

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



MEDICHECK: LA PLATAFORMA DE VERIFICACIÓN DE NOTICIAS MÉDICAS

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Gabriel Francisco Santolalla Garcia

Código 20101882

Lima – Perú

Mayo de 2021





**MEDICHECK: LA PLATAFORMA DE
VERIFICACIÓN DE NOTICIAS MÉDICAS**

ÍNDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PRESENTACIÓN	13
1.1 Secciones del aplicativo "MediCheck"	14
1.1.1 ¿Quiénes Somos?	14
1.1.2 Metodología	14
1.1.3 Noticias Verificadas	15
1.1.4 "Presente"	15
1.1.5 Acciones en otras plataformas	16
1.2 Propuesta Gráfica	16
1.2.1 Página de Inicio	18
1.2.2 Secciones de la aplicación	19
1.2.3 Fan Page de Facebook	23
1.2.4 Perfil de Twitter	24
1.2.5 Perfil de TikTok	25
1.2.6 Perfil de Instagram	26
2. ANTECEDENTES	28
2.1 La pandemia del covid-19 y la proliferación de noticias medicas	28
2.2 Fake News y casos locales	36
2.3 El fact-checking y su importancia frente a las fake news	41
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	48
3.1 Objetivos	48
3.2 Visión	49
3.3 Público Objetivo	49
3.4 Campaña de difusión y estrategia	50
3.5 Financiamiento	53
3.6 Efectividad de la propuesta	55
4. LECCIONES APRENDIDAS	58
4.1 Balance autocritico y aprendizajes	58

4.2 Web de la marca	58
4.3 Mayor participación del público en las verificaciones	59
4.4 Swipe Up	59
4.5 Feedback	59
4.6 Metodología (Producción periodística)	60
REFERENCIAS	61
ANEXOS	64



**Dirección de web de las piezas y producciones de
comunicación parte del trabajo**

[https://drive.google.com/drive/folders/1pmep8SfR1bgU4XtOleU
QYsNyWL-j1XNY?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1pmep8SfR1bgU4XtOleUQYsNyWL-j1XNY?usp=sharing)



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Performance de la web "Perucheck.pe"	43
Tabla 2.2 Performance de la web "Salud con Lupa"	46
Tabla 3.1 Usos del Smartphone. Categoría: Leer noticias en aplicativos.....	49
Tabla 3.2 Presupuesto inicial de inversión.....	54
Tabla 3.3 Presupuesto de Gestión de personas.....	54



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Isologo "MediCheck"	17
Figura 1.2 Página de Inicio	18
Figura 1.3 Sección principal noticias verificadas	19
Figura 1.4 Noticia verificada.....	20
Figura 1.5 Noticia verificada	21
Figura 1.6 Noticia verificada	22
Figura 1.7 Fan Page de Facebook	23
Figura 1.8 Perfil de Twitter	24
Figura 1.9 Perfil de TikTok	25
Figura 1.10 Perfil de Instagram.....	26
Figura 1.11 Instagram Story.....	27
Figura 2.1 Anuncio de Mall del Sur y Plaza Norte sobre ivermectina	32
Figura 2.2 Ejemplo de verificación "Verificador.pe"	45
Figura 2.3 Infografía CAPTA.....	47
Figura 3.1 Flujo de adaptación del usuario	51
Figura 3.2 Esquema de medios y plataformas	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista al Doctor Uriel Garcia Caceres	64
Anexo 2: Entrevista a Rodolfo Pereira.....	67
Anexo 3: Entrevista al Doctor Augusto Price Masalias.....	70



RESUMEN

Durante el año 2020 se ha experimentado cambios sin precedentes a nivel mundial. La pandemia del covid-19 ha incrementado el interés de los medios y la opinión pública en todos los temas médicos relacionados a este virus. En este último año se ha sido testigo del bombardeo de información de los medios y las redes sociales, donde se han publicado numerosas noticias sin confirmar, con información tendenciosa o fabricada. Asimismo, el público no ha desarrollado la capacidad de poder interpretar toda esta información de manera correcta. Las *fake news* han abundado más que nunca en estos tiempos, desinformando a la población, sembrando miedo y desconfianza hacia los avances médicos que se han ido dando. Un claro ejemplo de ello es la cantidad de información sobre la ivermectina que se ha publicado y expuesto en medios, siendo mucha de esta información falsa y manipulada.

Para combatir el problema mencionado, esta investigación propone la creación de una plataforma que permita verificar los dichos de ciertos "especialistas" que aparecen en televisión y otros medios, así como noticias del ámbito médico que se publican todos los días sin información veraz y confirmada. Esto permitirá generar confianza en la población hacia los avances médicos que se realizan. También permitirá descartar y desmentir hechos sobre la ivermectina y temas relacionados a la pandemia que no han sido probados, evitando que las personas se automediquen. Con información acertada y verificada, una persona puede tomar mejores decisiones respecto a su salud para hacerle frente al virus del Covid-19.

Palabras clave: Fact-Checking, Medios de comunicación, Ivermectina, Periodismo científico, Covid-19, verificación

ABSTRACT

During 2020, there has been an unprecedented change globally. The Covid-19 pandemic has increased media and public opinion's attention on medical subjects related to the virus. This past year we have witnessed a media and social media information overload, where numerous unconfirmed news have been published containing biased and manipulated information. In addition to this, general public wasn't prepared to understand all this information. Fake news are on the rise, misinforming people and giving them fear and suspicion towards medical progress. A good example of this, is the amount of information related to the use of ivermectin that has been published and been exposed in the media, suspected of being fake and manipulated.

To battle with this problem, this investigation suggests the creation of an app that allows access verified information regarding covid-19 and it's treatments. This will also allow to debunk certain statements that have appeared on the press on this subject. The main objective of this project is to generate trust in the population towards medical progress that is being made. Debunking myths and biased statements will also help people to stop self-medicating, because they will have more resources to take care of themselves. With accurate and verified information, a person can make better decisions for their health to battle Covid-19.

Keywords: Ivermectin, Covid-19, Fact-checking, Myths, Debunk, Pandemic

INTRODUCCIÓN

La pandemia del covid-19 ha cambiado el estilo de vida y la forma en que se consume información. En el último año se ha visto como esta se ha proliferado a través de las redes sociales y medios digitales, pero a su vez también se han incrementado la cantidad de noticias falsas que son difundidas a un ritmo mucho mayor que el de los hechos verificados. Esto se ha debido principalmente a la premura con que debía salir la información, ya que sucedían hechos que eran noticia, todos los días y a toda hora.

La opinión pública y los consumidores de medios han sido testigos desde el inicio de la pandemia en marzo 2020 de la proliferación de noticias sin confirmar acerca de la ivermectina, un medicamento utilizado como antiparasitario de amplio espectro en animales y humanos. Este fue recomendado para prevenir los síntomas del covid-19, sin un sustento que fuera concluyente. Uno de los principales promotores de su uso desde el inicio de la pandemia fue el veterinario Manolo Fernandez, quien la publicitó como la solución milagrosa frente a este virus. Muchos siguieron sus pasos, recomendando el milagroso producto en cuanto medio de televisión o digital aparecieron. Por supuesto, todas estas recomendaciones no tenían ningún sustento científico que fuera concluyente para poder aconsejar a la población que se automedique.

Como se ha podido comprobar, la desinformación y la ignorancia en temas médicos ha jugado en contra del país. Se necesita que la población este activamente alimentada de información veraz y confiable, especialmente en temas de salud debido al virus del covid-19.

Este escenario se muestra favorable para realizar propuestas de comunicación que permitan a los ciudadanos tomar mejores decisiones que podrían incluso, salvarles la vida.

1. PRESENTACIÓN

Nuestro proyecto se llamará "MediCheck", el cual será una aplicación móvil de fact-checking sobre salud. Asimismo, tendremos cuentas complementarias en Twitter, Facebook y en la novedosa app TikTok para poder mejorar nuestro alcance. Esta aplicación proporcionará información confiable y verificada del ámbito médico en nuestro país, haciendo especial énfasis en las afirmaciones vertidas en medios de comunicación tradicionales y redes sociales.

Dentro de nuestro contenido tendremos artículos elaborados, en donde se explicarán las diversas afirmaciones sobre los temas médicos y de salud pública en nuestro país desde el mes de abril de 2021 en adelante. Estas afirmaciones o publicaciones virales serán analizadas y contrastadas con fuentes especializadas. Creemos que hoy en día el fact-checking es indispensable en todos los ámbitos, especialmente en plena pandemia del covid-19, donde información acertada puede ayudar a los pacientes a tomar mejores decisiones y en consecuencia salvar vidas.

Entre las demás secciones que tendremos aparte de la sección de noticias verificadas, será la publicación de una guía para evitar la automedicación y además una sección en donde el público podrá enviarnos la información que desee que sea verificada, siempre y cuando sea posible. Esta información será actualizada y alimentada periódicamente de manera diaria con nueva información. Otro factor importante que incluiremos estará en la parte final de todos nuestros artículos elaborados. Se trata de un botón de compartir para que el usuario pueda extender el alcance de esta información y retransmitirla a sus contactos fácilmente, creando así una viralidad de información que ha sido previamente verificada por nuestro equipo. Esta función tendrá como objetivo principal crear la viralidad de nuestros artículos elaborados. Las piezas de comunicación que emplearemos para el presente trabajo están detalladas con los accesos en la siguiente ficha técnica.

1.1 Secciones del aplicativo "MediCheck"

En la aplicación tendremos las mismas secciones que se muestran en las páginas peruanas de fact-checking tales como lo son la sección "quienes somos", la sección de metodología que emplearemos para verificar y la sección de las noticias verificadas. También hemos decidido incorporar la sección de la guía para evitar la automedicación y una sección llamada "Presente", que va a contener a manera de publicación fija lo más reciente de nuestro contenido.

1.1.1 ¿Quiénes Somos?

En esta sección colocaremos una breve presentación de nuestro proyecto para que la opinión pública pueda saber de que se trata. También se mostrará a los integrantes de nuestro equipo y sus diferentes funciones.

1.1.2 Metodología

Esta sección estará conformada por información sobre la metodología que emplearemos para verificar. Esto será detallado para conveniencia del usuario del aplicativo. En la parte final de esta sección también incluiremos las correcciones realizadas, de ser necesario.

La producción periodística de los contenidos que en este caso serían nuestros artículos elaborados empezarán con una búsqueda exhaustiva en internet consultando fuentes locales, artículos periodísticos, entrevistas, entre otras fuentes. Nuestra prioridad será la búsqueda de afirmaciones que sean susceptibles de ser analizadas y desmentidas.

Los aspectos periodísticos que tomaremos en cuenta para la selección de las declaraciones que verificaremos serán la relevancia, la exposición al peligro de la salud de las personas por falsedades y la viralidad que genera dicha declaración.

1.1.3 Noticias Verificadas

Esta será la categoría principal de nuestro proyecto, pues incluirá todos los artículos elaborados por nuestro equipo con información verificada. Se mostrará la foto de la noticia relacionada al tema de la salud pública con una etiqueta que permita al lector reconocer la valoración que se le dio a la afirmación. En la parte superior se mostrará el medio donde aparece la afirmación, luego más abajo irá la cita textual del personaje y finalmente irá el detalle de la verificación. Esta sección irá de la mano de la sección "presente", desde la cual los artículos menos recientes pasaran luego a esta sección, la cual servirá como repositorio.

Las fuentes que consultaremos serán principalmente los médicos e investigadores de la Clínica Javier Prado, quienes ayudarán con la alimentación de información al proyecto. De nuestra parte, realizaremos un monitoreo de medios para estar siempre en la búsqueda de algún dicho o afirmación que pueda ser verificada.

La información luego será rebotada en nuestras demás plataformas como Facebook y Twitter con el hashtag #VerificadoMediCheck con lo cual será susceptible de ser compartido, contribuyendo con las vistas de la noticia y el tráfico de la aplicación. De esta manera los lectores ya sabrán que información ya se verificó antes de proceder a la lectura. Es precisamente en esta sección donde combatiremos las *fake news* que abundan los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales, pues nuestro objetivo principal es llegar a la verdad en compromiso con nuestros usuarios. Siempre se hace énfasis en la competencia de la fuente consultada para darle mayor peso a nuestra verificación de información, ya que es importante brindar un aporte especializado y contextualizado de una afirmación.

1.1.4 "Presente"

En esta sección de la aplicación tendremos las noticias más recientes sobre el covid-19 y las últimas afirmaciones de autoridades públicas sobre el tema. Esta será presentada a manera de backlog, es decir se mostrará una lista al estilo de Twitter que irá actualizándose conforme recibamos nuevas declaraciones y afirmaciones que estaremos próximos a verificar. A través de este modo los usuarios pueden estar al día con

contenido fresco relacionado a temas de interés ligados al covid-19 como lo son la llegada de vacunas, la ivermectina y el desarrollo de tratamientos contra la enfermedad.

1.1.5 Acciones en otras plataformas

En nuestras plataformas complementarias de Facebook, Instagram, Twitter y TikTok rebotaremos la información que se vierte en nuestro aplicativo. Esto motivará a los usuarios a descargarla y replicar su contenido. En Facebook y Twitter colocaremos el encabezado de la noticia con el hashtag #VerificadoMediCheck. Asimismo en TikTok colocaremos videos cortos de 15 segundos explicando brevemente nuestras verificaciones. Asimismo en la plataforma Instagram tendremos la opción para deslizar hacia arriba y redirigir a los usuarios a descargarse la aplicación.

