

“Salud Check”

Desarrollo de medio digital de verificación de información de salud y bienestar. (<https://saludcheck.com/>)

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Categoría: Multimedial

CATALINA GUERRA COLIHUIL

YANARA VEGA IBÁÑEZ

PROFESORA GUÍA: ANDREA HOARE MADRID

SANTIAGO DE CHILE

2025

Agradecimientos

Desde que decidí emprender el camino del periodismo, supe que sería una ruta llena de aprendizajes, desafíos y momentos de transformación. Hoy, al cerrar este capítulo con el proyecto Salud Check, siento una profunda gratitud hacia todas las personas que me han acompañado a lo largo del camino.

A mis padres, cuya sabiduría, fortaleza y fe en mis capacidades han sido mi mayor impulso. A mis tres hermanas, por ser mi red de apoyo incondicional y sostenerme en los días difíciles, para recordarme el valor de seguir adelante. A mis fieles compañeros de cuatro patas, mis dos perros salchichas y mi querida gatita Sowi, por aportar alegría y serenidad en los momentos más exigentes.

Un agradecimiento especial a mi amiga y compañera de tesis, Yanara Vega. Este proyecto no habría sido posible sin tu compromiso, apoyo y cariño. Juntas compartimos un año lleno de retos, emociones y aprendizajes. Gracias por construir juntas un proyecto del que podemos sentirnos profundamente orgullosas.

Un especial reconocimiento a la profesora Andrea Hoare, quien fue nuestra guía en este proyecto y también una gran mentora a lo largo de nuestros años de formación.

Finalmente, gracias a toda mi familia y amigos por creer en mis sueños y acompañarme con palabras de aliento, lo cual ha sido una motivación constante para superar cada obstáculo. Este es solo el inicio de una misión más grande que asumimos con ética, convicción y el deseo de impactar positivamente en la sociedad.

Catalina Guerra Colihuil

Agradecimientos

Cuando era más pequeña soñaba que era capaz de cambiar el mundo, hacer grandes cosas que ayudarían a que otros pudieran tener una mejor calidad de vida. Luego crecí y esa idea cada vez empezó a verse más lejana. Yo no podía cambiar el mundo, ni podía ayudar a todos, pero sí podía hacer algo por quienes me rodeaban de forma más cercana.

Por eso decidí estudiar periodismo y por eso agradezco estar llegando al final de esta gran etapa de aprendizajes y desafíos. Este proyecto, Salud Check, es mi granito de arena que junto con mi compañera y amiga Catalina Guerra, empezamos a nutrir para ayudar de alguna forma a los que nos rodean.

Esta es la forma en la que puedo hacer algo por quienes padecen algún tipo de dolor físico y mental, que diariamente buscan las fuerzas para salir adelante y encontrar razones para seguir intentándolo.

Agradezco a mi familia por ser mi gran soporte, a mis padres y mis hermanas que a la distancia lloraban y celebraban conmigo. Agradezco a mis abuelitos que ya no están en este mundo, que siempre me hicieron sentir que era capaz de hacer todas las cosas. Agradezco a Dios por escucharme y ayudarme. Y doy las gracias a mis amigos y seres amados que estuvieron a mi lado, aconsejándome, dándome ánimo y fuerza para seguir.

Como dije antes, este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo de Cata, ambas pasamos por muchos desafíos este año, pero nos apoyamos mutuamente y eso permitió que hoy terminemos una etapa por la que trabajamos tantos años.

Doy un agradecimiento especial a la profesora Andrea Hoare por guiarnos en este proyecto y por hacernos sentir que esta idea tiene futuro y tiene sustento. Gracias por darnos ánimo cuando ya estábamos demasiado cansadas.

Finalmente, me doy las gracias a mí. Dejar la familia para estudiar en otro lugar y pasar por todas las cosas que pasé requirió de mucha determinación y resiliencia, por eso me siento orgullosa de terminar esta etapa que parecía tan lejana.

Ahora solo queda mantener la esperanza de un mundo mejor, haciendo lo mejor que pueda para contribuir al bienestar de los demás desde cualquiera sea mi área de trabajo, con principios éticos y honestidad.

Yanara Vega Ibáñez

Tabla de contenido

1. PRESENTACIÓN.....	6
1.1 Introducción.....	6
1.2 Problema.....	7
1.3 Relevancia o Justificación.....	9
1.4 Objetivo General.....	10
1.5 Objetivos Específicos.....	10
2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.....	11
2.1 Rol de los medios de comunicación.....	12
2.2 Periodismo de verificación.....	13
2.3 Educación mediática.....	15
3. METODOLOGÍA.....	16
3.1 DEFINICIÓN DE MÉTODO DE VERIFICACIÓN.....	17
3.1.1 Benchmark de métodos de fact checking.....	17
Fast Check.....	17
AFP Fact Check Factual.....	19
Chequeado.....	20
Maldito Bulo.....	21
Verificado.....	22
3.1.2 Método de verificación de sitio web Salud Check.....	23
3.2. DISEÑO Y CREACIÓN DE MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	29
3.2.1 Ficha de usuario arquetípico.....	29
3.2.2 Benchmark.....	29
3.2.3 Manual de identidad gráfica.....	29
3.2.4 Creación de estructura de información de la página web.....	30
3.2.5 Escoger diseño de Wordpress para sitio web.....	30
4. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	30
4.1 BENCHMARKING GRÁFICO.....	30
4.1.1 Benchmark de páginas web.....	30
Maldita Ciencia.....	30
Fast Check.....	31
MedlinePlus.....	33
4.1.2 Benchmark de cuentas de Instagram.....	34
Maldito Bulo.....	34
Chequeado.....	36
Newscience.....	37
4.1.3 Conclusión del benchmarking.....	38

4.2 PÚBLICO OBJETIVO.....	39
4.3 IDENTIDAD GRÁFICA.....	43
4.3.1 Paleta de colores:.....	44
4.3.2 Tipografía:.....	44
4.3.3 Logotipo (o marca).....	45
4.3.4 Isotipo o marca de agua para las imágenes.....	48
4.3.5 Favicon.....	48
4.3.6 Imagen para las Redes Sociales principales.....	49
4.4 ESTRATEGIA DE CONTENIDOS.....	49
4.4.1 Definición de la mezcla de comunicación digital y rol de cada plataforma....	49
4.4.2 Aspectos tecnológicos involucrados.....	50
4.4.3 Sitio web.....	51
• Arquitectura de Información:.....	51
• Descripción de secciones, rótulos y menús.....	51
• Propuesta de wireframe.....	52
• Selección y personalización de plantilla.....	54
• Aplicación de criterios de usabilidad (diseño centrado en el usuario) y accesibilidad universal.....	54
• Manual de estilo.....	55
• Manual de imágenes y audiovisuales.....	56
• Estrategias de difusión.....	57
4.4.4 Estrategia de Redes Sociales.....	58
4.4.5 Estrategia con otras plataformas involucradas en el proyecto.....	59
4.4.6 Contenidos tratados en Salud Check.....	60
• Publicaciones realizadas.....	60
• Aplicación de Metodología.....	65
• Aplicación de estrategia SEO en páginas pilares.....	71
• Estrategia de publicaciones en Instagram.....	73
4.5 ASPECTOS LEGALES.....	75
4.5.1 Términos y condiciones.....	76
4.6 ASPECTOS FINANCIEROS.....	78
5. PROYECCIÓN COMUNICACIONAL.....	79
6. CONCLUSIÓN.....	80
7. BIBLIOGRAFÍA.....	82
8. ANEXOS.....	84

1. PRESENTACIÓN

1.1 Introducción

En un entorno digital donde la desinformación sobre salud y bienestar circula masivamente, poniendo en riesgo la vida y el bienestar de las personas, nace *Salud Check* como una respuesta proactiva. Este proyecto surge de la necesidad de combatir la difusión de contenido falso y potencialmente dañino para el bienestar de la salud pública, especialmente en redes sociales.

La falta de recursos y medidas institucionales para abordar la creciente demanda informativa sobre estos temas, representa un desafío significativo, ya que la desinformación puede afectar directamente la toma de decisiones de las personas, con graves consecuencias para su bienestar físico y mental.

Nuestro propósito es construir un medio de comunicación digital dedicado a la investigación y verificación de información en temas de salud. A través de un método de *fact checking* propio, analizamos y desmentimos contenidos, determinando si son verdaderos, falsos o imprecisos.

Para lograr este objetivo, entrevistamos a profesionales de la salud como médicos, psicólogos y nutricionistas, quienes analizaron y aclararon información presente en las publicaciones seleccionadas. Para elegir a los entrevistados, si bien contactamos profesionales de distintos sexos y áreas de la salud (público o privada), las personas entrevistadas fueron quienes contestaron y accedieron a colaborar con el proyecto.

En línea con los principios de la Medicina Integrativa y el Bienestar, respaldados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), nuestro proyecto adopta una mirada multidisciplinaria, enfocándose principalmente en las áreas de salud mental y física. La misión de *Salud Check* es ofrecer a la audiencia fuentes claras y accesibles, fomentando la educación, evaluación crítica y promoviendo una cultura de información responsable.

Aspiramos a ser una fuente reconocida en periodismo de verificación de salud y bienestar, colaborando activamente en la erradicación de la desinformación. En resumen, nuestro proyecto se erige como una propuesta proactiva y multidisciplinaria a los desafíos actuales en el ámbito del bienestar integral, con el fin de ofrecer contenido periodístico informativo, educativo y profesionalmente verificado.

1.2 Problema

Internet se ha convertido en la principal fuente de información sobre salud. Según el estudio *¿Cómo se comportan los jóvenes y adolescentes ante la información de salud en Internet?*¹, el 79,9% de los jóvenes asegura que las herramientas digitales y apps les ayudan a estar más informados sobre su bienestar. Los temas más buscados incluyen actividad física (40,3%), salud mental (35%) y alimentación (34,3%).

Sin embargo, el acceso masivo y fácil a esta información también presenta un desafío crítico: la proliferación de desinformación y noticias falsas. Las redes sociales, en particular, se han convertido en un terreno fértil para la propagación de contenido erróneo o manipulado. La velocidad con la que circula esta información, sumada a la falta de herramientas para verificarla, pone en riesgo la salud pública.

El informe *El fenómeno de la desinformación: Revisión de experiencias internacionales y en Chile (2023)*, explica que la desinformación es un concepto amplio que abarca una serie de acciones, tecnologías y prácticas que en su combinación tienen efectos sociales de interés público.²

Este fenómeno, ya sea generado de manera intencionada para engañar o de forma involuntaria debido a errores, puede causar confusión, miedo y ansiedad en la población. Puede llevar a la adopción de prácticas peligrosas, como el rechazo de tratamientos médicos efectivos, el uso de remedios no probados o incluso la desconfianza hacia las instituciones sanitarias.

Como un hito importante en esta década, Pedro Vaca Villarreal, en su informe *Desinformación, pandemia y derechos humanos (2023)*³, destaca cómo durante la

¹ Echegaray, L., Peñafiel, C., Ronco, M. (2016) *¿Cómo se comportan los jóvenes y adolescentes ante la información de salud en Internet?*. Revista Española de Comunicación en Salud. Obtenido de: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3444/2081>

² Anguita, P., Bachmann, I., Brossi, L., Elórtegui, C., Escobar, MJ., Ibarra, P., Lara, JC., Padilla, F. y Peña, P., (2023). *El fenómeno de la desinformación: Revisión de experiencias internacionales y en Chile*. Santiago: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Pág 19, obtenido de: https://minciencia.gob.cl/uploads/filer_public/26/cb/26cb92cb-5614-4e7c-a46e-f001a2b838b1/informe_i_-_el_fenomeno_de_la_desinformacion_global_y_en_chile_1.pdf

³ Vaca Villarreal, P. (2023). *Desinformación, pandemia y derechos humanos*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Obtenido en: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/desinformacion-pandemia.pdf>

pandemia de COVID-19 la desinformación comprometió gravemente la capacidad de los Estados para implementar respuestas sanitarias eficientes. Además, la circulación masiva de consejos engañosos y recetas perjudiciales generó desconfianza en las instituciones y riesgos significativos para la salud pública, evidenciando el impacto devastador de la información falsa en crisis sanitarias.

Ante este panorama, es crucial abordar los riesgos informativos que afectan directamente a la salud y el bienestar de las personas. La proliferación de contenido falso en plataformas digitales requiere una intervención activa del periodismo, que no solo verifique la información, sino que también brinde herramientas y recursos preventivos a la sociedad.

Educar al público en la identificación y evaluación de datos fomenta una cultura de verificación y responsabilidad informativa, especialmente en temas de salud, donde una decisión mal fundamentada puede derivar en consecuencias graves para la salud.

La misión de *Salud Check* responde a esta necesidad urgente: crear un medio digital especializado en investigar y verificar la información relacionada con la salud que circula en redes sociales y otras plataformas digitales. Con metodologías periodísticas rigurosas, buscamos identificar y desmentir noticias falsas, engaños y afirmaciones potencialmente peligrosas.

Nuestro enfoque se centra en aquellos contenidos que, debido a su alto impacto y viralización, representan un riesgo real para la salud pública y el bienestar de la sociedad.

Es por ello que nuestro proyecto busca responder principalmente, la siguiente interrogante:

¿Qué métodos periodísticos y tecnológicos son más efectivos para verificar y desmentir información falsa sobre salud en plataformas digitales?

Para estructurar y abordar las complejidades del problema, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los tipos más comunes de desinformación relacionados con la salud que circulan en los medios digitales y cómo se identifican?
2. ¿De qué manera pueden colaborar las instituciones de salud y los medios de *fact checking* para combatir la desinformación?
3. ¿Qué criterios periodísticos se deben aplicar en la creación de un medio de *fact checking* en Chile?

1.3 Relevancia o Justificación

Actualmente, muchas personas, especialmente los jóvenes adultos y estudiantes universitarios, buscan activamente contenido relacionado con su salud y bienestar en plataformas multimedia como Instagram, YouTube y TikTok.

Sin embargo, estos espacios están saturados de desinformación, ya que a menudo los creadores de contenido basan sus publicaciones en experiencias personales, fuentes poco fiables y desde hace unos meses, en contenido redactado por programas de inteligencia artificial generativa sin validación humana. Esta proliferación de información no verificada induce a menudo a los jóvenes a realizar autodiagnósticos erróneos y automedicarse, lo cual puede tener graves consecuencias para su salud.

Para aportar a contrarrestar esta tendencia, creamos *Salud Check*, un medio digital multimedia especializado en *fact checking* de salud mental y física. Nuestro objetivo es proporcionar datos confiables que promuevan la educación mediática, verificado por profesionales y de libre acceso. Esto no solo contribuye a mitigar los efectos nocivos de la desinformación, sino que también promueve el desarrollo de habilidades críticas para evaluar e identificar la información que consumen las personas en las redes sociales.

En la actualidad, no existe un medio especializado en *fact checking* sobre salud en Chile. Esta carencia le otorga un valor significativo a nuestro proyecto, ya que podríamos contribuir de alguna forma en el panorama informativo del cual los jóvenes adultos entre 18 a 35 años se verían beneficiados. Al combinar la investigación periodística con la rigurosidad científica, ofrecemos un recurso de calidad periodística a nuestra audiencia.

En el año 2023, la Fundación Pfizer y Fad Juventud realizaron el estudio *La innovación tecnológica aplicada al cuidado de la salud: La mirada de adolescentes y jóvenes*⁴, cuyo objetivo fue analizar cómo las personas de 15 a 29 años utilizan la tecnología para cuidar su salud y bienestar, así como sus percepciones y expectativas al respecto. El estudio incluyó la participación de más de 1.500 jóvenes, además de expertos en tecnología y salud.

Los resultados del estudio evidenciaron que algunos de los temas que los jóvenes más buscan en internet están relacionados con el “cuidado, la prevención y la

⁴ Zaragozá Marquina, E., Moliner Cros, A. y Sabín Galán, F. (2023). *La innovación tecnológica aplicada al cuidado de la salud. La mirada de adolescentes y jóvenes*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.8378935

mejora del bienestar” (79,3%). Esto es seguido por la búsqueda de “síntomas” al presentar algún malestar (69,9%) y la consulta de “problemas de salud de personas cercanas” (67,1%).

En cuanto a las cuentas que siguen en internet, más del 65% declaró seguir cuentas relacionadas con la salud y el bienestar, y un 52% sigue cuentas o perfiles de profesionales de la salud.

Este estudio confirma la importancia que tiene para los jóvenes el autocuidado y la gestión de su salud, quienes utilizan internet como fuente de información para prevenir enfermedades y mejorar su bienestar.

Teniendo en cuenta que casi un 70% de los jóvenes busca sus síntomas en internet o redes sociales, se plantea la necesidad de tener canales que ofrezcan información verificada. De esta forma, se promueve la educación digital para que los propios usuarios reconozcan o duden de posible información engañosa o imprecisa de internet.

La particularidad de *Salud Check* es que recopilamos información publicada en las redes sociales, relacionada con la salud y el bienestar, de acuerdo a nuestros parámetros editoriales. Luego, la verificamos. Esto nos permite contribuir desde el periodismo a la formación de una audiencia más consciente del contenido que encuentra en internet, ofreciendo herramientas educativas que buscan promover un pensamiento más crítico.

1.4 Objetivo General

Crear un medio digital especializado en investigación y verificación de información sobre salud en redes sociales, aplicando metodologías periodísticas para identificar engaños que puedan poner en riesgo el bienestar y la vida de las personas.

1.5 Objetivos Específicos

1. Diseñar un método de verificación de información basado en técnicas periodísticas de *fact-checking*.
2. Establecer contacto y entrevistas con profesionales de diversas disciplinas relacionadas con el bienestar y salud, para validar y verificar con fuentes de calidad el contenido publicado en el medio.

3. Difundir contenido informativo y educativo sobre herramientas digitales disponibles para combatir la desinformación sobre salud en la era digital.
4. Implementar técnicas de optimización de motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento de la página web en los resultados de Google.

2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

Actualmente, la desinformación representa un desafío significativo, especialmente en el ámbito de la salud. La rápida propagación de información engañosa a través plataformas digitales dificulta que las personas distinguan qué información es verdadera o falsa.

Las consecuencias de la desinformación impactan múltiples áreas. Un ejemplo de crisis reciente fue la pandemia de COVID-19, donde se compartieron desde teorías conspirativas sobre el origen del virus, hasta falsas curas milagrosas. En ese contexto, la desinformación estaba correlacionada con una menor confianza en las fuentes de información legítimas y con la confusión entre el público.⁵

La Organización Mundial de la Salud (OMS) denominó Infodemia⁶ al aumento masivo de información falsa y sacada de contexto, que puede afectar negativamente en la toma de decisiones importantes, relacionadas con la salud, desastres naturales, economía, política, entre otras.

En Chile, si bien la desinformación siempre ha existido, durante la pandemia se intensificó, facilitando una rápida difusión especialmente en redes sociales. Según el Digital News Report 2023 del Instituto Reuters, el 65% de los usuarios chilenos accede a noticias a través de una o más plataformas sociales, como WhatsApp, Facebook o Instagram⁷, superando el promedio global del 62%.

⁵ OMS (s.f.), "Infodemic".

⁶World Health Organization (s.f.) *Infodemic*. Obtenido de: <https://www.who.int/health-topics/infodemic>

⁷ Fernández, F., Núñez, E. (2022) *Chile*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Obtenido de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/chile>

Esto quiere decir que las y los chilenos consumen más noticias en plataformas sociales y sistemas de mensajería instantánea, que en medios tradicionales⁸.

Por su parte, [El informe II Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile](#), elaborado en 2023 por la Comisión asesora contra la Desinformación, que fue convocada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación; presentó la siguiente información:

“Las y los chilenos optan cada vez más por informarse en plataformas de redes sociales. En este espacio digital conviven el buen periodismo y la entrega de contenidos de calidad hecho por medios de comunicación, con otros contenidos diseñados para engañar, potenciados por nuevas tecnologías como los *deepfakes* y el uso de IA generativa en otros formatos”.⁹ (2023, pág. 53)

A partir de estos estudios podemos concluir que la mayoría de los chilenos consume noticias por medio de plataformas digitales. Si bien es positivo que el acceso a la información sea cada vez más fácil y rápido, existen riesgos a considerar, como por ejemplo la desinformación, cuyo contenido podría llegar a ser perjudicial para la vida de las personas.

