



NOVIEMBRE 2020

2

GUÍA PARA EL ABORDAJE Y RECOLECCIÓN DE RUMORES SOBRE COVID-19



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



PCI
A Global
Communities
Partner

**RESPUESTA
A COVID-19**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS RUMORES?	5
¿QUÉ ES UN RUMOR?	9
¿POR QUÉ COMPARTEN RUMORES LAS PERSONAS?	13
¿QUÉ FACTORES POSIBILITAN LOS RUMORES?	14
CICLO DE VIDA DE UN RUMOR	16
FUENTES Y CONTEXTOS DE RUMORES	17
LA IMPORTANCIA DE LOS CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS (CAP) Y EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO SOCIAL	20
CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS (CAP)	20
CAMBIO DE COMPORTAMIENTO SOCIAL	22
TIPOS DE CONOCIMIENTO	24

TABLA DE CONTENIDO

MODELO DE INTERVENCIÓN SOBRE RUMORES DEL PROYECTO	26
COORDINAR CON ACTORES MUNICIPALES Y COMUNITARIOS	27
DESCUBRIR LOS RUMORES	27
REGISTRAR LOS RUMORES	28
ANALIZAR LOS RUMORES	28
RECIBIR RETROALIMENTACIÓN Y PROFUNDIZAR CON COMUNIDADES	28
DISEÑAR MENSAJES ANTI-RUMORES Y REALIZAR FACT-CHECKING	28
PROBAR LA COMPRENSIÓN Y ACEPTACIÓN DEL MENSAJE	28
LANZAR MENSAJES ANTI-RUMORES CON APOYO COMUNITARIO	29
DAR SEGUIMIENTO Y EVALUAR LA INTERVENCIÓN	29
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL SOBRE RUMORES	30
ESCUCHA ACTIVA, EMPATÍA Y RAPPORT	30
TIPOS DE ENTREVISTAS	33
TÉCNICAS DE ENTREVISTA	34
GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE RUMORES	37
CRITERIOS PARA LA INCLUSIÓN DE RUMORES	39
REGISTRO Y DIGITACIÓN DE RUMORES	41
PROCESO DE SEGUIMIENTO A RUMORES	42

INTRODUCCIÓN

Detrás de cada rumor, hay una pregunta que requiere respuesta. Esta es una realidad que afecta a cientos de miles de personas en el mundo que perviven en contextos de alta incertidumbre, desconfianza, inseguridad y crisis. Los rumores surgen como mecanismos y recursos narrativos de las personas en este tipo de circunstancias para explicarse cosas que desconocen parcial o totalmente, y que les afectan. Esta guía para el abordaje y recolección de rumores sobre COVID-19 brinda un marco conceptual sobre rumores; su definición, dinámicas e importancia. Asimismo, introduce conceptos importantes sobre el abordaje CAP y el cambio de comportamiento social. Por otro lado, ofrece una descripción sobre el modelo de intervención sobre rumores, así como métodos, técnicas y guías de investigación para su identificación y registro. La guía es la referencia principal de facilitadores de comunicación del riesgo y facilitadores de salud del proyecto para el abordaje y recolección de datos sobre rumores en campo.

¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS RUMORES?

Los rumores son importantes porque tienden a diseminar desinformación, provocan desconfianza, y causar daños en las personas a través de prácticas o comportamientos no adecuados. Esto es especialmente cierto en contextos de emergencias sanitarias, donde contar con información veraz sobre una enfermedad (cómo prevenirla, detectarla, contenerla y tratarla) puede significar la diferencia entre estar saludable, enfermar, e incluso, perder la vida (Breakthrough Action 2020). Los efectos de los rumores también pueden tener grandes consecuencias económicas, particularmente en gastos de salud pública, como lo ilustra el caso de la vacunación contra la polio en Nigeria.

Vacunación contra la polio en Nigeria

En el 2003, en Nigeria, África, líderes políticos y religiosos emprendieron una campaña de 11 meses contra un programa de vacunación contra la polio. Derivado de esto surgieron rumores sobre la vacuna, señalando que estaba contaminada con VIH, causaba infertilidad en las personas, contenía cancerígenos, e iba en contra de la ley Islámica. Las personas rechazaron el programa de vacunación y los casos de polio se multiplicaron en un brote que se extendió a 18 países en tres continentes. Controlar el brote tuvo un costo aproximado de \$500 millones de dólares, todo como consecuencia de no actuar de forma anticipada ante los rumores (Bugge 2017, Ghinai, I et al 2013).

La difusión de rumores también puede llegar a generar comportamientos irracionales y violentos en las personas. En el caso de Guinea, en África, se levantaron rumores sobre el trabajo que estaban realizando trabajadores de salud, los cuales tuvieron consecuencias muy graves.

Equipo de asistencia médica asesinado en brote de Ébola en Guinea, África

Cuando el brote de epidemia de Ébola empezó a expandirse rápidamente en África occidental, algunas personas pensaron que la fumigación con cloro que estaban realizando los trabajadores de salud para sanitizar el ambiente era, en efecto, la causa de la enfermedad; pensaron que con la fumigación la enfermedad estaba siendo esparcida. Mientras que otros pensaron que el Ébola era consecuencia de magia negra. En este contexto, los sentimientos de temor y el miedo se expandieron rápidamente en Liberia, Guinea y Sierra Leone, los tres países más afectados por la epidemia. En un caso en particular, los rumores llevaron al lamentable incidente que involucró el asesinato de un grupo de trabajadores de salud, funcionarios y periodistas en Guinea, en septiembre del 2014.

Fuente: <https://www.bbc.com/news/world-africa-29256443>

En otros casos, los rumores pueden causar que las personas no asistan a los centros de salud y reciban la atención, o el diagnóstico que requieren a tiempo. Este es el caso de un rumor en EEUU – también difundido por un periodista de Fox News – indicando que las pruebas de Coronavirus estaban contaminadas, y para evitar infectarse, no deberían intentar hacerse la prueba.