1.2 Propuesta Gráfica

Para nuestra propuesta gráfica utilizaremos un isologo que permita al usuario entender cual es el propósito de la marca. Utilizamos colores verde agua contrastado con colores blancos, muy utilizados en el campo de la medicina. En la parte inferior del isologo podemos hallar el nombre de la marca y un breve slogan o *reason why* que le permita al usuario que lo ve por primera vez comprender lo que hacemos.

Figura 1.1

Logotipo de "MediCheck" que se muestra en todas nuestras plataformas.



1.2.1 Página de inicio

Figura 1.2

Página de inicio "MediCheck"



1.2.2 Secciones de la aplicación

Figura 1.3

Sección principal noticias verificadas.



Figura 1.4

Sección de noticia verificada



Figura 1.5

Sección de noticia verificada



Figura 1.6

Sección de noticia verificada



DELLIMA
RAXIS

1.2.3 Cuenta de Facebook

Figura 1.7

Fan page de Facebook de "MediCheck"

The image shows the Facebook profile page for 'MediCheck'. The profile picture is a circular logo with a stethoscope and the text 'MEDICHECK'. The name 'MediCheck' and handle '@MedicheckPeru · Media' are visible. There are buttons for 'Edit Send Message' and 'Promote'. Below the profile information, there is a section for 'Set Your Page up for Success' with a progress bar showing '9 of 13 steps completed'. The steps are: 'Establish Your Page's Identity' (COMPLETED), 'Provide Info and Preferences' (3 STEPS LEFT), and 'Introduce Your Page' (1 STEP LEFT). There is also a section for 'Invite Friends to Like Your Page' with a search bar and a list of friends to invite: 'Ve Nom', 'Daniel Torre Bolivar', and 'Graitnas'. The main content area shows a post from 'MediCheck' dated 'April 22 at 8:51 PM'. The post text is: 'El veterinario Manolo Fernandez afirmó a #BaellaTalks que la ivermectina, si es tomada en forma profiláctica vuelve asintomáticos a los pacientes. Sin embargo, MediCheck pudo constatar que esta afirmación es falsa. #VerificadoMediCheck'. Below the text is a 'FALSO' (False) label with a red 'X' over a photo of Manolo Fernandez. A 'KEYWORDS' box on the right lists 'Ivermectina' and '#BaellaTalks'. At the bottom right of the page, there is a page number '23'.

1.2.4 Cuenta de Twitter

Figura 1.8

Perfil de Twitter de "MediCheck"

MEDICHECK
VERIFICACIÓN MÉDICA

MEDICHECK
VERIFICACIÓN MÉDICA

Following

MediCheck Peru
@MedicheckP

MediCheck es una plataforma de fact-checking de afirmaciones sobre el covid-19 y sus tratamientos para contrarrestar la desinformación en tiempos de fake news.

📍 Lima, Peru 🌐 app.medicheck.pe 📅 Joined April 2021

1 Following 2 Followers

👤 Followed by Renato Córdova

Tweets Tweets & replies Media Likes

MediCheck Peru @MedicheckP · Apr 22

✗ El veterinario Manolo Fernandez afirmó a #BaellaTalks que la ivermectina, si es tomada en forma profiláctica vuelve asintomáticos a los pacientes. Sin embargo, MediCheck pudo constatar que esta afirmación es falsa. #VerificadoMediCheck

📖 Lee la verificación completa en el app.

FALSO

IVERMECTINA

ivermectina

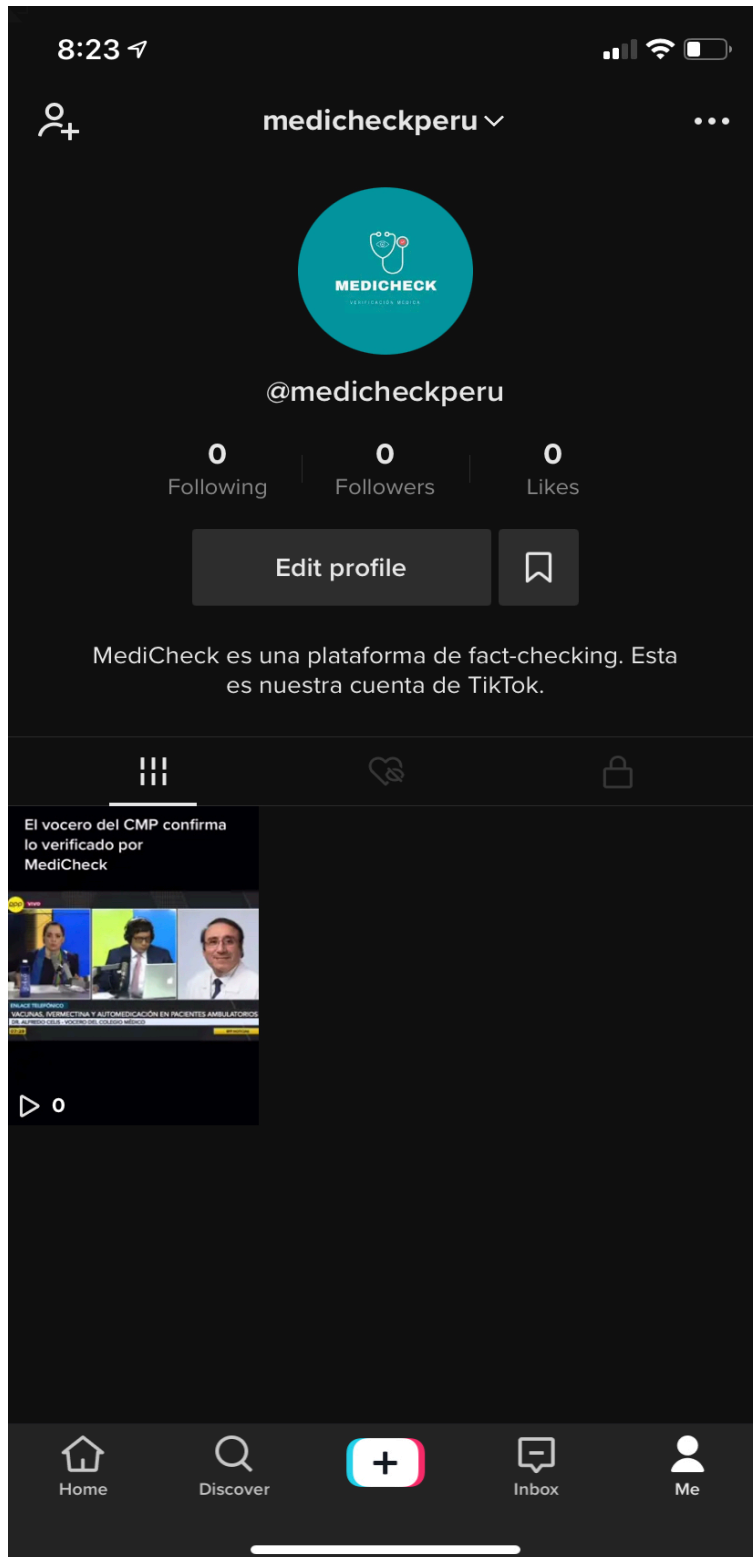
#BaellaTalks

"lo que hace la ivermectina [en el paciente] es, cuando uno lo toma en forma profiláctica, volverse asintomatico [sic]" - Manolo Fernandez

1.2.5 Perfil de TikTok

Figura 1.9

Perfil de TikTok de "MediCheck"



1.2.6 Perfil de Instagram

Figura 1.10

Perfil de Instagram de Medichcek

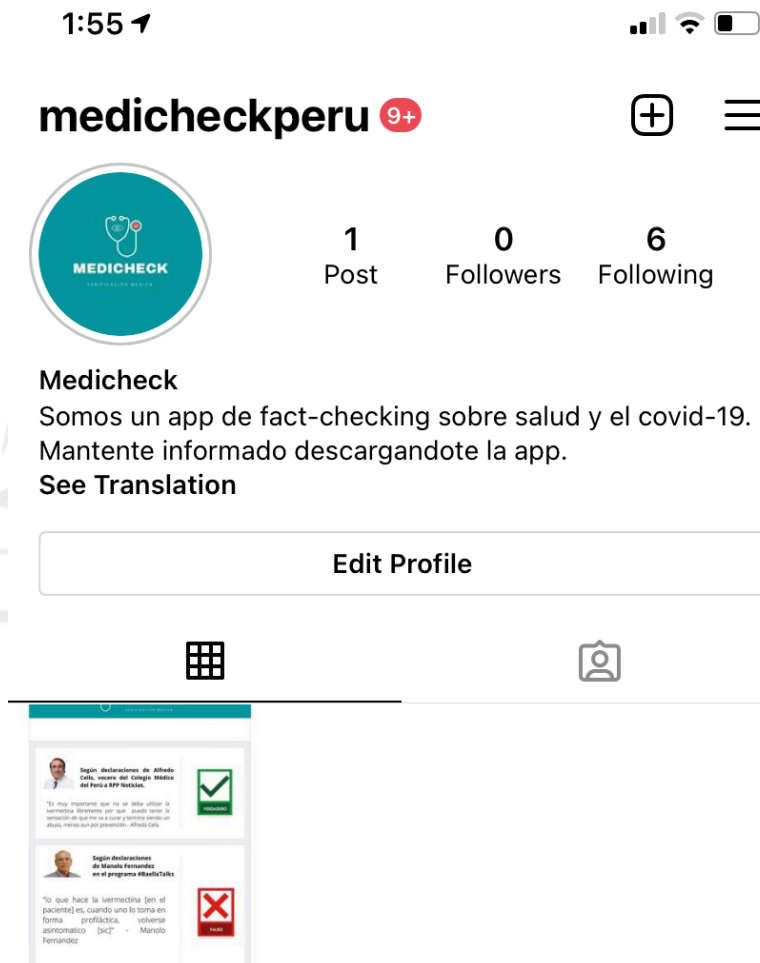


Figura 1.11

Instagram Story incluyendo el botón de deslizar hacia arriba.



2. ANTECEDENTES

Este proyecto tiene como temas principales al tratamiento informativo sobre la efectividad de la ivermectina y la responsabilidad en el manejo de noticias de estos temas en los medios de comunicación. En este punto, se hará un análisis de antecedentes y contextual de los medios periodísticos en torno a la ivermectina, además de otros temas relacionados a la pandemia del covid-19. Esto será analizado tomando en cuenta distintos medios como la televisión abierta, por cable, la radio, medios digitales y redes sociales.

2.1 La Pandemia del covid-19 y proliferación de noticias médicas

El 15 de marzo del 2020 inició el confinamiento estricto en nuestro país, que dejó a la población del país atemorizada y desconcertada. El mensaje del expresidente Martín Vizcarra anunciaba la llegada de un virus desconocido importado desde China. Nadie sabía como ni cuando había ocurrido esto. Para ese momento, ya el país se encontraba con varios infectados del virus.

Los medios de comunicación pedían urgentemente a la población quedarse en sus casas y no salir por ningún motivo, ya que al desplazarse uno podría también estar desplazando el virus, sin saberlo. La población estaba necesitada de información sobre el confinamiento, cuanto iba a durar y cual era el avance del virus día a día. En ese sentido, muchos medios optaron por asustar a la población, en muchos casos de manera infundada, debido a la falta de información concreta desde el gobierno sobre cuales medidas tomarían para frenar el covid-19. Esto se convirtió en una política de gobierno: mantener a la población asustada. Los medios siguieron esa línea y optaron por mostrar diariamente noticias de alto impacto sobre la pandemia, que actuaran como disuasivo para las personas que no acataban las medidas. Este manejo de la información hacía suponer que el gobierno no tenía una estrategia clara para detener el avance del covid. No se hablaba con claridad acerca de las cifras de muertos diarios ni tampoco sobre el uso de las pruebas serológicas, conocidas como pruebas rápidas y las PCR moleculares.

La población necesitada de información acudió a otros canales informativos, entre ellos los medios digitales y las redes sociales. Como es evidente la información y hallazgos sobre este novel virus variaban día tras día, por lo que se podía realizar una precisión un día y al día siguiente surgía otra información que confirmaba o desmentía el hecho. Entonces, se dio el escenario perfecto para la proliferación de *fake news*, especialmente en las redes sociales. Esto por supuesto también se dio en los medios de señal abierta y cable, donde el televidente tiene un número limitado de opciones para sintonizar.

Las *fake news* no son un fenómeno nuevo dentro del periodismo. Durante el siglo XVIII eran utilizadas por reyes como herramienta de poder. Luego en el siglo XX los gobiernos totalitaristas las utilizaron como herramienta de desinformación propagandística. El autor Marc Amorós Garcia define a las *fake news* como "informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero." (Amorós Garcia, 2018)

Con esta afirmación el autor hace referencia a la intención de utilizar noticias falsas con un propósito y señala a esto como un elemento central en la definición del término.

Un claro ejemplo de las *fake news* en el contexto de la pandemia ha sido el uso y tratamiento de la información en torno a la ivermectina.