Desde *Salud Check* creemos que es importante abordar esta problemática por medio de la educación digital y la difusión de contenido verificado relacionado con la salud y el bienestar.

2.1 Rol de los medios de comunicación

La desinformación en cuanto a temas de salud puede conducir a la adopción de prácticas nocivas, como el uso de remedios caseros peligrosos, el rechazo de vacunas o la adopción de dietas extremas. Ante esta realidad, es necesario que los medios de comunicación sean agentes reguladores.

⁸ Reuters Institute (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Obtenido de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

⁹ Anguita, P., Bachmann, I., Elórtogui, C., Escobar, MJ., Faure, A., Ibarra, P., Lara, JC., Padilla, F. y Peña, P. (2023). *Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile*. Santiago: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Obtenido de: https://minciencia.gob.cl/uploads/filer_public/f5/fc/f5fc81c1-a990-4eec-87be-f3b43108beeb/informe_ii-comision_contra_la_desinformacion-04-12-23.pdf

Este enfoque regulador que deben tener los medios, busca reconectar con la responsabilidad social inherente al periodismo: custodiar la veracidad informativa, vigilar al poder y redactar la información para que sea fácil de entender.

Según Kovach y Rosenstiel (2003: 33-34), además de sus funciones tradicionales, el periodismo debe asumir un rol de orientador, en un contexto donde existe una superabundancia informativa y un exceso de noticias falsas.

En lugar de limitarse a ser un intermediario que define las agendas (qué temas se deben informar y cómo abordarlo), el periodismo actual debe transformarse en una fuente confiable y eficaz, que ayude a ordenar, entender y ‘curar’ los asuntos que puedan ser de interés público.

El ejercicio del periodismo, requiere desarrollar y fortalecer habilidades profesionales que permitan enfrentar los desafíos del entorno digital. Como menciona el artículo: *Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación*¹⁰, “los cambios tecnológicos no eximen de la responsabilidad de lograr el buen periodismo de siempre, basado en la investigación, en el compromiso con la verdad y en la función social de la búsqueda del bien común” (2018, pág. 302).

Esto quiere decir, que por más que la tecnología avance, el periodismo debe adaptarse, con el fin de continuar su labor reguladora, con nuevas herramientas digitales, pero siempre buscando alcanzar altos estándares de calidad y veracidad en la información que comparte.

2.2 Periodismo de verificación

Teniendo en cuenta los antecedentes que presenta la desinformación y las nuevas plataformas que ha encontrado para expandirse, es que nace la necesidad de crear plataformas periodísticas enfocadas específicamente en la verificación de las “afirmaciones sospechosas que son virales, tienen impacto en la sociedad y son potencialmente dañinas para el público.”¹¹

¹⁰ Lotero-Echeverri, G.; Romero-Rodríguez, L. M.; Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *index.comunicación*, 8(2), 295-316. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6459848>

¹¹AFP Factual (s.f.) *Cómo trabajamos*. Obtenido de: <https://factual.afp.com/como-trabajamos>

El concepto de *fact checking* se afianzó en el periodismo en la década de 1920 en Nueva York. Uno de sus principales precursores en occidente fue la revista *Time*, donde un equipo de periodistas se encargaba específicamente de verificar que la información reportada fuera exacta. De acuerdo a *Una guía para principiantes para establecer una organización de fact-checking en América Latina y el Caribe*, “Esto funciona como mecanismo de control de calidad del contenido del medio antes de su publicación”.¹²

Si bien, en esa época la revisión de contenidos se hacía previo a la publicación de los artículos, el *fact checking* que se hace actualmente es posterior a la circulación de la información al público.

De acuerdo al artículo *Fact Checking: Un Nuevo Desafío del Periodismo*, la verificación se define como “una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación”.¹³

Específicamente el periodismo de verificación tiene como objetivo:

“Incrementar el conocimiento mediante la difusión e investigación de hechos manifiestos en las declaraciones públicas de políticos y demás actores cuyas palabras impactan en la vida pública. Los fact-checkers investigan hechos comprobables y su trabajo está libre del partidismo, de defensa de intereses concretos y de retórica.

El propósito debería ser proporcionar información clara y profesional y rigurosamente examinada para que los usuarios puedan usar los hechos en pro de tomar decisiones completamente conscientes tanto en jornadas de votación electoral como en cualquier otra decisión esencial” (Elisabeth, 2014).¹⁴

¹² UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean. (2022) *Una guía para principiantes para establecer una organización de fact-checking en América Latina y el Caribe*. Obtenido de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380932/PDF/380932spa.pdf.multi>

¹³ Ufarte-Ruiz, María-José; Peralta-García, Lidia; Murcia-Verdú, Francisco-José (2018). “*Fact checking: un nuevo desafío del periodismo*”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 733-741. Obtenido de: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>

¹⁴ Rodríguez Pérez, Carlos. (2020). *Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas*. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>

Es por esto que actualmente hay diversos medios digitales que han asumido el reto de verificar distintos tópicos de información, con el fin de promover en los ciudadanos un mejor acceso a la información.

Un referente Latinoamericano es el sitio web *Chequeado*. Esta “organización no gubernamental, sin fines de lucro, no partidaria, cuya misión es contribuir a mejorar la calidad del debate público para fortalecer el sistema democrático”¹⁵, se fundó en octubre del año 2010, convirtiéndose en el primer sitio de *fact check* del hemisferio sur y uno de los 10 primeros a nivel global.

Así como este medio, muchos otros se han creado con el fin de concientizar y educar a la comunidad de usuarios en cuanto a la desinformación, con el objetivo de que ellos sean capaces de cuestionar y discernir los contenidos que son verdaderos, de los que son engañosos. De esta manera, el periodismo se reinventa con modelos colaborativos que facilitan el *fact-checking*, capacitando a la audiencia, convirtiéndola en un actor clave en la lucha contra la desinformación.

De acuerdo al informe mencionado anteriormente, *Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile*:

“La colaboración entre autoridades de salud, órganos de verificación, y plataformas digitales se presenta como un elemento clave para contrarrestar este fenómeno. Las medidas deben ser parte de las acciones de las autoridades de salud, tanto para mitigar el impacto potencial de la desinformación, como para fortalecer la resiliencia de la sociedad frente a futuras crisis de salud pública”¹⁶ (2023, pág 44).

2.3 Educación mediática

La educación mediática se ha vuelto esencial para equipar a los ciudadanos con las habilidades necesarias para navegar un panorama informativo complejo y a menudo engañoso.

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en esta educación, proporcionando no solo información verificada, sino también herramientas y

¹⁵ *Chequeado* (s.f.) *Conócenos*. Obtenido de: <https://chequeado.com/conocenos/>

¹⁶ Anguita, P., Bachmann, I., Elórtégui, C., Escobar, MJ., Faure, A., Ibarra, P., Lara, JC., Padilla, F. y Peña, P. (2023). *Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile*. Santiago: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Obtenido de: https://minciencia.gob.cl/uploads/filer_public/f5/fc/f5fc81c1-a990-4eec-87be-f3b43108beeb/informe_ii-comision_contra_la_desinformacion-04-12-23.pdf

recursos para que el público pueda evaluar la veracidad de la información por sí mismo.

Algunos medios de comunicación locales como *Fastcheck*, o internacionales como *AFP Factual*, han sido pioneros en proporcionar verificación de datos, procesos editoriales profesionales y trazabilidad de los hechos descritos en sus publicaciones. Será vital seguir esa línea, para continuar fomentando un periodismo de calidad, a través de campañas públicas de educación sobre la desinformación.

Incentivar la colaboración de los medios de comunicación con organizaciones de científicos y profesionales de la salud, es fundamental para combatir la desinformación digital. Es por ello que el proyecto *Salud Check* se propone como un espacio de divulgación que trascienda las barreras físicas y geográficas, permitiendo al público acceder a información de salud verídica de manera remota.

3. METODOLOGÍA

El proyecto *Salud Check* tiene como base el desarrollo de dos metodologías clave: el diseño de la metodología de verificación de información y la creación del medio digital. Estas metodologías, aunque interrelacionadas, serán tratadas de manera independiente para asegurar un enfoque claro y efectivo.

En primer lugar, investigamos y diseñamos una metodología para verificar la información que circula en redes sociales y plataformas digitales relacionadas con la salud. Esta metodología se centra en determinar los pasos específicos para comprobar la veracidad de los contenidos, incluyendo la evaluación de fuentes y la validación de datos.

Además, se establecieron parámetros precisos para clasificar el contenido como verdadero, falso o impreciso. Con base en esta investigación, se diseñó y desarrolló un proceso propio de verificación, tomando como referencia las mejores prácticas de otras plataformas especializadas y los consejos de expertos en comunicación.

Paralelamente a la creación de nuestra metodología de verificación, se diseñó el medio digital de *Salud Check*. Este proceso incluyó la creación de la página web y la selección de una plataforma de redes sociales, basada en el estudio de usuario.

El diseño del sitio se llevó a cabo siguiendo el enfoque de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), lo que garantiza que el medio sea accesible, intuitivo y útil para el público objetivo. Este enfoque se desarrolló en diversas fases, lo que permitió mejorar de forma exponencial la experiencia del usuario.

3.1 DEFINICIÓN DE MÉTODO DE VERIFICACIÓN

Al no encontrar un método específico para la verificación de información de salud, decidimos hacer un *benchmark* con sitios web de verificación reconocidos por la transparencia en sus métodos, con el fin de fusionar las mejores prácticas periodísticas y definir el propio método de *Salud Check*.

En este caso seleccionamos cinco medios:

1. Fast Check <https://www.fastcheck.cl/>
2. AFP Fact Check Factual <https://factual.afp.com/>
3. Chequeado <https://chequeado.com/>
4. Maldito Bulo <https://maldita.es/malditobulo/>
5. Verificado <https://verificado.com.mx/>

3.1.1 Benchmark de métodos de fact checking

Esta parte del proceso se basa en una recopilación resumida de las prácticas de cinco medios de *fact check*: *Fast Check*, *AFP Fact Check Factual*, *Chequeado*, *Maldito Bulo* y *Verificado*.

Fast Check

Medio chileno que combate la desinformación en temáticas locales y regionales, destacando por su conexión con el contexto sociopolítico de Chile y su enfoque en datos claros y verificables. Elegido por su cercanía temática y metodológica con *Salud Check*.

MÉTODO DE VERIFICACIÓN DE FAST CHECK

10 PASOS DE VERIFICACIÓN:

PASO 1: Seleccionar el contenido. Tiene 2 fuentes de información principales: mensajes que dejan los seguidores, a través de las plataformas sociales y correo; iniciativa de la sala de redacción, donde se busca activamente desinformación contingente en redes sociales y el discurso público.

PASO 2: Revisar Factibilidad. Que sea un hecho factual.

PASO 3: Ponderar su relevancia. Que el contenido sea relevante para el debate público actual y que sean “temas que sirvan al bienestar de las personas y la toma de decisiones en el ámbito público y privado”.

PASO 4: Titular provisoriamente. Titular basado en la frase exacta que se está investigando o descripción similar al contenido original que se está revisando. Debe ser preciso y atractivo, no sensacionalista. Antes del titular se agrega entre paréntesis si se está analizando una (imagen), (WhatsApp), (video), entre otros.

PASO 5: Calificar provisoriamente. Las categorías van desde lo Real a lo Irreal. Esta calificación funciona como una hipótesis que debe ser probada y debe estar presente en el titular precedido de un símbolo “#”.

PASO 6: Consultar fuentes y pruebas. Buscar fuentes diversas que permitan probar la calificación previamente asignada. La fuente puede ser: original, alternativa, experta, oficial. Además, se pueden ocupar documentos públicos y fuentes abiertas. No se utilizan fuentes *off the record*, ni documentos privados, ya que esto no permite que el usuario tenga una completa trazabilidad de la información.

PASO 7: Emitir un resultado. Cada subtítulo es una prueba que va sumando a la otra hasta que se pueda concluir alguno de los resultados del paso 5.

PASO 8: Solicitar revisión editorial. Se puede mantener o cambiar la calificación del artículo. Se revisa que la metodología se haya cumplido.

PASO 9: Agregar contexto. Disponer información objetiva complementaria que ayude a comprender lo que se está chequeando.

PASO 10: Publicar y atender críticas. Publicar en sitio web y en todas las redes. Se abren posibilidades de corrección y actualización de acuerdo a un protocolo establecido.

(Fuente: <https://www.fastcheck.cl/metodo/>)

AFP Fact Check Factual

Iniciativa global de la agencia AFP para verificar contenido viral en múltiples idiomas, con un enfoque riguroso y profesional. Incluido por su alcance internacional y credibilidad en temas informativos.

MÉTODO DE VERIFICACIÓN DE AFP FACT CHECK FACTUAL:

La investigación de información viral y dañina:

“Los fact-checkers de la AFP investigan afirmaciones sospechosas que son virales, tienen impacto en la sociedad y son potencialmente dañinas para el público. Las afirmaciones que verificamos pueden aparecer en diversos formatos, como redes sociales, blogs, sitios web, aplicaciones de mensajería y otros foros de la esfera pública”.

Se analizan hechos, no opiniones, ni creencias. Si no hay suficientes pruebas, no se publica la verificación.

Prestamos especial atención a la desinformación que pueda poner en peligro la salud o la vida de las personas, perjudicar procesos democráticos o favorecer el discurso de odio y racismo.

Fuentes abiertas:

Se habla con expertos que son citados en las verificaciones “identificando para quién trabajan, cuál es su área de especialización y los posibles conflictos de interés que puedan tener. Necesitamos contar con al menos dos fuentes de información independiente para verificar la principal afirmación de una pieza”.

“En nuestros artículos mostramos de forma transparente los pasos que dimos en el proceso de verificación y, para ello, incluimos enlaces, capturas de pantalla, fotografías; insertamos documentos y archivamos las pruebas que usamos para llegar a la conclusión a la que llegamos”.

No se usan fuentes anónimas.

Herramientas y enfoques:

Ellos utilizan herramientas del periodismo tradicional, algunas técnicas y sentido común, para verificar la información con precaución.

Si creen que una imagen ha sido manipulada, buscan la original y hablan con el fotógrafo. Para verificar afirmaciones con datos, consultan la fuente original y expertos.

Utilizan herramientas de archivo como Wayback Machine y Perma.cc para evitar el tráfico a información falsa y mantener un registro de sus pruebas en caso de modificaciones.

Algunos métodos utilizados son la búsqueda de imágenes y la investigación de videos, donde se utiliza la extensión *InVID/WeVerify*, que fue co-desarrollada por la AFP, donde con un solo clic ofrece la opción de buscar en varios motores a la vez: Google, Bing, Yandex, TinEye y Baidu.

Otros métodos utilizados son:

Verificación de declaraciones y datos:

“Cuando abordamos datos, buscamos el estudio del que proceden y la metodología usada, además de hablar con expertos, ya sean los autores del estudio original o expertos con experiencia investigativa en ese campo, con el fin de verificar si los datos fueron presentados de manera errónea en la afirmación que estamos investigando”.

Información contrastada:

“Cuando una afirmación que circula en redes sociales parece dudosa -especialmente si no se menciona la fuente- uno de nuestros primeros reflejos es mirar los comentarios en la publicación. Algunos pueden proporcionar información que contradiga o plantee dudas sobre la veracidad de la publicación”.

No solo internet:

En algunas verificaciones, internet y el teléfono no son suficientes.

Edición y calificación:

“Los fact-checks publicados en los blogs de la AFP llevan una calificación que indica a los lectores la conclusión de cada investigación. La calificación puede aparecer en la imagen que encabeza el artículo o explicada en la introducción del "fact-check”.

(Fuente: <https://factual.afp.com/Como-trabajamos>)

Chequeado

Referente latinoamericano en fact-checking, reconocido por su impacto educativo y metodologías innovadoras. Ideal para benchmarking debido a su experiencia en desinformación en la región.

MÉTODO DE VERIFICACIÓN DE CHEQUEADO:

8 PASOS Y 4 ETAPAS

ETAPA 1: Elegir la frase.

- PASO 1: Seleccionar la frase “factual” a chequear (estadísticas, hechos históricos, asuntos legales y comparaciones).
- PASO 2: Ponderar la relevancia. 3 criterios para definirlo: Relevancia de quién lo dice, relevancia del tema y el grado de circulación o cuánto se está hablando del tema.

ETAPA 2: Consulta de fuentes

- PASO 1: Fuente original. Consulta a la persona o institución que estamos chequeando.
- PASO 2: Fuente oficial. No es solo el gobierno o el ejecutivo, se considera todo aquello que produce el parlamento, las provincias, municipios o en cualquier nivel del Estado que haya producido datos.
- PASO 3: Fuentes alternativas. Aquellas que no son públicas (académicos, *papers*, informes de empresas, etc.)

ETAPA 3: Poner en contexto el dato. No se consulta solo por la afirmación a la fuente, sino que también por lo que pasó antes y después. Consultar a expertos del tema que se esté verificando para ponerlo debidamente en contexto.

ETAPA 4: Calificar

- PASO 1: Confirmar, relativizar, desmentir.
- PASO 2: Calificar (Hay algunos que tienen 9, otros tienen 3)

Maldito Bulo

Medio español especializado en desmentir bulos virales, con un enfoque en herramientas digitales y trabajo colaborativo. Inspirador por su éxito en la lucha contra la desinformación en salud y ciencia.

MÉTODO DE VERIFICACIÓN DE MALDITO BULO:

¿Cómo seleccionamos lo que verificamos?:

- VIRALIDAD: Se verifica el contenido que ha llegado más de 10 veces en una hora por parte de los usuarios al WhatsApp, correo o redes sociales y el contenido que ha sido compartido múltiples veces por redes sociales.

- PELIGROSIDAD: aquellos bulos que “afectan a la salud pública o a la convivencia social”.

¿Cómo llevamos a cabo la verificación?

1. Investigar desinformación: Consultar fuentes primarias y verificar fuente de la información, consultar documentos oficiales y/o llevar a cabo procesos tecnológicos para identificar la imagen, vídeo o audio, en caso de ser necesario.

En todos los artículos se enlazan las pruebas que sirvieron en la investigación para que el lector las pueda replicar. Cada afirmación para sustentar la investigación estará documentada.

Las pruebas se exponen de forma precisa, evitando frases que puedan ser interpretadas como un juicio de valor.

Para no señalar al usuario que comparte la desinformación, se pixelará su nombre. “No se ocultará si dicho usuario es un personaje público, organización, web o medio de comunicación; o si es un difusor de desinformación de forma repetida, verificada por el equipo de Maldita.es y que no rectifica sus desinformaciones.”

2. A través de un grupo de Telegram, el resto del equipo le plantea dudas sobre la verificación.

3. Después de auditar el trabajo del verificador, el desmentido se somete a votación. Tienen derecho de voto 10 editores de Maldita.es

Política de fuentes

Todas las fuentes son identificadas y citadas, bien sea por una persona física, una entidad u organismo oficial. Citar al menos 2 fuentes. Deberán ser fuentes primarias y en caso de que sean secundarias se debe decir el porqué.

Cuando se cita a un experto se indica el cargo y experiencia que lo acredite como tal, para que quede claro por qué la valorización de esa persona es relevante para el tema.

(Fuente: <https://maldita.es/metodologia-de-maldito-bulo/>)

Verificado

Proyecto mexicano que aborda temas políticos, sociales y de salud, conocido por su enfoque inclusivo y claridad informativa. Elegido por aplicar un método de verificación en un contexto latinoamericano diverso.

MÉTODO DE VERIFICACIÓN DE VERIFICADO:

5 PASOS PRINCIPALES

Esto se aplica a discursos públicos, como desinformación que “circula en medios, la web, redes sociales o mensajería instantánea”.

