

PRODUCCIÓN DE FAKE NEWS

EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

¿CÓMO IDENTIFICAR
LO QUE ES **CIERTO**
DE LO QUE **NO LO ES**,
EN TIEMPOS DE
PANDEMIA?



Introducción

El contexto de la pandemia, ocasionado por la propagación del virus SARS-COV-2 y su enfermedad, la COVID-19, motivó a la Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología de América Latina y el Caribe –RedPop– a lanzar una invitación a los países/instituciones que la integran, para la presentación de proyectos en la línea de Recolección de datos y análisis de Fake News y pseudociencia en redes sociales relacionados con la pandemia. El Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (OCyT) en Bogotá Colombia, es seleccionado para realizar el proyecto de investigación "***Producción de Fake News en el contexto Latinoamericano: ¿Cómo identificar lo que es cierto de lo que no lo es, en tiempos de pandemia?***" en seis (6) países que hacen parte de la REDPOP. (Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México y Uruguay) entre los meses de febrero a noviembre del año 2020

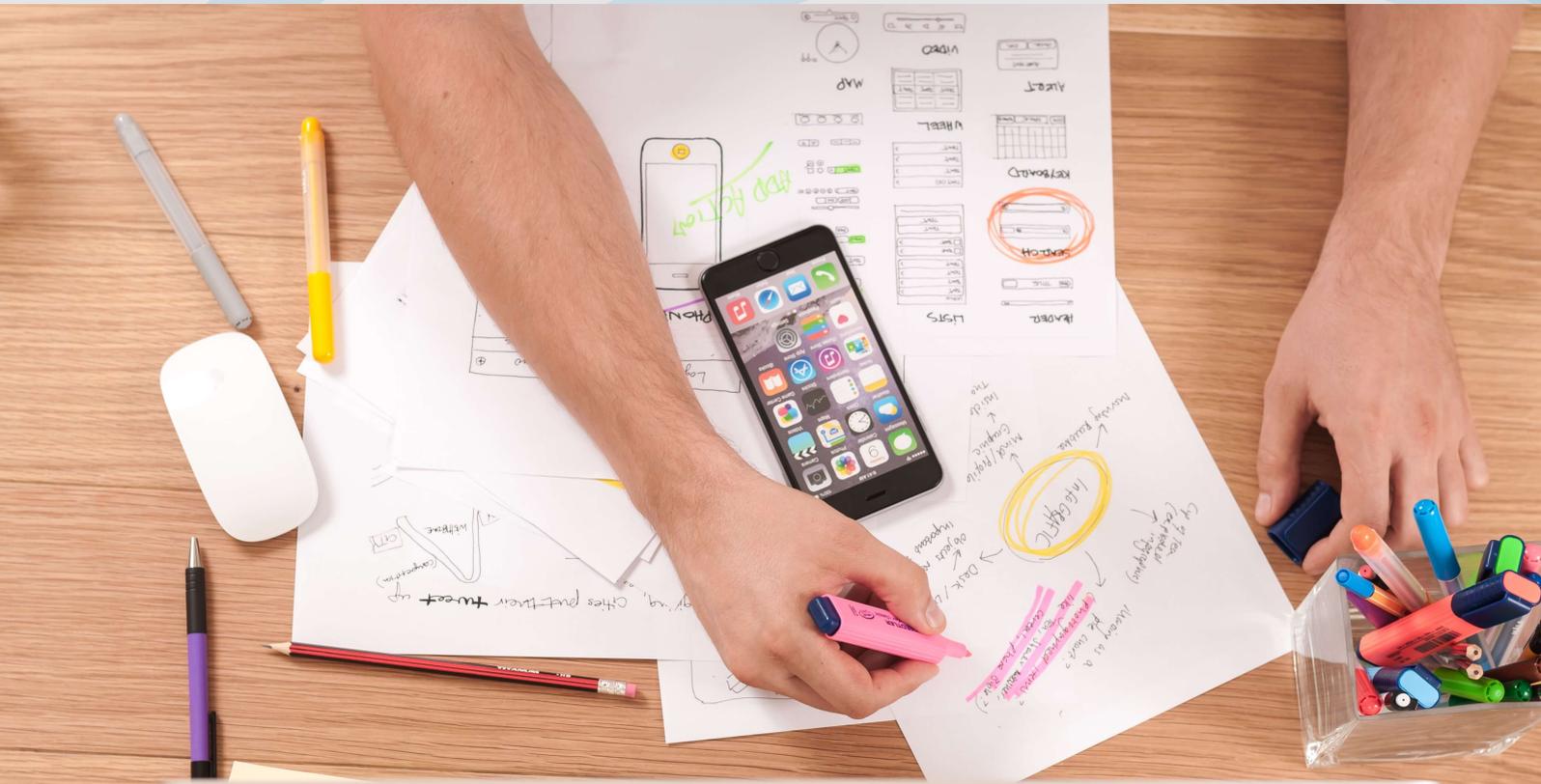


Planteamiento del problema

La investigación "Producción de Fake News en el contexto latinoamericano: ¿Cómo identificar lo que es cierto de lo que no lo es, en tiempos de pandemia?", constituye un importante reto analítico y metodológico, puesto que el nuevo coronavirus SARS-COV-2 y su enfermedad, Covid 19 (Elsevier,2020) es un fenómeno sobre el cual los conocimientos expertos (biología, medicina, epidemiología, salud pública) gracias a los ritmos con los que cuenta la producción científica, generaban conocimientos que tienen un carácter provisional, inacabado; conocimientos que están en curso de producción y no están del todo "estabilizados". Pese a la provisionalidad de los conocimientos científicos disponibles en torno al fenómeno sanitario del Covid-19, múltiples actores sociales se ven abocados a definir hojas de ruta y cursos de acción para poder enfrentar el fenómeno; esto es a coordinarse en ausencia de un consenso último, con relación a las características o atributos que tiene esta enfermedad y su impacto en la salud individual y colectiva.