En su programa podcast *Coronavirus: Realidad vs. Ficción con el Dr. Elmer Huerta* el doctor Huerta recordó como se originó el interés por este medicamento como tratamiento frente al virus:

"El interés por la ivermectina empezó el 03 de abril del 2020 cuando en una publicación la científica australiana Kylie Wagstaff comunicó que usando una cantidad de ivermectina alta, aproximadamente cien veces la dosis que se usa comúnmente, la medicina era capaz de impedir que el Sars Cov-2 ingresara a un cultivo celular, " (Huerta, 2020-presente, 01:58 min)

El estudio fue realizado de manera in-vitro al interior de un tubo de ensayo. Al cabo de dos semanas, científicos de Bangladesh afirmaban que habían logrado curar al 98% de

los pacientes que recibieron la combinación de ivermectina con el antibiótico doxiciclina. Él también resaltó que los pacientes por Covid-19 se recuperan de manera espontánea y que posiblemente se hubieran recuperado sin el uso del medicamento. Asimismo, agregó que médicos en Perú, Bolivia, República Dominicana y México fueron motivados por el estudio de la científica australiana, por los resultados del reporte de Bangladesh y por la necesidad de encontrar algún tratamiento efectivo contra el nuevo virus para promover su uso como preventivo. En los meses siguientes el uso se extendió a casi todos los países de América Latina. El razonamiento que emplearon los médicos para recetar un medicamento sin la comprobación científica fue que si no se ha demostrado que funcione, tampoco se ha demostrado que no lo haga.

Este medicamento, utilizado como antiparasitario fue largamente promovido desde el inicio de la pandemia en nuestro país. El promotor de su uso como cura "milagrosa" al Covid-19 fue el veterinario Manolo Fernández, quien aparecía en distintos medios llamando a que sea utilizado para evitar los mortales síntomas. Esto fue dicho abiertamente sin sustento científico alguno que pudiera garantizar su efectividad.

En tiempos de pandemia, la desinformación es igual o peor que el virus mismo, en el caso de la ivermectina ha sido igual. Muchas personas empezaron a consumirla, pero igual enfermaron del virus. A pesar de esto en medios como Willax continuaron promocionando su uso. Otro de los doctores que continuamente recomienda tomar este antiparasitario es el Dr. Tomás Borda, quien en uno de sus programas dijo:

"Usted puede tomar ivermectina una vez al mes y esto impedirá la replicación viral, por lo tanto evitará las complicaciones de esta enfermedad." (Borda, 2021)

El doctor evitó mencionar cuál era la fuente en la que basaba su afirmación. Esta falta de rigurosidad en el manejo de la información constituye una irresponsabilidad, especialmente tratándose de un programa de contenido médico. A lo largo de la pandemia se ha observado un especial interés de algunos medios y doctores allegados a estos medios por promocionar sin un sustento claro la ivermectina y—en menor medida—la vacuna peruana del laboratorio Farvet.

Muchas personas confiaban en lo que estos profesionales les decían y caían continuamente en un círculo vicioso de desinformación. Asimismo autoridades como el MINSA autorizaban y promocionaban su uso. Además lo prescribían como parte del tratamiento para pacientes con el virus, es decir que ellos también cayeron en este círculo vicioso. Cabe resaltar que al Centro Nacional de Abastecimiento de Recursos Estratégicos en Salud le fue asignado un presupuesto de 263,200 millones de soles para la compra de medicamentos como la ivermectina y la hidroxiclороquina. (Plataforma Digital Única del Estado Peruano [Gob.pe], 2021)

"Las competencias mediáticas de la ciudadanía, tan ausentes en los currículos escolares, son la clave para prepararnos a nivel personal para comprender de una forma global y crítica los mensajes mediáticos y para establecer una relación positiva con ellos." (Aguaded, 2014)

Según el autor, es necesario que los ciudadanos tengan un mínimo de preparación para poder desarrollar la capacidad de interpretar los mensajes mediáticos, en especial en temas de salud durante la pandemia. Este "mareo informativo" ocurre debido a la infoxicación o infopolución, donde la sobreexposición está creando mayor contaminación informativa. En relación a la ivermectina, el bombardeo de información se originó en las redes sociales, donde la población se volcó a buscar información y soluciones milagrosas. Luego, la televisión potenció este mensaje, dando la falsa creencia de que esta medicina iba a salvar a la población del virus. En varios momentos del día se pudo hallar, en distintos medios y plataformas, información a favor y en contra del uso de este fármaco, lo que causaba confusión y desconfianza en la población. Debido a la velocidad con la que se publicaba información, era difícil discernir cual era verdadera o no. Muchas personas seguían las posiciones a favor de la ivermectina, como los programas de Willax Televisión y algunas empresas aliadas a ellos como Mall del Sur y Plaza Norte, quienes también recomendaban su uso.

Figura 2.1

Anuncio de Mall del Sur y Plaza Norte recomendando el uso de la ivermectina.

SÁBADO 30 DE ENERO DEL 2021 **trome** (AVISO) 3

Optimismo

SIGUE ADELANTE, PERÚ

RESPECTEMOS LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD EN TODO LUGAR Y
HAGAMOS FRENTE AL MOMENTO QUE ESTAMOS VIVIENDO

- Use siempre mascarilla
- Lávese las manos
- Distanciamiento social
- Desinfección de zapatos y manos
- Limpieza y desinfección constante
- Lleve siempre alcohol en gel

DESDE EL DOMINGO 31 DE ENERO SOLO ATENDERÁN:
Plaza Norte : Makro, Metro, Maestro, farmacias y bancos.
Mall del Sur : Tottus, bancos y farmacias.
Y pedidos a domicilio.

Mayor información en: Plaza Norte Mall del Sur

SALGAMOS CON RESPONSABILIDAD Y SIN MIEDO
Y PARA SU PROTECCIÓN RECOMENDAMOS USAR IVERMECTINA

Plaza Norte **Mall del Sur**

Plaza Norte / www.plazanorte.pe Mall del Sur / www.malldelur.pe
Panamericana Norte - Tomás Valle - Tupac Amaru Av. Los Lirios con Av. Pedro Miotta

En el otro lado, existían posiciones más conservadoras en torno a este fármaco que venían principalmente del doctor Elmer Huerta y el medio de comunicación Radio Programas del Perú. En medios como este era donde se podía encontrar la mayor cantidad de noticias e información sobre la ivermectina y los tratamientos contra el covid-19 diariamente. También había distintas en relación a este tema, ya que las informaciones eran contrarias unas con otras, incluso las comunicaciones oficiales del gobierno tenían una posición contraria al de algunos medios con este medicamento.

"Desde hace meses, la ivermectina ha ocupado el lugar dejado por el dióxido de cloro y nuestro país es el epicentro de esta patraña. Desde abril, cuando se incluyó en el kit para tratamiento contra el covid-19, el Estado oficializó su uso y fue repartido en hospitales y en el plan Tayta." (Casusol, 2021)

En palabras del periodista, la ivermectina se ha convertido en un instrumento político para una farsa, para un engaño hacia el pueblo que requiere soluciones rápidas y milagrosas. El lo llama "un siniestro acto de fe", ya que han habido casos donde personas se han administrado dosis para animales, lo cual podría ser mortal. En el Perú, se ha tomado la pandemia como un elemento dentro de la agenda electoral, en lugar de que sea solo un asunto de salud pública y esto ha sido aprovechado por numerosos candidatos, que han puesto este tema en la prioridad en el debate público.

En las opiniones contrarias a la opinión del periodista, se ha podido encontrar diversos ejemplos y críticas. Entre ellos, el más resaltante es el de un portal web que atacó al periodista tildándolo de ignorante y defendiendo el uso de la ivermectina sin lugar a cuestionamientos.

"Esta semana el columnista Pedro Casusol, con su nota de opinión "Ivermectina", demostró estar totalmente desactualizado y que tal vez no sabe leer en inglés, porque es evidente que no revisa los artículos científicos publicados desde hace meses sobre dicho fármaco, que son cada vez más numerosos y sobre los cuales incluso se ha desarrollado un meta análisis con conclusiones positivas y por ello en enero los Institutos Nacionales de Salud (NIH) de los EE. UU. pasaron de oponerse a la ivermectina a tomar una actitud neutral, con lo cual los médicos tienen luz verde para emplear dicho fármaco." (Con Nuestro Perú, 2021)

En esta afirmación publicada en la revista digital "Con Nuestro Perú" se puede encontrar un claro ejemplo de manipulación de la información, la cual no es mostrada en su totalidad y cita estudios que no dicen lo que se menciona en el portal web. Esto es con un propósito, el de reforzar la idea de que es la tabla de salvación contra el covid y

que ayuda a prevenirlo. Este tipo de prácticas periodísticas atentan contra una información veraz, ya que entorpecen la verificación exhaustiva de datos. Esto sucede por que hay un interés detrás para que no sepa toda la verdad o bien se desea un resultado específico al divulgar estas informaciones. Otro factor que atenta contra la información veraz en este caso, es la utilización de testimoniales, a pesar que estos no son elementos racionales sino emocionales. Este elemento de la posverdad ha sido muy utilizado para desacreditar posiciones informadas sobre el medicamento. En estos testimonios se afirma que la ivermectina les ha salvado la vida y recomiendan a todas las personas que no dejen de tomarla. Es una publicidad y promoción de boca a boca, lo que genera más confianza en el receptor de este mensaje.

Un factor adicional que igualmente atenta contra la información verificada, es la premura con la que el público requiere contenidos nuevos y actualizados. Esta necesidad evidentemente induce al error al periodista o investigador, por eso se debe tener mucho cuidado al momento de emitir contenidos no confirmados, ya que pueden hacerlos perder credibilidad. Hoy en día, la carretera informativa avanza mucho más rápido que antes y es necesario estar informado y actualizado, pero de manera acertada, consultando fuentes confiables.

En el caso particular del dicho en la revista digital, el cual pretende desacreditar al periodista, se acude a la manipulación. Esto ocurre por que se aprovecha de la complacencia del público ante noticias no confirmadas y manipuladas, las cuales son de inmediato asumidas como ciertas, provocando una bola de nieve de desinformación. Como se pudo constatar en la revista digital, esta solo tiene como fin desacreditar posiciones contrarias a la suya. Se cita como fuente a los Institutos Nacionales de Salud de los Estados Unidos, quienes pasaron de oponerse al uso de la ivermectina a ser neutrales, con lo que los médicos ya podrían prescribirla. Pero esto de ninguna forma es prueba de su eficacia para prevenir el virus del covid-19, ni tampoco una razón poderosa para automedicarse. El daño causado por la desinformación es visible y la magnitud de este daño ha aumentado con el paso de los meses de la pandemia. Muchos medios han sentido el peso informativo y la falta de rigor periodístico que representaba desarrollar una noticia del ámbito médico, pues no se encontraban preparados para informar continuamente sobre este tema. Esto sin duda ha sido también un reto para la

comunidad científica, pues desde el inicio de la pandemia surgió un escepticismo en la población hacia las publicaciones científicas oficiales y su reproducción en los medios masivos. A pesar de los grandes esfuerzos por difundir los hallazgos de las investigaciones, la población prefería confiar en los contenidos sensacionalistas, con medias verdades que ofrecían curas milagrosas como la ivermectina o el dióxido de cloro. En una sociedad como la peruana el boca a boca y la posverdad tiene un peso superior, ya que es parte de la idiosincrasia del ciudadano peruano la automedicación como opción frente a un sistema de salud deficiente.

La organización National Institutes of Health (NIH) decidió en enero pasado, retirar la recomendación en contra del uso de la ivermectina. Para defender y sustentar este cambio ellos prometieron presentar un artículo académico sobre un estudio realizado en pacientes con covid-19. El artículo fue elaborado por la Front Line COVID-19 Critical Care Alliance (FLCCC) y fue inicialmente aceptado para su publicación en la revista *Frontiers in Pharmacology*. Se publicó un adelanto del documento, pero al cabo de unos días fue retirado de la web, debido a que su publicación total fue rechazada por contener afirmaciones inexactas y por violar la política editorial de la revista. Esto provocó incomodidad de parte de la FLCCC, quienes calificaron esto como una "censura". Además, afirmaron que su revisión fue hecha por terceros, lo cual es anormal. (Offord, 2021)

La controversia aun continua, ya que la totalidad del artículo no ha sido publicado hasta la fecha. Asimismo las posiciones contrarias a la del NIH sobre la ivermectina se han manifestado. Por ejemplo, la European Medicines Agency (EMA) ha prohibido su uso para pacientes con covid-19 por no encontrarse suficiente evidencia concluyente:

"EMA has reviewed the latest evidence on the use of ivermectin for the prevention and treatment of COVID-19 and concluded that the available data do not support its use for COVID-19 outside well-designed clinical trials. Ivermectin medicines are not authorised for use in COVID-19 in the EU, and EMA has not received any application for such use." [EMA ha revisado la última evidencia en el uso de la ivermectina para la prevención y tratamiento del Covid-19 y ha concluido que la data disponible no apoya su utilización para covid-19 aparte de pruebas clínicas bien diseñadas. Las medicinas de

Ivermectina no están autorizadas para uso en Covid-19 en la Unión Europea, y el EMA no recibido ninguna aplicación para su uso.] (European Medicines Agency, Marzo 2021)

A diferencia de la posición tomada por Estados Unidos, la Unión Europea fue tajante al frenar de golpe este tipo de recomendaciones no sustentadas y ambiguas.

Desde el punto de vista de la divulgación y el periodismo científico, muchos medios han seguido esta línea, actuando responsablemente en el manejo de la información.