Las consecuencias potenciales de los rumores son múltiples, como se presentan a continuación:

- **Causar daño sobre la salud:**
"Tomar cloro es bueno para evitar contagiarse de COVID-19"
"El alcohol mata al virus"
- **Hacer que las personas dejen de asistir a los centros asistenciales de salud:**
"Cuando hacen el hisopado, allí es cuando lo contagian a uno del virus"
"Usted está protegido con la sangre de Cristo. No necesita ningún hisopado, sólo creer en Dios"
- **Afectar a otros:**
"Hay que abastecerse de papel toilet por los efectos del coronavirus"
"Usar la mascarilla va en contra de mis derechos y mi libertad"
- **Causar conflicto:**
"Esta es un arma biológica creada por China para debilitar al resto del mundo"
- **Estigmatizar a grupos o personas:**
"El COVID-19 es culpa de los extranjeros porque son los que llegaron infectados y están contagiando a otros"
"No hay que comer comida China y evitar estar cerca de personas de origen asiático"
- **Poner a personas en situaciones de riesgo:**
"No es necesario el distanciamiento social, ya pasamos la segunda ola de contagios"
"Uno puede abrazar a los abuelos media vez no se tengan síntomas"
- **Poner en riesgo el trabajo de instituciones u organizaciones de apoyo:**
"Tengan cuidado con la gente del puesto de salud porque ellos son los que están infectando a las personas"
"Tengan cuidado con la gente de PCI porque si estás contagiado te reportan y te llevan"

La identificación del rumor y detenerlo es clave en los procesos de intervención.

Atender y responder a los rumores de forma oportuna es crucial para evitar su dispersión, esto es, para que los rumores no generen acciones o inacciones en las personas que potencialmente sean devastadoras.

Este proceso inicia con brindar información veraz, oportuna y suficiente a las personas para que no sean presa fácil de los rumores, desarrollen un criterio crítico ante los rumores y no sean puntos de difusión a otros. Con estas acciones se podrá “aplanar la curva” de la “infodemia” que tiende a acompañar a las situaciones de crisis e incertidumbre, como lo son las epidemias y pandemias, entre otros (WHO 2020, (Zarocostas 2020). La siguiente ilustración muestra los efectos que pueden ser evitados cuando las personas se limitan de compartir información, cuestionan las fuentes, buscan fuentes confiables, investigan y desarrollan un criterio crítico sobre la información que reciben.



Adaptado de OMS "Let's flatten de infodemic curve"

¿QUÉ ES UN RUMOR?

Los seres humanos siempre han buscado narrativas para interpretar los acontecimientos de la vida, de principio a fin, e inclusive más allá de la vida misma. Este es el recurso narrativo que se puede encontrar en las religiones del mundo, por ejemplo. En contextos de incertidumbre, como una crisis, una guerra o una pandemia, las personas buscan maneras de explicarse a sí mismas, y a otros, las razones de los eventos y las potenciales acciones a seguir para enfrentarlas. Conforman mecanismos de “auto-protección” para recobrar un sentido de control sobre una situación adversa, incierta o amenazante (Internews 2020). Por lo general, los rumores son las primeras respuestas explicativas que las personas formulan. Si estas explicaciones llegaran a ser aceptadas, validadas y practicadas por los grupos, estas podrían convertirse en norma social y formar parte de su idiosincrasia. Sin embargo, los rumores tienden a ser efímeros o temporales, y por lo general, no llegan a ser más que interpretaciones pasajeras que nublan el pensamiento crítico y reflexivo de las personas.

Un rumor es información no verificada que es transmitida de una persona a otra. Los rumores pueden ser verdaderos o falsos, o bien, una mezcla de ambos. Los rumores tienden a poseer una connotación negativa (“un chisme”), pero no siempre son información equivocada; simplemente son información que no ha sido verificada (Bugge 2017).

Ante la inexistencia de información veraz, fiable y creíble, los rumores emergen y se esparcen. Existen dos subgrupos principales de rumores:

1. Desinformación intencionada

Información errónea que es difundida por personas con el propósito de engañar o manipular a otros. Ej. Un Call center que lanza contenido y comentarios en redes sociales para confundir o dividir a la población. Esto también ocurre cuando medios de comunicación polarizados o personas específicas envían información a la población para confundir, dividir, agitar, manipular, desestabilizar o promover su propia agenda personal o política.

2. Desinformación no intencionada

Información errónea que es difundida por personas sin la intención de engañar a otros. Ej. Compartir un meme con información errónea (Bugge 2017).

Frecuentemente, la desinformación intencionada se reproduce a través de acciones de desinformación no intencionada. Por ejemplo, un ladrón puede diseminar un rumor de emergencia para evacuar con la intención de robar las pertenencias de las personas que evacúen y dejen sus casas. Un vecino que recibe el mensaje, sin conocer su veracidad, lo pasa a otros vecinos para que tomen acción. En cualquiera de los dos casos, desinformación intencionada o no intencionada, el impacto es el mismo. En sí, y en un contexto de incertidumbre, las personas no son capaces de tomar decisiones de forma informada provocando daño y/o pérdidas.

Por otro lado, los rumores pueden ser categorizados en **cinco tipos principales de rumores que ha identificado el proyecto Respuesta COVID-19 de PCI:**

1. Rumores de esperanza

Rumores que reflejan aspiraciones, deseos y anhelos de las personas y comunidades

2. Rumores de temor

Rumores que reflejan la ansiedad, inseguridad y preocupaciones de las personas y las comunidades

3. Rumores de crítica

Rumores que reflejan maneras en que las personas se sienten agraviadas o perjudicadas por factores externos. Este tipo de rumor incluye críticas estos factores externos – personas, instituciones, grupos, etc

4. Rumores de protección

Rumores que refieren a medidas que toman las personas para protegerse a sí mismas y a otros. Estos rumores pueden incluir recomendaciones de remedios caseros, automedicación, evitar cosas, situaciones o personas para protegerse

5. Rumores de incredulidad

Rumores que argumentan o aseveran la ausencia y/o inexistencia del virus a razón de un escepticismo arraigado.

Los rumores de temor son el tipo de rumor más prevalente, porque las personas tienden a reaccionar rápidamente frente al “miedo”. Por ejemplo, en el 2015, y como consecuencia del terremoto en Nepal, personas en el norte de India y Nepal decidieron acampar por varios días en parques públicos por el rumor que se avecinaba un terremoto más fuerte. En el 2014, en Irak, refugiados en un campamento de las Naciones Unidas huyeron por un rumor en Facebook que se avecinaban insurgentes armados. Cuando llegaron las organizaciones humanitarias realizando distribución de apoyo, encontraron el campamento vacío (Bugge 2017).

Los rumores son un tipo de **“Barómetro social”** que devela las áreas de estrés y ansiedad de las personas, de comunidades o de una población. Nos permiten acercarnos a sus preocupaciones: lo que piensan, sienten y experimentan (Breakthrough Action 2020). Al respecto existe lo que se llama la **“Ecuación del rumor”**. Esta indica que entre más importante sea el tema y mayor el nivel de incertidumbre, mayor será el número de rumores. Por el contrario, si el tema no es importante y el nivel de incertidumbre es bajo, menor será el número de rumores (Bugge 2017).

Importancia del tema + Nivel de incertidumbre = Número de rumores

Los rumores son más efectivos cuando

- Se alinean con las creencias preestablecidas de las personas o comunidades
- Cuando las condiciones son adversas o difíciles (crisis)
- Cuando hay motivaciones de las personas para aceptar el rumor

Cass Sunstein, On Rumours

¿POR QUÉ COMPARTEN RUMORES LAS PERSONAS?