El reto metodológico, pasa por no contar con un suelo firme, por un cuerpo de conocimientos plenamente estabilizados frente a los cuales poder hacer un conjunto de verificaciones de los materiales informativos producidos por cada país. Esto, sumado a que el fenómeno de la pandemia mundial por Covid-19, llega con más preguntas e inquietudes, que con respuestas. Es este sentido, se propuso una hoja de ruta para operacionalizar un proceso de verificación de información (fact checking) alrededor de un fenómeno que la ciencia todavía no ha terminado de comprender, y además poder trazar una frontera claramente visible entre informaciones que pueden ser calificadas como falsas, frente a otras que se calificarían como verdaderas. Esta travesía fue la que emprendió este modesto proyecto de investigación. Travesía además animada por una voluntad de cuestionar o impugnar una serie de nociones un tanto reduccionistas y simplificadas de lo que es la ciencia y de lo que hacen los científicos, pero también, de los procedimientos que permiten clasificar un material informativo como falso o verdadero. Son estos los retos y las travesías a los que nos enfrentamos y a los que intentamos dar una modesta respuesta en este ejercicio de investigación.

Objetivo



Identificar Fake News, en seis (6) países de América Latina, pertenecientes a RedPop, relacionadas con la COVID 19, así como caracterizar sus condiciones de producción y circulación

Metodología

Para llegar a la identificación del contenido que es tomado como cierto de lo que no lo es, en tiempos de pandemia se realizó la siguiente ruta metodológica:



Selección de los países en América Latina: Esta selección es planteada teniendo en cuenta los siguientes criterios: i) Altas y bajas tasas de mortalidad y contagio, ii) que los países hicieran parte de la RepPop. Países seleccionados: Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México y Uruguay



Levantamiento del corpus: La definición del material informativo, es integrado por los siguientes corpus con la intención de comprender: Los espacios en los que se producen las noticias falsas, sus condiciones de circulación y aspectos asociados a los manejos informativos de este tipo de contenidos.

Corpus 1. Búsqueda directa de noticias en los países seleccionados. Este corpus lo integran las noticias que se buscaron de forma directa en los medios seleccionados por país.

Corpus 2. noticias - contenido relacionado con Covid-19 verificado desde Plataformas de Fact Ckecking que hacen acopio de información.

Corpus 3. Búsquedas en espacios no formales de producción y circulación de información relacionada con Covid-19: grupos Facebook y portales informativos "informales"

Los tres corpus tienen una relación de complementariedad y nos permiten dimensiones distintas de observación: ejes temáticos en los que se concentra la producción informativa, manejos informativos, canales por los que circula esta información, entre otros.