El periodista dedicado a divulgar la ciencia en medios de comunicación debe:

"utilizar fuentes relacionadas con agencias informativas, centros de investigación, organismos internacionales de corte científico, congresos, universidades, artículos científicos, libros, revistas y la internet. " (Estrada Loyo, 2014)

Según el autor se debe tener especial cuidado con la internet, ya que sus contenidos necesitan ser cuidadosamente seleccionados y validados. Por este motivo, en especial en temas científicos es necesario consultar fuentes más específicas, las cuales requieren ser decodificadas a un lenguaje cercano a los lectores. Esto representa una traba, ya que por lo general los científicos prefieren divulgar sus hallazgos en medios dirigidos a sus pares y a su vez restringen la diseminación de estos conocimientos.

2.2 Fake News y casos locales

"Las redes sociales han hecho un cambio en la formación de la opinión pública. Hoy en día las fake news viajan más rápido por el Twitter que las noticias reales." (Zovatto, 2021)

Para Zovatto, quien es Director Regional del International Institute for Democracy & Electoral Assistance, el ecosistema informativo ha cambiado, ha generado cambios disruptivos y en definitiva, ha cambiado la manera en que construimos y formamos nuestra opinión. En su argumentación resalta el ejemplo del caso del 2016 durante la elección de Donald Trump donde las redes sociales probaron ser mas importantes que el dinero y financiamiento de las campañas políticas. En el curso de esta elección se

dieron varios casos graves de manipulación de información y además se utilizó la herramienta de *fact-checking* de manera tendenciosa, restándole credibilidad a esta.

En definitiva, las redes sociales son el fenómeno central de nuestra época, esto también ha cambiado la forma de hacer política a través de las redes. Los discursos de odio y la difamación están a la orden del día sin que nadie pueda someterlos a una fiscalización. Esto sucede debido a que se esconden detrás de un usuario o una cuenta, siendo muy difícil identificar al autor. Además hasta el momento no hay una manera de someter a las redes sociales a las reglas y leyes de los medios de comunicación convencionales.

La principal razón por la que las fake news ganaron tanto terreno, especialmente en la pandemia, se debió a una combinación de factores y errores. Estos fueron el deficiente rol de los medios de comunicación tradicionales, quienes sufrieron dificultades para poder informar adecuadamente sobre temas de salud, cometiendo errores graves inclusive. Otro factor fueron los intereses económicos que hay detrás de las empresas prestadores de servicios de salud tales como las clínicas, farmacias, laboratorios, entre otros. Algunas de las fake news que surgieron durante estos meses se debieron a intereses económicos como lo fueron la compra de pruebas rápidas, la compra de mascarillas y la compra de vacunas. Finalmente otro factor importante fue la ausencia de una política de comunicación clara por parte del gobierno de turno. Durante los primeros meses de la pandemia una de las principales fuente de desinformación fue el gobierno, ya que planteaban normas y protocolos contrarios a lo que decía la OMS y la FDA americana, ambas fuente oficiales.

Colocándonos en el plano local y en específico en las noticias vertidas sobre la ivermectina, se han encontrado numerosas publicaciones con información no confirmada e incompleta, que así fue presentada. No se tomo en cuenta la fuente, ni tampoco se citó para que el público pudiera contrastar la información.

Es necesario mencionar los resultados de una investigación realizada por el equipo de la Unidad de Informática Biomédica de la Facultad de Salud Pública y Administración de la Universidad Peruana Cayetano Heredia quienes analizaron los comentarios y publicaciones vertidas en Facebook sobre la ivermectina. Dentro de su investigación concluyeron que:

"En cuanto al análisis de los comentarios se destaca la percepción de los usuarios que consideran a la ivermectina como la "cura efectiva" contra la COVID-19." (Mujica, et al., 2021)

Asimismo concluyeron que las publicaciones en Facebook son clasificadas como "rumores" y en su mayoría tienen origen en paginas de medios de comunicación. Se resaltan dos aspectos fundamentales en el contexto de la actual crisis sanitaria: la necesidad de la población para informarse acerca de una enfermedad que genera mucho temor por la cantidad de muertos, lo cual hace que recurran a fuentes de información sin respaldo científico. Estas fuentes brindan información que promete curarlos con ivermectina, creando una falsa sensación de seguridad y bajando la guardia frente a la protección del covid-19. El segundo aspecto contextual que resaltan es la marcada influencia de los medios de comunicación y la información que brindan a la población, por lo que consideran necesario que el MINSA mejore su comunicación a través de estrategias sencillas y precisas. Para esto, es necesario el apoyo de la academia científica, quienes conocen más sobre las investigaciones que se realizan y los avances científicos.

En una entrevista con el periodista Alfonso Baella, el veterinario dueño del laboratorio Farvet Manolo Fernandez afirmó que "lo que hace la ivermectina [en el paciente] es, cuando uno lo toma en forma profiláctica, volverse asintomático [sic]" (Fernandez, 2021)

Él dijo que si habrá infección del virus, pero que el paciente ya no tendría la necesidad de acudir a un hospital, ya que sería asintomático. Esta afirmación fue desmentida por el portal web Ojo Publico, quienes contrastaron esto con información médica, confirmando como falsa su afirmación.

Ellos resaltaron que desde mayo del año 2020 la Food And Drug Administration (FDA) recomendó no automedicarse contra el covid 19, si es que no se cuenta con receta medica. De acuerdo con Ojo Publico:

“Se necesitan pruebas adicionales para determinar si la ivermectina puede ser apropiada para prevenir o tratar el coronavirus o el Covid-19, asegura la FDA en

un reporte sobre la Covid-19 y la ivermectina que figura en su página oficial."
(Tapullima, 2020)

Además el portal acudió al veterinario para pedirle precisiones sobre lo que había declarado. El citó dos fuentes para sustentar su posición, una de ellas era el portal argentino Infobae, que había publicado una noticia sobre un estudio de la efectividad de la ivermectina tomada en fases tempranas de la enfermedad. Sin embargo, la versión original del estudio científico no ha sido publicada. Esto es un claro ejemplo de *fake news* y manipulación, pues se toma como fuente una noticia que a su vez no contiene una fuente científica citada, causando un círculo vicioso de desinformación. Cabe resaltar que esto se hace de manera tendenciosa, o bajo intereses, pues se sabe que la información está incompleta. Esta fuente y otras fueron recogidas por Manolo Fernandez y replicadas parcialmente, aumentando así la cadena de desinformación.

Otra fuente citada por él fue un extracto de la revista académica *Indian Journal of Tuberculosis*, donde se citan varias pre publicaciones, lo que significa que sus pares médicos aun no han revisado la información para que pueda ser publicada definitivamente. Resulta una falta ética divulgar información medica no confirmada, mintiendo a la población que toma esta información como verdadera, mejorando así la credibilidad de quien la divulga. Es necesario resaltar que uno de los aspectos del periodismo digital es el aprovechamiento de los recursos y servicios que brinda el internet. Por este motivo, se puede inducir al error al periodista digital o científico que divulga una información encontrada en internet. Se debe tener sumo cuidado al momento de filtrar fuentes y paginas web que publican noticias diariamente, siempre recurriendo a fuentes confiables y oficiales.

Lo mismo ha venido sucediendo en distintos países de américa latina. Es por este motivo que organismos oficiales de los gobiernos, así como un fabricante de este fármaco tuvieron que pronunciarse—aunque lo hicieron tarde—en contra de su libre uso. Para ese momento, ya existía gran cantidad de personas que se automedicaban con ivermectina para evitar tener los síntomas, pero igual los tenían.

En una entrevista con RPP el vocero del Colegio Medico del Perú Alfredo Celis reconoció que para el caso de la ivermectina "no hay evidencia que afirme que esto

ayuda, pero tampoco hay evidencia de lo contrario" (Radio Programas del Peru [RPP], 2021)

Asimismo, señalo que el MINSA dio la indicación que podía recetarse "a criterio" del medico tratante, creando aun mas ambigüedad en torno al tema. También refirió que no se puede confiar totalmente en la ivermectina, ya que la idea de que puede tomarse a manera de prevención contra el covid-19 es errónea. Lo más grave fue cuando señalo que él también la había consumido, pese a que su eficacia no esta confirmada. Esto supone una falta ética grave, ya que un científico no puede brindar afirmaciones tan imprecisas y dejar esto al criterio de una opinión publica desinformada o manipulada.

Otra repercusión de la desinformación fue la declaración de la compañía fabricante Merck, quien tuvo que pronunciarse a raíz del aumento del uso indiscriminado del fármaco y emitir una declaración:

"We do not believe that the data available support the safety and efficacy of ivermectin beyond the doses and populations indicated in the regulatory agency-approved prescribing information." [Nosotros no creemos que la data disponible apoya la seguridad y eficacia de la ivermectina mas allá de las dosis y poblaciones indicadas en la información de prescripción aprobada por la agencia.] (Merck, 2021)

En ella también se afirma que no existe base científica para un potencial efecto terapéutico contra el covid-19 en estudios preclínicos. Luego manifiesta que no existe evidencia significativa para la eficacia clínica en pacientes con covid-19 y que hay una preocupante falta de data segura en la mayoría de estudios.

Esto detuvo el uso abusivo e indiscriminado de este fármaco en nuestro país, ya que se trataba del mismo fabricante, una voz oficial, que desaconsejaba su uso libre.

A su vez, la prestigiosa revista *Journal of the American Medical Association (JAMA)* publicó el 04 de marzo de 2021 un estudio titulado "*Effect of Ivermectin on Time to Resolution of Symptoms Among Adults With Mild COVID-19: A Randomized Clinical Trial*" en el cual afirma:

"Conclusions among adults with mild COVID-19, a 5-day course of ivermectin, compared with placebo, did not significantly improve the time to resolution of symptoms. The findings do not support the use of ivermectin for treatment of mild COVID-19, although larger trials may be needed to understand the effects of ivermectin on other clinically relevant outcomes." [El uso de ivermectina durante 5 días entre adultos con Covid-19 moderado no mejoró significativamente el tiempo hasta la aparición de síntomas. Los hallazgos no apoyan el uso de ivermectina para el tratamiento de Covid-19 moderado, aunque son necesarias pruebas mayores para entender los efectos de la ivermectina en otros resultados clínicos relevantes] (JAMA, 2021)

Esta publicación fue de utilidad para disuadir a las posiciones que apoyaban ciegamente a la ivermectina, pues se desmintió que su uso fuera efectivo en pacientes con covid y que esto retrasaba la aparición de síntomas. Al tratarse de una fuente de gran prestigio, no se cuestionó su veracidad y su publicación fue replicada por organismos médicos alrededor del mundo. Es necesario desmentidos como este, ya que ayudan a que la población tome decisiones basadas en información certera, basada en ciencia y evidencia. Es también labor de una publicación científica traducir el complicado lenguaje de la ciencia y poder expresarlo en palabras sencillas, amenas y atractivas que todas las personas puedan entender, estimulando la curiosidad.

2.3 El fact checking y su importancia frente a las fake news

La verificación de datos o *fact checking* es un trabajo arduo de periodistas verificadores, el cual es de suma importancia para hacerle frente a las *fake news* que cada vez más abundan el ecosistema de información. Además, es uno de los pilares sobre los que se sustenta la profesión periodística y es precisamente en estos tiempos inciertos donde cobra mayor sentido, ya que la probabilidad de que haya más mentiras se incrementa. En ese sentido, la prensa necesita concentrarse en la verificación y en la síntesis. Ya sea por un dicho equivocado involuntario o por una información publicada con una finalidad en específico, es necesario el trabajo de un verificador de información que pueda ponerle un sello de aprobación a lo que se está diciendo, negando o reforzando su veracidad.

De acuerdo con la periodista española de verificación Irene Larraz,:

"Para hacerle frente a las fake news se debe realizar un trabajo continuo de verificación, ya que las noticias falsas no son un fenómeno nuevo. Lo que ha cambiado es su capacidad para viralizarse." (Larraz, 2021)

Para la periodista, lo que se ha transformado con el crecimiento de las redes sociales, es la capacidad de las noticias para viralizarse y aumentar su alcance en pocos minutos. En experiencias en procesos electorales ella tuvo que enfrentar a numerosos dichos de políticos en campaña, los cuales se repetían en más de una ocasión. Ella también agregó que no existía una voluntad por rectificar la información errónea por parte de los candidatos, sino por el contrario negaban que se hubiera dicho una mentira. Su trabajo formó parte de Verificado 2018, la cual fue una alianza contra la desinformación en el proceso electoral mexicano de ese mismo año.

El trabajo de esta alianza tuvo mucho impacto en el proceso, ya que ayudó a los electores a verificar todos los dichos de los candidatos hasta finalizar la elección. Sin embargo, su trabajo se limitó sólo al tiempo que duró el proceso electoral. Tuvo esta finalidad, para que no fuera utilizado, indebidamente, como herramienta de manipulación de la opinión pública.

De la misma manera, en nuestro país se ha podido observar la aparición de algunas plataformas de fact checking, las cuales funcionan muy bien en tiempos de campañas electorales, pero sin duda su uso podría ser continuo y abarcar otros temas, como la medicina y la salud. Uno de estos ejemplos locales es la web *PeruCheck*, la cual es una iniciativa creada por el Consejo de la Prensa Peruana (CPP) y el Instituto Internacional para la Democracia y Asistencia Electoral (IDEA Internacional) para combatir la desinformación durante el proceso electoral actual. Cabe resaltar que también pertenece a la International Fact-Checking Network (IFCN), una unidad del Instituto Poynter que se encarga de unir a los verificadores de información alrededor del mundo. La web *PeruCheck* fue creada en febrero de 2021 y hasta el momento reúne más de 1,800 seguidores en Twitter y más de 600 seguidores en Facebook. Otra herramienta que utilizan es la recepción afirmaciones y noticias de sus usuarios para que puedan ser verificadas por *PeruCheck*.