Las personas pueden tener distintas razones y motivaciones para compartir rumores. Estas pueden incluir:

- Para explicar una situación o un evento
- Para compartir información útil o de entretenimiento
- Para pronunciarse estar “al tanto” de la situación en comparación a otros
- Para sentirse vinculados con temas que les afectan
- Para engañar o manipular a otros: generalmente por razones económicas o políticas

Con la excepción del último punto, comúnmente las personas comparten rumores porque **creen en el rumor o en una parte de este** (Bugge 2017).

¿QUÉ FACTORES POSIBILITAN LOS RUMORES?

Sin dudas, las situaciones de estrés, ansiedad e incertidumbre son tierra fértil para el surgimiento de rumores, particularmente porque limitan el juicio crítico de las personas que es rebasado por el temor, el miedo y la inseguridad. Bajo estas circunstancias, las personas tienden a actuar antes de pensar y reflexionar.

Existen tres elementos claves que aumentan las probabilidades para que las personas creen y difundan un rumor: Su estado emocional, los conocimientos previos y la fuente de la información (Internews 2020).



Por ejemplo, si una persona se encuentra en estado emocional de miedo, posee conocimiento previo pero inexacto sobre un tema (ej. Propagación de un virus), y la fuente que le informa es confiable (ej. Madre), las probabilidades para creer y difundir el rumor son mayores. Ciertamente, en este proceso pueden influir otros factores como “encajar con las creencias de otros y la obligación de “apegarse a las mismas creencias de grupo”. También cuando la persona acepta el rumor y le agrega elementos de validez para re-confirmarlo. Sin embargo, los elementos claves del estado emocional, conocimientos y confiabilidad de la fuente son esenciales.

Por otro lado, existen otros factores complementarios que posibilitan los rumores:

- **Insuficiente información**

No contar con suficiente información confiable, veraz y creíble.

- **Información excesiva**

Demasiada información que sobrecarga las habilidades de las personas para procesarla y asimilarla adecuadamente. En este caso, las personas tienen dificultades para distinguir el mensaje al sentirse abrumados de la cantidad de información. (Ej. Sentirse “bombardeado” de publicidad).

CICLO DE VIDA DE UN RUMOR

Los rumores tienden a tener un ciclo efímero, o de corta duración existencia. Esto ocurre cuando los rumores son finalmente desmitificados por las personas que los cuestionan, o bien, por información proveniente de fuentes verídicas externas que ayudan a disiparlos. Mientras cualquiera de estas dos acciones no ocurra, un rumor puede prosperar y expandirse rápidamente entre las personas y comunidades. Por lo común, los rumores surgen como narrativas explicativas cuando las personas no tienen acceso a suficiente información, o cuando los esfuerzos de desinformación (intencionada y no intencionada) son excesivos, instrumentalizando una idea en particular o varias relacionadas.



En todo caso, acciones acertadas como brindar suficiente información veraz y de forma oportuna, pueden interrumpir el ciclo de vida del rumor en sus primeras etapas, y con ello poner fin al círculo vicioso de desinformación que propicia.

FUENTES Y CONTEXTOS DE RUMORES

Para poder darle fin a un rumor en sus primeras etapas, es importante conocer la fuente del rumor y el contexto en que este prolifera. Esto permitirá comprender el rumor desde la fuente emisora y las razones por las cuales hace sentido para las personas que lo difunden.

Entre las fuentes comunes de diseminación de rumores se encuentran las siguientes:

- **Persona a persona (“De boca en boca”)**
- **Medios de comunicación masivos**
 - Radio
 - Televisión
 - Periódicos
- **Redes sociales masivas**
 - WhatsApp
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Otros (Ej. Tik Tok)
- **Mensajes de texto**

Los rumores que son transmitidos de personas a persona pueden surgir a partir de las preocupaciones, angustias, temores y preguntas no resueltas de las personas sobre una situación de incertidumbre que están atravesando. Conforman un esfuerzo por dar sentido a una situación de alta incertidumbre para encontrar un poco de certeza sobre algo que escapa su control. Los rumores transmitidos desde de los medios de comunicación y redes sociales masivas pueden emerger a partir de la desinformación intencionada de personas buscando réditos políticos o económicos, o de entidades polarizadas que desean confundir o dividir a la población. También pueden surgir a partir de ambigüedades que se dan cuando las noticias no son reportadas claramente, cuando dos versiones dispares del mismo tema llegan a las personas por distintos medios, o cuando la persona no comprendió bien la información e intenta hacer sentido de ella desde sus propios conocimientos y perspectivas.

Comprender el contexto sociocultural donde se propaga un rumor es también de suma importancia. Si se desatiende la comprensión de las perspectivas, creencias, actitudes, valores, idioma, idiosincrasia, cultura, normas y dinámicas socioculturales de las comunidades, probablemente no comprendamos mucho sobre las razones para la expansión o permanencia del rumor. Por ejemplo, el rechazo común de personas sobre las campañas de vacunación se pueden relacionar, por un lado, a perspectivas y valores religiosos de carácter fundamentalista, como el caso de líderes religiosos en Nigeria en contra de la vacuna de polio; y por otro, a actitudes, valores y perspectivas individualistas que enfatizan el derecho y autonomía de las personas a decidir sobre sus propios cuerpos, como el caso del movimiento anti-vacunación en Estados Unidos en el contexto del Coronavirus.

Así, comprender el contexto sociocultural nos pondrá en una mejor posición para comprender de mejor manera la propagación del rumor y poder perfilar de forma más efectiva mensajes anti-rumores y contenido con información veraz para las personas. En el caso guatemalteco, especialmente en comunidades de rurales mayas, existen ciertas pautas culturales a considerar, como las concepciones de “frío” y “calor” de los elementos que influyen sobre el cuerpo, o bien, enfermedades que tienen cualidades “frías” o “calientes”. En estos contextos, las percepciones sobre la salud que se sostengan pueden estar mediadas por las prescripciones de comadronas y/o guías espirituales mayas (Aj q’ij), entre otros, a partir de la medicina tradicional natural maya que utiliza plantas medicinales y hace uso del temazcal para tratar con enfermedades - también el Coronavirus.

En contextos urbanos mestizos/ladinos las perspectivas pueden ser distintas, donde la falta de credibilidad en el gobierno y sus instituciones por los recurrentes actos de corrupción pueden incentivar la desconfianza de las personas para acudir a los centros de atención en salud, o simplemente negar la existencia del virus por ser una estrategia del gobierno para enriquecerse. De igual manera, en estos contextos líderes religiosos con perspectivas fundamentalistas pueden llegar a negar o relegar la importancia del Coronavirus, clamando que los fieles están protegidos “por la sangre de Cristo”.

