

Categoría 4

Relaciones con la Prensa

La desinformación en tiempos de pandemia: *talleres para periodistas de América Latina*

Título del programa:

“La desinformación en tiempos de pandemia: talleres para periodistas de América Latina”

Nombre de la compañía o institución:

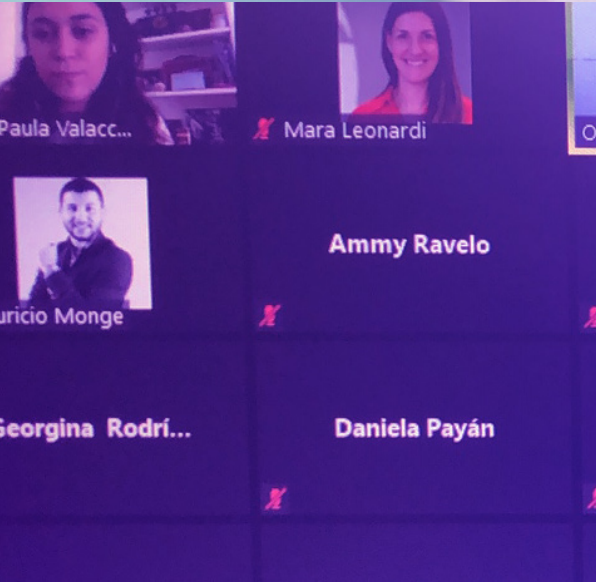
Sanofi

Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan: **Comunicación y Sustentabilidad de Sanofi; División de Vacunas de Sanofi; Alurralde Jasper**

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Mara Leonardi, Valeria Castro, Florencia Lamponi, Natalia Alvarez Torres, Evelyn Botti, Camila Cuellar, Matías Alurralde

sanofi



Introducción

La emergencia sanitaria que supuso el Covid-19 a partir de 2020 trajo implicancias a nivel de salud, como también un creciente aumento de la desinformación en torno a la pandemia. La Organización Mundial de la Salud (OMS) advirtió sobre el peligro de este fenómeno, al que denominó “infodemia” y definió como la “rápida propagación de rumores y contenidos incorrectos o falsos sobre el Covid-19 a través de los medios digitales y redes sociales”.

El término “fake news”, que ya estaba instalado en el público pero en ámbitos relacionados a la política, pasó al centro de escena de la pandemia, en un contexto signado por las medidas de aislamiento y prohibición de circulación que tomaron numerosos países en el mundo. La pandemia implicó que la información sobre salud se convirtiera en noticias de “interés general” y fuera transmitida por periodistas de distintas áreas, varios no especializados en salud.



El objetivo central de la acción estratégica fue brindar herramientas para los periodistas y comunicadores de América Latina

Así, la circulación de contenidos falsos abarcaba no solo los aspectos particulares de la enfermedad, como los síntomas, formas de contagio, tratamientos y posibles curas o inquietudes sobre su origen, sino también las medidas sociales y políticas tomadas por los gobiernos. Si bien la transmisión de la información se realizaba principalmente por medios informales, como WhatsApp y otras redes sociales, en muchos casos llegaban a ser replicadas por medios de comunicación tradicionales. Las desinformaciones suelen expandirse rápidamente (más rápido que la información real), ya que en general apelan a las emociones y aprovechan los sesgos. Muchas veces se difunden en diferentes “burbujas informativas” y, aunque pueden ser empezadas por usuarios poco conocidos, logran masividad cuando son retomadas por famosos, influencers o medios de comunicación.

Los ciudadanos necesitan contar con información confiable y rigurosa para poder participar en el debate público y tomar decisiones, en especial aquellas relacionadas con su salud y sus derechos. El chequeo de la información permite identificar qué de lo que circula es veraz y darle el contexto para que cualquier persona tenga la información necesaria para basar sus decisiones en evidencia y en los datos disponibles.