Tabla 2.1

Performance de la web www.perucheck.pe (Marzo 2021)

ITEM	MÉTRICA
VISITAS	682
VISITANTES ÚNICOS	455
PÁGINAS POR VISITA	4.00
DURACIÓN PROMEDIO VISITA	02:22 MIN
% DE REBOTE	33.33%

Fuente: SEMRush, 2021 (elaboración propia)

Durante el mes de marzo de 2021 y en plena campaña electoral, la web de PeruCheck obtuvo 682 visitas, de las cuales 455 corresponden a visitantes únicos. La duración de cada visita en la página fue de aproximadamente dos minutos, en donde se visitó cuatro páginas dentro del sitio web.

La metodología empleada por *Perucheck* en sus verificaciones inicia con "la selección de contenidos o afirmaciones de los candidatos que sean factibles de ser comprobados en base a criterios de contexto electoral, viralidad, peligrosidad y relevancia." (Perucheck.pe, 2021) No son tomadas en cuenta las opiniones ni las predicciones. Luego de esto se identifica el origen de la desinformación y se consulta, de ser posible, con la fuente original. Ellos ubican los hechos en contexto y luego son calificados. Para esto, utilizan tres diferentes etiquetas: Cierto, Falso e Impreciso. Esto ayuda a que el cibernauta y lector pueda identificar cuales hechos han sido corroborados y cuales fueron desmentidos.

Otro gran ejemplo de fact checking en nuestro país pertenece al Grupo La Republica con su sitio web *Verificador.pe*, la cual como unidad de verificación de datos del diario posee un trabajo continuo. Cabe resaltar que tienen una alianza con *Perucheck* por

motivo del proceso electoral peruano y que también forman parte del IFCN y del programa de verificación de datos de Facebook.

La web fue creada como una sección de la web *larepublica.pe* en agosto del 2020. Es un esfuerzo del grupo para combatir la desinformación que acapara las redes sociales y se encarga de elaborar artículos basados en técnicas de verificación de datos (fact-checking) y la desacreditación de virales falsos (debunking). La unidad también se encarga de revisar la desinformación que circula en internet y redes sociales bajo la forma de titulares tergiversados, fotografías o videos editados, además de rumores y falsas afirmaciones.

Actualmente poseen más de 2,100 seguidores en Twitter y más de 1,900 seguidores en Facebook los cuales se apoyan en las cuentas asociadas al diario La Republica. Sus notas pueden ser halladas bajo la etiqueta o hashtag #VerificadorLR

Su metodología inicia con seleccionar alguna afirmación de un político o una publicación que pudiera ser potencialmente falsa. Luego se realiza una búsqueda exhaustiva en internet, consultando fuentes y documentos en línea. En caso la afirmación sea verificada, se ponen en contacto con la persona que lo dijo y en el caso de una publicación viral, esta se rastrea por medio de distintas herramientas como Yandex, Tin Eye y Google. Ellos consideran dentro de su metodología la contextualización de los datos, por lo que consultan a especialistas que puedan ayudarlos a entender estos matices informativos. Por ultimo se realiza una calificación de la afirmación con tres colores y etiquetas: Cierto (color verde), Falso (color rojo) e impreciso o engañoso (ámbar). Esto luego es rebotado en las principales redes sociales de La Republica con el hashtag característico.

Cabe resaltar, que ellos se enfocan en noticias del ámbito político, dándole poca prioridad a otros temas en los cuales también se suscitan noticias falsas a diario como lo son la salud, la ciencia y tecnología.

Figura 2.2

Ejemplo de verificación de información de la web Verificador.pe



Entre los ejemplos de verificación de datos y periodismo científico en nuestro país podemos encontrar entre lo más destacado a *Salud con Lupa*, la cual es una web, que a su vez contiene cuentas en distintas plataformas. Principalmente se encargan del periodismo científico con temas relacionados a la salud pública en temas como poderes, poblaciones vulnerables, salud de las personas, género y medio ambiente. Aunque también realizan algunas acciones de fact-checking no es su principal finalidad, ya que por los numerosos temas relacionados a la salud pública no es posible hacer énfasis en alguno en específico. En el tema en específico de la ivermectina, si bien se han compartido unas cuantas noticias sobre el tema, no se le ha dado el peso debido a la enorme cantidad de contenido que manejan.

Actualmente poseen más de 17 mil seguidores en Twitter y más de 19 mil seguidores en Facebook. Su web fue creada en enero de 2018.

Tabla 2.2

Performance de la web www.saludconlupa.com (Marzo 2021)

ITEM	MÉTRICA
VISITAS	143,300
VISITANTES ÚNICOS	109,500
PÁGINAS POR VISITA	1.32
DURACIÓN PROMEDIO VISITA	09:07 MIN
% DE REBOTE	85.23%

Fuente: SEMRush, 2021 (Elaboración propia)

Durante el mes de marzo del 2021 la web de *Salud con Lupa* recibió más de 143 mil visitantes, de los cuales 109,500 fueron visitantes únicos. Además se registró un tiempo promedio de visita de nueve minutos, en donde se visitó al menos una pagina en el sitio web. Cabe resaltar que la gran cantidad de visitas de *Salud con Lupa* se incrementó exponencialmente desde marzo de 2020 cuando inició la pandemia del Covid-19. Desde ese momento ante la falta de información clara de parte de los gobiernos, la gente empezó a mirar a otras fuentes de información científica confiable, como lo son los periodistas científicos, entre ellos *Salud con Lupa*.

Otro esfuerzo similar al de *Salud con Lupa* es el de Ojo Publico con su sección "Ojo Biónico", sección de verificación del portal web. Ellos principalmente se encargan de temas relacionados a la política, aunque algunas veces realizan verificaciones de otros temas como el covid-19.

Un reciente proyecto que recoge una de las principales características del periodismo científico en nuestro país es *CAPTA*, cuya principal labor es la de traducir la ciencia a un lenguaje mucho mas coloquial e informal. Este proyecto fue creado en junio de 2020

y su contenido esta conformado por infografías ilustradas estilo de Pictoline para explicar todos los temas científicos de una manera amigable, fomentando la curiosidad entre los usuarios. Entre los más destacados están el uso de las medicinas en pandemia, las guías para pacientes covid, los temas ligados a la vacuna, los temas históricos de las enfermedades, entre otros temas. Cabe resaltar que el equipo de CAPTA esta conformado por científicos e investigadores, con el apoyo de algunos colaboradores en el área de las comunicaciones. Parte de su metodología incluye la revisión exhaustiva de fuentes médicas, las cuales son incluidas en la parte baja de la infografía a presentarse. Actualmente gozan de mas de 2,700 seguidores en Facebook, 140 seguidores en Twitter y 533 seguidores en Instagram.

Figura 2.3

Infografía de CAPTA



3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

3.1 Objetivos

El presente proyecto tiene como objetivo principal proporcionar información verificada sobre los temas principales de salud pública como lo son el covid-19 y sus tratamientos. Queremos brindar fuentes confiables que permitan a nuestros usuarios tomar decisiones basadas en ciencia y evidencia donde quiera que se encuentren.

Los objetivos específicos apuntan a lograr confiabilidad en nuestros usuarios y ser una referencia de consulta para la opinión pública en temas verificados relacionados a la salud. Nuestra intención es destacarnos de otros medios y plataformas que realizan una acción similar en otros temas de la agenda de salud pública a través del fact-checking. Queremos cambiar la forma en que se comparte la información sobre temas médicos en tiempos de fake news.

Nuestra propuesta posee un valor diferencial frente a otras propuestas en el mercado informativo. Las principales diferencias entre nuestra propuesta frente a otras es la ventaja de tener una plataforma app que nos permite verter el contenido de manera directa. Asimismo, el usuario al descargarse nuestro aplicativo se encontrará fidelizado permanentemente por medio del consumo de nuestro contenido. Además, tendremos notificaciones para cada usuario para que puedan estar enterados del último contenido publicado en la app. Esto lo complementaremos con el rebote de estas noticias en nuestras plataformas complementarias como lo son Facebook, Instagram, Twitter y TikTok.

El resultado que se espera obtener en el corto plazo es una cantidad de cinco mil usuarios nuevos en los primeros seis meses posteriores al lanzamiento del aplicativo. En el mediano plazo se espera que la aplicación se encuentre posicionada en el mercado informativo y pueda ser autosostenible, ampliando sus alianzas estratégicas. Asimismo, la propuesta plantea ser una referencia de consulta para pacientes y personas interesadas.

3.2 Visión

Nuestra visión se centra en formar un pensamiento crítico al interior de la opinión pública. Somos conscientes que las tecnologías y plataformas van cambiando con el tiempo. Por ello, nosotros debemos ir de la mano con este cambio. Creemos que con información veraz y respetando la rigurosidad científica se pueden combatir las fake news, especialmente en temas de salud, con lo que puede conseguir salvar vidas. Nuestro aporte a la sociedad será información en la cual la gente pueda confiar. Se considera la propuesta como innovadora, ya que no existe el mercado del fact-checking una plataforma sobre contenido de salud, que además sea variada y fácil de entender. Queremos aportar al cambio de mentalidad en la gente sobre el consumo de noticias e información para la toma de decisiones sobre salud de las personas a través de fuentes confiables y verificadas. En ese sentido creemos que este aplicativo estaría aportando a esta causa.

3.3 Público Objetivo

El público objetivo principal para esta propuesta son las personas que utilizan el *smartphone* y que se encuentran en mayor contacto con la tecnología. Estos serían las personas conformadas por los *generación Z* y *Millenials*. Las edades de estas personas fluctúan entre los 18 a 24 y los 25 a 39 años, respectivamente. (Ipsos, 2018) Además poseen un especial interés por la búsqueda de información por medios digitales y aplicativos móviles.

Tabla 3.1

Usos del smartphone. Categoría: Leer noticias en aplicativos / internet (2019)

EDAD	%
12 a 17 años	25%
18 a 24 años	32%
25 a 39 años	31%
40 a 54 años	30%
51 a 70 años	26%

Fuente: Ipsos, 2018 "Hábitos y actitudes hacia el smartphone" (Elaboración propia)

Es necesario destacar que en este estudio se muestra que casi una de cada tres personas realiza búsquedas de noticias a través de aplicaciones especializadas, así como en internet. (Ipsos, 2018)

Cabe resaltar que dirigir noticias hacia este segmento etareo aumenta las posibilidades de viralidad de nuestros artículos elaborados, ya que son ellos los más propensos de compartir información, en comparación con otros segmentos.

Los sectores socioeconómicos que prefieren el consumo de noticias por medio de paginas web y aplicativos son los sectores A y B con 85% y 73% respectivamente. (Ipsos, 2018)

3.4 Campaña de difusión y estrategia

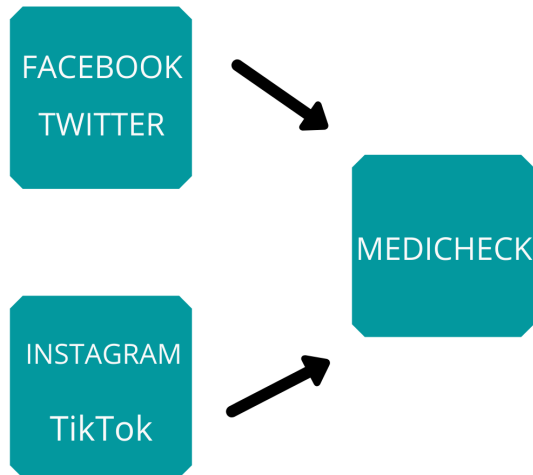
Nuestra campaña de difusión y lanzamiento estará compuesta por publicidad pagada por medio de nuestra fan page de Facebook. Asimismo buscaremos tener presencia en las paginas de *fact-checking* de nuestra competencia, donde a través de comentarios recomendaremos a los usuarios que se descarguen nuestra aplicación y la recomienden. En nuestros anuncios destacaremos las principales ventajas de nuestro aplicativo, así como una muestra al usuario sobre su utilización.

Otro modo de difusión que utilizaremos es la posibilidad de realizar la opción "desliza hacia arriba o *swipe up*" de la plataforma Instagram donde se redirigirá a los usuarios a descargarse la aplicación para poder leer el artículo elaborado completo.

En la etapa inicial buscaremos tener mayor numero de seguidores en nuestras cuentas complementarias a la aplicación, pues es de esta manera en que se dará el flujo de adaptación del usuario hasta que finalmente se realice la descarga del aplicativo. Los contenidos publicados en nuestras cuentas de Twitter, Facebook e Instagram contienen una parte de la información a modo de intriga, pues para leer el artículo elaborado completo es necesario que sea leído desde el aplicativo.

Figura 3.1

Flujo de adaptación del usuario



Fuente: Elaboración propia

En este diagrama explicamos a manera de mapa del usuario, el flujo que seguirá el potencial usuario para nuestro aplicativo. La información viaja de una plataforma hacia otra, donde finalmente en nuestra aplicación encontrará el artículo elaborado en la totalidad de su extensión.