LA IMPORTANCIA DE LOS CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS (CAP) Y EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO SOCIAL

Una puerta adicional de entrada para comprender los rumores consiste en indagar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas. A su vez, esto posibilitará encausar de manera informada acciones para el cambio de comportamiento social de las personas hacia prácticas más saludables y positivas.

Conocimiento, actitudes y prácticas (CAP)

Los conocimientos, actitudes y prácticas son sumamente importantes porque influyen y definen el comportamiento de las personas. Los conocimientos incluyen cualquier información, saber, creencia, experiencia, percepción, idea, noción e interpretación que las personas posean. Por otro lado, las **actitudes** refieren a las predisposiciones de las personas para actuar de una u otra manera, sea esta positiva o negativa. Sin dudas, estas predisposiciones pueden estar mediadas por los valores de las personas, así como las normas sociales y las presiones de grupo. Las **prácticas** remiten a los hábitos, las acciones y maneras de conducirse de las personas de manera individual o en sociedad.

Desde una perspectiva teórica, podemos profundizar sobre los CAP a partir del Interaccionismo simbólico desarrollado por el sociólogo Herbert Blumer de la Escuela de Chicago. Blumer argumenta que los seres humanos actúan hacia las cosas sobre la base de los significados que las cosas tienen para ellos.

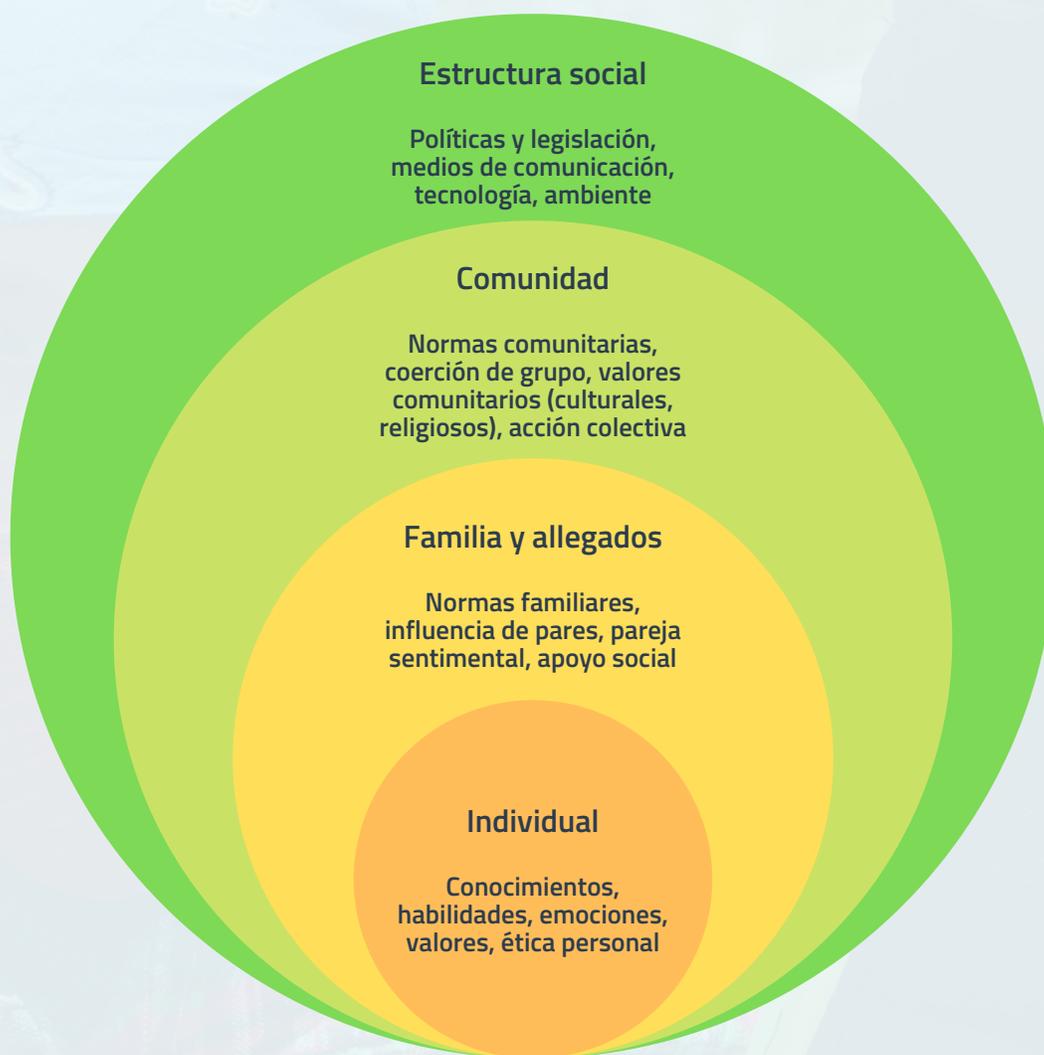
El significado se deriva o emerge de la interacción que las personas tienen con otras personas. Estos procesos de significación, interpretación e interacción son también internalizados y modificados por las personas a través de un proceso interpretativo iterativo. Por ejemplo, el significado que se le otorga a la bandera refiere a elementos como la libertad, independencia, fraternidad, solidaridad, honor, dignidad y esperanza, entre otros. Estos significados son interpretados de forma individual, pero también colectiva por todas las personas que pertenecen a determinado país. Lo clave en esto, es que los significados que se le otorgan a la bandera definen y guían las acciones y comportamientos esperados de las personas en sociedad y de sus dirigentes. En Guatemala, las manifestaciones públicas en repudio a la corrupción donde ciudadanos portaban banderas reafirmaban y redefinían claramente, y de forma colectiva, los valores (previos y nuevos) que se le atribuyen a la bandera.



Así, resulta sumamente importante profundizar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas, especialmente sobre el significado y cómo este desencadena comportamientos individuales y colectivos específicos.

Cambio de comportamiento social

La asistencia efectiva en emergencias sanitarias requiere que las personas adopten rápidamente prácticas positivas que les permitan protegerse, evitar el contagio y mantenerse saludables. Esto necesariamente implica el cambio de comportamiento de las personas. Existen cuatro niveles que influyen en el comportamiento: Individual, familiar y allegados, comunidad y estructura social. En cada nivel existen factores que posibilitan el cambio de comportamiento (facilitadores), o bien, que limitan este cambio (barreras).



(Health Communication Capacity Collaborative HC3 2016)

A person wearing a blue cap and a red face mask, holding a colorful patterned cloth. The image is faded and serves as a background for the text.

