

Caso de estudio sobre estrategias de salida

En el Reino Unido, el Departamento de Digitalización, Cultura, Medios de Comunicación y Deporte puso en marcha una campaña para hacer frente a la información falsa sobre vacunas que se comparte entre las comunidades de minorías étnicas proporcionando un conjunto de herramientas con contenidos diseñados para ser compartidos a través de grupos comunitarios de WhatsApp y Facebook, así como Twitter, YouTube e Instagram.

La campaña estuvo encabezada por figuras de confianza de la comunidad local como líderes religiosos, médicos y otros que ofrecieron consejos sencillos sobre cómo detectar la desinformación y qué hacer para detener su propagación en vídeos breves y compartibles. Además, se proporcionó un kit completo de herramientas para las redes sociales con información de fondo y sugerencias de mensajes para las redes sociales.

Reflexione sobre las siguientes cuestiones:

- ¿Por qué alguien estaría interesado en desarrollar campañas de desinformación sobre la vacunación? ¿Cree que se trata de miedo, desconfianza o hay un interés específico?
- ¿Por qué crees que la desinformación/las noticias falsas tienden a atraer mucho más la atención de la población? ¿Crees que tiene que ver más con el mensaje simplificado o con el contenido emocional que transmiten (es decir, miedo, ira, desconfianza)?
- ¿Qué puede considerarse una buena práctica en el ejemplo mencionado? ¿Cree que la representación multiétnica o la sencillez del mensaje pueden ayudar a generar confianza en la población? ¿Puede averiguar a qué público va dirigida la campaña (es decir, minorías británicas, inmigrantes)?
- ¿Cree que este tipo de campañas son suficientes para llegar al público? ¿Qué otras medidas ayudarían a promover la comprensión de la vacunación como estrategia de salida de una crisis sanitaria? (Otros ejemplos serían: campañas de personas influyentes en los medios sociales; anuncios en medios tradicionales como la televisión; mayor implicación de las comunidades religiosas, etc.).
- Según su experiencia, ¿ha visto alguna campaña de comunicación durante la pandemia que no le haya impresionado en absoluto o no le haya convencido de su mensaje? ¿Qué cree que debería evitarse por todos los medios de comunicación?
- En consecuencia, ¿quién debe encargarse de "dar la cara" a la hora de rebatir argumentos falsos? ¿Los políticos o los funcionarios de sanidad? ¿Celebridades o ciudadanos de a pie de calle? ¿Expertos altamente cualificados o líderes de opinión?
- Teniendo en cuenta todas las opiniones anteriores, ¿qué lecciones se pueden extraer en este contexto de la experiencia de la Covid-19?
- ¿Podemos intentar aportar al menos 3 elementos clave para una campaña de comunicación sobre vacunación más exitosa?