1. Elegir un contenido para verificar. Que sea factual y que tenga relevancia.
2. Consultar a la fuente original. “La importancia de consultar la fuente original es que nos permite conocer a detalle qué tan legítima es, si la información que se sale de contexto o si solo se tomó alguna parte a conveniencia sin tomar en cuenta otros aspectos necesarios”.
3. Investigar y contrastar el contenido. “En este paso se realiza una investigación rigurosa para contrastar el contenido elegido con fuentes oficiales, alternativas, uso de herramientas digitales o solicitudes de transparencia”.

Cada verificación debe contar con al menos 3 fuentes confiables para verificar el contenido.

4. Colocar el contenido en contexto. Marco que lo rodea.
5. Calificar la verificación: “En Verificado MX tenemos las siguientes calificaciones para cada contenido analizado: verdadero, falso, engañoso, impreciso, no verificable y paparrucha. Estos deben cumplir con las características señaladas”.

(Fuente: <https://verificado.com.mx/metodologia/>)

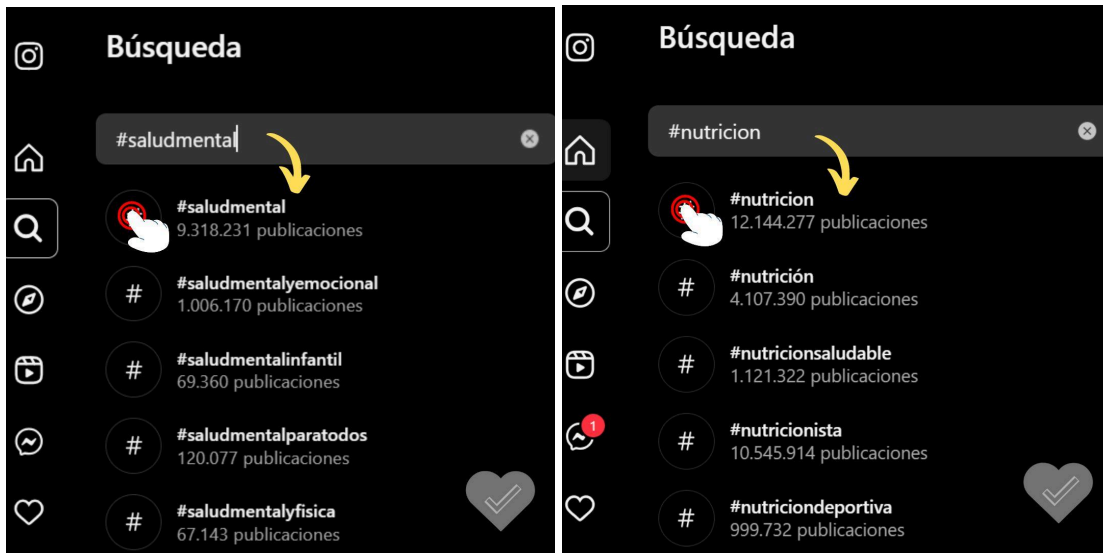
Tras este repaso y chequeo de los principales competidores y referentes del ámbito del periodismo de verificación, decidimos inspirarnos de aquellos elementos y pasos más claves para poder realizar un método propio, que se divide en 2 fases: el primero, para seleccionar el contenido que se analizará y el segundo, para realizar la verificación en su totalidad.

3.1.2 Método de verificación de sitio web Salud Check

Fase 1: Método de selección de contenido

Se realiza un monitoreo semanal de contenidos para verificación, mediante la identificación y categorización de hashtags clave relacionados con temas de salud mental, bienestar físico, consejos saludables, nutrición, entre otros.

Este proceso permitirá identificar tendencias relevantes, publicaciones y perfiles con alto alcance que potencialmente podrían contener o difundir información errónea o engañosa. Por ejemplo, hashtags en Instagram como #SaludMental (con más de 9 millones de publicaciones) y #Nutrición (con más de 12 millones de publicaciones) son seleccionados por su amplia visibilidad, tal como se documenta mediante capturas de pantalla realizadas desde la app de Instagram en el año 2024.



Además, se establecerán criterios específicos para ponderar la relevancia de los contenidos seleccionados. Esto incluye un mínimo de 1.000 interacciones (likes, comentarios o compartidos). También se identificarán palabras clave asociadas a temas sensibles o de alto riesgo, como "remedios caseros", "curas rápidas" o "milagros para adelgazar", que frecuentemente están vinculadas a desinformación.

Adicionalmente, se evaluarán patrones de comportamiento sospechosos, como el uso de bots o cuentas automatizadas que amplifiquen la difusión de publicaciones engañosas. Este enfoque estratégico garantiza un análisis enfocado en las publicaciones más influyentes y potencialmente dañinas, priorizando la protección del usuario.

Fase 2: Método de verificación de Salud Check.

Tras el análisis e investigación de los medios de *fact checking* mencionados, desarrollamos un método propio de verificación que integra tanto herramientas digitales avanzadas, como diversos criterios periodísticos adaptados a las demandas de la audiencia.

A través de nuestra metodología transparente y colaborativa, aspiramos a posicionarnos como un referente en el periodismo de verificación en salud, respondiendo de manera innovadora a los desafíos que plantea el panorama informativo actual. A continuación, se desglosan los 8 pasos de nuestra metodología:

Paso 1: Revisar factibilidad de la verificación.

Paso 2: Revisar si la noticia o contenido ha sido verificado por otro medio.

Se utilizará la extensión de Google Chrome *Fake news debunker by InVID & verify* (co desarrollada por la agencia *AFP Factual*) y la página de *Google Fact Check Tools*.

En caso de que la noticia ya haya sido verificada, se escribirá un artículo web que además se complementará con un post en el Instagram de *Salud Check*, citando el/los sitios que hicieron la revisión del contenido. De lo contrario, se procede con los siguientes del método de verificación.

Paso 3: Seleccionar la frase o contenido “factual” a chequear (estadísticas, hechos históricos, asuntos legales y comparaciones).

Paso 4: Ponderar relevancia.

El contenido debe ser relevante para el público. Su relevancia se determinará de acuerdo a 3 criterios: relevancia de quién lo dice, relevancia del tema y el grado de circulación o cuánto se está hablando del tema. Se seleccionarán temas que “sirvan al bienestar de las personas y la toma de decisiones en el ámbito público y privado”.¹⁷

Paso 5: Consulta de fuentes

Primeramente se consulta la fuente original. Esto nos permitirá conocer qué tan legítima es y revisar si la información sale de contexto. Con el fin de resguardar la identidad del usuario que comparte la desinformación, se pixelará su nombre, a no ser que sea un personaje público, organización, sitio web o medio de comunicación que haya desinformado repetidas veces.

¹⁷ Fast Check (s.f.) *Método*. Obtenido de: <https://www.fastcheck.cl/metodo/>

Por otra parte, consultaremos fuentes abiertas que pueden ser oficiales, alternativas o expertas en el tema que se está verificando. En esta área también se consideran como fuentes los documentos académicos, *papers*, informes de empresas, uso de herramientas digitales, solicitudes de transparencia, entre otras cosas.

En el caso de los expertos, al hacer referencia a ellos dentro del artículo, se indicará su nombre, profesión o área de especialización y para quién trabaja, con el fin de transparentar al usuario la posición desde la que habla nuestra fuente.

Cada verificación deberá contar con al menos dos fuentes de información independiente para verificar la principal afirmación de un artículo. No se utilizarán fuentes *off the record* o anónimas, ni documentos privados, ya que toda la información entregada y adjuntada en el artículo debe ser accesible para el usuario que lo lea.

Para transparentar el proceso de verificación se compartirán los enlaces, capturas de pantalla, fotografías, documentos y pruebas que se utilizaron para respaldar la conclusión a la que llegamos.

Paso 6: Poner en contexto el dato

No se consulta solo por la afirmación a la fuente, sino que también por lo que pasó antes y después. Consultar a expertos del tema que se esté verificando para ponerlo debidamente en contexto.

Paso 7: Calificar

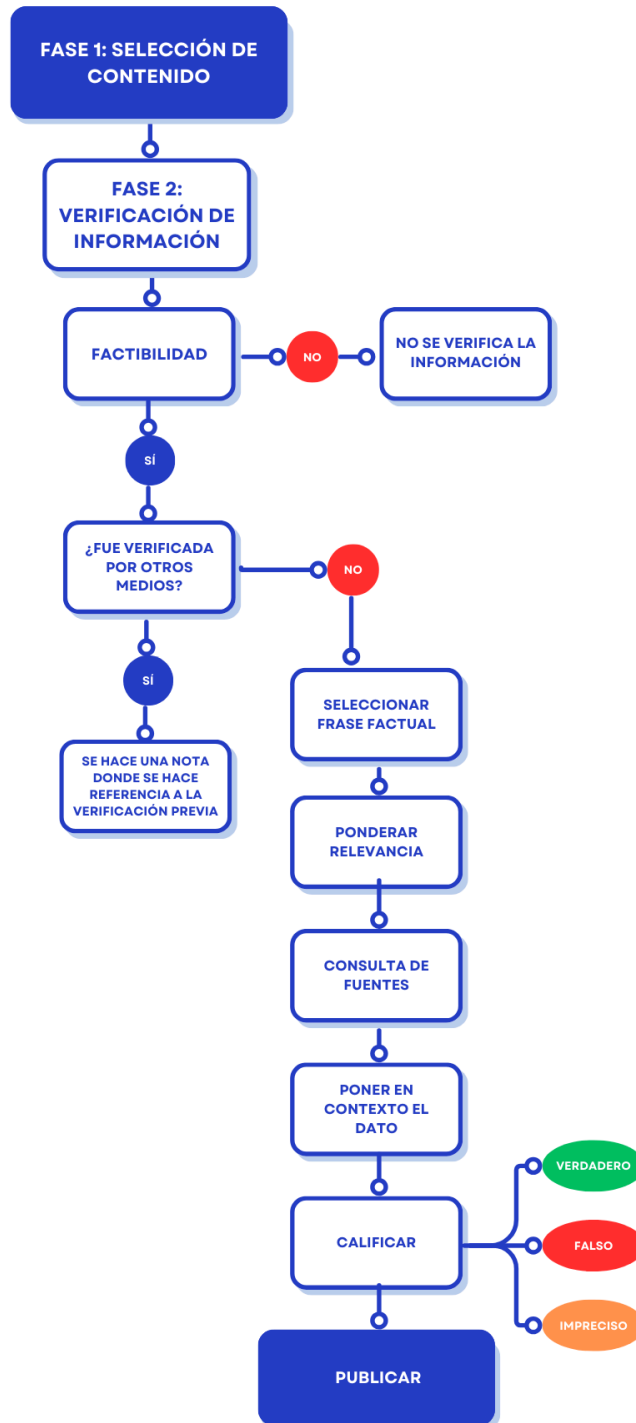
A partir de las pruebas presentadas dentro del artículo, se llegará a una conclusión para indicar a los lectores el resultado de cada investigación. En *Salud Check* tenemos las siguientes calificaciones:

- **Verdadero:** Se comprueba que la información o dato analizado es totalmente verdadero, al ser corroborado con fuentes confiables.
- **Falso:** Se comprueba que la información o dato analizado es totalmente falso, de acuerdo a la información entregada por fuentes confiables.
- **Impreciso:** El contenido analizado tiene un porcentaje de verdad y falsedad en una proporción similar o equivalente.

Paso 8: Publicar y atender críticas

Publicar en el sitio web y en todas las redes (en este caso, Instagram, por el momento) el artículo verificado. Además de se abren posibilidades a correcciones y actualizaciones de acuerdo al protocolo de corrección establecido.

Metodología Salud Check



3.2. DISEÑO Y CREACIÓN DE MEDIO DE COMUNICACIÓN

En esta etapa inicial, utilizamos un método mixto de investigación que combina entrevistas cualitativas y cuestionarios cuantitativos. Las entrevistas nos permitieron profundizar en las percepciones, motivaciones y actitudes de la audiencia, esto ofreció una visión detallada de sus experiencias y necesidades. Aunque las entrevistas consumen tiempo y recursos, su capacidad para revelar puntos de dolor y sugerencias valiosas justifica su uso.

Por otro lado, los cuestionarios de Google Forms fueron difundidos en nuestras redes sociales y portal de la universidad, lo que nos permitió recopilar datos de una amplia muestra de usuarios de manera eficiente, proporcionando una visión general de comportamientos y preferencias que pueden ser rápidamente dimensionadas.

Este enfoque mixto nos permitió obtener tanto la profundidad cualitativa como la amplitud cuantitativa necesaria para diseñar una estrategia de contenidos eficaz y una arquitectura de información intuitiva, garantizando que el sitio web de *Salud Check* responda de manera precisa y efectiva a las necesidades de su audiencia.

3.2.1 Ficha de usuario arquetípico

Recopilados los resultados de las encuestas, se realizó una síntesis de las características promedio (patrones) de los usuarios del proyecto. Esto fue nuestra guía para la estrategia de diseño de contenidos. Se determinó la edad del usuario arquetípico, sus motivaciones, frustraciones, habilidades, contexto de uso, entre otras cosas.

3.2.2 Benchmark

Se hizo una investigación previa de sitios web que se tienen como referentes, por una parte de diseño y por otra de contenido, con el fin de tomar los aspectos que más se destaquen para aplicarlos en nuestro propio sitio web.

3.2.3 Manual de identidad gráfica

Teniendo en cuenta las respuestas de las encuestas y nuestro usuario arquetípico, determinamos la misión, visión, tono y valores de nuestra marca. A partir de ello nos enfocamos en decidir la paleta de colores, tipografía y diseño del logo que estén más alineados con la esencia del sitio.

3.2.4 Creación de estructura de información de la página web

Tras el análisis de los usuarios arquetípicos, creamos un prototipo de modelos interactivos y simulaciones digitales para organizar la distribución de información y tópicos en la creación del sitio web. El objetivo fue crear una representación tangible de la estructura de la página web, para posteriormente obtener retroalimentación de los usuarios.

3.2.5 Escoger diseño de Wordpress para sitio web

Este proceso se enfocó en evaluar la usabilidad, efectividad y distribución armoniosa de los contenidos en una plantilla de diseño de Wordpress. Este proceso será continuo, ya que se pueden realizar diversos ajustes en el diseño para garantizar que se estén abordando adecuadamente las necesidades de los usuarios.

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 BENCHMARKING GRÁFICO

El *benchmarking* es una herramienta esencial en el desarrollo de nuestro medio de *fact checking*. Al comparar nuestro proyecto con otros similares en el ámbito digital, tanto en metodología como en diseño gráfico, podemos identificar buenas prácticas y áreas que se pueden mejorar. Este análisis nos permitirá establecer un estándar de excelencia y asegurar que nuestro medio se destaque por su calidad y efectividad.

En este caso nos centramos en el análisis de la arquitectura de información y el diseño visual de sitios web y cuentas de Instagram de medios similares. Examinar estos aspectos nos ayudaron a identificar características que mejoran la usabilidad, la estética y la efectividad de la comunicación.

4.1.1 Benchmark de páginas web

Maldita Ciencia

Buenas prácticas para seguir	❖ Incluyen recuadros interactivos que invitan a los usuarios a ser parte tanto del <i>newsletter</i> del medio de comunicación, como también realizan un <i>call to action</i> para que los usuarios
------------------------------	--

	<p>puedan enviar preguntas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Incluyen la metodología del medio de comunicación en el <i>front page</i>.
Malas prácticas a evitar	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En la barra superior, existen muchas categorías, lo que puede ser confuso para el usuario. ❖ No existe un orden lógico ni intuitivo de navegación en la página principal, entre secciones de noticias y contenidos.

1. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDOSE EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL SITIO WEB DE MALDITA CIENCIA

Muchas categorías en la barra superior provoca que el usuario se desoriente y confunda la distribución de los contenidos.

No existe un orden lógico ni intuitivo de navegación en la página principal, entre noticias y contenidos.



Incluyen recuadros interactivos que invitan a la audiencia a participar, a través de preguntas o del newsletter.

Transparenta su metodología de verificación y su política de rectificación en caso de error.

(Fuente: <https://maldita.es/malditaciencia/>)

Fast Check

Buenas prácticas para seguir	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tiene una barra superior donde se encuentra un recuadro con la
------------------------------	--

	<p>categoría de “método”, el cual transparenta sus métodos de verificación de información en la primera visualización del medio digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ En la parte superior se incluye una barra de buscador para facilitar la navegación a los usuarios.
<p>Malas prácticas a evitar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La distribución de los contenidos, artículos y noticias, es confusa y causa ruido visual debido al desorden entre las imágenes, titulares y cuerpos de las noticias chequeadas. ❖ Publicidad que se confunde entre titulares.

2. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDONOS EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL SITIO WEB DE FAST CHECK

En la parte superior se incluye una barra de buscador para facilitar la navegación a los usuarios.

Incluyen dentro de sus categorías el método de verificación y el contacto.

Publicidad que se confunde entre titulares.

El contenido se encuentra desordenado, sin separaciones claras, lo que causa ruido visual y confusión.

(Fuente: <https://www.fastcheck.cl/>)

MedlinePlus

<p>Buenas prácticas para seguir</p>	<ul style="list-style-type: none">❖ La página principal es simple y clara al informar de su propósito. Deja en claro el tipo de información que entrega y la autoridad que posee dentro del campo de la salud.❖ El menú de navegación tiene 5 secciones. Esto permite que sea mucho más sencillo para el usuario revisar los contenidos que la página ofrece.
<p>Malas prácticas a evitar</p>	<ul style="list-style-type: none">❖ El diseño web en general se ve muy anticuado, al igual que la tipografía. Teniendo en cuenta que nuestra audiencia se considera adulto joven, deberíamos optar por un diseño que mantenga la sencillez, pero que también sea más dinámico.❖ Repite las mismas secciones del menú dentro de la página principal, sólo que con íconos más grandes. Esto no es un aporte al usuario, la idea es presentarle información que no se vea reflejada a simple vista en el menú.

3. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDONOS EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL SITIO WEB MEDLINE PLUS

El diseño web en general se ve muy anticuado, al igual que la tipografía.



Busque en MedlinePlus **BUSCAR**
Acerca de MedlinePlus Qué hay de nuevo Índice Contáctenos

- Temas de salud
- Medicinas y suplementos
- Genética
- Pruebas médicas
- Enciclopedia médica
- English

El menú de navegación tiene 5 secciones

Bienvenido a MedlinePlus en español

MedlinePlus es un servicio informativo en línea de salud para pacientes, familiares y amigos. Es producida por la Biblioteca Nacional de Medicina de Estados Unidos (NLM, por sus siglas en inglés), la biblioteca médica más grande del mundo y parte de los Institutos Nacionales de la Salud de EE. UU. (NIH). [Conozca más sobre MedlinePlus](#)

Página principal es simple y clara al informar su propósito



TEMA PRINCIPAL

Esclerodermia

La esclerodermia es una enfermedad autoinmune que causa inflamación y engrosamiento de la piel y otras áreas del cuerpo. Se desconoce la causa exacta de la esclerodermia.

[Más información](#)

Repite las mismas secciones del menú dentro de la página, solo que con íconos más grandes

- Temas de salud**
Infórmese sobre temas de salud, bienestar, enfermedades y trastornos
- Medicinas y suplementos**
Conozca sobre medicamentos de receta, venta libre y suplementos
- Genética**
Una introducción a temas fundamentales sobre la genética humana

(FUENTE: <https://medlineplus.gov/spanish/>)

4.1.2 Benchmark de cuentas de Instagram

Maldito Buló

Buenas prácticas para seguir a nivel gráfico	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El perfil deja claro en la descripción que tiene propósitos periodísticos y que entrega herramientas para combatir la desinformación. Deja un número de WhatsApp por el que comparte noticias a sus usuarios y enlaza su sitio web. ❖ Utiliza las historias destacadas para que los usuarios revisen de forma rápida las verificaciones de temas específicos, como por ejemplo guerras, elecciones, protestas, entre otros.
Malas prácticas a evitar	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El <i>feed</i> no posee un diseño establecido,

esto causa que visualmente se vea muy desordenado. Tampoco hay una forma de identificar a simple vista el tema del que se está hablando en el *post*.

- ❖ El contenido que publican varía poco de formato, siendo la mayoría de los *post*, *reels* que tienen la misma dinámica: hay una persona hablando y un video o imagen de fondo.

La infografía que se utiliza dentro de la cuenta es mínima y se confunde entre los demás *posts*.

4. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDONOS EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL INSTAGRAM DE MALDITO BULO

Aprovecha las historias destacadas para dar información relevante para los usuarios respecto a tópicos específicos.



Deja claro en la descripción que es un proyecto periodístico y enlaza su sitio web.

El feed no tiene un diseño establecido, por lo que dificulta la navegación, se ve muy desordenado.



El contenido que publican varía poco de formato, siendo la mayoría videos con pantalla verde.

(FUENTE: @malditobulo)

Chequeado

<p>Buenas prácticas para seguir a nivel gráfico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El <i>feed</i> está organizado por colores que varían de acuerdo al tópico del que se está informando. Esto causa que estéticamente se vea armonioso. Además, es fácil de identificar la calificación de la verificación. ❖ La cuenta utiliza diferentes recursos visuales para entregar información, desde gráficos, videos, imágenes, infografías, entre otras.
<p>Malas prácticas a evitar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Algunos <i>post</i> están sobrecargados de información, lo que podría confundir al usuario en la lectura. ❖ Tienen demasiadas historias destacadas que no están ordenadas y que podrían agruparse de otra forma que sea más cómoda para el usuario.

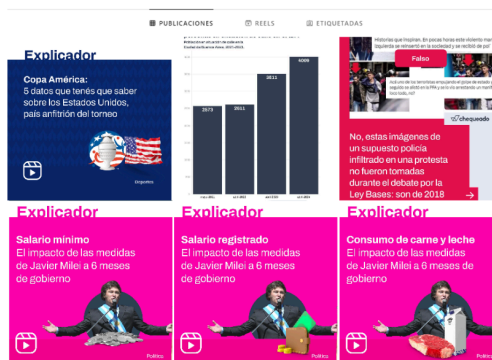
5. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDONOS EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL INSTAGRAM DE CHEQUEADO

Cuenta con demasiadas historias destacadas que no están ordenadas.



Algunos post están sobrecargados de información.

El contenido que publica es en diferentes formatos, videos, infografías, gráficos, entre otros.



Divide los tópicos por colores y los publica en el feed según corresponde. Además resalta la calificación de la verificación.

(FUENTE: @chequeado)

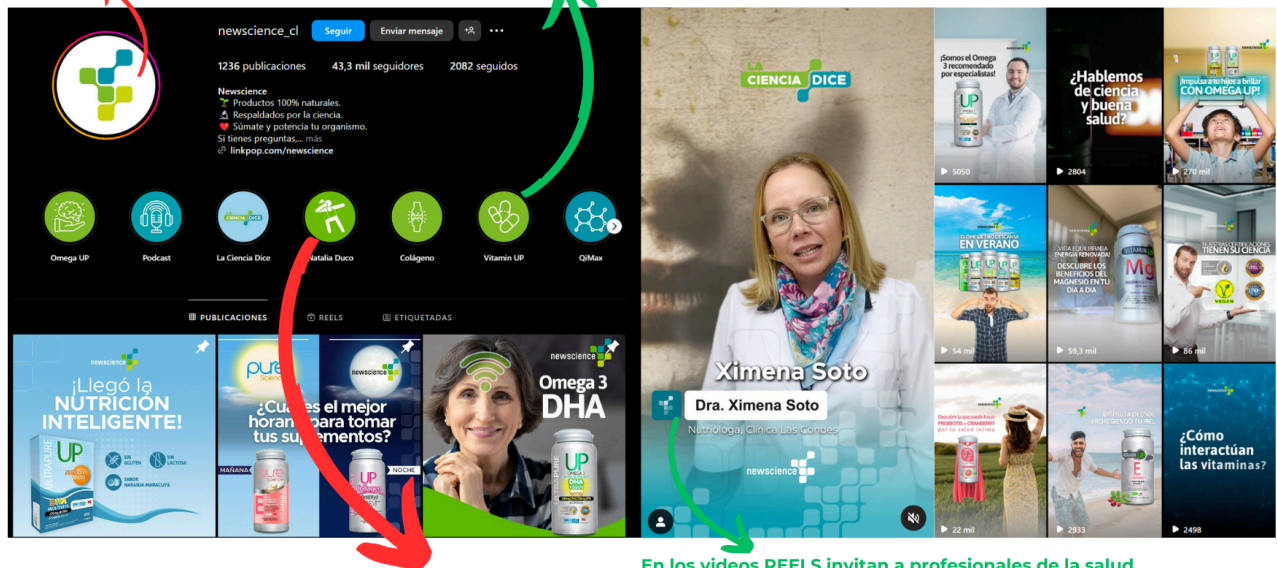
Newsience

<p>Buenas prácticas para seguir a nivel gráfico</p>	<ul style="list-style-type: none">❖ Desde el punto de vista gráfico, realizan un buen balance entre su paleta de colores, siguiendo un estilo científico y médico, lo cual se representa con colores como el celeste y verde principalmente.❖ El medio organiza sus historias a través de secciones con distintos íconos, cada uno de estos representan distintos tópicos y contenidos, por ejemplo: vitaminas → cápsulas, podcast → micrófono, etc.❖ En la sección de videos en formato reels, invitan a profesionales de la salud a participar, los cuales desde la primera instancia los identifican con su nombre, profesión-título y el lugar donde trabajan.
<p>Malas prácticas a evitar</p>	<ul style="list-style-type: none">❖ En su logo principal, no sale especificado el nombre del sitio, lo cual es fundamental a la hora de impulsar el reconocimiento por su identidad gráfica.❖ Uso repetitivo de colores en secciones de historias destacadas, esto puede causar confusión en los usuarios al momento de elegir o buscar un tópico específico.

6. MAPA MENTAL CREADO BASÁNDONOS EN UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL INSTAGRAM

No se especifica el nombre del medio en su logo, lo cual es fundamental a la hora de impulsar el reconocimiento por su identidad gráfica.

El medio organiza sus historias a través de secciones con distintos iconos, cada uno de estos representan distintos tópicos y contenidos



Cuenta con demasiadas historias destacadas que no están ordenadas y ocupan el mismo color.

En los videos REELS invitan a profesionales de la salud a participar y desde la primera instancia los identifican con su nombre, profesión-título y el lugar donde trabajan.

(Fuente: @newscience_cl)

4.1.3 Conclusión del benchmarking

A partir del análisis realizado, identificamos las prácticas que nos gustaría incorporar tanto en diseño como en contenido y las que nos gustaría evitar. En especial en los sitios web de *fact checking*, pudimos identificar que hay una carencia de orden lógico dentro de su arquitectura de información, por lo que se hace difícil para el usuario disfrutar de una experiencia visual ordenada y de encontrar el contenido que busca fácilmente.

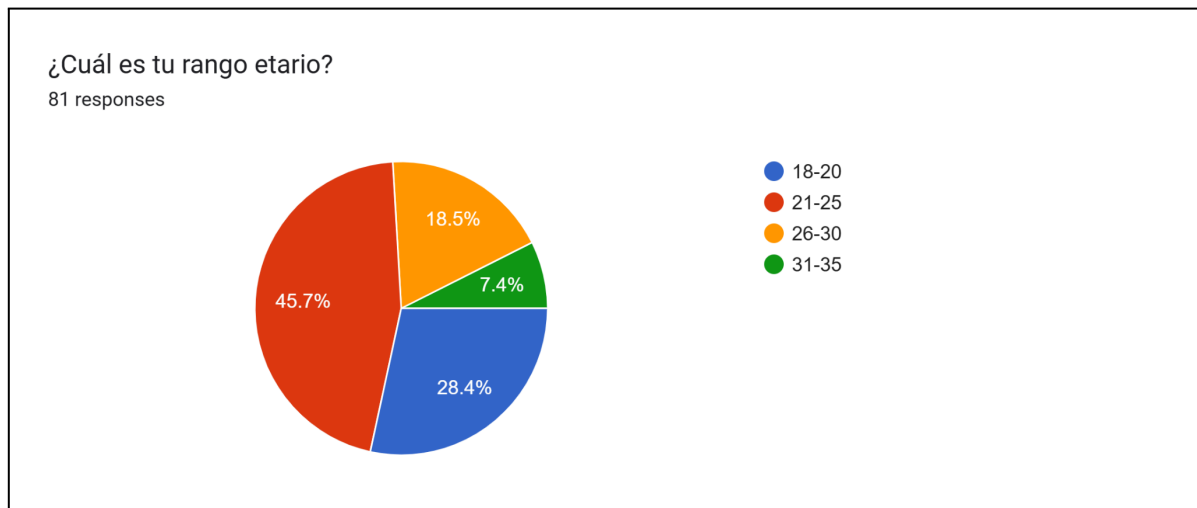
Es por esto que una de las aristas importantes de nuestro proyecto será aportar un orden lógico que mejore la experiencia de usuario. Para esto, imitaremos el menú acotado de *MedlinePlus* en la parte superior de nuestro sitio web. En ella agregaremos los tópicos que se definieron en el estudio de usuario. Del sitio web de *Fast Check* imitaremos el incluir un rótulo de “Método” en el menú principal, para que los usuarios revisen de forma transparente nuestros procedimientos.

En las redes sociales, replicaremos algunas prácticas de la cuenta de *Chequeado*, quienes utilizan su paleta de colores para ordenar el contenido publicado y que además aprovechan distintos formatos para transmitir la información a sus usuarios. Estas prácticas y las mencionadas en el análisis presentado, nos permitirán tener una base sobre la que trabajar en contenido, gráficamente y metodológicamente para dar la mejor experiencia a nuestro público.

4.2 PÚBLICO OBJETIVO

Realizamos un estudio de audiencia a través de un método mixto de entrevistas y encuesta digital. En la primera parte de entrevistas participaron 6 personas (3 hombres y 3 mujeres entre 18 y 28 años), en la segunda parte el cuestionario fue difundido a través de dos cuentas personales (las creadoras del proyecto) en redes sociales debido a su mayor alcance y presencia del público al que apuntamos.

A través de la [encuesta y/o formulario online](#), se lograron recopilar diferentes datos valiosos a la hora de identificar y especificar a nuestro público objetivo. Se recibieron un total de 81 respuestas, de las cuales un 70,4% se identificó como mujer y un 29,6% como hombre.

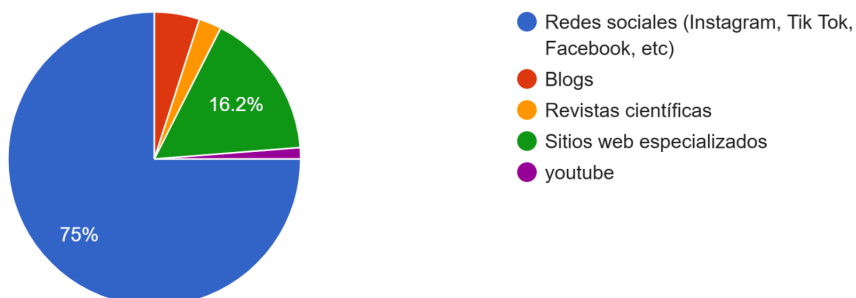


En cuanto a nacionalidad, con un 95,1% se fijó que la mayoría tiene nacionalidad chilena, sin embargo, el otro 4,8% pertenecen a otros países de Latinoamérica (Argentina, Perú y Venezuela). Acerca de la edad, el 74,1% de los encuestados tienen entre 18 a 25 años, y un grupo minoritario, representado por un 25,9%, tienen entre 26 a 35 años.

La encuesta evidenció también las principales fuentes de información utilizadas por los encuestados para conocer más sobre salud y bienestar; el 75% de los participantes escogió las redes sociales.

¿Cuáles son las principales fuentes de información que utilizas para obtener noticias o datos sobre salud y bienestar?

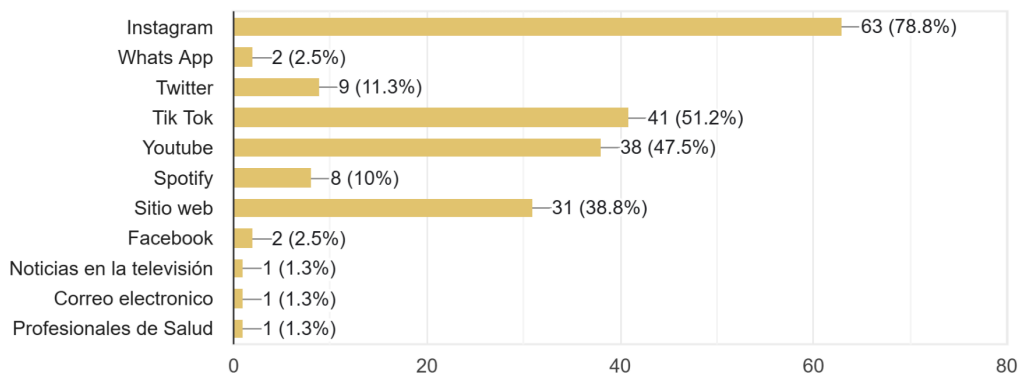
80 responses



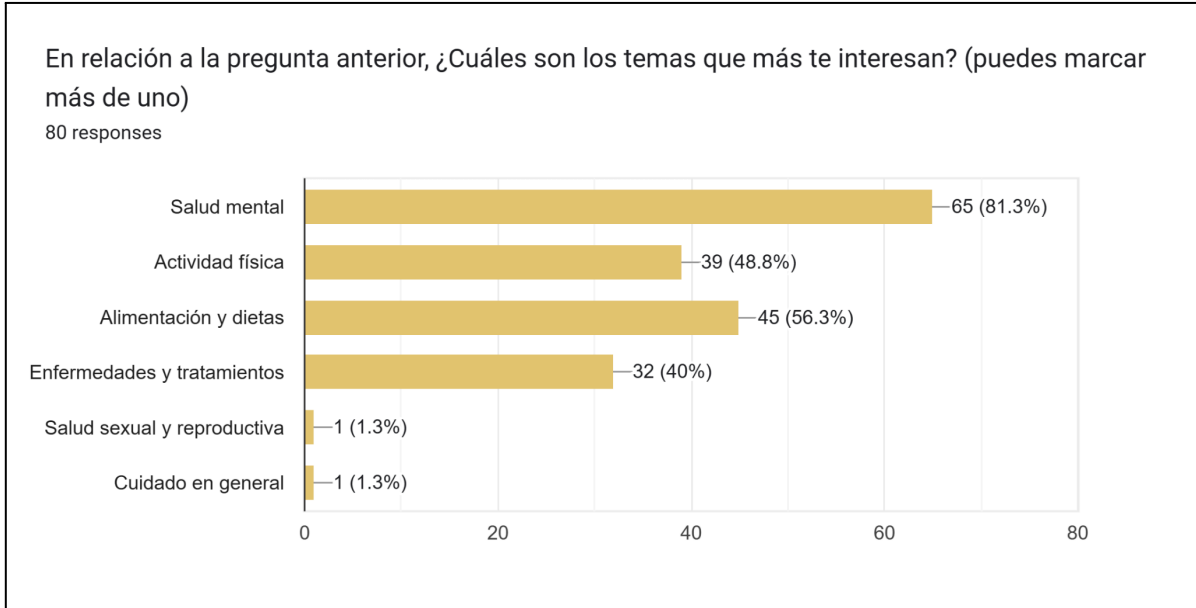
Siendo el canal favorito la plataforma Instagram con un 78,8%, seguido por Tik Tok (51,2%) y Youtube (47,5%).

¿Cuáles son tus canales preferidos para recibir información actualizada y precisa sobre salud y bienestar? (Puedes marcar más de una)

80 responses

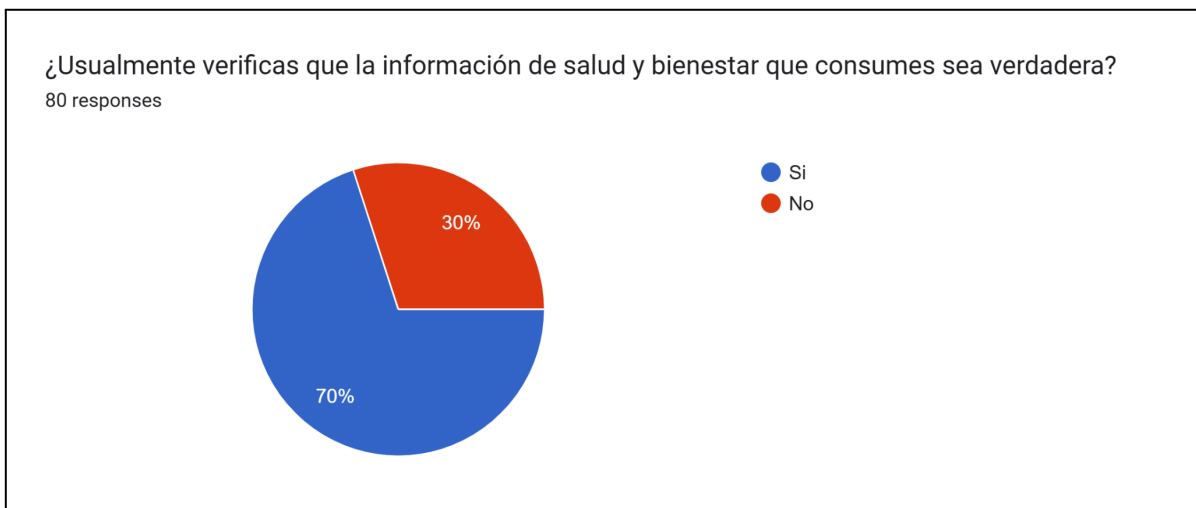


Nuestro público concentra su mayor interés en temas de salud mental, actividad física, alimentación y dietas; como también otros temas que incluyen bienestar emocional, consejos y estrategias de vida saludable. Esperan que el sitio proporcione contenido accesible, respaldado por expertos y presentado de manera dinámica, clara y comprensible.



En cuanto a los formatos de preferencia para consumir contenidos, el 61,3% optó por videos de corta duración (1-3 minutos). En esta sección también los encuestados mencionaron que se les hace más atractivo si estas publicaciones contienen: consejos prácticos y aplicables (61,3%) y el uso de recursos visuales como gráficos (23,8%).

En la última parte de la encuesta, se evidenció que el 70% de los participantes usualmente verifica la información de salud y bienestar que consume, no obstante, el 52,5% no conoce sobre sitios web dedicados al *fact checking*.



Tras esta recopilación y análisis de datos sobre el usuario, estimamos que el público objetivo al cual apuntamos son adultos jóvenes chilenos, principalmente,

que buscan información sobre salud y bienestar, que sea confiable y verificada a través de redes sociales.

La comunidad de *Salud Check* está altamente comprometida con su bienestar, ya que son usuarios que buscan activamente contenido que les ayude a tomar decisiones informadas sobre su salud física y mental. Los miembros de esta comunidad prefieren la información precisa y científica, valoran la transparencia y la confiabilidad de un medio digital.

DESCRIPCIÓN/ FICHA DE USUARIO ARQUETÍPICO

 <p>Nombre Samantha</p> <p>Edad Entre 21- 25 años</p> <p>Nivel de educación más alto Educación superior</p> <p>Redes sociales</p> 	<p>Descripción de comportamiento</p> <p>Nuestro usuario es un adulto joven de nacionalidad chilena, que se informa activamente de salud y bienestar a través de redes sociales, siendo su canal favorito Instagram. Prefiere consumir estos contenido en un formato audiovisual de breve duración (1-3 minutos). Además le interesa que incluyan consejos prácticos y aplicables para impulsar un estilo de vida más saludable. Usualmente verifica la veracidad de la información que consume, pero no conoce sitios web de fact-checking.</p>	<p>Motivaciones y objetivos</p> <ul style="list-style-type: none">• Le preocupan los temas de salud mental, nutrición, actividad física y también busca de forma activa sobre enfermedades o patologías que padece y sus posibles tratamientos.• Le motiva conocer nueva información, herramientas y recursos para impulsar su salud tanto a nivel físico, como mental.• Nuestro usuario prefiere contenido que sea fácilmente accesible y comprensible, que se pueda consumir en cualquier momento y lugar.• Quieren aprender más sobre temas de salud a partir de contenido que esté respaldado por evidencia científica y expertos en la materia.
	<p>Herramientas y usos</p> <ul style="list-style-type: none">• Sus canales favoritos para informarse acerca de salud y bienestar es la plataforma de Instagram y Tik Tok, en donde siguen a influencers y profesionales de la salud como fuentes de referencia.• Le resulta atractivo los videos o infografías que incluyan consejos prácticos y aplicables.• Le resulta interesante que las publicaciones contengan uso de recursos visuales, como gráficos e imágenes.• También recurre a otras plataformas que distribuyen contenido audiovisual, como por ejemplo, Tik Tok o YouTube.	<p>Frenos y frustraciones</p> <ul style="list-style-type: none">• Cuenta con poco tiempo en su vida cotidiana para mantenerse informada sobre salud en general.• Los contenidos y videos demasiados extensos (sobre 5 minutos), provocan que pierda el interés y la atención.• No conoce proyectos o sitios web enfocados en fact-checking.• Usualmente se basa en su propios conocimientos para identificar si una noticia es falsa o no.