Cada uno de estos niveles influyen e interactúan sobre otros y deben ser tomados en cuenta para propiciar un cambio de comportamiento más efectivo. Esto puede implicar el desarrollo de capacidades en instituciones o personas claves en los distintos niveles para actuar e influir en el cambio de comportamiento necesario. Para ello se debe contar con información adecuada, motivación, habilidades y recursos que deben ser desarrollados oportunamente.

Sin dudas, tomar acciones para contrarrestar rumores proveen una oportunidad para mejorar el abordaje comunitario que se esté realizando, y a su vez, posibilita una mayor participación de las personas para brindar una respuesta localizada de acuerdo con las perspectivas y expectativas de las personas involucradas.

TIPOS DE CONOCIMIENTO

Por lo general, se distinguen cuatro tipos principales de conocimiento: común, popular y tradicional, empírico, científico y filosófico.

TIPO DE CONOCIMIENTO	DESCRIPCIÓN
Común, popular	"Sentido común", dichos refranes, moralejas
Tradicional	Prácticas y costumbres ancestrales/tradicionales (puede ser también empírico, científico y filosófico)
Empírico	Obtenido por medio de la experiencia o experimentación
Científico	Obtenido a partir de la aplicación del método científico
Filosófico	Obtenido por medio del uso de la razón y la deducción lógica

Para muchas personas pueden ser tentador llamar "equivocados" o ubicar en menor nivel o estatus a cualquier conocimiento que no sea el científico. Este tipo de abordaje y actitud veda cualquier posibilidad de acercarse a otras personas y comprenderlas en sus propios términos y puntos de vista. Al no poseer suficientes **capacidades de empatía** (comprender a otros desde su propio punto de vista y no el nuestro), nos alejamos de las personas que nos interesa apoyar. Asimismo, desarrollamos **actitudes etnocéntricas**, que presupone ideas de superioridad sobre otras personas o grupos al interpretar, juzgar y valorar los conocimientos y prácticas de otras personas a partir de las propias. Por ejemplo, desacreditar y menospreciar los conocimientos y prácticas de la medicina tradicional maya sobre la medicina occidental moderna.

Con relación a los rumores, es importante abordarlos con sensibilidad social y cultural valiéndonos de la empatía, y no de prejuicios preestablecidos o posiciones etnocéntricas de superioridad científica. Si no lo hacemos, seguramente generaremos actitudes a la defensiva de las personas. Inicialmente, lo que no deseamos es retar los conocimientos comunitarios sino comprenderlos primero, para luego saber determinar cuál es la mejor manera para proceder.

Es importante recordar que simplemente negar un rumor no lo elimina, sino por el contrario, puede incrementarlo si no se abordan adecuadamente a las personas y llegan a aceptar la información recibida como creíble (Bugge 2017, WHO 2020). Sin lugar a duda, la manera más efectiva de contrarrestar un rumor es con información verídica. Sin embargo, este proceso de brindar información verídica debe hacerse de **forma sensible y con respeto**, no de manera tajante, autoritaria o de superioridad intelectual. Se debe invitar a las personas que hagan preguntas para informarles y direccionarles a las fuentes de información adecuadas. **Se trata de comunicar a las personas que ellas mismas son parte de la solución e invitarlas a participar.** Por ello, para el propósito del trabajo de campo les llamaremos “mensajes” y no rumores. En sí, se trata de responder a las preocupaciones de las personas y comunidades. Al responder a estas, posibilitamos los cambios de comportamiento necesario.

MODELO DE INTERVENCIÓN SOBRE RUMORES DEL PROYECTO

El proceso para contrarrestar los rumores exitosamente conlleva realizar varias acciones claves. Estas acciones no solamente implican la recolección precisa de rumores de forma sistemática en campo, sino también involucrar de forma activa y dinámica a las comunidades en este proceso mientras se coordina con actores relevantes.



Coordinar con actores municipales y comunitarios

El primer paso consiste en coordinar con actores claves comprometidos en el tema para coordinar acciones, compartir información y evitar duplicidad. El establecer nexos de colaboración y canales de comunicación fluida y coordinada es esencial. Actores claves como el MSPAS, municipalidad, comunidades (Cocodes), socios locales y organizaciones de apoyo es fundamental. Con este apoyo de base y coordinación la recolección de datos sobre rumores podrá ser más efectivo y eficiente.

Descubrir los rumores

La manera de recolectar los rumores es escuchando a las personas y a las comunidades. Esto se puede realizar entablando conversaciones informales en visitas comunitarias con miembros de la comunidad, u organizando talleres para este propósito. En este proceso también se puede dar seguimiento a medios de comunicación y redes sociales. Es importante que el proceso de recolección de datos se registre lo que dicen las personas en sus propias expresiones y palabras.

Algunos ejemplos de actores a nivel comunitario y municipal por abordar son:

- **Vecinos**
- **Líderes comunitarios**
- **Líderes religiosos**
- **Maestros**
- **Trabajadores del sistema de salud**
- **Trabajadores municipales**
- **Trabajadores de organizaciones sociales de apoyo**

Para que la recolección de rumores sea óptima, es esencial establecer lazos de confianza con las personas y utilizar sus redes de relaciones para avanzar la recolecta de rumores.

Registrar los rumores

En el proyecto se ha establecido la recolección de datos de rumores utilizando un cuestionario digital en la aplicación CommCare. Más adelante se proporcionan indicaciones sobre el llenado y digitación apropiada de este cuestionario digital.

Analizar los rumores

El cúmulo de rumores recolectados y sistematizados son analizados utilizando software para generar resultados de datos cualitativos y cuantitativos.

Recibir retroalimentación y profundizar con comunidades

Los resultados obtenidos del análisis son presentados y compartidos con miembros de la comunidad (Plataformas) en talleres para recibir sus comentarios y profundizar sobre la recolección y comprensión de los rumores. En este sentido, interesa saber qué hay detrás del rumor, conocer por qué surgió en primer lugar y por qué cobró o no relevancia.

Diseñar mensajes anti-rumores y realizar fact-checking

A partir del cúmulo de insumos y comentarios de retroalimentación, se formularán mensajes anti-rumores. Paralelamente, se realizan procesos de fact-checking o verificación de información para conocer la veracidad de los rumores, así como información verídica para responder a ellos. Los mensajes anti-rumores salvan vidas y evitan daños, ahí radica su importancia.

Probar la comprensión y aceptación del mensaje

Para asegurar que los mensajes anti-rumores y los canales de disseminación elegidos lleguen a las audiencias definidas, es crucial comprobar la comprensión, aceptación y acceso de los mensajes anti-rumores.