En mayo de 2020, la OMS hizo un llamado a la elaboración y la aplicación de planes de acción con el fin de gestionar la infodemia promoviendo la difusión oportuna de información precisa basada en datos científicos y probatorios, dirigida a todas las comunidades, y previniendo y combatiendo la propagación de información errónea y falsa, respetando la libertad de expresión. Así, les pidió a sus Estados Miembros que proporcionen contenidos confiables sobre el Covid-19, adopten medidas para contrarrestar la información errónea y falsa, y aprovechen las tecnologías digitales en todos los aspectos de la respuesta.

Sanofi es una compañía farmacéutica de origen francés, presente en Argentina desde hace más de 40 años, con más de un siglo de historia y experiencia en salud a nivel global. Es la compañía farmacéutica número uno en Europa y tercera a nivel mundial, con presencia en más de 100 países y con más de 100.000 empleados. Su propósito es perseguir los milagros de la ciencia para mejorar la vida de las personas. En Argentina tiene operaciones comerciales, industriales y de investigación y desarrollo. Su estructura comercial se basa en 4 unidades de negocios: Medicinas generales, Tratamientos Especiales, Vacunas y Salud del Consumidor.

El objetivo central de la acción estratégica fue brindar herramientas para los periodistas y comunicadores de América Latina y contribuir a fortalecer la difusión de información fiable, verificada, precisa y frenar la propagación de información errónea y la desinformación, y aunar esfuerzos contra la infodemia.



Para ello se convocó a Chequeado, fundación no partidaria y sin fines de lucro, que se dedica a la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos.

El área de Comunicación de Sanofi es responsable de las relaciones con los medios, y mantiene de manera periódica reuniones de relacionamiento para actualizarlos y conversar sobre temas de salud. En los primeros seis meses de 2020, por el contexto de la pandemia, las oportunidades de contacto disminuyeron, por lo cual esta acción estratégica constituía también una oportunidad para retomar las relaciones con una propuesta de valor y ampliar la red.

Propuesta

Sanofi tiene más de 120 años de experiencia en investigación y desarrollo de medicamentos y vacunas, entendidas estas como una herramienta clave para la prevención y el tratamiento de enfermedades y para mejorar la calidad de vida de las personas. La información sobre salud fehaciente se convierte, así, en una forma complementaria de prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida de las personas. Contar con información confiable, basada en evidencias científicas, permite tomar mejores decisiones. La comunicación de la prevención es clave en la estrategia de la compañía. Ante la circulación de fake news, y en este contexto signado por los aislamientos, los periodistas necesitaban herramientas e información. Como actor responsable dentro del sistema de salud, para Sanofi es clave evitar la desinformación sobre salud, medicamentos, vacunas o tratamientos falsos.

Sanofi tiene como objetivo mantener una relación cercana con los periodistas, especialmente con los enfocados en salud, para ser fuente de referencia de información y mantenerlos actualizados sobre las novedades. En este contexto de infodemia, se planteó reforzar la verificación de las fuentes de información confiables y poder contrastar la información que circulaba.

Para ello, a partir de 2020 se definió la realización de un programa de Webinars/ Talleres para periodistas de Latinoamérica junto a Chequeado, para la formación en el método de verificación del discurso público en diferentes países.



Los objetivos de este programa son:

Mejorar la calidad de la información disponible sobre la pandemia

Incentivar la difusión y publicación de contenido verificado y confiable en el debate público

Brindar a periodistas herramientas para identificar fuentes de información confiables, detectar fake news y combatir a la información errónea y la desinformación

Mantener el relacionamiento con los medios y los periodistas

Los ciudadanos necesitan contar con información confiable y rigurosa para poder participar en el debate público y tomar decisiones

La estructura de los Webinar que se llevaron a cabo en 2020 contempló una sesión teórica con la presentación de ejemplos concretos sobre el método de verificación en español, y dos específicas sobre cómo evitar la desinformación sobre salud y en la pandemia, una en español y otra en portugués. Las sesiones en español fueron dictadas por Olivia Sohr y Florencia Ballarino, de Chequeado, mientras que Agência Lupa, de Brasil, fue representada por Natalia Leal, su directora de contenidos.