4.3 IDENTIDAD GRÁFICA

La esencia de nuestra marca es la veracidad y el bienestar. Nos dedicamos a ofrecer información precisa y verificada sobre salud, combatiendo la desinformación con rigor periodístico y apoyo profesional. Nuestra misión es empoderar a la audiencia con conocimientos confiables que les permitan tomar decisiones informadas sobre su salud física y mental.

Actuamos con los más altos estándares éticos, siendo transparentes en nuestras fuentes y metodologías. La honestidad es fundamental en todas nuestras comunicaciones, generando confianza y credibilidad entre nuestra audiencia. Otros valores que son esenciales en nuestra labor son:

- **Transparencia:** Nuestros procesos de verificación y fuentes son claros y accesibles, con el fin de que nuestra audiencia pueda consultar y verificar la información de manera independiente.
- **Educación:** Promovemos la educación mediática y la educación en salud, ayudando a la audiencia a desarrollar habilidades críticas para evaluar la información que consumen.
- **Responsabilidad:** Entendemos el impacto que la información de salud puede tener en la vida de las personas y asumimos la responsabilidad de garantizar que nuestro contenido sea seguro y beneficioso.

Tono de la marca: Nuestro tono de marca es una combinación equilibrada de profesionalismo y confiabilidad, diseñado para proporcionar a nuestra audiencia información valiosa sobre salud y bienestar. Al mantener estos principios en todas nuestras comunicaciones, aspiramos a ser una fuente y un recurso valioso en la lucha contra la desinformación.

- **Profesional y riguroso:** Trabajamos en colaboración con profesionales de la salud de distintas disciplinas, nos basamos en la experiencia y el conocimiento de nuestros entrevistados, asegurando que cada contenido esté respaldado por expertos en el campo de la salud y el bienestar.
- **Informativo:** Proporcionamos datos y explicaciones claras, detalladas y comprensibles, asegurándonos de que nuestro contenido sea accesible para todos.
- **Confiable:** Hablamos con autoridad, nuestras publicaciones siempre están respaldadas por investigaciones sólidas y fuentes verificables, para ganar y mantener la confianza de nuestra audiencia

4.3.1 Paleta de colores:

Para decidir los colores a utilizar dentro del sitio web y de la cuenta de Instagram, nos basamos en la psicología del color, prefiriendo los colores que se asocian a la salud y el bienestar. Por otra parte, consideramos los colores que tenían sitios web y cuentas de salud, como por ejemplo *MedlinePlus*, Red Salud, *Newscience*.

En cuanto al color de la tipografía, nos decidimos por tres colores que nos permitirán generar un contraste con la paleta de colores presentada, para que sea visualmente agradable para el usuario.



4.3.2 Tipografía:

A partir de experiencias pasadas con el primer proyecto de sitio web que realizamos en el curso de Proyectos Digitales el año 2023, nos dimos cuenta de que la selección de tipografía está limitada de acuerdo al stock que presente *Wordpress* y la plantilla seleccionada.

Por esta razón es que decidimos combinar dos fuentes que trabajamos anteriormente en la plataforma: *Montserrat* para los títulos y subtítulos (H1,H2,H3,H4) y *Raleway* para el cuerpo del artículo o texto. Ambos estilos se complementan visualmente para ver la información con claridad.

TIPOGRAFÍA PARA SITIO WEB SALUD CHECK

H1: Montserrat

What is Lorem Ipsum?

Cuerpo: Raleway

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book

4.3.3 Logotipo (o marca)

Para crear el logo del sitio web primero buscamos referentes de logos que sirvieran como inspiración. Para ello revisamos los de algunas organizaciones de la salud como Red Salud y Bupa. Por otra parte, revisamos los logos que tenían sitios de *fact check*, como *Chequeado* y *Verificado*.

LOGOS DE REFERENCIA PARA SALUD CHECK



A partir de ello, combinamos los elementos que consideramos más significativos para el propósito del sitio web de *Salud Check*, dando como resultado cuatro propuestas de logo que fueron consultadas con nuestros usuarios entrevistados.

PRIMERA PROPUESTA DE LOGOS PARA SALUD CHECK



A partir de la propuesta, las personas consultadas mencionaron que el logo número 3 se alineaba más con el carácter verificador del sitio, ya que los otros (1 y 2 en especial) se asociaban a logos de centros de salud.

También señalaron que el número 3, si bien era más acorde al propósito del sitio, debería integrar algo de color verde o un distintivo para que se asocie a un chequeo o validación de contenidos.

Basándonos en sus comentarios, realizamos una segunda propuesta de logos con 6 variaciones, a partir de la opción escogida previamente. Esta vez se agregó el color verde para resaltar el símbolo de la verificación, luego se consultó a los mismos usuarios que previamente habían dado sus comentarios y sugerencias.

SEGUNDA PROPUESTA DE LOGOS PARA SALUD CHECK



Finalmente, el logotipo seleccionado por la mayoría, se encuentra en el recuadro debajo de este texto. Según los usuarios consultados, es más fácil de reconocer nuestro medio de comunicación al especificar el nombre en un corazón, que se interrelaciona con temas de salud y bienestar, lo cual además se complementa con la flecha de afirmación color verde.

PROPUESTA SELECCIONADA PARA LOGO DE SALUD CHECK



4.3.4 Isotipo o marca de agua para las imágenes



A partir de los modelos diseñados y seleccionados, el equipo de *Salud Check* decidió crear adaptaciones del logo para utilizar en redes sociales y dentro del contenido de la página web.

4.3.5 Favicon



Para crear el favicon juntamos los elementos principales del logo. Elegimos el corazón porque simboliza la salud y el bienestar, además del símbolo de *check* porque representa la verificación.

4.3.6 Imagen para las Redes Sociales principales



En este caso mantuvimos la misma imagen del favicon para utilizarla en Instagram, con el fin de que el sitio fuera fácil de identificar a partir de la foto de perfil. Como mencionamos anteriormente, este logo contiene los elementos principales que representan nuestra marca.

4.4 ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

4.4.1 Definición de la mezcla de comunicación digital y rol de cada plataforma

Tras identificar y definir nuestro usuario y/o audiencia objetivo, escogimos las plataformas online que utilizaremos para llevar a cabo la nueva fase de este proyecto.

La creación de un sitio web es el núcleo de nuestra estrategia digital, la cual llevamos a cabo a través de Wordpress, donde se almacena y organiza todo el contenido principal. A través de una estructura clara y lógica con categorías bien definidas, se buscó fomentar la navegación intuitiva que facilita a los usuarios que encuentren rápidamente la información que buscan.

Escogimos un diseño responsivo, es decir, que se adapte a todos los dispositivos (móviles y de escritorio) asegurando que sea accesible, fácil de interactuar y navegar, garantizando una experiencia de usuario fluida.

La plataforma social Instagram, también será esencial para atraer la atención del público a través de infografías, videos cortos, historias interactivas y publicaciones gráficas que resumen y dirigen tráfico al contenido más detallado en el sitio web, logrando que exista una conversión de usuarios.

Ambas plataformas elegidas, basándonos en el estudio y análisis de los usuarios, serán herramientas claves para ejecutar e impulsar campañas que combatan la desinformación en las esferas de la salud y el bienestar.

Parte de nuestro proyecto consideró el uso de *Hootsuite*, una aplicación de escucha social que cumple un rol de monitoreo automatizado de tendencias actuales y emergentes en el ámbito de salud y el bienestar en redes sociales. Esto con el fin detectar rápidamente la circulación de noticias falsas o desinformación.

Esta plataforma cumplía con características claves para el desarrollo de nuestro proyecto, como la automatización al momento de monitorear conversaciones, tópicos, hashtags y menciones en tiempo real. Lamentablemente por falta de financiamiento, descartamos el uso de la aplicación y definimos otros parámetros editoriales en la selección de información, que se especificaron en el método de verificación.

La mezcla de comunicación digital de *Salud Check* combina las fortalezas de cada plataforma para crear una estrategia efectiva. Al centralizar el contenido en WordPress y amplificarlo en Instagram, aseguramos que nuestro mensaje de verificación y educación en salud llegue a la audiencia de manera clara, confiable y atractiva.

4.4.2 Aspectos tecnológicos involucrados

Acudimos al sitio web de Yoast para evaluar las mejores opciones de *hosting* para WordPress. Yoast recomienda una serie de proveedores de *hosting/servidor* que cumplen con altos estándares de rendimiento y seguridad.

Esta evaluación previa nos permitió seleccionar al servidor [Siteground](#), conocido por su alta fiabilidad, rendimiento y excelente servicio al cliente, lo que garantiza que el sitio web de *Salud Check* sea accesible y funcione de manera óptima.

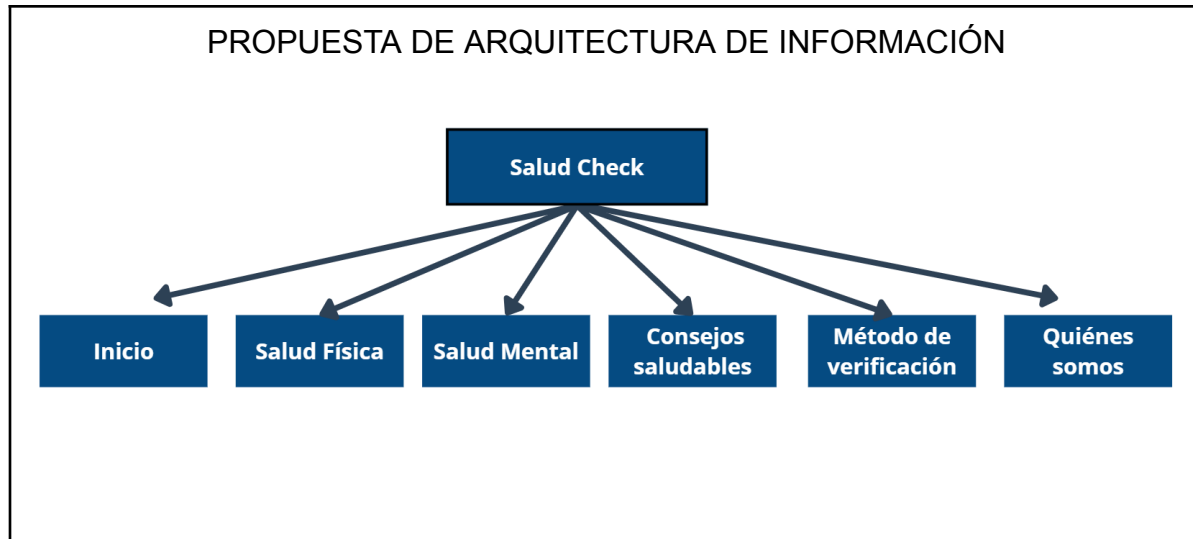
En esta primera etapa del proyecto, compramos el *Plan "Startup"* con un costo de \$2.99 USD mensual, este ofrece una solución económica y eficaz para comenzar el sitio web. Este plan incluye las funciones necesarias para el inicio del proyecto, como por ejemplo: almacenamiento web de 10 GB, con una capacidad de 10.000 visitas al mes, soporte técnico 24/7 y una alta velocidad de carga.

Para tener un alcance global, utilizamos un dominio ".com", dando como resultado el sitio web: saludcheck.com. De esta forma, permitimos que nuestros contenidos sean visibles y accesibles a cualquier persona que hable español, independientemente de su ubicación geográfica.

Además, realizamos la compra de la privacidad del dominio asegurando que los datos personales del propietario no sean accesibles públicamente, lo cual protege la identidad y seguridad del equipo de *Salud Check*, evitando posibles problemas de privacidad y spam.

4.4.3 Sitio web

- **Arquitectura de Información:**



- **Descripción de secciones, rótulos y menús.**

Para el sitio web de *Salud Check* decidimos definir 5 tópicos como las principales secciones, con el fin de facilitar la navegación del usuario: Inicio, Salud Física, Salud Mental, Consejos Saludables, Método de Verificación y Quiénes somos.

Estas categorías fueron decididas a partir del estudio de usuario, donde tanto las personas entrevistadas, como encuestadas, consideraron cuáles eran los temas que más les interesan y preocupan en cuanto a la salud y el bienestar.

Preliminarmente, se mantendrán estas cinco categorías. A medida que avance el proyecto, podrán sumarse subcategorías dentro de los mismos recuadros, para organizar y segregar las temáticas a medida que se vaya completando la página de web de *Salud Check*.

En cuanto al contenido que tiene cada uno de estos rótulos, principalmente nos enfocamos en verificaciones de distintos temas presentes en redes sociales.

En el caso de "Consejos Saludables", nos centramos en ofrecer información práctica, basada en evidencia científica y fuentes profesionales, para mejorar los hábitos de salud y bienestar de los usuarios. El objetivo es educar de manera clara y accesible, promoviendo prácticas saludables que impacten positivamente en la vida cotidiana.

La sección del “Método verificación” transparenta la metodología utilizada por *Salud Check* para seleccionar, verificar y calificar el contenido que publica, de esta forma el público podrá revisar nuestros procedimientos de forma sencilla. También se incluirá dentro de los contenidos una sección de consejos claves y prácticos para que nuestros usuarios puedan identificar si una noticia es falsa en su diario vivir.

Por último, en la sección de “Quiénes somos” hablaremos de cómo surgió el proyecto, las personas involucradas, junto con la misión, visión, valores y esencia de la marca. Además, se agregarán los datos de contacto del equipo de *Salud Check*, con el fin de que los usuarios puedan enviar contenido para verificar y formen parte del proceso de identificación de información engañosa o falsa.

- **Propuesta de *wireframe***

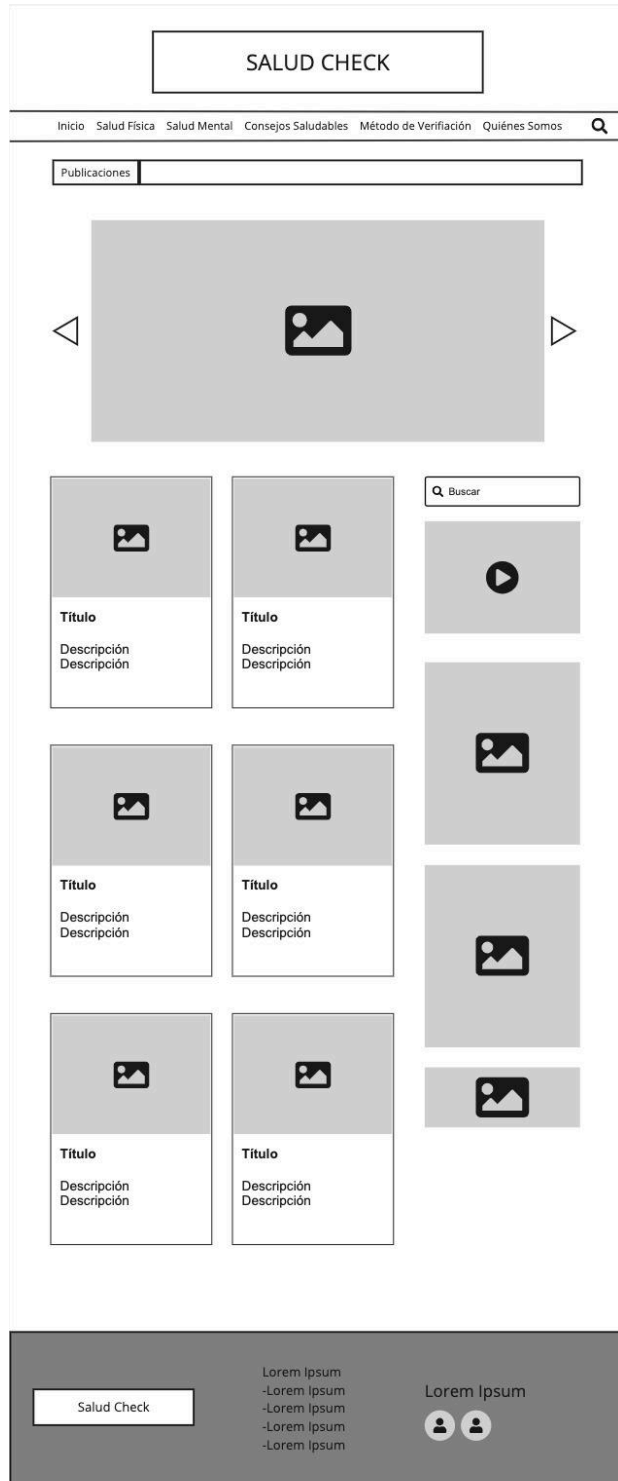
Para este proyecto, planeamos un *wireframe* sencillo que abarca, aparte del menú y el buscador en la parte superior, un *header* de carrusel donde se muestran algunas de las publicaciones de *Salud Check*.

En el centro de la página, contamos con otro carrusel que se encarga de mostrar algunas de las verificaciones más relevantes que hemos hecho.

Debajo aparecen todas las publicaciones de la más nueva a la más antigua, considerando todas las secciones de la página: Salud Física, Salud Mental y Consejos Saludables.

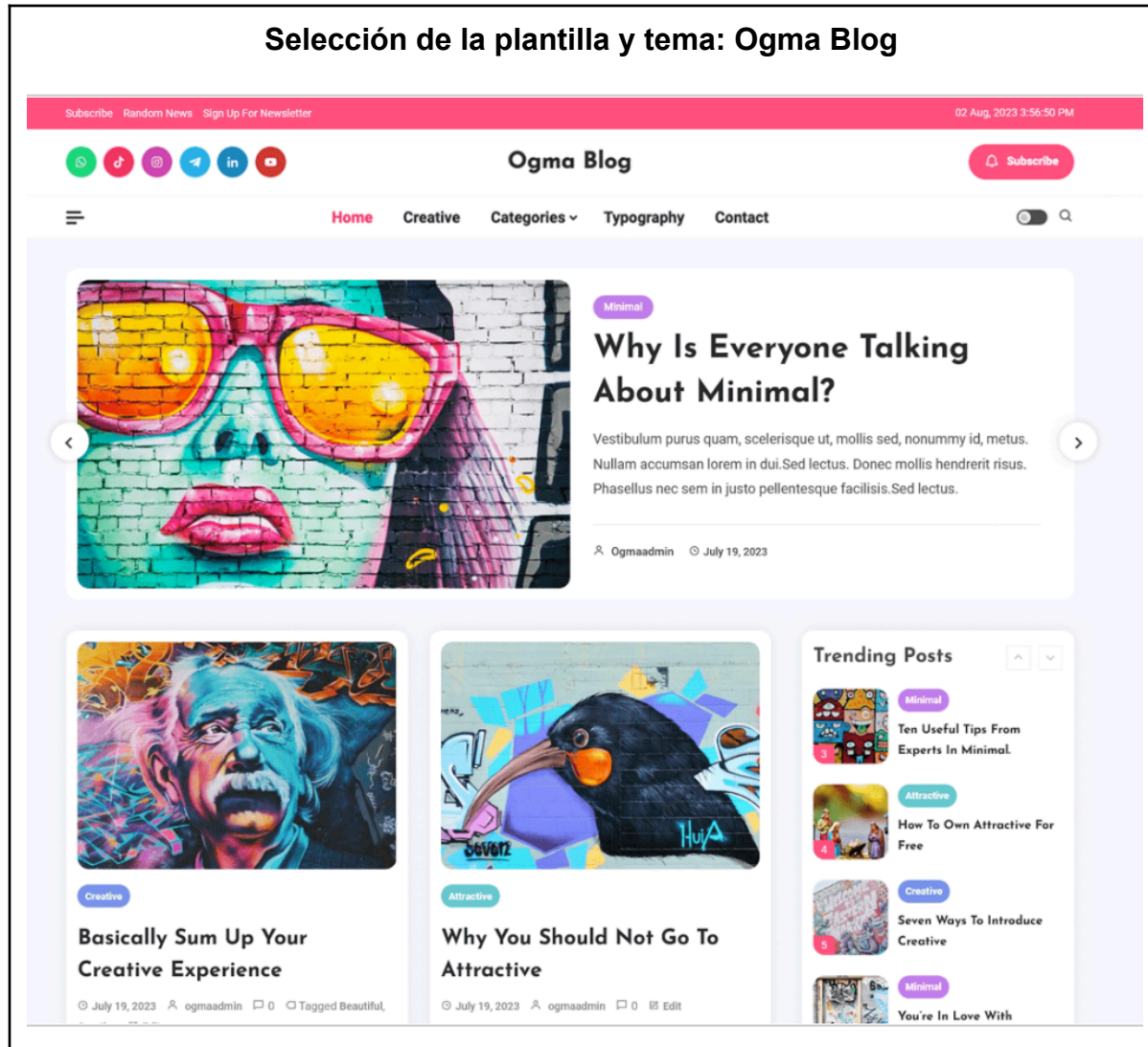
Al costado de estos bloques de publicaciones, incluimos un breve video donde explicamos de qué se trata el proyecto y lo que buscamos conseguir en nuestra audiencia como periodistas. Además de ello, incluimos *banners* que dirigen a nuestras redes sociales como Instagram, Whatsapp y el Método de Verificación de *Salud Check*.