Así, se compartirán en talleres los mensajes con miembros de la comunidad (Plataformas) para recibir su retroalimentación y contrapropuestas. El mensaje debe ser comprendido y creído por las personas para que tenga efectividad, y por ello pesa en este proceso comprender la idiosincrasia local, cultura e idioma para crear "mensajes a la medida". A su vez, el mensaje debe ser formulado de tal forma que pueda brindar una nueva narrativa; una nueva forma de explicación que reemplace al rumor. Si un mensaje anti-rumor no está bien formulado, probablemente causaría más rumores y más daño.

Lanzar mensajes anti-rumores con apoyo comunitario

Posteriormente a los procesos de validación y adecuación de los mensajes anti-rumores, estos deben ser difundidos en los medios elegidos y recomendados. En este proceso, es importante contar también con el apoyo y participación de líderes comunitarios, religiosos, comadronas, organizaciones sociales de apoyo, autoridades municipales e indígenas, y socios locales, entre otros, para su difusión efectiva. En buena medida, lo que se busca es el compromiso y la movilización comunitaria para hacer llegar la información correcta a las personas que potencialmente originaron o difundieron rumores; brindarles elementos para una nueva narrativa. Estas acciones afirmativas por parte de las mismas comunidades pueden garantizar - en el corto y mediano plazo - un cambio sostenido de conocimientos, actitudes y prácticas. En el caso en particular de este proyecto, haremos partícipes a miembros de las plataformas comunitarias en difundir los mensajes anti-rumores de forma activa.

Dar seguimiento y evaluar la intervención

El último paso consiste en verificar si los mensajes y la nueva narrativa está siendo recibida, comprendida y creída por las audiencias objetivo y las comunidades en general.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL SOBRE RUMORES

Escucha activa, empatía y rapport

¿Cuál es la diferencia entre oír y escuchar? Esta es una pregunta importante que debemos hacernos, si lo que queremos es capturar la información clave que deseamos y necesitamos. Pero ¿por qué escuchar? En principio, para saber lo que las personas piensan y hacen, conocer sus preocupaciones, inquietudes, conocimientos; saber cómo reaccionan ante la incertidumbre y hacen sentido de las cosas. A través de la escucha también podemos conocer los niveles de confianza o desconfianza prevalentes.

Cuando escuchamos atentamente tenemos la capacidad de recibir e interpretar de forma veraz la información recibida. Escuchar requiere un esfuerzo de enfocarse y concentrarse en lo que la otra persona dice. No solamente implica poner atención a la forma en que se expresa la persona con el uso de lenguaje y el tono de voz, sino también las expresiones no-verbales (gestos corporales).

Existen **10 principios de la escucha activa** que debemos considerar en el proceso de investigación para la captura de rumores:

1. No hable, escuche.

"Haga la pregunta y quítese del camino"

2. Prepararse para escuchar

Relájese. Enfóquese en la persona que habla y hágalo con atención

3. Haga sentir cómoda a la persona que habla

Ayude a la persona a sentirse en confianza para hablar con libertad.

4. No tenga distractores innecesarios

5. Desarrollo empatía

Trate de comprender el punto de vista de la otra persona. "Póngase en sus zapatos". (Visión Emic Vs. Etic)

6. Sea paciente

Deje que la persona hable a su propio ritmo y no interrumpa (a menos que sea necesario)

7. Evite prejuicios personales

Trate de ser imparcial y evite hacer juicios de valor

8. Escuche el tono y volumen

Ambos agregan énfasis y ayudan a comprender o que se está diciendo.

9. Escuche las ideas, no solamente las palabras

10. Espere y observe el lenguaje no-verbal

Gestos, expresiones faciales, movimiento de ojos, cejas y manos ayudan a comprender de mejor manera el mensaje del emisor.

Simultáneamente, podemos implementar ciertas técnicas que nos permitirán escuchar y capturar la información de mejor manera:

1. Contacto visual Haga contacto para que la persona entrevista sepa que está siendo escuchada.

2. Postura Adopte una postura que invite a la persona a seguir hablando (ej. inclinarse un poco al frente)

3. Efecto espejo

Refleje de forma natural los mismos gestos y expresiones faciales de la persona entrevistada para demostrar mayor empatía y simpatía.

4. No distracción

Evite todo tipo de distractor que pueda interrumpir su atención en la persona entrevistada.

5. Reflexión

Repetir o parafrasear lo que dijo la persona entrevistada ayuda a demostrar comprensión sobre lo expuesto.

6. Clarificación

Implica hacer preguntas de seguimiento a la persona entrevistada para asegurarse que lo mencionado previamente es correcto y fue recibido adecuadamente.

7. Resumir

Hacer un resumen de los puntos principales mencionados por la persona entrevistada para que reitere, elabore o corrija lo expuesto previamente.

8. Recordar

Aludir a algunos puntos mencionados por la persona entrevistada para reforzar la idea que el mensaje fue recibido y comprendido.

Por otro lado, desarrollar habilidades de **empatía** comprobará sumamente útil para tener conversaciones más fluidas y fructíferas con otros. La empatía consiste en nuestra habilidad para comprender a otros, principalmente sus perspectivas, experiencias y conocimientos. Es un esfuerzo por “ponerse en los zapatos de otros” para aprehender las cosas y el mundo desde su propio punto de vista.

De forma complementaria, el **rapport** puede ayudarnos para entablar mejores relaciones con las personas. El **rapport** refiere a los lazos de confianza y conexión que se desarrollan entre individuos o grupos. El **rapport** puede surgir naturalmente (ej. amistad, tener algo en común que une), o bien, de manera consciente, un intento de ganar la confianza y el favor de las personas actuando de manera social y empática. El **rapport** es importante porque posibilita que las personas participantes puedan hablar con mayor confianza y libertad, aumentando así la calidad y cantidad de la información.

Tipos de entrevistas

Para el proceso de captura de rumores nos limitares a utilizar dos tipos principales de entrevistas: informales y semi-estructuradas.

Entrevistas informales

En este tipo de entrevista no hay guía ni estructura, tal como en una conversación normal. Se usa en contextos en que no es posible realizar una entrevista más estructurada o al inicio de las investigaciones para hacer un estudio exploratorio. Por ejemplo, si quisiéramos conocer la situación general de una comunidad (cómo acceden las personas a los servicios de salud), podríamos hablar informalmente con algunas personas del vecindario para darnos una idea de este tema, y luego hacer otro tipo de entrevistas más estructuradas o formales con esas u otras personas.

Entrevistas semi-estructuradas

En esta técnica se tienen en mente los temas y las preguntas que se deben cubrir en la entrevista, pero no hay una guía formal. Sin embargo, tanto el/la entrevistador(a) como la persona informante saben que están participando en un tipo de entrevista o interpelación. Es un método muy utilizado dentro de la investigación etnográfica. Por ejemplo, si nos interesara conocer sobre algún tema (las reacciones de las personas a un caso positivo de COVID-19), pero no queremos cerrarnos únicamente a ciertas preguntas, se puede usar este tipo de entrevistas.

