como-dice-supuesta>

Burgos, J.A. (2019) Fake News: desmontando la objetividad Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann

https://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://7dabc9b7-9881-4929-a833-1b7c7f0a1258.filesusr.com/ugd/84be2e_2540adb5607644a6be0ebbd744a0830.pdf

COLEV (s.f.), *Museo de la desinformación*, Universidad de los Andes. Recuperado el 18 de mayo del 2022. <https://uniandes.edu.co/es/noticias/salud-y-medicina/la-desinformacion-durante-la-pandemia>

Gerad, M, (6 de noviembre del 2017) Las ‘fake news’ refuerzan la credibilidad de los medios tradicionales: https://cronicaglobal.elespanol.com/graficnews/fake-news-credibilidad-medios-tradicionales_97568_102.html

González-Gorosarri, M. (2017). Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico . Estudios del mensaje periodístico, núm. 23 (2), 829-846 . Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.58018>

Hernán, D. (3 de febrero del 2020) Estudio Regional: Iceberg Digital, <https://latam.kaspersky.com/blog/el-70-de-la-poblacion-en-america-latina-ya-cuenta-con-conexion-a->

[internet/16991/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=la.blogposts_hd0137&utm_term=la.facebook_hd0137_social_blogposts](https://www.facebook.com/la.blogposts.hd0137/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=la.blogposts.hd0137&utm_term=la.facebook_hd0137_social_blogposts)

Kirsty Cooke (2019), 'Fake news' reinforces trust in mainstream news brands:

<https://www.kantar.com/inspiration/advertising-media/fake-news-reinforces-trust-in-mainstream-news-brands/>

Laura Rodríguez Salamanca (26 de febrero del 2020) Usar tapabocas no provoca que respiremos nuestro propio dióxido de carbono: <https://colombiacheck.com/chequeos/usar-tapabocas-no-provoca-que-respiremos-nuestro-propio-dioxido-de-carbono>

Luisa Fernanda Gómez (10 de marzo del 2020) Audio con recomendaciones sobre COVID-19 no es de voz de Rodolfo Llinás: <https://colombiacheck.com/chequeos/audio-de-rodolfo-llinas-con-recomendaciones-sobre-el-covid-19-es-falso>

Organización Panamericana de la Salud, (s.f.). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19.*

<https://www.paho.org/journal/es/articulos/infodemia-tiempos-covid-19>

Rincón, A. (2021). Transmedia: noticias falsas y pandemia en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12010/19006>.