PROPUESTA DE WIREFRAME PARA SITIO WEB SALUD CHECK



- **Selección y personalización de plantilla.**

Utilizamos el tema de WordPress Ogma Blog, un tema multipropósito, rápido y fácilmente personalizable. Es adaptable (*responsive*) y se carga en cuestión de segundos y se adapta a cualquier dispositivo de visualización. Además de ser liviano, tiene un diseño minimalista y un código optimizado para SEO.



- **Aplicación de criterios de usabilidad (diseño centrado en el usuario) y accesibilidad universal.**

En el diseño y desarrollo de la página web de *Salud Check*, es fundamental asegurar que el sitio sea accesible y fácil de usar para todas las personas, independientemente de sus habilidades o discapacidades. La aplicación de criterios de usabilidad y accesibilidad universal no solo mejora la experiencia del usuario,

sino que también cumple con normativas y estándares internacionales, como las Directrices de Accesibilidad al Contenido en la Web (WCAG).

Para lograr esto, se implementaron diversas estrategias de accesibilidad universal, comenzando con la inclusión de textos alternativos para todas las imágenes, gráficos y videos, lo que garantiza que los usuarios con discapacidades visuales puedan entender el contenido.

Además, para facilitar la lectura, se utilizó un contraste de color adecuado entre el texto y el fondo, especialmente para personas con baja visión o daltonismo. Todas las funcionalidades del sitio son accesibles mediante navegación por teclado, con un orden de tabulación lógico y visible. Se utilizarán etiquetas HTML semánticas para estructurar el contenido de manera que los lectores y los buscadores puedan interpretarlo correctamente.

Las imágenes y ejemplos utilizados representarán a diversas comunidades y grupos, asegurando que el contenido sea inclusivo y respete las diferencias culturales y sociales.

Al aplicar estos criterios de usabilidad y accesibilidad universal, el sitio web de *Salud Check* no solo mejorará la experiencia del usuario, sino que también asegurará que todos los usuarios, independientemente de sus capacidades, puedan acceder y beneficiarse del contenido sobre salud mental y física verificado.

- **Manual de estilo**

Los lineamientos del proyecto *Salud Check* aseguran que todos los materiales publicados tengan un tono coherente, profesional y confiable, alineado con la misión del proyecto: producir y distribuir contenido relacionado con la salud mental y física, verificado mediante *fact checking*, para brindar recursos confiables y desmentir información falsa sobre bienestar.

Es por ello que la marca emplea un tono profesional y riguroso, utilizando un lenguaje claro y preciso. Como nuestro público objetivo no es profesional de la salud, vamos a evitar jergas y términos técnicos innecesarios que pueden confundir o excluir a la audiencia, sin embargo, en el caso de que sea necesario utilizarlas se van a proporcionar definiciones claras. Se va a mantener un tono neutral e imparcial, evitando opiniones personales.

En cuanto al estilo del sitio web del proyecto, es principalmente informativo, ya que al tratarse de temas de salud y bienestar, es necesario proporcionar datos,

explicaciones detalladas y comprensibles para los usuarios. Para ello se van a utilizar diversos recursos visuales como, por ejemplo: infografías, gráficos y tablas cuando sea necesario, para mejorar la comprensión.

Todas las publicaciones van a estar respaldadas por investigaciones sólidas y fuentes verificables, por lo cual se va a citar todas las fuentes de información y proporcionar enlaces a: estudios, artículos científicos o documentos oficiales. Además, vamos a basarnos en las tendencias y necesidades del público objetivo, dando prioridad a temas que tengan un impacto significativo en la salud y el bienestar de la población.

- **Manual de imágenes y audiovisuales**

En *Salud Check*, la gestión de imágenes y videos es fundamental para mantener la integridad y profesionalismo de nuestro contenido. Es por ello que las imágenes y videos producidos internamente por nuestro equipo, serán publicadas bajo una Licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0), asegurando su alta calidad y autenticidad, permitiendo que otros compartan el contenido con la debida atribución, prohibiendo su uso comercial o modificación.

Para la recopilación de material de terceros, utilizaremos plataformas de contenido con licencias de dominio público o Creative Commons, como Unsplash, Pixabay o Pexels. Antes de usar cualquier imagen o video, verificaremos que la licencia permita su uso en nuestro contexto. Todo contenido de terceros se acreditará correctamente, mencionando la fuente y el autor, según los requisitos de la licencia.

Publicaremos imágenes y videos en formatos de alta calidad, optimizados para la web y dispositivos móviles, e incluiremos descripciones y textos alternativos para mejorar la accesibilidad y el SEO. Se va a revisar y actualizar regularmente el contenido visual para mantener su relevancia y exactitud.

Además, retiraremos cualquier contenido que no cumpla con las políticas de derechos de autor o que no sea pertinente. Esta práctica garantiza que nuestro uso de material de terceros sea siempre ético y legal, protegiendo tanto nuestra reputación como los derechos de los creadores de contenido.

La implementación de este manual asegura que todo el contenido visual sea de alta calidad, legal y accesible, reforzando nuestra misión de proporcionar información confiable y verificada. Al hacerlo, establecemos una base sólida para la confianza y la profesionalidad, que son pilares esenciales de nuestra marca.

- **Estrategias de difusión**

1. Estrategia de SEO de Contenido: El SEO será fundamental para asegurar que nuestro contenido aparezca en los primeros resultados de búsqueda de Google y otros motores de búsqueda. Para lograr aquello vamos a investigar, identificar y utilizar palabras clave relevantes relacionadas con la salud mental y bienestar.

Además, utilizaremos herramientas como Google Keyword Planner y la extensión de Google, [Keyword Surfer](#) para identificar términos con alto volumen de búsqueda y baja competencia.

Dentro de nuestra estrategia también nos aseguraremos que cada artículo esté optimizado con meta descripciones, encabezados H1, H2, y H3 bien estructurados, y el uso adecuado de palabras clave en los textos.

Las imágenes y videos también serán optimizados con etiquetas ALT descriptivas. Crearemos una estrategia de construcción de enlaces, buscando colaboraciones y backlinks de sitios web de autoridad en el ámbito de la salud y el bienestar.

2. Publicidad digital: Una de las estrategias que pensamos aplicar en el futuro, según crezca nuestro proyecto, es apoyarnos en la publicidad digital, para que un mayor número de personas conozca la página web y su perfil en redes sociales. Para ello utilizaremos herramientas como:
 - Google Ads: desarrollaremos campañas de búsqueda y display para dirigir tráfico a nuestro sitio web. Utilizaremos anuncios de texto, banners y anuncios de video.
 - Instagram Ads: crearemos anuncios dirigidos basados en intereses y comportamientos para alcanzar a usuarios interesados en temas de salud y bienestar. Probaremos diferentes formatos, como carruseles y videos cortos.
3. Relaciones Públicas: Uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia de relaciones públicas (RRPP) será la colaboración con expertos en salud. Ellos no solo compartirán y respaldarán nuestro contenido, sino que también aportarán autoridad y confianza a nuestra plataforma.

Para complementar estas colaboraciones, la asistencia y participación en eventos serán igualmente cruciales. En el futuro nos enfocaremos en participar como prensa independiente en conferencias y eventos de salud y bienestar. Esto no solo nos ayudará a establecer conexiones valiosas con otros profesionales y organizaciones del sector, sino que también nos brindará oportunidades para promocionar *Salud Check* de manera directa.

4. Redes sociales: Las redes sociales serán esenciales para construir y mantener una comunidad activa. Nuestras estrategias incluyen publicaciones regulares en Instagram, fomentando la interacción, respondiendo a comentarios, preguntas y mensajes directos.

Utilizaremos encuestas y dinámicas de preguntas en las historias de esta plataforma para que los usuarios puedan participar. Además de utilizar hashtags relevantes y en tendencias de salud, para aumentar nuestra visibilidad y alcance.

4.4.4 Estrategia de Redes Sociales

La estrategia de redes sociales para *Salud Check* se centra en construir una presencia sólida y confiable en plataformas clave para alcanzar a nuestro público objetivo, que consiste en adultos jóvenes interesados en información verificada sobre salud mental y física. Tras el estudio de usuario, en esta primera parte nos enfocamos en Instagram, ya que es ideal para compartir contenido visual atractivo y educativo, como infografías, videos cortos y testimonios.

La gestión eficaz de la comunidad será crucial para generar confianza y fidelidad, ya que al establecer al medio como una fuente confiable de información sobre salud, mediante contenido verificado y respaldado por expertos, fortalecemos nuestra credibilidad y construimos una audiencia comprometida y bien informada. A continuación, se presenta un enfoque detallado para la gestión de nuestras redes sociales.

Como principales objetivos de la estrategia en RR. SS. se establecieron:

- a. Aumentar la visibilidad de *Salud Check* en las plataformas de redes sociales clave para atraer a un público más amplio y diverso.
- b. Crear una comunidad activa y comprometida que interactúe regularmente con nuestro contenido.
- c. Proveer recursos y herramientas de la educación mediática que ayuden a la audiencia a identificar y evitar la desinformación en temas de salud.

- d. Utilizar las redes sociales para dirigir tráfico hacia nuestro sitio web, aumentando la audiencia de nuestro contenido verificado.

En cuanto a la estrategia de contenido, nos enfocaremos en desarrollar:

- a. Publicaciones y videos que desmienten mitos comunes y/o desinformación sobre salud, explicando los hechos y proporcionando evidencia.
- b. Publicaciones informativas en formatos de carrusel, que contengan infografías y artículos breves sobre temas de salud mental y física, respaldados por investigaciones y profesionales de la salud.
- c. Videos educativos y explicativos con tutoriales y entrevistas con expertos que abordan conceptos clave en salud y bienestar.

Para gestionar con éxito a la comunidad, en esta primera etapa, vamos a implementar las siguientes estrategias:

- a. Implementar encuestas mensuales para evaluar la satisfacción de los usuarios con el contenido y obtener sugerencias sobre temas de interés.
- b. Generar campañas de participación, por ejemplo, a través de la celebración de días temáticos relacionados con la salud (Día Mundial de la Salud Mental, Día de la Nutrición, etc) mediante la publicación de contenido educativo y gráficos interactivos e informativos.

4.4.5 Estrategia con otras plataformas involucradas en el proyecto

Otras plataformas que hemos considerado, en especial para potenciar el trabajo de SEO, son las aplicaciones de Google: Google Search Console (GSC) y Google Analytics. Ambas nos brindan una mayor claridad en cuanto al usuario que está visitando nuestro sitio web, lo que nos permitirá seguir desarrollando un contenido que esté adaptado a ellos.

Por una parte, GSC nos brindará datos esenciales de nuestro sitio web relacionados con la indexación de urls, palabras claves destacadas o posicionadas, nivel alcanzado en el posicionamiento orgánico en los resultados de búsqueda de Google, cantidad de clics recibidos e impresiones. Esto nos permite conocer, además de aspectos técnicos de la página, la intención de búsqueda que tiene el usuario para llegar a nuestros contenidos.

Por otra parte, los resultados de Google Analytics no permitirán entender cómo los visitantes interactúan con nuestro sitio y desde qué fuentes de tráfico acceden a nuestro contenido (buscadores, RR.SS o tráfico directo). A la vez, esta plataforma mide y analiza datos como el número de visitantes, las páginas que visitan, el tiempo que pasan en el sitio y cómo llegaron allí. Esto nos ayudará a mejorar la

experiencia del usuario, optimizar el contenido y tomar decisiones informadas para mejorar el rendimiento del sitio web.

Estas aplicaciones se complementarán con otras herramientas de SEO que ofrece la extensión de Google Chrome, como por ejemplo Keyword Surfer, para adaptarnos a las necesidades del usuario.

En cuanto a redes sociales, de acuerdo al desempeño que alcance el proyecto y los resultados que se obtengan a partir de la página web y de la cuenta de Instagram, se tomará en consideración la creación de una cuenta de TikTok, que es la segunda red social más utilizada por nuestros usuarios, de acuerdo al estudio realizado.

4.4.6 Contenidos tratados en Salud Check

Para desarrollar los contenidos de la página, decidimos que las publicaciones del sitio web y de redes sociales se centrarán en 2 tipos principalmente: verificaciones de información de salud (física y mental) y consejos saludables.

Con el fin de mantener un equilibrio entre cada una de las secciones, en esta primera etapa de desarrollo del proyecto publicamos ocho verificaciones y cinco artículos de consejos saludables.

Teniendo en cuenta que cada verificación demora de dos a tres semanas, para hacer un trabajo que realmente sea confiable, verídico y de calidad, decidimos que en el futuro publicaremos 2 verificaciones y 2 consejos saludables mensualmente, dando prioridad a la calidad por sobre la cantidad. Si en el camino nuestro equipo de trabajo crece, consideraremos aumentar las publicaciones.

- **Publicaciones realizadas**

Verificaciones:

1.

Título:	¿La mala alimentación causa depresión?
URL:	https://saludcheck.com/la-mala-alimentacion-causa-depresion/
Hecho verificado:	La depresión de una persona está causada por malos hábitos de alimentación

Fuente consultada:	- Paula Muñoz Ramírez, psicóloga y docente de la Universidad de las Américas y de la Universidad Mayor - Organización Mundial de la Salud (OMS) - Revista británica de salud The BMJ
Fecha de publicación:	04/11/2024

2.

Título:	¿Los anticonceptivos aumentan el riesgo de cáncer de mama?
URL:	https://saludcheck.com/anticonceptivos-aumentan-riesgo-de-cancer-de-mama/
Hecho verificado:	Todos los anticonceptivos hormonales aumentan el riesgo de cáncer de mama en un 20-30%
Fuente consultada:	- Dra. Loreto Canales, matrona - Instituto de Salud Pública (ISP) - Instituto Nacional del Cáncer - The New England Journal of Medicine
Fecha de publicación:	05/11/2024

3.

Título:	¿Las heridas emocionales de la infancia afectan la vida adulta?
URL:	https://saludcheck.com/verificacion-heridas-de-infancia/
Hecho verificado:	Las heridas emocionales de infancia afectan a la salud y se manifiestan en la edad adulta.
Fuente consultada:	- Carolina Tapia, psicóloga clínica - Organización Mundial de la Salud (OMS) - Artículo <i>Las heridas ocultas del trauma infantil</i> (Danese y van Harmelen, 2017)
Fecha de publicación:	03/11/2024

4.

Título:	Peligros de consumir batidos matutinos con altos niveles de sodio
URL:	https://saludcheck.com/peligro-de-consumir-batidos-matutinos-con-altos-niveles-de-sodio/
Hecho verificado:	Beber un batido de limón con 6 gramos de sal cada mañana ayuda a ganar enfoque, energía y claridad
Fuente consultada:	- Organización Mundial de la Salud (OMS) - Ministerio de Salud (Minsal)
Fecha de publicación:	01/11/2024

5.

Título:	¿Puede Chat GPT actuar como terapeuta? Esto es lo que debes
URL:	https://saludcheck.com/puede-chatgpt-actuar-como-terapeuta/
Hecho verificado:	Si necesitas un terapeuta y no tienes dinero para pagar uno, puedes ocupar la opción de Chat GPT: Therapy – Psychologist (non medical therapy)
Fuente consultada:	- Paula Muñoz Ramírez, psicóloga y docente de la Universidad de las Américas y de la Universidad Mayor -
Fecha de publicación:	04/11/2024

6.

Título:	Identifica perfiles en redes sociales que promocionan productos engañosos
URL:	https://saludcheck.com/como-identificar-perfiles-enganosos-que-promocionan-productos-daninos-para-la-salud/

Hecho verificado:	Perfil de Instagram promociona 'productos milagrosos' para bajar de peso rápidamente
Fuente consultada:	- Instituto Nacional de la Diabetes y las Enfermedades Digestivas y Renales - Búsqueda inversa por Google Imágenes - TinEye
Fecha de publicación:	29/10/2024

7.

Título:	Desinformación en redes: ¿puedes saber si eres neurodivergente con un test online?
URL:	https://saludcheck.com/puedo-autodiagnosticarme-como-neurodivergente-con-test-online/
Hecho verificado:	Si una persona realiza el test de RAADS-R y la Prueba de Dislexia de Bangor de forma online, puede determinar si es neurodivergente
Fuente consultada:	- Irelyne Alarcón, Psicóloga diplomada en Psicología Clínica - Alfonso Cox, psicólogo de la Red Salud UC
Fecha de publicación:	17/10/2024

8.

Título:	Tema viral: ¿El té de chía ayuda a perder peso y 10 cm de cintura?
URL:	https://saludcheck.com/verificacion-de-un-tema-viral-el-te-de-chia-ayuda-a-perder-10-cm-de-cintura/
Hecho verificado:	Beber té de chía con manzanilla todos los días ayuda a perder peso y reduce hasta 10 cm de cintura, en tiempo record.
Fuente consultada:	- Encontramos por medio de Google Fact Check Tools que ya había sido verificada por el medio Newsletter - Instituto Nacional de la Salud

Fecha de publicación:	17/10/2024
------------------------------	------------

Consejos Saludables:

1.

Título:	¿Qué es la salud mental?
URL:	https://saludcheck.com/consejos-saludables/que-es-la-salud-mental/
Fuente consultada:	<ul style="list-style-type: none"> - Organización Mundial de la Salud (OMS) - Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, Director General de la OMS - Jaime Silva, psicólogo y director del Instituto de Bienestar Socioemocional (IBEM) de la Universidad del Desarrollo (UDD) - Salud Responde - Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) - Ministerio de Salud - Asociación de Ansiedad y Depresión de América (ADAA)

2.

Título:	Salud física en la era digital
URL:	https://saludcheck.com/consejos-saludables/salud-fisica-en-la-era-digital/
Fuente consultada:	<ul style="list-style-type: none"> - Organización Mundial de la Salud (OMS) - Loretta Graziano Breuning, profesora emérita de la Universidad Estatal de California y autora del libro Hábitos de un cerebro feliz - Boletín mensual de los Institutos Nacionales de la Salud y Servicios Humanos de EE.UU

3.

Título:	Beneficios de practicar meditación: mejora tu salud física y mental
URL:	https://saludcheck.com/los-beneficios-de-la-meditacion-una-herramienta-para-mejorar-tu-salud-fisica-y-mental/

Fuente consultada:	- Centro Nacional de Salud Complementaria e Integral (NCCIH)
---------------------------	--

4.