Gracias a la buena evaluación de la iniciativa por parte de los participantes, Sanofi decidió repetir la convocatoria en 2021. Esta vez, el foco del Webinar se centró en cómo contrarrestar la desinformación y comunicar confianza en relación a las vacunas aprobadas para Covid-19 en la región. Además de las presentaciones de representantes de Chequeado, se contó con la participación del Dr. Roberto Debbag, reconocido infectólogo y comunicador.

Cada sesión se llevó a cabo vía Zoom y fue retransmitida por el canal de YouTube de Chequeado.





Desarrollo del plan

Se invitó de forma personalizada a los periodistas, tanto a los especializados en salud y ciencia como a quienes formaban parte de secciones de información general pero que estaban publicando contenidos de temas relacionados a la pandemia, al Covid-19 y las vacunas. Por su parte, Chequeado también amplificó la convocatoria entre su red de contactos.

Se trabajó con agencias de prensa locales de cada país para cursar las invitaciones a este público de periodistas, que incluía medios en todos los soportes (gráfico, digital, radio y TV).

Dentro de las devoluciones a la primera edición del webinar, realizada en 2020, se detectó que los periodistas pedían sumar, a futuro, contenidos relacionados con la vacunación.

VACUNAS:
CÓMO CONTRARRESTAR LA DESINFORMACIÓN Y COMUNICAR CONFIANZA
Taller para periodistas.

ORADORES

- Florencia Ballarín, Directora de Contenidos de Chequeado
- Roberto Debbag, Coordinador de Estrategia de Comunicación de Sanofi Pasteur
- Olivia Sohr, Directora de Operaciones y Recursos Humanos de Chequeado

JUEVES 22 DE ABRIL
15 HS | ARGENTINA Y URUGUAY
14 HS | CHILE Y PARAGUAY

TE ESPERAMOS

chequeado CON EL APOYO DE SANOFI PASTEUR

VACUNAS:
CÓMO CONTRARRESTAR LA DESINFORMACIÓN Y COMUNICAR CONFIANZA
Taller para periodistas.

ORADORES

- Florencia Ballarín
- Roberto Debbag
- Olivia Sohr

JUEVES 22 DE ABRIL
15 HS | ARGENTINA Y URUGUAY
14 HS | CHILE Y PARAGUAY

TE ESPERAMOS

chequeado CON EL APOYO DE SANOFI PASTEUR

La desinformación en tiempos de pandemia



5 preguntas para hacerse antes de desmentir una desinformación



Colaboración:

muchas de las desinformaciones ya circularon en otros países y están chequeadas



A DESINFORMAÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA

COMO COBRIR O NOVO CORONAVÍRUS

Uma oficina especial para jornalistas do Brasil

Por **Natália Leal**,
diretora de conteúdo da Agência Lupa

Quarta-feira, 29 de
Julho
11h às 12h30min



Com o apoio de:



Dentro de las devoluciones a la primera edición del webinar, realizada en 2020, se detectó que los periodistas pedían sumar, a futuro, contenidos relacionados con la vacunación. Por este motivo, en 2021, como continuación del programa, la segunda edición se enfocó en mitos y verdades en relación a las vacunas, tema de la agenda de ese año. En este caso, como cada país tenía acceso a diferentes vacunas, la campaña se acotó a Cono Sur, para poder transmitir mensajes más alineados.

El objetivo es continuar con estos ciclos a futuro, centrados en temas de interés para los periodistas de salud y la compañía, como por ejemplo medicamentos biológicos y biosimilares.