Metodología



Abordaje de los materiales informativos:

- Diseño de instrumentos de análisis para cada corpus, con los mismos criterios
- Extracción de las citas textuales
- Clasificación de los contenidos por ejes temáticos (provenientes de los comunicados y estudios oficiales de la OMS-OPS): Se realizó en dos etapas, en la primera se hizo una revisión de todo el cuerpo documental de lo que denominamos bloques A y B (Orientaciones para el público y orientaciones técnicas) de manera completa, a través de NVIVO e instrumentos de análisis. En la segunda etapa, se hizo una revisión selectiva de información de los bloques (C,D,E,F y G): Informes científicos y técnicos; Infodemia y desinformación; Materiales de comunicación; Documentos técnicos de la OPS; Comunicados.

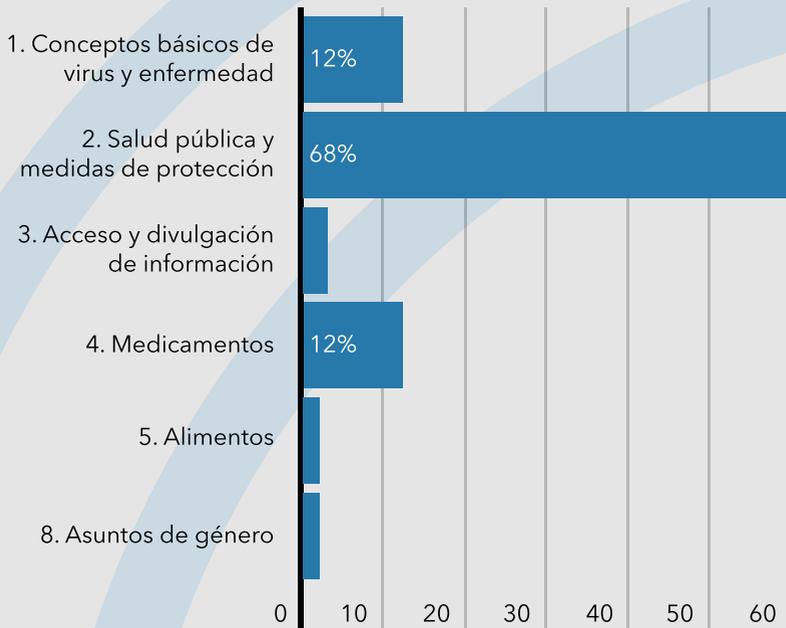
Esta etapa la información fue analizada por demanda; esto es, de acuerdo con lo que los contenidos noticiosos exigieron revisar (para efectos de contraste). Como resultado surgieron ocho (8) grandes categorías: i. Conceptos básicos de virus y enfermedad, ii. Salud pública y medidas de protección, iii. Acceso y divulgación de información, iv. Medicamentos, v. Alimentos, vi. Aspectos psicológicos y emocionales, vii. Atención Médica y viii. Asuntos de género



Clasificación del material informativo (Fact checking)

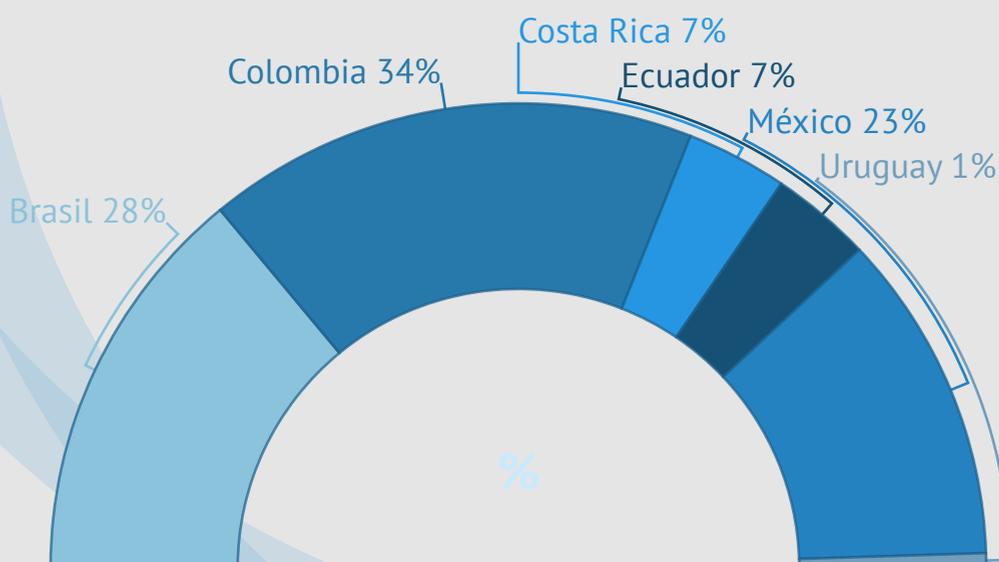
- Definición de marcadores de veracidad: Conocimientos científicos que son resultado de procesos de investigación y que son fiables, pero sin dejar de reconocer su carácter transitorio, inacabado y contingente. (Conocimientos científicos provisionales, pronunciamientos de OMS-OPS).
- Contraste entre los marcadores de veracidad con el material informativo encontrado
- Diseño experimental de clasificaciones: Coincidente con pronunciamientos de OMS-OPS; No verificable; Impreciso; y Falso