Asimismo contaremos con una colaboración para la difusión de nuestro aplicativo de parte de una clínica privada, la clínica Javier Prado, quienes recomendarán a sus pacientes descargarse este aplicativo para estar informados y no auto medicarse.

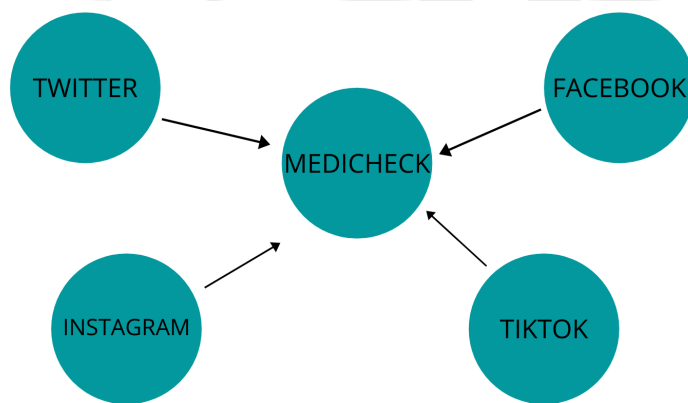
Creemos que en el espacio de atención médica como lo es una clínica privada, es donde podría hallar mayor cantidad de potenciales usuarios para nuestra plataforma.

Nuestra estrategia de medios estará centrada en tres principales plataformas, además de nuestro aplicativo, las cuales complementarán la información. También fomentaremos la participación activa de nuestros usuarios a través del *engagement* o interacciones con ellos. De esta manera obtendremos un *feedback* constante que permitirá realizar mejoras sobre nuestro contenido y su difusión.

Este proyecto también plantea realizar acciones complementarias en un mediano plazo. Estas servirán como complemento al fact-checking para poder lograr el objetivo de cambiar la mentalidad en la opinión pública sometida a la infomedia. Estas acciones serán la realización de webinars donde se tocará el tema de la desinformación en tiempos de pandemia, boletines personalizados que serán enviados a los usuarios que descarguen la aplicación y eventos conversatorios que cuenten con la participación de profesionales médicos y periodistas interesados en la difusión de la ciencia y la salud. Cabe mencionar que los boletines serán enviados con un formato de *newsletter*.

Figura 3.2

Esquema de medios y plataformas



Fuente: Elaboración propia

En este esquema de medios y plataformas presentamos los medios que emplearemos y hacia donde irá la información que revisan nuestros usuarios. El factor complementario de estas plataformas servirá para poder presentar la información de manera diferente en cada una de ellas. Por ejemplo en nuestra cuenta de TikTok contaremos la afirmación verificada de manera breve, donde el usuario podrá ingresar a la aplicación si así lo desea para poder saber más al respecto. Elegimos esta plataforma nueva ya que es la que más crecimiento ha tenido a lo largo de la pandemia con un 387% (Gestión, 2020) Entre el público consumidor de esta aplicación tenemos un público de 18 a 26 años aproximadamente.

3.5 Financiamiento

Como se mencionó en el ítem anterior, contaremos con una colaboración de parte de la clínica privada Javier Prado como parte de su plan de responsabilidad social 2021, el cual se centra en la información a sus pacientes y la comunicación con sus médicos especialistas. Cabe resaltar que desde hace un año la clínica esta llevando a cabo una transformación digital de sus servicios para poder modernizarse y tener mayor presencia en el mercado. Debido a la pandemia del covid-19 la empresa se ha visto obligada a mejorar sus canales y servicios digitales, así como tener una mayor presencia en redes sociales. En ese sentido, se creó una oportunidad para ambas partes tanto del proyecto, como de la clínica, ya que nuestra propuesta se encuentra alineada a sus estrategias. El personal que realizará la actividad centrada en la verificación para "Medicheck" contará con un jefe verificador, quien a su vez tendrá a su cargo a tres periodistas verificadores, un diseñador y un programador quien se encargará de la implementación y desarrollo del aplicativo, así como de realizar sus respectivas actualizaciones y mejoras.

La finalidad de esta alianza estratégica es poder mostrar a la clínica más cercana a los pacientes con información de calidad e interés. Debemos resaltar que el beneficio directo que obtendrán será una mayor presencia de marca y una mejor reputación. Asimismo, los beneficios indirectos que percibirá la clínica serán un incremento de las ventas de sus productos digitales dirigidos al público objetivo mencionado en la presente propuesta, así como las teleconsultas y la reserva de nuevas citas de los pacientes en tratamiento.

Esta es una contribución de la Clínica Javier Prado para combatir la desinformación en temas de salud en tiempos de Covid-19. Es necesario mencionar que no sería posible ofrecer el mismo servicio de verificación de información desde una plataforma propia de la empresa, ya que no es el *core* de su negocio. Por este motivo, es necesario tercerizar el desarrollo y ejecución. Es ahí donde entra el rol de medicheck como aliado estratégico.

La inversión inicial en desarrollo de la aplicación está detallado a continuación.

Tabla 3.2

Presupuesto inicial de inversión

ITEM	COSTO
Desarrollo del aplicativo	S/ 18,000
Publicidad / Lanzamiento	S/ 1,800

Fuente: Elaboración propia

La remuneración estará a cargo de la Clínica Javier Prado en la etapa inicial, pues estará sujeto a una evaluación de parte del comité directivo y responsable de imagen institucional de la clínica al concluir el año, para determinar la continuidad del apoyo al proyecto.

Estas remuneraciones se detallan en siguiente tabla:

Tabla 3.3

Presupuesto de Gestión de personas

CARGO	Nº COLABORADORES	REMUNERACIÓN
Jefe Verificador	1	S/ 3,500
Periodistas	3	S/ 2,000
Diseñador	1	S/ 2,000
Programador	1	S/ 2,000

Fuente: Elaboración Propia

Cabe resaltar que estos pagos se realizarán mediante una renta de 5ta categoría, es decir mediante recibos por honorarios.

La inversión total anual del proyecto consta de S/ 177,600, el cual incluye el desarrollo de la aplicación y el costo administrativo, operativo y de publicidad de la misma.

A su vez, la clínica Javier Prado obtendrá un incremento en su reputación social y corporativa, logrando así un posicionamiento como un entidad privada que aporta a la investigación en ciencia y salud.

3.6 Efectividad de la propuesta

La propuesta mencionada en el presente trabajo será evaluada desde un punto de vista cuantitativo, tomando en cuenta las métricas importantes para aplicativos y redes sociales. Principalmente nos enfocaremos en realizar el seguimiento a las métricas correspondientes al *performance* del aplicativo. Los indicadores que emplearemos serán las siguientes:

- Usuarios activos
- Uso del aplicativo
- Tiempo en aplicativo
- Retención
- CAC

Los usuarios activos representan a aquellas personas que ingresan regularmente al aplicativo. La frecuencia de uso puede ser diaria, inter-diaria, semanal o mensual. De esta manera podemos segmentar a nuestros usuarios y plantear nuevas estrategias para fidelizarlos.

El uso del aplicativo significa el flujo de navegación del usuario en la plataforma, como interactúa con ella. Esto nos permite saber en que pantalla o pagina del aplicativo se quedo el usuario. Asimismo se emplea un mapa de calor o *heatmap*, el cual permite saber si el usuario está siguiendo el proceso de uso del aplicativo como fue pensado. En el tiempo del aplicativo se mide la duración de la estadía del usuario en el aplicativo. Este debería ser en un rango de dos a cinco minutos. Asimismo, la retención consiste en

la cantidad de usuarios que vuelven a utilizar el aplicativo después de su primera visita. También se toma en cuenta la frecuencia con la que vuelven a utilizar la aplicación. Por último, Costo de Adquisición del Cliente (CAC) consiste en saber cuánto costaría un usuario nuevo, ya que con este dato podremos saber cuánto se requiere en inversión en publicidad. Este indicador se calcula sumando los gastos empleados (implementación, redes, publicidad, recursos humanos y técnicos) en conseguir este nuevo usuario y se divide por el número de usuarios conseguidos durante un período determinado.

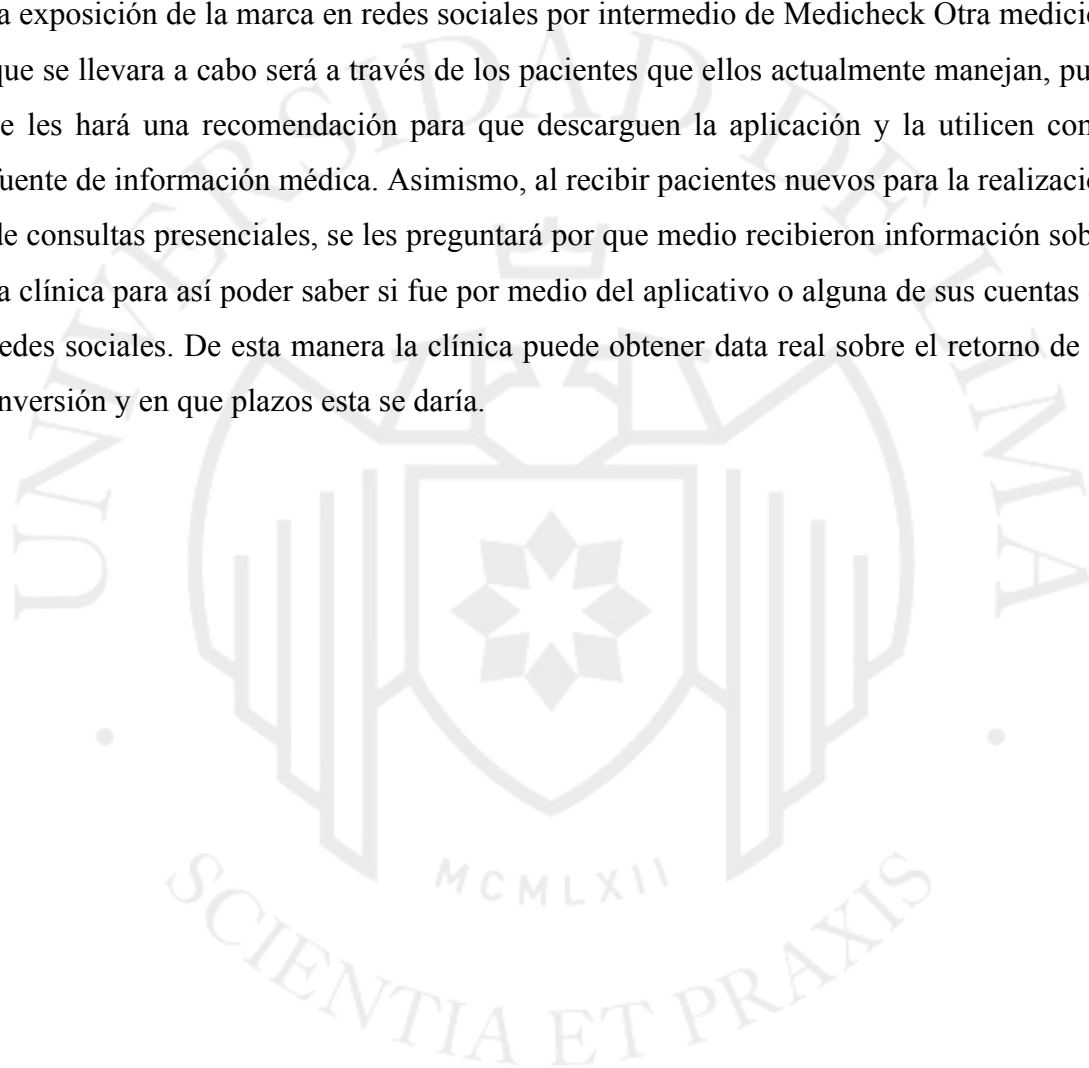
De la misma manera que se medirá el *performance* del aplicativo, también se realizará seguimiento a el rendimiento de nuestras cuentas en redes sociales. De esta manera podemos contar con información de usuarios que consumen nuestro contenido en redes sociales y que tan susceptibles son de trasladar este uso al aplicativo. Las métricas que emplearemos para redes sociales serán las siguientes:

- Seguidores
- Alcance
- Engagement
- Menciones
- Conversiones

Estas son las principales métricas para poder medir el rendimiento de la marca en las redes sociales. Los seguidores son importantes para saber qué tipo de usuario nos sigue en redes sociales y así poder realizar una segmentación. El alcance nos permite saber qué a cuántas personas hemos llegado con una determinada publicación. El engagement es importante por que brinda la posibilidad de saber cuál es la interacción de la audiencia con las publicaciones que se realizarán en las redes sociales. Asimismo las menciones son una muy buena forma de medir la popularidad de la marca y que se dice sobre ella. Por último, las conversiones serán de mucha utilidad, pues con

este indicador podremos saber que porcentaje de la audiencia en redes sociales finalmente se ha descargado nuestro aplicativo.