Título:	¿Cómo mejorar la calidad del sueño de forma natural?
URL:	https://saludcheck.com/como-mejorar-la-calidad-del-sueño/
Fuente consultada:	- National Institute of Health (NIH) - Medio Infobae - National Sleep Foundation - Centro del Sueño de la Universidad Católica

5.

Título:	Pausas laborales activas: claves para mejorar tu salud y productividad en el trabajo
URL:	https://saludcheck.com/pausas-activas-beneficios-salud-laboral/
Fuente consultada:	- Instituto de Seguridad Laboral

- **Aplicación de Metodología**

Para presentar de forma más clara cómo aplicamos la metodología en cada una de las verificaciones, a continuación explicaremos de forma detallada un caso de verificación específico:

Título	Identifica perfiles en redes sociales que promocionan productos engañosos
URL	https://saludcheck.com/como-identificar-perfiles-enganosos-que-promocionan-productos-daninos-para-la-salud/
Hecho verificado	- Fotografías falsas de packs milagrosos para bajar de peso - Perfil de Instagram promociona 'productos milagrosos' para bajar de peso rápidamente

Fuente consultada	-Instituto Nacional de la Diabetes y las Enfermedades Digestivas y Renales (NIDDK, por sus siglas en inglés). - TinEye -Búsqueda inversa en Google Imágenes
Fecha de publicación	5 de noviembre

A continuación, se realiza el desglose de la aplicación de la metodología de *Salud Check* en esta verificación:

Fase 1: Método de selección de contenido

- Identificación y categorización de hashtags relevantes

Se identificaron hashtags populares como #Bajar peso, #Comesano y #Cambiodehabitos, los cuales son frecuentemente utilizados por este perfil para aumentar su visibilidad.

Este caso fue seleccionado por su alta visibilidad y relación con temas de salud y bienestar. Además, en la nota web se incluyen capturas de pantalla que evidencian el uso masivo de estos hashtags para manipular el alcance de sus publicaciones.

El perfil tiene 765,000 mil seguidores y 10,125 publicaciones, superando el umbral mínimo de interacciones establecido por *Salud Check* (1,000 likes/comentarios por publicación). Incluso, se observó un patrón repetitivo de promoción de productos no respaldados científicamente.



- Detección de patrones sospechosos

En las descripciones de los post e incluso del perfil seleccionado, se invita a los usuarios a comentar ciertas palabras claves para recibir información (YO QUIERO, INFO, ETC). Cualquier usuario que siga estos pasos, desencadena un proceso de respuestas automatizadas con la ayuda de bots, que solicitan datos personales y bancarios con fines maliciosos.

The screenshot shows a social media post by user 'marina_vidasana' with a profile picture of a woman. The post text reads: 'SI QUIERES PERDER ENTRE 5-10 KILOS HASTA NAVIDAD.' Below this, there is a call to action: 'Comenta "YO" en los comentarios o ve al link de mi perfil para recibir la información de mi Plan.' The post includes two recipes: 'Cena para PERDER 10 KILOS' with ingredients (1 can of tuna, 4 eggs, 2 tomatoes) and 'Cena RÍQUÍSIMA para ADELGAZAR'. A red star icon is followed by the text 'Guarda esta RECETA y comenta "YO"'. Below the post is a chat interface. A grey bubble from the bot says: 'Hola ¿Vamos Quemar Grasa? 🍷 Elige botton abajo o comenta "YO QUIERO" 🍷'. Below this are two buttons: 'CONOCER DIETA' and 'HABLAR CON MARINA'. A timestamp '22:23' is shown. A blue bubble from the user says 'YO QUIERO'. A grey bubble from the bot says: 'Holaa, soy Marina González, antes de darte toda la información del MÉTODO y el PRECIO PROMOCIONAL, primero te haré 3 preguntas rápidas para saber si nuestro método es adecuado para ti. 🍷🍷'. Below this is another grey bubble from the bot asking: '¿Cuál és su nombre y edad por favor?'

Fase 2: Método de verificación de Salud Check

- Paso 1: Revisar factibilidad de la verificación

El contenido es verificable, ya que las afirmaciones incluyen hechos concretos, sobre promoción de prácticas para "Perder 10 kilos" o "Abdomen plano en una semana". Aparte se promociona un plan - dieta - método "milagroso" (promesas

específicas de pérdida de peso) y el uso de estrategias engañosas (testimonios falsos y bots).



- **Paso 2: Verificar si ya fue revisado por otros medios**

Se utilizó la extensión **InVID & Verify** y **Google Fact Check Tools**, confirmando que este contenido no había sido verificado previamente.

- **Paso 3: Seleccionar la afirmación o hecho factual**

Ejemplo de afirmación a verificar: “Elimina gases y baja 10 cm de cintura”. Esta frase representa una promesa exagerada de resultados rápidos, lo cual es un indicador claro de desinformación. En este caso, también se consideraron las fotografías que sube a redes sociales sobre supuestos casos y testimonios “reales” de personas que han adquirido el método milagroso que ofrece.

- **Paso 4: Ponderar relevancia**

El perfil cuenta con más de 760,000 seguidores, por lo cual su alcance es significativo. Además, aborda temas de interés público, relacionado con la pérdida de peso, que es un tema que impacta la salud y las decisiones personales de miles de usuarios. Es importante recalcar también que el uso de los hashtags y publicaciones alcanzan audiencias masivas.

- Paso 5: Consulta de fuentes

Acudimos a fuentes confiables, en este caso, al Instituto Nacional de la Diabetes y las Enfermedades Digestivas y Renales, para comprender e informar sobre prácticas seguras para la pérdida de peso.

Esto se complementa con herramientas digitales de búsqueda inversa (TinEye y Google Lens), que ayudaron a identificar que las imágenes de “antes y después” promocionadas por el perfil, eran reutilizadas de otros contextos, incluso con una data de 2016. Es decir que, no se trataban de casos auténticos de personas que utilizaron el método difundido por el usuario, sino de fotos robadas de otras fuentes.

The collage consists of several elements:
1. Top left: A grid of 'Antes y Después' photos of women, with the text 'ELLAS TAMBIÉN LOGRARON RESULTADOS CON LA DIETA'.
2. Top center: The TinEye logo and a search interface showing 11 results for a specific image.
3. Bottom left: A Google Lens search interface.
4. Bottom center: A social media post from a personal trainer with a caption in Spanish: 'Para motivar alunos, personal trainer secou 15 kg em 3 meses com low carb'.
5. Bottom right: A section titled 'NOTAS Y FOTOGRAFÍAS ORIGINALES' with the sub-header 'COMO CONSEGUI' and a list of items, including the personal trainer's photo and caption.
6. Bottom center: The text 'BÚSQUEDA INVERSA + TINEYE'.

- Paso 6: Poner en contexto el dato

Tras haber identificado y contrastado la información con fuentes confiables, el siguiente paso es situar las afirmaciones dentro de un marco más amplio, evaluando no solo su validez, sino también el impacto que pueden tener en el público objetivo.

En este caso, se analizó cómo las promociones de este "pack milagroso" para la pérdida de peso explotan las inseguridades y la vulnerabilidad emocional de los usuarios, particularmente aquellos que buscan soluciones rápidas y fáciles a problemas complejos como el control de peso.

El análisis incluyó una revisión de cómo las estrategias de marketing manipulan las expectativas, mediante afirmaciones con ausencia de evidencia científica y fotografías falsas, que además buscan inducir una compra a través de tarjetas de crédito. Esto promueve prácticas que pueden ser perjudiciales tanto para la salud

física y mental de las personas, como para los datos y seguridad financiera de los usuarios.

- **Paso 7: Calificar**

Conclusión: FALSO.

En esta parte del proceso se definen y califican que las afirmaciones del perfil carecen de respaldo científico. Son varios factores que instauran alertas de desinformación, por ejemplo, el uso de imágenes falsas y bots para manipular a los usuarios e inducir a una compra de un pack milagroso. Lo cual evidenció estrategias engañosas y lucrativas, que ponen en riesgo la salud de los usuarios en redes sociales.

Realizamos el ejercicio de comentar una publicación con la palabra clave y tomamos capturas de pantalla de los mensajes directos automatizados por bots, que tienen el fin de solicitar datos personales e inducir una compra online, al insertar datos de una tarjeta de débito/crédito.



¿Tienes un cupón de descuento?

Tarjeta de crédito Tarjeta de débito sencillito Ver más

Número de la tarjeta
Introduce solo números

Nombre del titular
Introduce el nombre impreso en la tarjeta

Mes Año CVV ⓘ
MM AA CVV

OPCIONES DE PAGO EN CUOTAS

<input checked="" type="radio"/> Pago en efectivo	\$23.888
<input type="radio"/> 2 cuotas	\$11.944 / 2 meses
<input type="radio"/> 3 cuotas	\$7.963 / 3 meses

- Paso 8: Publicar y atender críticas

[La verificación fue publicada en el sitio web Salud Check¹⁸](#) y complementado con difusión de un post en Instagram. Esto con el objetivo de educar a los usuarios y prevenir futuros engaños por parte de este perfil, también se realiza un llamado a denunciar esta cuenta y otras con prácticas similares.

● Aplicación de estrategia SEO en páginas pilares

Una de las metas dentro de este proyecto era no solo escribir artículos web, sino también aplicar una estrategia SEO, es decir, una metodología que se basa en optimizar el contenido web de acuerdo a lo que los usuarios buscan o necesitan en internet, con el fin de alcanzar algún tipo de posicionamiento en Google mediante palabras claves.

Si bien, varias herramientas que se utilizan para monitorear las búsquedas de los usuarios son de pago (como Semrush) nosotras utilizamos principalmente Google Suggest y Google Trends.

¹⁸ Salud Check. (2024). *¿Cómo identificar perfiles engañosos que promocionan productos dañinos para la salud?*. Recuperado de <https://saludcheck.com/como-identificar-perfiles-enganosos-que-promocionan-productos-daninos-para-la-salud/>

La primera, son las sugerencias de búsqueda que aparecen en el buscador de Google cuando se ingresa algún tema, también muestra de forma literal algunas preguntas que buscan los usuarios, y la segunda es una herramienta gratuita de Google que permite saber qué tema buscan más las personas en comparación a otros.

Así que antes de escribir un artículo, nuestra primera tarea es investigar qué palabras claves se pueden utilizar. En este caso, la recomendación para medios que están comenzando es que se centren en las llamadas “palabras de cola larga” que son generalmente frases que si bien son específicas, hay usuarios que usualmente las utilizan para encontrar temas específicos en Google, cómo por ejemplo: ¿Cuántas horas se debe dormir para tener buena salud?

Más preguntas :

¿Qué es mejor, dormir 7 o 8 horas?



¿Cuántas horas de sueño son suficientes para una buena salud?



Estas “palabras de cola larga”, junto con la investigación de palabras clave más generales, se utilizarán para la creación de títulos (H1), subtítulos (H2, H3) y cuerpo del artículo, además de la metadata que son el metatítulo, metadescripción, texto alternativo de la imagen y url.

Cada una de estas partes tiene una extensión definida, por ejemplo, los títulos y metatítulos se sugiere que tengan entre 55 y 60 caracteres, y la metadescripción debe tener un máximo de 160 caracteres.



saludcheck.com

<http://saludcheck.com> > puede-cha... · [Translate this page](#) ⋮

¿Es cierto que Chat GPT puede actuar como terapeuta?

Nov 4, 2024 — Descubre las limitaciones y riesgos de reemplazar la terapia tradicional por el prompt terapeuta de Chat GPT. Aprende más en Salud Check.

Otra parte clave de nuestra estrategia se centra en las páginas pilares de nuestro sitio, que son artículos extensos, con más de 2 mil caracteres en algunos casos. Estas páginas no solo sirven para posicionarnos con autoridad sobre los temas que

abordamos, sino que también son un eje para enlazar otros artículos relacionados. Esto fortalece nuestra estrategia de enlaces internos, incentivando al usuario a revisar más contenido y permanecer más tiempo en la página.

Por otra parte, con el fin de transmitirle a Google que somos un sitio confiable y profesional, utilizamos enlaces externos a sitios seguros. Estos cuentan con una alta autoridad en temas de salud, como por ejemplo organizaciones mundiales o gubernamentales, con el fin de que nuestro sitio sea percibido en el rastreo de Google, como un lugar seguro para el usuario.

Todo este trabajo, en conjunto con otras prácticas recomendadas de SEO, nos permitirá de aquí a 6 meses o 1 año, ver los primeros resultados dentro del posicionamiento de búsquedas en Google de forma orgánica.

Por el momento, monitoreamos la página mediante las aplicaciones de Google Search Console y Google Analytics, que monitorean el rendimiento del sitio web en los buscadores y la interacción de los usuarios con la página.

- **Estrategia de publicaciones en Instagram**

La estrategia establecida para la cuenta de Instagram de Salud Check busca encontrar un balance adecuado entre la calidad del contenido, la estética del feed y la funcionalidad de las publicaciones. Esta propuesta integra un patrón de publicaciones que prioriza la coherencia visual y la utilidad para la audiencia, al mismo tiempo que optimiza los recursos disponibles.

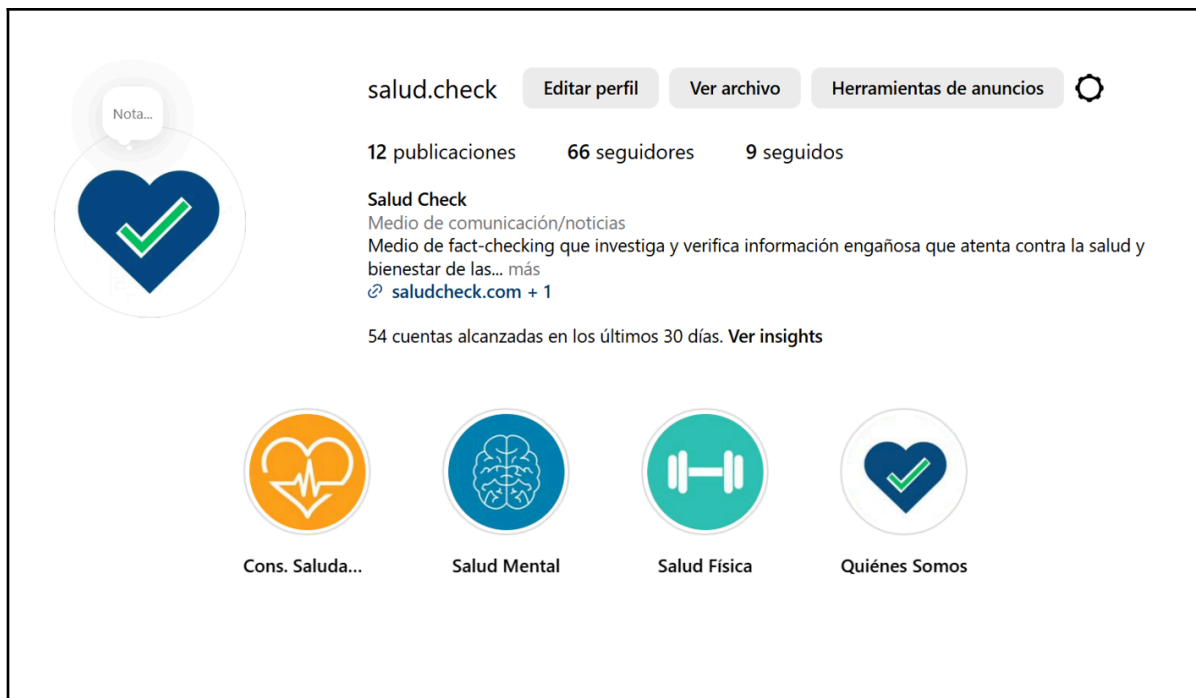
Se plantea un esquema de publicaciones basado en un ciclo de tres posts interrelacionados, compuestos por dos verificaciones de información y un consejo saludable. Este patrón permite mantener un equilibrio visual en el feed, donde las verificaciones reflejan el núcleo del proyecto y los consejos saludables actúan como contenido de valor adicional para la audiencia.

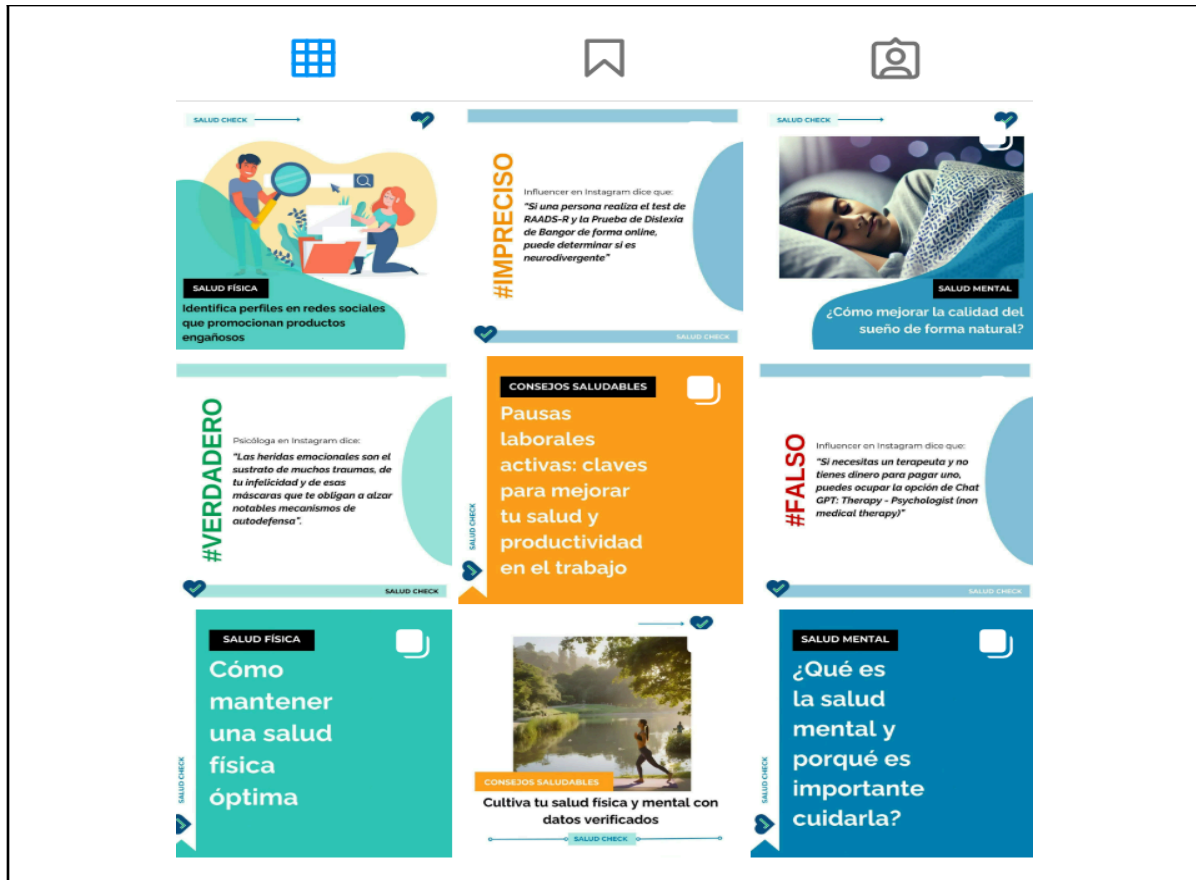
Alternativamente, dependiendo de las necesidades editoriales del mes, podría invertirse la proporción, con dos consejos saludables y una verificación. Este esquema asegura que el feed no solo sea visualmente atractivo, sino también funcional y relevante. El diseño del feed se organiza en bloques de tres publicaciones consecutivas que trabajan en conjunto para formar una narrativa visual y temática. Por ejemplo, un bloque puede incluir:

- La primera verificación abordando un mito común de la salud física.

- Un consejo saludable vinculado a los temas anteriores, ofreciendo acciones prácticas para la audiencia.
- La segunda verificación desmintiendo una tendencia viral relacionada con la salud mental.