Hallazgos

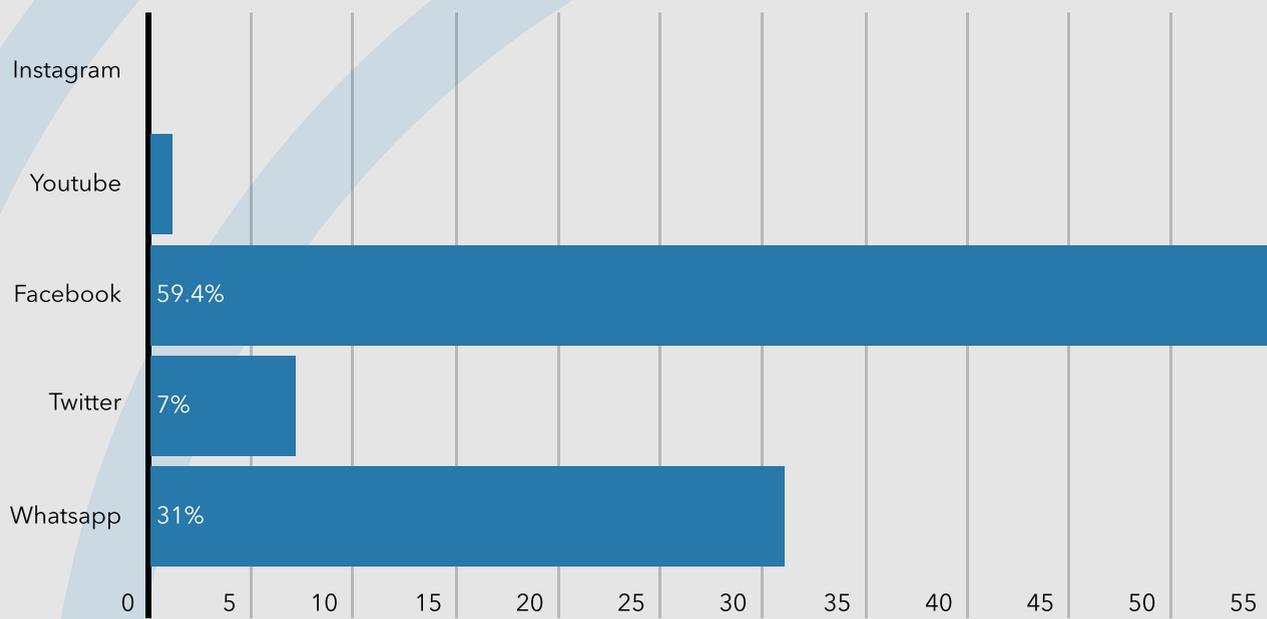


- Para el corpus 1, se encontró que la información relacionada con los ejes temáticos la mayor cantidad de noticias el 68% está concentrada en el eje 2. Salud pública y medidas de protección, con una alta frecuencia para las modalidades de propagación 61%

Para el corpus 2, se encuentra que el mayor registro de noticias falsas por país se concentra en Colombia con un 34 %, seguido de Brasil con 28%. Este porcentaje no podría ser comprendido de manera correlativa a la cantidad de fake news que se producen en cada uno de los países, sino de la intensidad de acopio que ha hecho cada una de las entidades verificadoras en cada caso y de las estrategias que se ha servido a la hora de hacer este registro.



