



LÁPIZ Y BABEL

➤ GABRIEL ORTIZ DE ZVALLOS // Presidente ejecutivo de APOYO Comunicación

A VACUNAR MENTES PRIMERO

“Al final, lo que se necesita es generar confianza, apoyándose en quienes ya la tienen, porque el tiempo no sobra”.

El 2021 empieza con la buena noticia de tener Evacuadas, pero con un virus mucho más contagioso, las camas UCI casi al tope y la fatiga natural que traen tantos meses de pandemia. Desanimarse a estas alturas sería criminal y tonto. El sector Salud aplica vacunas como las que se han comprado todos los años, y aunque falta precisar el cronograma y el plan, la tarea hoy es ponerle dos jeringas a cada poto hasta alcanzar la inmunidad de rebaño.

Según Ipsos, en los últimos cuatro meses de 2020, el porcentaje de peruanos que dice que no se vacunaría subió de 20% a 44%, por desinformación y noticias falsas por distintas vías. Luis Carlos Burneo hizo un reportaje y el consenso para no ponérselas, por las razones más locas. La gente dice que se quiere cuidar con ajo, kion y limón; que la vacuna

esteriliza y trae otras consecuencias, etc. La vacuna es segura, tan segura como todas las vacunas que normalmente se ponen.

La nueva versión del virus no es broma: Inglaterra está con los hospitales al borde del colapso. Los próximos meses en Perú podrían ser durísimos si no se logra, a través de la comunicación, reforzar las ganas de cuidarse hasta que se pueda vacunar a toda la población necesaria. El gobierno ha anunciado una campaña para combatir la desinformación para la cual hay poco tiempo y necesidad de darle al blanco.

Para comunicar sobre temas que generan temores, lo primero es identificar la lógica del temor, sin ridiculizarla, y encontrar los mensajes que lo resuelven. Pero el eje no es el mensaje, sino el mensajero. Mientras más complejo el tema, más relevante es la

confianza ya ganada y empatía personal del vocero. La discusión técnica sobre detalles hay que darla y en los términos más claros, pero no es suficiente, porque el fondo de la discusión es demasiado complejo para que la gente lo siga. Al final, lo que se necesita es generar confianza, apoyándose en quienes ya la tienen, porque el tiempo no sobra. Los mensajes son sencillos: la vacuna es segura y ya llega, pero tienes que aguantar y cuidarte unos meses más, para no tirar al agua todo el esfuerzo que ya se ha hecho y todo el dolor que ya se ha sufrido.

Las noticias falsas sobre el COVID-19 son un problema mundial, principalmente a través de redes sociales. Una investigación de la Universidad de Oxford evaluó el impacto de más de 8 mil videos que YouTube retiró entre octubre de 2019 y junio de 2020 por tener

información falsa sobre el coronavirus. Como era menos del 1% de videos en YouTube sobre el tema, parecía poco. Pero en los 41 días en promedio que se demoraron en sacarlos, fueron compartidos 20 millones de veces. Solo en 55 videos, Facebook advirtió a sus usuarios que la información era falsa, menos del 1% de videos compartidos por esa plataforma.

MIT demostró antes que las noticias falsas corren seis veces más rápido y llegan a más personas que las verdaderas en Twitter. Y no es culpa de los bots (cuentas falsas que se usan para replicar tuits), sino de las personas, a quienes nos encanta chismear sobre lo que nos parece sorprendente, chocante, tabú, sin verificar nada. No crea, comparta ni comente nada que no verifique de fuente segura, ni sobre el coronavirus ni sobre las elecciones. Guerra avisada no debería matar gente.