Cada sección estará representada por un ícono distintivo que facilite la navegación del usuario y refuerce la identidad visual del perfil. Por ejemplo, un corazón para salud mental, un símbolo de bienestar físico para salud física, y un ícono de comunidad para quienes somos. Estas historias incluirán enlaces directos a los posts publicados en el sitio web, maximizando la interacción con el contenido fuera de Instagram y potenciando el tráfico hacia la plataforma principal de **Salud Check**.





4.5 ASPECTOS LEGALES

Teniendo en cuenta que nuestro proyecto *Salud Check* está en sus primeras etapas de desarrollo y que nuestro objetivo es conseguir que el público nos conozca y comparta nuestro contenido sin mayores dificultades, decidimos utilizar por el momento la “Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional”, donde el usuario puede “Compartir-copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, y Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material”¹⁹. La única condición a la que está sujeta esta licencia, es que el usuario debe dar crédito de forma adecuada y sin fines comerciales.

A medida que se desarrolle el proyecto y de la interacción que logre tener el contenido con el público, se evaluará si la licencia se mantiene o se cambia más adelante.

En cuanto al registro de la marca o propiedad intelectual, se evaluará la posibilidad de inscribir este proyecto en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) según los resultados, progreso y necesidades que tenga en el futuro.

¹⁹ CREATIVE COMMONS (s.f) ATRIBUCIÓN-NOCOMERCIAL 4.0 INTERNACIONAL. Obtenido de: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>

Por otra parte, considerando que la base de contenido principal de verificación de *Salud Check* será obtenido de terceros, se citarán las fuentes a utilizar — en especial en la página web —, donde se otorgarán los *links* que correspondan para que los usuarios logren revisar por su propia cuenta la información citada.

Como mencionamos en nuestro método de verificación, con el fin de resguardar la identidad del usuario que comparte la desinformación, se pixelará su nombre, a no ser que sea un personaje público, organización, sitio web o medio de comunicación que haya desinformado repetidas veces.

4.5.1 Términos y condiciones

Salud Check pone a disposición su sitio web y redes sociales, con sus materiales digitales para uso de sus lectores y usuarios, bajo los siguientes términos y condiciones.

1. Uso del sitio web, redes sociales y su contenido

Salud Check ofrece materiales, artículos, noticias, recursos y herramientas diseñados para combatir la desinformación en temas de salud física y mental.

- Los usuarios pueden acceder a estos materiales únicamente para fines personales, educativos y no comerciales.
- Queda estrictamente prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública o cualquier uso comercial no autorizado de los materiales, en su totalidad o en parte, salvo autorización previa.

2. Propiedad intelectual y derechos de autor

- Todos los contenidos publicados en el sitio web, incluidos textos, imágenes, videos, gráficos y otros recursos creados por *Salud Check*, están protegidos por derechos de autor.
- *Salud Check* permite el uso de sus contenidos bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional, lo que significa que los materiales pueden ser compartidos y adaptados, siempre que:
 1. Se atribuya adecuadamente el crédito a *Salud Check*.
 2. No se utilicen con fines comerciales.
 3. Se compartan bajo la misma licencia los materiales derivados.

Las imágenes y gráficos que no son propiedad de *Salud Check*, provenientes de bancos de imágenes como Freepik, están sujetos a las licencias específicas de dichos proveedores y no se permite su reutilización sin consultar los términos de esas plataformas.

3. Garantías del usuario

Al utilizar el sitio web, el usuario garantiza:

- Que emplea los materiales de manera ética y respetando las leyes de propiedad intelectual.
- Que no realizará modificaciones o usos indebidos de los contenidos que puedan alterar su contexto original o generar desinformación.
- *Salud Check* está comprometido con la seguridad y confidencialidad de los datos personales de sus usuarios, tales como nombres y direcciones de correo electrónico.
- *Salud Check* no compartirá los datos personales de su audiencia con terceros sin su consentimiento explícito, salvo que sea requerido por ley.

4. Responsabilidad y enlaces externos

- *Salud Check* no se responsabiliza del contenido de sitios web externos vinculados desde nuestro sitio web.
- El acceso a dichos sitios es bajo su propio riesgo, y *Salud Check* no garantiza la precisión ni integridad de la información en plataformas de terceros.

5. Política de rectificación de *Salud Check*

En *Salud Check* estamos comprometidas con ofrecer a nuestros usuarios información precisa basada en evidencia. Si detectamos un error en alguno de nuestros artículos o publicaciones, tomaremos las siguientes medidas:

1. Correcciones en artículos publicados:
 - Corregiremos el dato erróneo y añadiremos una nota al final de la publicación explicando los cambios que se hicieron y la fecha de la edición.
 - Si el error es grave, eliminaremos el artículo y publicaremos un artículo explicando los motivos del error.
2. Correcciones en redes sociales:
 - En el caso de las publicaciones erróneas en redes sociales, se eliminará el post original y se actualizará por medio del mismo canal una corrección del contenido.
3. Actualizaciones y aclaraciones:
 - Todas las actualizaciones, aclaraciones o nueva información que se agregue en el sitio de *Salud Check*, serán comunicadas al final de los artículos, incluyendo la fecha de edición.
4. Cómo reportar un error:
 - Si considera que el equipo de *Salud Check* ha cometido un error en alguno de los artículos, puede informar a través de nuestro correo de

contacto o redes sociales. Incluya detalles del supuesto error y adjunte pruebas relevantes que respalden su solicitud.

- Todas las solicitudes serán analizadas por nuestro equipo de editoras. No responderemos a mensajes ofensivos, amenazantes o sin fundamento.

En *Salud Check*, valoramos su confianza y trabajamos continuamente por entregar un periodismo de calidad a nuestra audiencia.

6. Ley aplicable

Estos Términos y Condiciones están regidos por las leyes de la República de Chile. Cualquier conflicto relacionado con su interpretación o cumplimiento será resuelto por los tribunales competentes en Chile.

7. Actualizaciones de los Términos y Condiciones

Salud Check se reserva el derecho de modificar estos Términos y Condiciones en cualquier momento. Las actualizaciones serán publicadas en esta misma página, y el uso continuo del sitio web tras dichos cambios constituirá su aceptación.

8. Contacto

Para cualquier duda, consulta o solicitud relacionada con los Términos y Condiciones de uso, puede comunicarse con *Salud Check* a través de nuestro formulario de contacto en www.saludcheck.cl o al correo [contactosaludcheck@gmail.com].

4.6 ASPECTOS FINANCIEROS

Para hacer que este medio de comunicación sea un proyecto sostenible en el futuro, hasta el momento consideramos utilizar fondos concursables que involucren temáticas de salud, bienestar y educación mediática.

A mediados del año 2024 pensamos unirnos a la convocatoria “Familias que cuidan” de la organización *Familias: Ahora* quienes son una “comunidad latinoamericana de organizaciones y ciudadanía que promueve el bienestar de las familias a través de los derechos humanos.”²⁰ Pero lamentablemente no quedamos calificadas para entrar al concurso debido a que uno de los requisitos consideraba trabajar junto a otra organización que formará parte del programa.

Sin embargo, luego de conversar con periodistas especializadas en *fact check* de *Mala Espina Check* y *AFP Factual* durante las Primeras Jornadas Periodísticas de

²⁰ Familias: Ahora (s.f.) *Quiénes Somos*. Obtenido de: <https://familiasahora.org/quienes-somos/>

nuestra Escuela (21 de noviembre 2024), se nos aconsejó formar alianzas con organizaciones relacionadas con la salud, como escuelas de medicina o investigaciones enfocadas en la salud y el bienestar, además de considerar hacer colaboraciones.

En cuanto a los fondos concursables, se nos mencionó que no nos enfoquemos solo en Chile, ya que podrían existir organizaciones de otros países que buscan impulsar proyectos como el nuestro.

Los recursos que se buscan obtener por alguno de estos medios de financiamiento se utilizarán para recuperar la inversión hecha en el comienzo de este proyecto, en aspectos como la compra del servidor y dominio.

Por otra parte, este dinero se utilizará para comprar servicios tecnológicos que son necesarios y que pueden dar un aporte valioso a nuestro proyecto, como por ejemplo la compra de una licencia en *Hootsuite*, *Chat GPT Premium*, herramientas de SEO y Wordpress, entre otras.

A medida que se desarrolle el proyecto se evaluarán otras formas de financiamiento que fomenten su crecimiento, buscando siempre que se mantenga como un medio transparente, por esa razón no obtendremos financiamiento por medio de anuncios en un principio.

5. PROYECCIÓN COMUNICACIONAL

El proyecto tiene varias proyecciones comunicacionales, académicas y sociales, entre ellas:

a. Alianza con universidades:

Una de las primeras ideas que consideramos es conformar alianzas con universidades, para establecer una colaboración en cátedras de periodismo relacionadas con la desinformación y la verificación de información, como Herramientas Digitales (en el caso de la Universidad de Chile).

Esto, con el objetivo de promover que los estudiantes de periodismo hagan verificaciones de temas actuales que posteriormente se publicarán en el sitio web y redes sociales de *Salud Check*.

De la mano con esta iniciativa, consideramos desarrollar programas educativos sobre alfabetización mediática y verificación de información que puedan ser complementarios a dichas cátedras.

Estas colaboraciones podrían incluir talleres, seminarios y materiales didácticos que ayuden a los estudiantes a interactuar con el sitio web de *Salud Check*, trabajar con casos reales y discernir entre información verídica y falsa a través del método periodístico propuesto en el proyecto.

b. Plataforma de reportes comunitarios:

Establecer una plataforma de reportes comunitarios, donde los usuarios puedan compartir contenido dudoso relacionado con la salud, permitiendo una verificación rápida y la creación de una comunidad activa de *fact-checkers*.

c. Colaboración en investigaciones de la desinformación en temas de salud:

Realizar proyectos de investigaciones en conjunto con departamentos de salud pública y comunicación para estudiar el impacto de la desinformación en la salud mental y física de los jóvenes, proporcionando datos valiosos que pueden influir en políticas públicas.

d. Campañas públicas de educación sobre desinformación:

Colaborar con organizaciones de la sociedad civil, sector privado y colectivos sociales, para llevar a cabo campañas públicas de educación sobre la desinformación y alfabetización mediática, informacional y digital.

6. CONCLUSIÓN

El proyecto *Salud Check* ha significado un desafío desde sus inicios. A principios de año pensamos en crear un sitio web que diera consejos de salud a jóvenes adultos, pero con las sugerencias de nuestra profesora guía y para darle un mayor enfoque periodístico, la idea evolucionó hasta convertirse en un sitio web de *fact check* que verifica información de salud y bienestar presente en redes sociales (por el momento nos centramos en Instagram).

Con este nuevo enfoque, no solo mantuvimos nuestros ideales iniciales de ser un aporte al bienestar de nuestra audiencia, sino que también nos centramos en un nicho que hoy carece de suficiente cobertura periodística verificada.

No negamos el hecho de que muchos medios de comunicación hablan de salud y muchos sitios de *fact check* tienen secciones relacionadas con estos temas, pero no es su foco principal. En estos sitios predominan los temas políticos y de actualidad.

Por esta razón, el enfoque de *Salud Check* es analizar toda información de salud o bienestar que pueda ser perjudicial para la vida de las personas, contribuyendo de alguna forma en la lucha contra la desinformación de redes sociales.

A medida que evolucionó nuestro proyecto principal, con el transcurso de los meses seguimos atravesando varios desafíos, como por ejemplo tratar de postular a fondos de la universidad y organizaciones internacionales y no quedar calificadas por tener un equipo de trabajo muy pequeño.

Por otra parte, tuvimos que hacer cambios en la forma de seleccionar las publicaciones que íbamos a verificar. En un principio nuestro plan era utilizar una aplicación de escucha social, como lo es *Hootsuite*, que permite monitorear en tiempo real los temas que las personas están hablando en redes sociales. Por temas monetarios tuvimos que descartarlo, ya que el plan más barato costaba \$99 dólares mensuales. Por esta razón, establecimos parámetros que fueran transparentes a la comunidad (en este caso verificar publicaciones que tengan más de mil interacciones).

Otros desafíos fueron la configuración del sitio web. Cambiamos tres veces el tema de WordPress hasta llegar a una configuración que ofrecía una mejor experiencia de usuario y diseño de la página.

En cuanto a los contenidos verificados, como equipo de *Salud Check* reconocemos que existe una gran responsabilidad desde nuestra parte a la hora de chequear información y calificarla como verdadera, falsa o imprecisa, por eso damos prioridad a la calidad sobre la cantidad.

En promedio, cada verificación demora alrededor de 2 semanas. Es por esto que como equipo nos pusimos la meta de hacer 2 verificaciones y 2 artículos de consejos de salud, mensuales. Nos enfocaremos no solo en el análisis de post individuales de Instagram, sino también en el análisis de perfiles que comparten contenido que podría ser perjudicial para las personas.

Consideramos que aunque pueden ser largos los procesos de planificación, investigación, contactar profesionales de la salud, redacción y creación del contenido que se publicará en el sitio web y redes sociales, como equipo nos aseguramos de que lo publicado sea una información valiosa y que por medio de ella, el propio público pueda revisar todas las fuentes consultadas.

Los conocimientos adquiridos en estos cinco años de universidad nos dieron las bases para trabajar con métodos periodísticos que se centran en encontrar el trasfondo de las cosas. Además, aprendimos a mantener una ética profesional en el tratamiento de la información y en la protección de los individuos involucrados.

Reconocemos que existen muchos ámbitos que podemos mejorar en nuestro proyecto, desde el diseño, a las métricas de alcance que tenemos en redes sociales y el sitio web. Teniendo en cuenta que este año nos hemos centrado en crear las bases de un proyecto mayor, podemos decir que *Salud Check* seguirá evolucionando, manteniendo siempre sus ideales principales y contribuyendo a una mayor educación mediática de las audiencias para combatir la desinformación.

7. **BIBLIOGRAFÍA**

1. **AFP Factual** (s.f.) Cómo trabajamos. Obtenido de: <https://factual.afp.com/como-trabajamos>
2. **Anguita, P., Bachmann, I., Brossi, L., Elórtegui, C., Escobar, MJ., Ibarra, P., Lara, JC., Padilla, F., y Peña, P.** (2023). *El fenómeno de la desinformación: Revisión de experiencias internacionales y en Chile*. Santiago: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Obtenido de: https://minciencia.gob.cl/uploads/filer_public/26/cb/26cb92cb-5614-4e7c-a46e-f001a2b838b1/informe_i_-_el_fenomeno_de_la_desinformacion_global_y_en_chile_1.pdf
3. **Anguita, P., Bachmann, I., Elórtegui, C., Escobar, MJ., Faure, A., Ibarra, P., Lara, JC., Padilla, F., y Peña, P.** (2023). *Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile*. Santiago: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Obtenido de: https://minciencia.gob.cl/uploads/filer_public/f5/fc/f5fc81c1-a990-4eec-87be-f3b43108beeb/informe_ii-comision_contra_la_desinformacion-04-12-23.pdf
4. **Chequeado** (s.f.) Conócenos. Obtenido de: <https://chequeado.com/conocenos/>
5. **CREATIVE COMMONS** (s.f) ATRIBUCIÓN-NOCOMERCIAL 4.0 INTERNACIONAL. Obtenido de: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>
6. **Echegaray, L., Peñafiel, C., Ronco, M.** (2016). ¿Cómo se comportan los jóvenes y adolescentes ante la información de salud en Internet? *Revista Española de Comunicación en Salud*. Obtenido de: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3444/2081>
7. **Familias: Ahora** (s.f.) Quiénes Somos. Obtenido de: <https://familiasahora.org/quienes-somos/>
8. **Fast Check** (s.f.) Método. Obtenido de: <https://www.fastcheck.cl/metodo/>

9. **Fernández Medina, Francisco Javier, y Nuñez-Mussa, Enrique.** (2022). *Digital News Report. Chile*. Reuters Institute Digital News Report. Obtenido de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/chile>
10. **Kovach, B. y Rosenstiel, T.** (2003). *Los elementos del periodismo: Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Madrid: El País.
11. **Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., Pérez-Rodríguez, M. A.** (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *index.comunicación*, 8(2), 295-316. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6459848>
12. **Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., y Eddy, K.** (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Obtenido de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
13. **Propulsorio** (2021). Guía Final. Obtenido de: <https://propulsorio.com/wp-content/uploads/2021/09/PROPULSORIO-Guia-Final.pdf>
14. **Rodríguez Pérez, Carlos.** (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. Obtenido de: <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>
15. **Salud Check.** (2024). ¿Cómo identificar perfiles engañosos que promocionan productos dañinos para la salud?. Recuperado de <https://saludcheck.com/como-identificar-perfiles-enganosos-que-promocionan-productos-daninos-para-la-salud/>
16. **Ufarte-Ruiz, María-José; Peralta-García, Lidia; Murcia-Verdú, Francisco-José.** (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, 27(4), 733-741. Obtenido de: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
17. **UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean.** (2022). *Una guía para principiantes para establecer una organización de fact-checking en América Latina y el Caribe*. Obtenido de: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380932/PDF/380932spa.pdf.m
ulti](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380932/PDF/380932spa.pdf.multi)
18. **Vaca Villarreal, P.** (2023). *Desinformación, pandemia y derechos humanos*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Obtenido de: [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/desinformacion-pandemia.p
f](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/desinformacion-pandemia.pdf)
19. **World Health Organization** (2020). *Infodemic*. Obtenido de: <https://www.who.int/health-topics/infodemic>
20. **Zaragozá Marquina, E., Moliner Cros, A., y Sabín Galán, F.** (2023). *La innovación tecnológica aplicada al cuidado de la salud. La mirada de adolescentes y jóvenes*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.8378935

8. ANEXOS



Consentimiento de uso de entrevista

Autorizo que los contenidos de la entrevista efectuada por *Yanara Vega*, estudiante de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, para los fines de su memoria de título, sean publicados en su trabajo final, que será de acceso público a través del repositorio digital de la Universidad.

Se exceptúa de este consentimiento los contenidos vertidos en condiciones de confidencialidad u *off the record*, según acuerdo explícito entre estudiante y entrevistado/a.

A handwritten signature in black ink that reads 'Irellyne A'.

Firma

Nombre: Irellyne Alarcon Morales

Teléfono: 971235281


Correo electrónico: irelynealejandra98@gmail.com

Fecha: 30.11.2024

Consentimiento de uso de entrevista

Autorizo que los contenidos de la entrevista efectuada por *Yanara Vega*, estudiante de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, para los fines de su memoria de título, sean publicados en su trabajo final, que será de acceso público a través del repositorio digital de la Universidad.

Se exceptúa de este consentimiento los contenidos vertidos en condiciones de confidencialidad u *off the record*, según acuerdo explícito entre estudiante y entrevistado/a.



Firma

Nombre: Paula Muñoz Ramírez

Teléfono: 985735417

Correo electrónico: Paula.Melina.80@gmail.com.

Fecha: 05.12.2024

Consentimiento de uso de entrevista

Autorizo que los contenidos de la entrevista efectuada por *Yanara Vega*, estudiante de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, para los fines de su memoria de título, sean publicados en su trabajo final, que será de acceso público a través del repositorio digital de la Universidad.

Se exceptúa de este consentimiento los contenidos vertidos en condiciones de confidencialidad u *off the record*, según acuerdo explícito entre estudiante y entrevistado/a.


Firma

Nombre: Loreto Alexandra Canales Massó

Teléfono: +56 9 8921 2012

Correo electrónico: loreto cm 1965@gmail.com

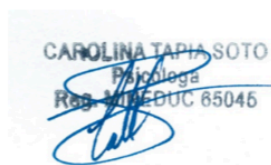
Fecha: 3/12/2024

Consentimiento de uso de entrevista

Autorizo que los contenidos de la entrevista efectuada por *Catalina Guerra*, estudiante (s) de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, para los fines de su memoria de título, sean publicados en su trabajo final, que será de acceso público a través del repositorio digital de la Universidad.

Se exceptúa de este consentimiento los contenidos vertidos en condiciones de confidencialidad u *off the record*, según acuerdo explícito entre estudiante y entrevistado/a.

CAROLINA TAPIA SOTO
Psicóloga
Res. Mineduc 65046



Firma

Nombre: Carolina Andrea Tapia Soto

Teléfono: +56957799488

Correo electrónico: ps.carolinatapia@gmail.com

Fecha: 02-12-2024