Hallazgos

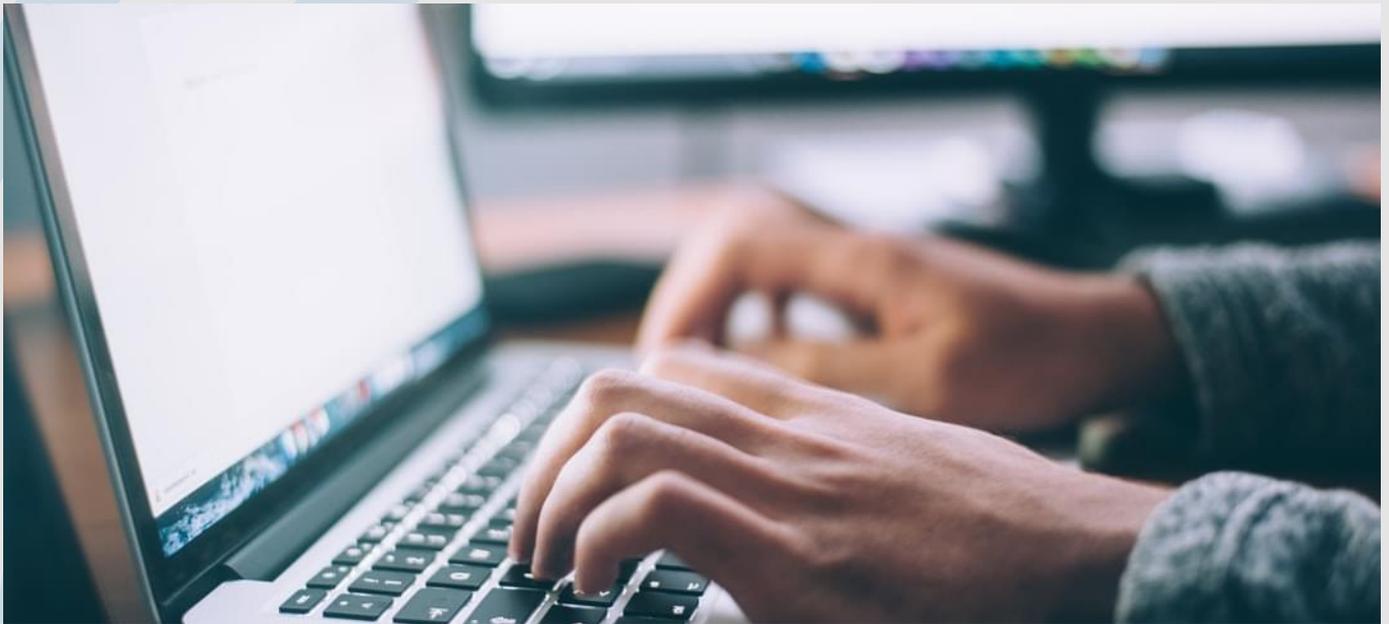


En cuanto a la distribución de noticias falsas por red social (origen) y por los seis países, obtenida de la fuente Latam chequea; se encuentra que las redes más frecuentes son: Facebook 59,4% seguido de Whatsapp 31,3% y Twitter con un 7,8%



Hallazgos

Condiciones asociadas a la producción de material informativo



- Se encuentra que los medios que producen el contenido que es catalogado como falso, no son grandes medios de comunicación, ni son medios de comunicación formalmente constituidos.
 - Las lógicas de difusión y viralización de este tipo de materiales informativos, está vinculada a un fenómeno de “desterritorialización”, es decir, se pierden de vista los contextos o lugares concretos de enunciación. Esto es, se concentran más a través de clusterstemáticos, que en este caso toman presencia bajo la modalidad de grupos de Facebook contruidos en torno a temas de interés como: remedios caseros, dudas e inquietudes, vacunas; entre otros. Así, un grupo de Facebook, –que puede ser creado por cualquier persona– es el espacio de multiplicación y viralización de este tipo de materiales informativos.
- Ausencia de filtros editoriales y mecanismos de control al interior de las plataformas de comunicación informales, como los grupos de Facebook