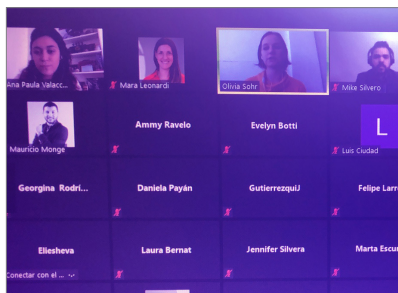
Resultados y evaluación

En 2020 se desarrollaron dos talleres para periodistas.

El primer Webinar (23/07/2020), estuvo dirigido a periodistas de América Latina y participaron un total de

95 personas

de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay y Perú, de las cuales 73 fueron periodistas y el resto miembros de las agencias de prensa como parte de la estrategia de comunicación.



La segunda instancia, que fue dictada en modalidad de workshop, tuvo dos versiones.

La primera (28/07/2020), fue en portugués y asistieron

20 periodistas de Brasil

La versión en español (29/07/2020), registró la asistencia de

24 periodistas

de Argentina, México, Perú, Paraguay, Ecuador, Costa Rica, República Dominicana y Colombia.



“”

Me pareció muy bueno porque suelo seguir a Chequeado y hacen un trabajo bastante atractivo. Día a día tenemos que lidiar con negacionistas, antivacunas y gente que minimiza el virus, entonces a veces está difícil saber cómo comunicar

Periodista de InfoNegocios
PARAGUAY

“”

Uno de los grandes temores que tenemos los comunicadores es equivocarnos a la hora de informar, por eso este seminario nos ayuda a reforzar nuestros conocimientos

Periodista de La República
PERÚ

“”

Importante las formas de comunicar contenido relacionado al Covid-19. Me quedo con la parte de la presentación donde, además de ayudarnos a saber cómo detectar fake news, nos da consejos para saber cómo retractarse y luego actualizar la nota con información verídica

Periodista de Exitosa TV
PERÚ

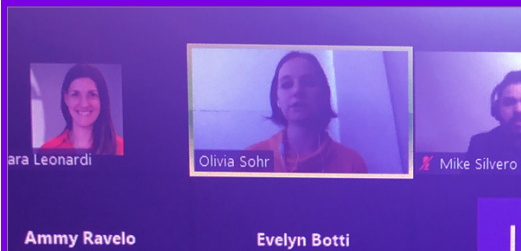
“”

¡Enhorabuena por el evento! ¡Fue increíble! En ese momento, incluso llamé a dos personas más de redacción que también participaron

Periodista de Portal Minha Vida
BRASIL

“La desinformación en tiempos de pandemia: talleres para periodistas de América Latina”

4 webinars
+150 periodistas
10 países de América Latina



En el Taller llevado a cabo en 2021, con foco en vacunas, también en formato webinar, participaron 57 periodistas de Argentina, Paraguay y Chile.

En todos los webinars participaron periodistas de medios digitales, audiovisuales y gráficos.

El objetivo central de estas acciones siempre fue el de facilitar el acceso a la información y acercarles a los periodistas herramientas que fueran útiles en ese contexto. El rol de Sanofi fue el de facilitador de este tipo de herramientas y contenidos, con el propósito común de promover la difusión de información verdadera y de calidad, y que las fake news dejen de circular o circulen con menor frecuencia e impacto. Es decir, poner en valor el impacto positivo de una comunicación basada en evidencia y en datos, desde el lugar que cada uno ocupa en la sociedad, desde el rol de prevención, de salud y educación.

Otro beneficio fue aprovechar una de las ventajas de la conectividad que abrió la pandemia. En el contexto pre Covid-19, hubiera sido impensado organizar un webinar o un encuentro virtual con más de 70 periodistas de la región. Así, se comenzó a utilizar una metodología y forma de contacto que se mantiene hasta el día de hoy.

Según la encuesta realizada post webinar general en 2020

para el **77%** de los participantes el seminario resultó “Muy útil” mientras que para el **23%** de los participantes fue “Bastante útil”

Para los periodistas consultados, el taller cumplió con las expectativas porque se abordaron temas actuales y de gran importancia para el desarrollo de la labor periodística.