Técnicas de entrevista

Puede ocurrir que la conversación no fluya bien en una entrevista. Algunas veces las personas informantes responden únicamente "sí" o "no", o no son muy precisos con sus respuestas. Para estos casos hay que tener muy en cuenta que un buen entrevistador(a) nunca guía las repuestas de las personas informantes. Esto quiere decir, que no debe sugerir las respuestas a las preguntas sino dejar que sean las mismas personas las que las den. Un buen entrevistador(a) no sugiere respuestas ni intenta completar las oraciones de las informantes. Por el contrario, busca darles tiempo para terminar ellos/ellas mismos(as) sus respuestas.

Adicionalmente, es necesario desarrollar cierto tacto para saber cuando la pregunta ya ha sido respondida adecuadamente, y se puede seguir con la próxima pregunta o tema. De igual forma, es importante percibir cuando una persona ya no quiere seguir hablando sobre un tema, para no seguir insistiendo en él, y causar así incomodidad en las personas informantes. Esta es una habilidad que se adquiere con la observación y la práctica.

Existen también varias técnicas que nos pueden ayudar para obtener respuesta más profundas y completas. A continuación, se describen algunas:

La técnica del silencio

Esta técnica consiste en permanecer callado y esperar que el informante responda a la pregunta que se hizo. El silencio del entrevistador puede ir seguido de expresiones como “ajá” o “mm”, o movimientos de cabeza para dar a entender a la persona informante que estamos esperando que continúe con su respuesta. Algunas veces las personas informantes se toman un tiempo para pensar en sus respuestas, por lo que no hay que apresurarse a pasar a la próxima pregunta si se da un silencio en la entrevista. Esta técnica es muy efectiva, pero requiere práctica y habilidad de parte de la persona entrevistadora para identificar los momentos en que debe usarse.

La técnica del eco

Otra manera de ayudar a la respuesta de la persona informante, sin interferir en ella, es repetir lo último que esta persona dijo y pedirle que continúe. Por ejemplo: “Ah, bueno, entonces usted ha escuchado eso. ¿Qué otras cosas ha escuchado en la comunidad?”. Esta técnica es útil porque permite a la persona informante continuar con su respuesta, sin influir en ella.

Cuénteme más sobre eso

Esta técnica consiste en preguntar más detalles sobre algún tema de la respuesta de una persona informante. Se puede preguntar, por ejemplo, ¿me podría hablar más sobre eso?, o ¿cómo es eso que menciona? Esto generalmente ayuda a la persona informante a dar detalles que no había dado anteriormente.

¿Por qué?

En algunas ocasiones, algunas respuestas pueden ser muy escuetas o no quedarnos claras (ej. "Sí", "porque sí"). En estos casos, la mejor opción es pedir una aclaración al respecto. Esto se puede hacer preguntando ¿por qué?, o ¿por qué dice eso? Este procedimiento se puede repetir hasta que quede completamente clara la información que la persona informante quiere decir, siempre que notemos que ya no quiera hablar del tema. De esta manera, obtendremos respuestas más completas que nos ayudarán a entender el tema que nos interesa.

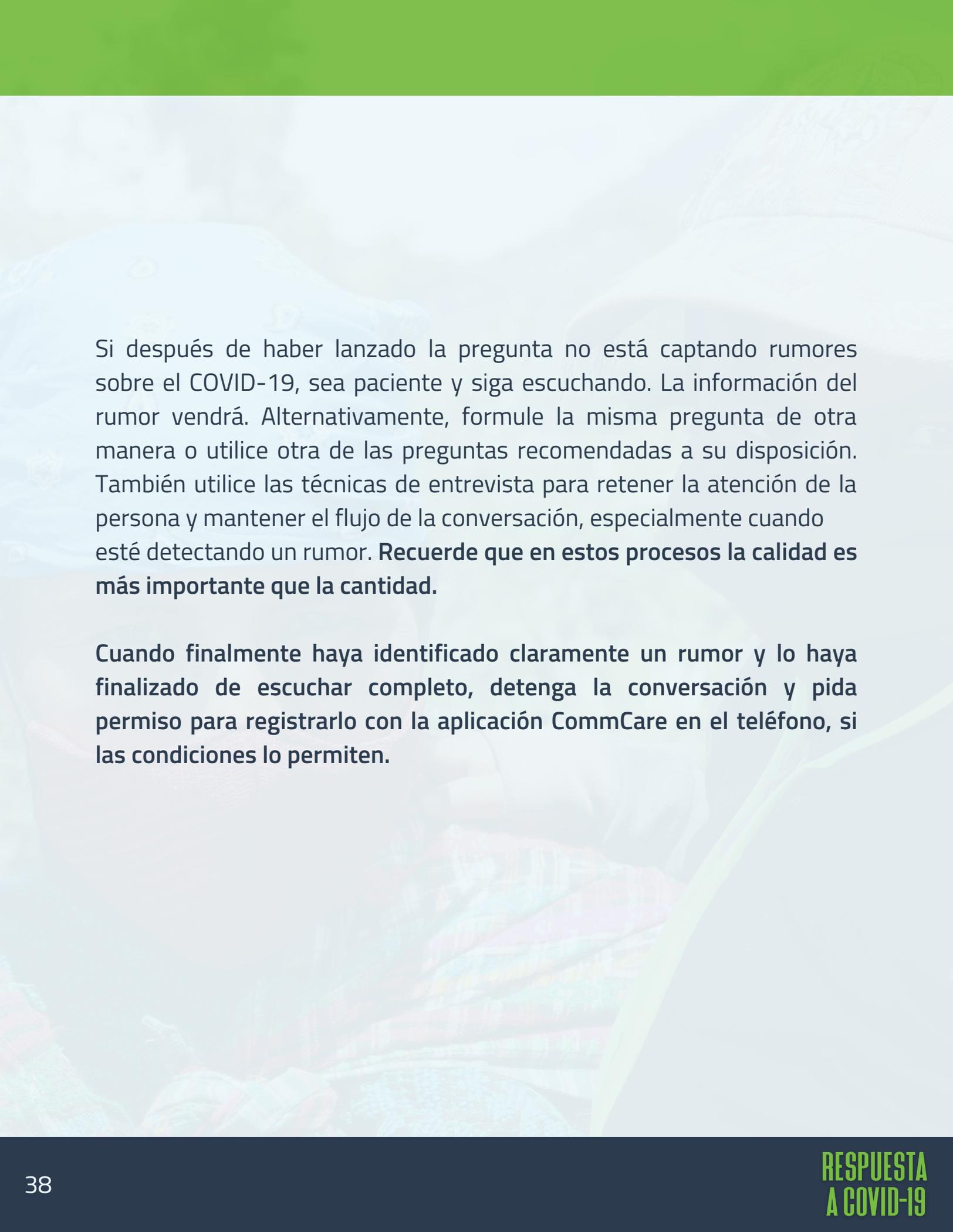
Mmm, ajá

Esta técnica es sencilla, pues consiste únicamente de hacer sonidos como "mmm" o "mjm" de vez en cuando para que el informante sepa que sus respuestas son interesantes y están siendo valiosas. Usar estas expresiones puede ser muy efectivo para mejorar la calidad de las respuestas en una entrevista y puede ir acompañado de gestos faciales y movimientos de cabeza.

GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE RUMORES

Para realizar un proceso de captura más efectiva y eficiente de rumores, es importante contar con algunas preguntas generales que encaucen la conversación y nos ayuden en obtener la información que estamos buscando. Algunas de las preguntas guías que podemos utilizar son:

- ¿Cómo se siente sobre el COVID-19?
- ¿Qué ha estado escuchando sobre el COVID-19?
- ¿Qué información ha escuchado sobre el COVID-19 de la cual no está segura/o si es cierto?
- ¿Qué cosas considera que nosotros debemos saber sobre el COVID-19 en la comunidad?
- ¿Cómo ve el tema del COVID-19?
- ¿Qué le preocupa del COVID-19?
- ¿Qué ha hecho sobre el COVID-19?
- ¿Qué dificultades han tenido por el COVID-19?
- ¿Qué información considera que le puedo proporcionar sobre el COVID-19?



Si después de haber lanzado la pregunta no está captando rumores sobre el COVID-19, sea paciente y siga escuchando. La información del rumor vendrá. Alternativamente, formule la misma pregunta de otra manera o utilice otra de las preguntas recomendadas a su disposición. También utilice las técnicas de entrevista para retener la atención de la persona y mantener el flujo de la conversación, especialmente cuando esté detectando un rumor. **Recuerde que en estos procesos la calidad es más importante que la cantidad.**

Cuando finalmente haya identificado claramente un rumor y lo haya finalizado de escuchar completo, detenga la conversación y pida permiso para registrarlo con la aplicación CommCare en el teléfono, si las condiciones lo permiten.

CRITERIOS PARA LA INCLUSIÓN DE RUMORES

La búsqueda activa de rumores debe enfocarse en identificar comentarios con cierto contenido o con ciertas características. Para ello se proporcionan los siguientes criterios de inclusión de rumores.

En primera instancia, los rumores con cierto contenido que nos interesan capturar son:

- Desinformación general sobre COVID-19
- Creencias sobre COVID-19
- Prácticas dañinas o potencialmente dañinas en respuesta a el COVID-19
- Comentarios que incentiven a las personas para dejar de asistir a los centros asistenciales de salud
- Comentarios que afecten a otros o estigmaticen a personas o grupos
- Comentarios que puedan dañar la reputación de instituciones gubernamentales y sociales de apoyo trabajando sobre COVID-19
- Comentarios que puedan causar un riesgo a la salud pública
- Comentarios que desincentivan prácticas positivas y saludables

En segunda instancia, es importante estar atentos y reconocer **que los rumores pueden llegar a nosotros en distintas formas.**

A continuación algunos ejemplos de formas de rumores de interés.

Pregunta

"¿Qué tan cierto es que ya se tiene la vacuna y llegará a final de año?"

Crítica

"¿Los políticos mantienen esta situación para salir beneficiados ellos y no el pueblo?"

Preocupación

"Estamos en el pico de la segunda ola y no se sabe qué pasará"

Solicitud

"¿Será que las familias saldrán beneficiadas con Mi Bono Familia si tienen COVID-19?"

Sugerencia

"Ustedes ya no deberían de venir por aquí porque todo está bien. Ya el presidente se curó de COVID-19"

Burla

"¿Para qué siguen usando el bozal (mascarilla)?"

Opinión/Comentario

"La segunda ola ya pasó. No hay que preocuparse"

"El amor es más fuerte que el COVID. Dame un abrazo de verdad"

Naturalmente, pueden surgir situaciones donde **no se está seguro** si el mensaje es un rumor o no. En estos casos, y si despierta duda, lo más recomendable es **registrarlo de todos modos**.

REGISTRO Y DIGITACIÓN DE RUMORES

El registro de datos se realizará en el cuestionario digital creado en la aplicación CommCare. Para detalles sobre las preguntas y opciones de respuesta, ver el manual actualizado del “Manejo de la aplicación automatizada de registro de rumores”.

Cuando inicie el registro de rumores, es importante mantener la comunicación verbal y no verbal, así como una interacción fluida con la persona entrevistada. Es decir, no dejar que el teléfono llegue a ser un distractor demasiado evidente entre entrevistador y entrevistado. Es importante que en las casillas de respuestas abiertas se redacten los mensajes (rumores) tal y como son comentados y compartidos por las personas, sin mediación alguna. El ingreso de información cualitativa no debe llevar faltas de ortografía o ideas incompletas.

PROCESO DE SEGUIMIENTO A RUMORES

El paso final en el proceso rastreo de rumores consiste en dar seguimiento activo a los rumores que fueron priorizados y objetivo de los mensajes anti-rumores. Este es un esfuerzo por evidenciar si los rumores más prominentes y preocupantes persisten o han declinado.

Para este proceso se harán preguntas de seguimiento sobre los rumores claves, y con ello, evaluar la efectividad de la intervención anti-rumor.

REFERENCIAS

Cinelli, M. et al. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Nature* 10:16598.

Breakthrough Action (2020). *COVID-19 Rumor tracking. A technical brief for Brief for Breakthrough Action field teams.*

Bugge, Jon (2017). *Rumour has it: a practice guide to working with rumours.* CDAC Network.

Ghinai, I et al (2013). Listening to the rumours: What the northern Nigeria polio vaccine boycott can tell us ten years on. *Global Public Health.* 8(10): 1138–1150.

Health Communication Capacity Collaborative HC3 (2016). *Social and Behavior Change Communication for Emergency Preparedness Implementation Kit.*

Internews (2019). *Managing misinformation in a humanitarian context. Internews rumour tracking methodology.* Part I: Context; Part II: Case Study; Part III: How to guide.

WHO (2020) *Managing the COVID-19 infodemic. Call for action.*

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676.



NOVIEMBRE 2020

GUÍA PARA EL ABORDAJE Y RECOLECCIÓN DE RUMORES SOBRE COVID-19



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



PCI A Global
Communities
Partner

**RESPUESTA
A COVID-19**