Hallazgos

Manejos informativos



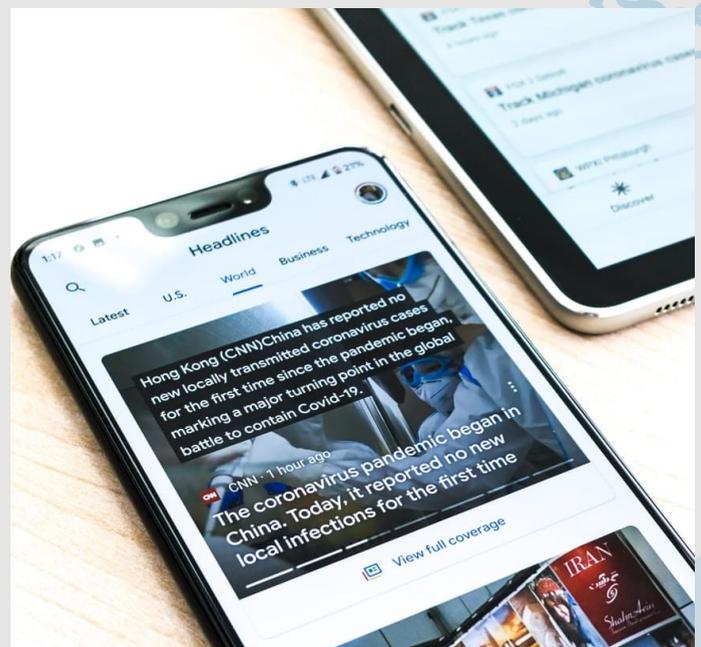
- La información falsa, contiene enunciados abiertamente xenofóbicos, por ejemplo: "China es el país productor del virus y que esta producción es intencionada"

La información falsa genera un efecto de estigmatización política, por ejemplo: "China como el centro productor del virus, de un virus que es intencionado y producido en laboratorio, además se sitúa esta producción en una figura organizativa particular que se presenta con regularidad: el partido comunista chino"

En la información falsa no se indican fuentes expertas que sean recurrentes en otro tipo de materiales informativos

- Hay un marcado énfasis en recursos de tipo testimonial, no tanto así de orden estadístico de fuentes visibles e internacionales

- Se usan recursos retóricos para generar cercanía y credibilidad con los públicos del tipo "que no lo engañen" o "entérese"



Hallazgos

Complementos de imagen



- La publicación va acompañada de una imagen (en proporción es más grande que el texto). Imagen que usualmente es fotográfica y que produce un efecto de credibilidad.

- Utilizan en gran parte de la noticia una imagen del dispositivo para medir la temperatura o artefactos científico-técnicos para producir un efecto de cientificidad asociada a la salud.

- Uso de imágenes que tienen función explicativa (dan cuenta de procesos o fenómenos). Este es un recurso que permite producir un efecto de verdad.

- Uso de fotos de científicos, médicos e instituciones de salud u organismos públicos realmente existentes.

- Uso de emojis (manos juntas, ángel, corazón, banderas de países ente otros), que refuerza el tratamiento "no formal" de los contenidos informativos, pero altamente cercano a públicos participantes de los grupos de conversación.

Recomendaciones para futuros estudios

- Favorecer diálogos interdisciplinarios entre periodistas que se dedican al Fact checking, científicos sociales y profesionales de la salud, en función de producir y sistematizar buenas prácticas de Fact checking en materia sanitaria.
- Que los periodistas de la salud y de la ciencia promuevan comprensiones de mayor complejidad frente a lo que es “la ciencia” y frente a lo que hacen sus practicantes, los científicos.
- La divulgación de la ciencia, cobra particular relevancia a la hora de luchar contra la desinformación y estigmatización.
- Visibilizar los ecosistemas de comunicación en los que se produce y circulan materiales informativos que son calificados de falsos.
- Conectar la información técnica, con las preguntas más cotidianas de las personas que salen en busca de respuestas y de soluciones frente a sus problemas más inmediatos.
- Importancia de realizar estudios que contribuyan a conocer las complejidades de acercar el contenido científico-tecnológico a la ciudadanía y responder a las preguntas más importantes que tienen en cuanto a la enfermedad
- Se debe comprender que la ciencia, se construye de forma cotidiana y no está aislada a las necesidades sociales, políticas, económicas y ambientales, de la sociedad. Estrategias de comunicación construidas desde una perspectiva, contribuyen a generar procesos de Apropiación Social de la Ciencia y la Tecnología desde la reflexión de los impactos
- Integrar a otros actores como las universidades en éstos ejercicios de verificación de la información





RED DE POPULARIZACIÓN
DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA
EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



OCYT

OBSERVATORIO COLOMBIANO DE
CIENCIA Y TECNOLOGÍA