Por otro lado, la Clínica Javier Prado empleará dos métricas que le permitirá medir que ha valido la pena la inversión en la propuesta. La primera de ellas es el incremento de las teleconsultas a través de la aplicación de la clínica y el incremento en el trafico de la misma aplicación, pues de esta manera ellos podrán ver que este incremento se debe a la exposición de la marca en redes sociales por intermedio de Medichck Otra medición que se llevara a cabo será a través de los pacientes que ellos actualmente manejan, pues se les hará una recomendación para que descarguen la aplicación y la utilicen como fuente de información médica. Asimismo, al recibir pacientes nuevos para la realización de consultas presenciales, se les preguntará por que medio recibieron información sobre la clínica para así poder saber si fue por medio del aplicativo o alguna de sus cuentas en redes sociales. De esta manera la clínica puede obtener data real sobre el retorno de su inversión y en que plazos esta se daría.



4. LECCIONES APRENDIDAS

4.1 Balance autocrítico y aprendizajes

Durante la realización del presente proyecto surgieron distintas dificultades en relación a la propuesta de valor de la plataforma informativa, ya que actualmente en el mercado existen acciones basadas en fact-checking que poseen alguna similitud con lo que hacemos. Asimismo tuvimos algunas dificultades para establecer y determinar nuestro socio estratégico para el proyecto, pues se consideró que sería necesario uno que pueda sostener el peso económico de la propuesta.

Dentro de los aprendizajes del proyecto concluimos que es necesaria una sinergia entre el periodismo y los profesionales de la salud, para que a través de un trabajo colaborativo se puedan difundir los avances científicos a una audiencia masiva de manera rápida y sencilla. La importancia de la difusión de estos avances y su contribución a la mejora del país deben ser visibilizados y palpables para todos. Solo de esta manera es posible alejarnos de falsas creencias y charlatanerías sin ningún sustento científico. Con una adecuada difusión de los temas científicos se estimulará la curiosidad de la población para que tengan un mayor interés en la ciencia y la tecnología.

El fact-checking es necesario para mejorar la calidad de información que se brinda a consumidores, pero estas acciones deben ir de la mano con una estrategia integral para poder lograr el alcance necesario que se desea para este tipo de esfuerzos de verificación.

4.2 Web de la marca

Si bien en la actualidad cuentan con una app, sería bueno complementarla en un futuro con un sitio web que les permita dinamizar su contenido y poder agregarle nuevos formatos para presentar las verificaciones. Actualmente los esfuerzos están concentrados en el posicionamiento de móviles para luego pasar al segmento desktop a través de una plataforma web.

4.3 Mayor participación del público en las verificaciones

Sería de gran utilidad implementar un servicio para poder enviar al equipo verificador informaciones que generan duda a la población y que puedan ser verificadas. El concepto de una plataforma colaborativa con nuestros usuarios es una posibilidad a futuro, ya que en primera instancia debemos posicionarnos por el contenido que produciremos.

4.4 Swipe Up

La función de "swipe up" o deslizar la pantalla hacia arriba, ha sido de gran utilidad para crear intriga entre los nuevos usuarios de las aplicaciones. Esto será realizado en Instagram, para poder redirigir a los usuarios a descargarse la plataforma. Se plantea implementar esta función para publicitar nuestra aplicación por medio de las historias de Instagram de nuestra fan page.

4.5 Feedback

Compartimos la propuesta con personas de nuestro público objetivo (25 a 39 años) que usualmente utilizan portales de *fact-checking* durante el proceso electoral 2021. Les pedimos que nos envíen sus opiniones al respecto y esto fue lo que obtuvimos:

- Me parece una aplicación novedosa, no hay algo igual actualmente. Podrían mejorar y ampliar su sección de verificados, ya que se demora un poco en buscar una noticia en específico. Sería bueno hacerlo más dinámico.
- Se ve bien, me gusta la buena navegabilidad que tiene. Es intuitiva y permite encontrar información interesante que no encontrarías en la web.
- Me gusta mucho que esté en orden cronológico. De esta forma se puede seguir día a día las nuevas informaciones que son verificadas por ustedes. También me gusta el diseño, es muy amigable con el usuario de la aplicación.

- Los artículos son muy interesantes, contienen información que se nota que es rebuscada y contrastada al detalle. Sería bueno a modo de recomendación que puedan agregarle video así como hacen en su cuenta de TikTok.

4.6 Metodología (Producción periodística)

El proyecto seguirá una forma específica de trabajo para realizar la producción periodística de la verificación de información. Estos pasos a seguir son importantes al momento de levantar información para nuestro propósito. Pedimos recomendaciones sobre como podríamos mejorar nuestra técnica y esto fue lo que nos recomendaron. En esta sección detallaremos en que consiste esta técnica y como la alinearemos a nuestro proyecto.

En primer lugar se debe seleccionar un afirmación, que no sea una opinión, ya que es muy subjetiva. También puede ser una publicación en las redes sociales que haya tenido algún rebote en cuanto a likes, comentarios y compartidas. Para esta selección es necesario resaltar algunos criterios clave.

- Relevancia del personaje que manifiesta la afirmación y su contexto
- Cuanto puede afectar que esta información sea falsa. Es decir, el daño probable. Es importante valorar esto, ya que a raíz de desinformación pueden ocurrir accidentes involuntarios que podrían constarnos hasta la vida.
- Viralidad del mensaje. Esto es que tanta es la posibilidad de que se vuelva viral y cuales son las partes interesadas.

Una vez que el contenido fue seleccionado, es preciso saber que aspecto de ese contenido vamos a verificar. Luego se realiza una búsqueda exhaustiva por distintos medios digitales que permiten rastrear la noticia hacia su fuente. También se consultan fuentes especializadas que ayuden a comprender conceptos complejos y otros documentos, los cuales serán referenciados en nuestros artículos elaborados.

Si se trata de una afirmación, intentaremos ponernos en contacto con la fuente emisora de dicha afirmación. Asimismo, si se trata de una publicación en redes sociales es posible realizar búsquedas en reversa vía Google y otras plataformas.

Por último, realizaremos la calificación a nuestro artículo con tres distintas etiquetas: Verdadero, Falso e Impreciso. Cada uno llevará un color distintivo para conveniencia e identificación de parte del usuario.

REFERENCIAS

- Aguaded, J. (2014) Desde la infoxicación al derecho a la comunicación. *Revista Comunicar*, 42(21), 7-8. <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-al>
- Amoros Garcia, Marc (2018) *Fake news, la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial. 1º Ed. España
- Borda, T. (Presentador). (12 de febrero, 2021). *El Dr. Borda* [Programa de TV]. Willax TV (Productor). El Dr. Borda. Lima, Perú: Willax TV
- Casusol, P. (12 de febrero de 2021). Ivermectina. *Hildebrandt en sus trece*, pp. 21.
- Con Nuestro Perú. (14 de febrero de 2021). *Hildebrandt en sus trece sigue en decadencia y ahora ataca a la ivermectina*.
<https://www.connuestroperu.com/actualidad/68680-hildebrandt-en-sus-trece-sigue-en-decadencia-y-ahora-ataca-a-la-ivermectina>
- Eduardo López-Medina, MD, MSc; Pío López, MD; Isabel C. Hurtado, MD; et al. (2021) Effect of Ivermectin on Time to Resolution of Symptoms Among Adults With Mild COVID-19: A Randomized Clinical Trial. *Journal of the American Medical Association (JAMA)*. 2021;325(14):1426-1435. <https://doi.org/gjft3s>
- European Medicines Agency (EMA). (22 de marzo de 2021). *EMA advises against use of ivermectin for the prevention or treatment for COVID-19 outside randomised clinical trials*. Unión Europea. <https://www.ema.europa.eu/en/news/ema-advises-against-use-ivermectin-prevention-treatment-covid-19-outside-randomised-clinical-trials>
- Fernandez, M. [alfonsobaella]. (23 de setiembre de 2020). #Envivo #Baellatalks Miércoles 23.09.2020 | Invitado: Dr. Manolo Fernández [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Te9DtWyOT_M

- Gestión. (19 de noviembre de 2020) *Empresas que apuestan por TikTok todavía no aplican estrategias a largo plazo.*
<https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-que-apuestan-por-tiktok-todavia-no-aplican-estrategias-de-largo-plazo-tiktok-influencers-redes-sociales-instagram-noticia/?ref=ges>
- gob.pe (Plataforma Única del Estado Peruano). (11 de junio de 2020). *Cenares firmó contratos para adquirir medicamentos Covid-19 por más de 116.6 millones de soles.* Ministerio de Salud.
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/186562-cenares-firmo-contratos-para-adquirir-medicamentos-covid-19-por-mas-de-116-6-millones-de-soles>
- Huerta, E. (Anfitrión). (2020-presente). *Coronavirus: Realidad vs. Ficción con el Dr. Elmer Huerta* [Podcast] . Spotify.
https://open.spotify.com/episode/4bJMqhyXXDBti3u65G3T54?si=NLz2VKmtR42Hp_mcqXz1QQ
- Ipsos (2019). Hábitos y actitudes hacia el smartphone.
<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2551>
- Ipsos. (2020). Perfil del adulto joven.
<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2563>
- Larraz, I. (2021). Fake news y posverdad: Las experiencias de lucha contra la desinformación en autoridades electorales. [Webinar]. Foro Fundación Colombia 2050.
<https://www.facebook.com/100767064914690/videos/140501228022255>
- Merck. (4 de febrero de 2021). *Merck Statement on Ivermectin use During the COVID-19 Pandemic.* <https://www.merck.com/news/merck-statement-on-ivermectin-use-during-the-covid-19-pandemic/>

- Mujica, I., Condor, D., De la Cruz, L., Montero, A., Bacilio, A. & Reyes, E. (2021) *Análisis de publicaciones y comentarios sobre la ivermectina en Facebook durante la pandemia del COVID-19 en Perú*. SciELO Preprints. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1903>
- Offord, C. (2021). *Frontiers Remove Controversial Ivermectin Paper Pre-Publication*. The Scientist. <https://www.the-scientist.com/news-opinion/frontiers-removes-controversial-ivermectin-paper-pre-publication-68505>
- Radio Programas del Perú (RPP). (12 de enero de 2021). *Vocero del Colegio Médico: "No se debe usar la ivermectina libremente, menos por prevención."* <https://rpp.pe/peru/actualidad/coronavirus-en-peru-vocero-del-colegio-medico-no-se-debe-utilizar-la-ivermectina-libremente-menos-aun-por-prevencion-noticia-1314585?ref=rpp>
- SEMRush. (2021). Performance de la web Perucheck.pe - Marzo 2020 <https://www.semrush.com/analytics/traffic/overview/perucheck.pe?searchType=domain>
- SEMRush. (2021). Performance de la web Salud con Lupa - Marzo 2020 <https://www.semrush.com/analytics/traffic/overview/saludconlupa.com?searchType=domain>
- Tapullima, G. (7 de octubre de 2020). *Es falso que la ivermectina genere casos asintomáticos de covid-19*. Ojo Público. <https://ojo-publico.com/2155/es-falso-que-la-ivermectina-genere-casos-asintomaticos-de-covid-19>
- Zovatto, D. (2021). *Fake news y posverdad: Las experiencias de lucha contra la desinformación en autoridades electorales*. [Webinar]. Foro Fundación Colombia 2050. <https://www.facebook.com/100767064914690/videos/140501228022255>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista al Dr. Uriel Garcia Caceres - Ex Ministro de Salud y Director del departamento de Patología de la Clinica Javier Prado.

¿Cuál es su opinión sobre la política de salud pública frente al covid-19?

El Ministerio de Salud, desafortunadamente, está estructurado principalmente sobre la base de hospitales. La base de atención, es decir la atención primaria en consultorios, centros de salud, en postas – de complejidad progresivamente variable –actualmente es muy débil– si el paciente se siente enfermo acude a la emergencia de cualquier hospital público o privado. Es necesario reforzar la atención primaria para pacientes de covid-19. No es necesario que lleguen cuando estén al borde de un paro respiratorio. En mi opinión la respuesta del gobierno frente al covid-19 ha sido muy mala. No ha existido una estrategia clara.

Sobre las noticias falsas en torno al covid-19 ¿Que se puede hacer para combatirlas?

Los medios, escritos o televisivos, tienen la responsabilidad de comunicar a la población sobre las novedades y progresos de la ciencia y la salud. Lamentablemente no todos lo hacen y dada la situación, en que la gente necesita información rápida, cometen errores. Algunos garráfales.

Para combatir las noticias falsas en tiempos de pandemia es necesario un público informado correctamente, en ese sentido los medios juegan un papel vital, ya que muchas veces entregan su espacio a malos profesionales. Tal como es el caso del programa de Beto Ortiz donde se habló de la eficacia de las vacunas chinas, causando alarma en la población sobre un tema que no entendía.

¿Considera que el gobierno ha hecho un buen trabajo informando a los ciudadanos en este tema?

Ha hecho un buen trabajo informando, aunque no del todo. Ha cometido errores como en el caso de la ivermectina, donde se recetó sin sustento. También otros errores como en el caso de la hidroxiclороquina, que luego se sacó de la lista de medicamentos de tratamiento. Pero esto no solamente ha sido a nivel central. Los errores han sucedido tanto en las autoridades del MINSA en Lima, como en las regionales de ese ministerio. Debe haber una autoridad única en salud a nivel nacional. La comunicación entre ellos es muy pobre.

¿Que expectativa tiene respecto a los tratamientos contra el covid-19 y la divulgación de estos avances?

Hasta ahora no existe un estudio confiable que demuestre el hallazgo de un tratamiento efectivo contra el covid-19. Lo que existen son medicamentos que en algunos casos funcionan, pero no se ha probado mediante investigaciones su eficacia a nivel masivo.

¿Cuál es su opinión respecto a los tratamientos "milagrosos" como la ivermectina o dióxido de cloro? Cabe resaltar que estos tratamientos han sido divulgados sin la comprobación científica necesaria.

Para contestar esa importante pregunta le describiré lo siguiente:

Un doctor en medicina, vicedecano del Colegio de Nacional de Medicina, está en la escandalosa lista de los vacunados con una dosis de las vacunas chinas que la Universidad Cayetano Heredia recibió para investigar en entre los pacientes de alto riesgo. Ese personaje después “enfermó con Covid 19 y declaró que se curó con ivermectina.” Es claro que mensajes así dañan el trabajo realizado y desinforman, sobretodo viniendo de una autoridad en salud. Se debe castigar a malos profesionales que degraden la profesión medica y publiciten curas sin sustento para el covid-19. La gente no merece eso.

¿Es ético divulgar estudios previos o pre publicaciones científicas? Como sabemos esto ha alimentado la desinformación.

El periodismo, así como la medicina, están sujetos a la ética profesional. Por ello, un periodista debe estar bien informado y conocer los métodos para corroborar la verdad, o lo contrario, de un hecho científico. Durante el ultimo año hemos visto muchas metidas de pata de los medios en temas médicos. Temas de los cuales no tenían ni tienen autoridad para hablar. De la misma manera, ellos invitan a profesionales de la salud a sus tribunas para explicar estos temas tan complejos, pero terminan confundiendo aun mas a la población.

¿Que esfuerzos se realizan desde el ámbito médico privado como las clínicas para informar adecuadamente a los pacientes?

Desde la Clínica Javier Prado promovemos el buen uso de la información de cara a los pacientes. Desde marzo del año pasado nos adelantamos al gobierno y empezamos a consultar nuestras propias fuentes extranjeras sobre lo que sucedía con el desarrollo del virus. Esto nos permitió tener un mejor panorama de acción sobre que funciona y que no para combatir el virus. Si bien hemos seguido las recomendaciones del MINSA como clínica privada, también las hemos cuestionado. Al igual que el MINSA, en el caso de la prescripción medica de la ivermectina, esto se deja a criterio del medico tratante.

Anexo 2: Entrevista a Rodolfo Pereira - Periodista y Consejero de Prensa de la Embajada de Perú en Estados Unidos.

¿Cual es su opinión respecto a las fake news en tiempos de covid-19? ¿Cuanto ha afectado la falta de información verificada?

A nivel mundial, ha generado una crisis de credibilidad en el flujo informativo que fluye a través de los medios sociales, creando narrativas paralelas o múltiples que compiten entre sí, menoscabando así una respuesta uniforme a la crisis sanitaria. Ha permitido, además, la emergencia de sectores de opinión que desconfían absolutamente de cualquier procedimiento de vacunación y tratamientos correspondientes.

Sobre la difusión de noticias en torno a tratamientos "milagrosos" contra el covid-19 como la ivermectina y el dióxido de cloro, ¿Que se puede hacer para combatir esto?

Difundir los tratamientos oficiales aprobados por las autoridades sanitarias internacionales, como la OMS y la OPS, además de los propios gobiernos. Cada gobierno debería formular una estrategia única de comunicación que permita concientizar a su respectiva población para acceder únicamente a terapias recomendadas por la comunidad científica internacional, difundiendo mensajes sencillos y eficaces que demuestren la inutilidad de esos tratamientos.

Debido a la pandemia hay un creciente interés de los medios por los temas científicos, los cuales son divulgados utilizando o citando fuentes dudosas. ¿Existe una falta de rigor periodístico o ignorancia en temas científicos?

Cada medio está obligado a respetar y ejecutar un código de ética periodístico, que permita comprobar la veracidad de las informaciones antes de propalarlas, contrastando fuentes y citando aportes científicos que hayan sido previamente verificados. Lamentablemente, en muchos casos, aquellas organizaciones periodísticas que carecen

de recursos propios para montar una estructura editorial seria y responsable, emiten informaciones de dudosa procedencia científica y contribuyen, incluso sin quererlo, con la creciente falta de credibilidad en el conjunto de informaciones propaladas por todos los medios.

Hemos visto numerosos casos de fake news y de interés en torno a la ivermectina y la vacuna peruana, como el caso de Manolo Fernandez, quien la sigue publicitando como solución milagrosa. ¿Que acciones debería tomar el periodismo para combatir esto?

El periodismo peruano, salvo muy contadas excepciones, vive atrapado en estructuras narrativas y en políticas editoriales que hoy en día son obsoletas en el mundo contemporáneo. Sin duda, la única manera de combatir esa falsa narrativa que atribuye propiedades milagrosas a medios y procedimientos para combatir el Covid19, consiste en diseñar una política editorial interna de cumplimiento obligatorio en cada redacción periodística que obligue a verificar la credibilidad de las fuentes utilizadas y abstenerse de publicar historias que no hayan sido previamente verificadas en cuanto a su rigor científico.

Sobre el fact-checking y su importancia en el ámbito de la política, ¿Considera que sería aplicable al ámbito medico, especialmente en tiempos de pandemia y desinformación?

En los códigos de conducta profesional de los grandes medios de comunicación contemporáneos, desde hace décadas un pilar fundamental de su línea editorial consiste en verificar cualquier información que se propale, antes de ser emitida, independientemente del carácter de esas noticias, trátese del ámbito que sea. Ninguna noticia, cualquiera que sea, no puede ser propalada bajo ningún concepto antes de contrastar las fuentes, y de verificar la información que se va a difundir. Esa conducta periodística es la base fundamental para la credibilidad del mismo medio, que es su principal capital.

¿Cree usted que es un error de la prensa rebotar informaciones obtenidas de las redes sociales sin el adecuado tamizaje?

La prensa está obligada a citar sus fuentes, y debe ser mucho más rigurosa cuando la información inicial procede únicamente de las redes sociales. Una vez verificada, y después de contrastar la información obtenida con otras fuentes independientes, la prensa sí puede dar cuenta de las historias que circulan en las redes, porque muchas veces los llamados “procedimientos tradicionales” no se encuentran presentes para registrar esas historias.



Anexo 3: Entrevista a Augusto Price Masalias - Especialista en Medicina Interna y funcionario de la Clínica Javier Prado.

¿Cual es su opinión sobre la política de salud publica frente al covid-19?

La política de salud publica frente al covid -19 ha sido, en definitiva, la peor de todas. No ha habido un norte en cuanto a la estrategia a seguir, se han cometido errores hasta infantiles, producto de la ineficiencias de quienes dirigen el MINSA y las demás instituciones de salud. Considero que es necesario un cambio de rumbo en el plan nacional de salud y en la lucha contra el covid-19. Lamentablemente el avance científico en nuestro país es casi nulo, y el gobierno no mira hacia ellos para pedir consejos, sino que los ignora.

Sobre las noticias falsas en torno al covid-19 ¿Que se puede hacer para combatirlas?

Es necesaria una difusión permanente , continua del conocimiento científico a través de distintos canales. En ese sentido los medios de comunicación juegan un papel importantísimo en su divulgación. Es lamentable que los medios nunca le hayan dado importancia a los avances científicos y las noticias sobre salud, hasta ahora. Es vital que un periodista que desea informar sobre temas médicos, consulte con fuentes especializadas, ergo con doctores o científicos para poder comprender a profundidad el tema, solo de esta manera se puede evitar cometer errores.

¿Considera que los medios de información científica son los suficientes para estar informado?

No, se requiere difundirlos por todos los medios posibles. Es muy importante ampliar la base de información y los medios en los que se difunde la ciencia para poder tener un alcance mayor. Esto ya no solo se trata de la pandemia, sino de darle al científico y al experto en salud el prestigio y la credibilidad que se merecen. Entre más medios puedan informar sobre estos temas, mejor. Hay que resaltar que también es importante que más médicos y científicos se interesen por divulgar sus avances e investigaciones fuera del gremio, en un lenguaje fácil de entender. Ciencia para la gente.

¿Cree usted que los medios digitales son la solución para divulgar información científica?

No es la única solución, pero sin duda sería de muchísima utilidad para poder llegar a la gente que no tiene un contacto directo con el lenguaje y metodología científicos. Hoy en día, las aplicaciones tienen la ventaja de poder desarrollarse para un propósito específico. En el caso que me comentas creo que sería una gran idea y de mucha utilidad tanto para pacientes como para los médicos. Te comento que nosotros también dentro de nuestro trabajo también realizamos esfuerzos similares a los de un fact-checking, ya que cuando sale una pre publicación de una investigación de un colega, se nos pide revisarlo y debatir su contenido antes de la publicación final. Es una especie de filtro de la comunidad científica, para poder decidir que se publica y que no. Considero que esta metodología debería ser aplicada al periodismo científico y apoyada por los medios digitales para que pueda tener éxito y credibilidad.

¿Cual es su opinión respecto a los tratamientos "milagrosos" como la ivermectina o dióxido de cloro? Cabe resaltar que estos tratamientos han sido divulgados sin la comprobación científica necesaria.

Personalmente no considero "Milagroso" el tratamiento con Ivermectina. Actualmente son muchos los médicos que la recetamos, especialmente los médicos que

trabajamos atendiendo pacientes por covid-19 diariamente. Es muy duro, pero preferimos recetar un medicamento que podría presentar una mejora en el paciente, a no recetar nada. Hemos visto evoluciones favorables en muchos de estos pacientes. Si bien es cierto que hay papers científicos que no prueban que esto detenga el avance del covid-19 en el cuerpo, paradójicamente en algunos paciente si funciona y los síntomas mejoran. Considero que hay muchos médicos "de escritorio" que son mayormente los que están en contra de la prescripción de este medicamento, que dicho sea de paso se utiliza hace años.

¿Que opina sobre una plataforma de verificación de noticias del ámbito médico que permita estar informado en todo momento?

Me parece una magnifica idea, pienso que todo lo que suma debe ser bienvenido. Es necesario más esfuerzos como este, que se interesen por brindar información científica verdadera y clara. Sobretudo con tanto charlatán que vemos todo los días en los medios, pseudocientíficos que se pasean de programa en programa confundiendo a la gente. Lamentablemente los pacientes peruanos prefieren creerle a alguna historia de un familiar o rumor antes que a un medico, tenemos que cambiar eso. Es una responsabilidad conjunta entre médicos y comunicadores, de poder informar y desmentir cada vez que aparece una información falsa. Cuentan con el apoyo de nosotros, los médicos e investigadores de la Clinica Javier Prado como fuente principal de información científica actualizada y confiable.

Cree usted que sería viable integrar esta propuesta al trabajo que realizan en la clínica Javier Prado, ya que es necesario estar en contacto con fuentes especializadas como son los médicos.

Lo veo muy viable, en el sentido de que sería un gran plus para nosotros como clínica privada. Poder ofrecer esta herramienta a nuestros pacientes y a su vez al público en general. Pude recibir la propuesta enviada con anterioridad y la converse con el gerente general Jorge Ruiz Portal, quien también ve la viabilidad de la propuesta. Hay que resaltar que este apoyo económico será evaluado al cabo de un tiempo prudente, que el

comité directivo crea conveniente, ya que es necesario ver resultados y como evolucionan las necesidades de los pacientes en general. Nosotros contamos con médicos especialistas e investigadores que pueden aportar información y servir como fuentes de información en sus verificaciones. Hasta el momento contamos con el apoyo directo del doctor Uriel Garcia Caceres, quien es un muy destacado investigador. También contamos con la doctora María Cristina Castillo, quien tiene publicadas muchas investigaciones sobre enfermedades infectocontagiosas y puede aportar mucho al proyecto que desean llevar a cabo. Mi aporte será desde el paciente de a pie que acude día a día a atenderse, es decir en el primer nivel de atención medica.

¿Que esfuerzos se realizan desde el ámbito medico privado como las clínicas para informar adecuadamente a los pacientes?

Desde la Clínica Javier Prado siempre tenemos el compromiso de mantener al paciente informado. Lamentablemente, nosotros los médicos no tenemos control sobre que información consume el paciente o cuanto confía en lo que el medico le dice. Nosotros informamos a los pacientes por medio de las consultas presenciales, o a través de las indicaciones en las recetas medicas.

En el caso especifico del covid-19 lo hemos manejado según las directrices del MINSA, las cuales son las cartillas informativas y pancartas que podemos encontrar en las puertas de la clínica. Realmente las recomendaciones e información sobre el covid-19 se dejaron a criterio del medico tratante, es decir que no todos coinciden sobre que tratamiento se debe utilizar. Desde ahí tenemos un problema, deberíamos centralizar la información y emitirla como institución. Debe haber más comunicación entre médicos generales y especialistas.

¿Que otras maneras efectivas encuentra para informar a los pacientes y evitar que caigan en la automedicación?

Actualmente son los medios de comunicación como la radio, la televisión y los medios digitales lo que informan a los pacientes. Es decir que la información "oficial " está ahí, pero son pocos los pacientes que consumen información por medio de canales oficiales.

La automedicación sucede por que el paciente prefiere ir a la farmacia antes que acudir a un centro de salud. Normalmente, ellos acuden a un familiar, o a su medico de confianza, aunque muchas veces su opinión o versión este parcializada. Es muy importante que el gremio medico este unido contra la desinformación, aunque hayan malos colegas que difundan información falsa motivados por intereses. El poder los laboratorios hace presión hacia el gremio también.

