

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CREATIVA PARA IDENTIFICAR CONTENIDOS ALTERADOS VINCULANDO LA HERRAMIENTA BLOCKCHAIN

CREATIVE COMMUNICATION STRATEGY TO IDENTIFY ALTERED CONTENT BY LINKING THE BLOCKCHAIN TOOL

Mauricio Antonio Aragón Sánchez

maaragons@libertadores.edu.co

Orcid 0000-0002-6102-7982

Fundación Universitaria los Libertadores
Colombia

Recibido: julio, 2023

Aceptado: octubre, 2023

Resumen

En este artículo se aborda la acelerada transformación del periodismo en la era digital, destacando los desafíos de la desinformación y las noticias falsas en la sociedad actual. El objetivo principal de la investigación es explorar cómo la comunicación creativa puede contribuir a identificar contenidos virales alterados al vincularlos con la tecnología blockchain. Para lograrlo, se empleó una metodología que incluyó una revisión documental sobre temas clave como periodismo digital, desinformación, blockchain y comunicación creativa. Además, se presentó un proyecto llamado NeoCápsula, que utiliza el blockchain para verificar contenidos alterados y proporcionar trazabilidad en la autoría de imágenes digitales.

Los resultados de esta investigación indican que el blockchain puede ser una herramienta valiosa para combatir la desinformación en el periodismo digital. La combinación de tecnología blockchain con la creatividad permite una verificación más confiable de la información y facilita la identificación de contenidos alterados. El proyecto NeoCápsula representa un paso hacia la construcción de prácticas periodísticas más transparentes y confiables en el entorno digital y la gestión pública.

En conclusión, este estudio ofrece una perspectiva innovadora para abordar los retos actuales en el periodismo, al destacar el potencial del blockchain y la comunicación creativa en la lucha contra la desinformación. Como sugerencia, se anima a seguir explorando y desarrollando proyectos similares que fortalezcan la confianza en la información en línea y promuevan la integridad en el periodismo digital, lo que es esencial para la toma de decisiones informadas en la sociedad actual y en las administraciones públicas.

Palabras clave: Desinformación, blockchain, comunicación creativa, datos, periodismo.

Abstract

"In this article, we delve into the rapid transformation of journalism in the digital age, shedding light on the challenges of misinformation and fake news in today's society. The primary objective of this research is to explore how creative communication can contribute to identifying altered viral content by linking it with blockchain technology. To achieve this, a methodology was employed, including a literature review encompassing key topics such as digital journalism, misinformation, blockchain, and creative communication. Additionally, a project known as NeoCápsula was introduced, which utilizes blockchain to verify altered content and provide traceability in the authorship of digital images.

The findings of this study indicate that blockchain can be a valuable tool in combating misinformation in digital journalism. The fusion of blockchain technology with creativity allows for more reliable information verification and simplifies the identification of altered content. The NeoCápsula project represents a step towards establishing more transparent and reliable journalistic practices in the digital realm and in public administration.

In conclusion, this research offers an innovative perspective for addressing current challenges in journalism by underscoring the potential of blockchain and creative communication in the fight against misinformation. As a suggestion, further exploration and development of similar projects are encouraged to bolster trust in online information and promote integrity in digital journalism, which is essential for informed decision-making in contemporary society and public governance."

Keywords: Journalism, misinformation, Creative communication blockchain, data.

Introducción

El periodismo está experimentando un cambio acelerado en la actualidad, debido al rápido avance de la tecnología, las plataformas de intercambio de información e interacción, y la creciente aparición de dispositivos y medios sociales. Estos avances también han aumentado la cantidad de información falsa y la desinformación, lo que representa uno de los mayores retos a enfrentar en la sociedad actual. Para combatir esta situación, el blockchain o cadena de bloques, se presenta como una herramienta útil para verificar y almacenar datos de manera segura y transparente, reduciendo los riesgos informativos. Así mismo, la desinformación y la propagación de noticias falsas son un problema cada vez más presente en la sociedad actual, y su impacto en la opinión pública puede tener consecuencias graves para la democracia y la toma de decisiones. Rodríguez (2019).

Un estudio realizado en 2019 en Madrid indicó que el 88% de los encuestados en el estudio de influencia de las noticias falsas en la opinión pública señaló que estas informaciones tratan de perjudicar la imagen y reputación de personas u organizaciones, y el 75,8% identificó como objetivo de lo anterior sacar beneficio personal o para el colectivo al que pertenece. Fernández (2019)

De igual manera, se tiene que la falta de referencias y herramientas para detectar contenidos alterados en los medios de comunicación justifica la necesidad de investigar y desarrollar métodos innovadores para identificar la veracidad y confiabilidad de la información. Vegas (2020). ColombiaCheck, la Silla Vacía y AFP. (Ecuador Chequea) por el IFCN.

En este contexto, la comunicación creativa ha desarrollado un proyecto llamado NeoCápsula, que une las bases de datos de distintos medios de comunicación digitales en una sola fuente, lo que permite identificar contenidos alterados. Además, con NeoCápsula se presenta una narrativa crossmedia que presenta las imágenes originales y alteradas en diversas plataformas digitales, lo que facilita la comprensión y el uso del blockchain para detectar la alteración y contar con la trazabilidad de la autoría original de las imágenes digitales.

En la investigación, se plantea la pregunta: ¿cómo una estrategia de comunicación creativa puede contribuir a identificar contenidos virales alterados vinculando el blockchain? y se presentan cuatro capítulos. El primero expone la importancia del blockchain como una herramienta tecnológica y de apoyo técnico que contribuye a mejorar el ejercicio periodístico, en tanto que permite identificar los contenidos alterados. El segundo capítulo presenta una revisión documental a partir de cuatro ejes temáticos: periodismo y digitalización, desinformación y fake news, blockchain y sus aplicaciones en el periodismo, y la comunicación creativa. El tercer capítulo incluye el marco teórico, en el que se aborda cómo ha cambiado la producción y el consumo de información con el avance de la tecnología y cómo esto ha afectado al periodismo

y a la sociedad en general. Finalmente, en el cuarto capítulo se aborda el concepto de blockchain y sus características principales: transparencia, seguridad y descentralización, y se discuten las posibles aplicaciones del blockchain en el ejercicio periodístico; así:

Periodismo en la era digital: El internet y la digitalización han cambiado por completo el día a día; modificaron la economía, el trabajo, la recreación, la cultura, y cambiaron la forma en que se interactúa socialmente. Los medios tradicionales han tenido que adaptarse a este nuevo escenario de comunicación e información para poder sobrevivir. Pousa (2018)

Desinformación y FakeNews: La transformación digital ha impulsado cambios significativos en el periodismo, como la producción multimedia, los blogs, el periodismo de datos y la participación de la audiencia. A pesar de estos avances, también ha habido una propagación de desinformación y noticias falsas. Nogueira-Frazão y Túñez (2018).

La desinformación es información falsa o engañosa creada, presentada y difundida con fines de lucro económico o engaño intencionado al público. Comisión Europea (2019).

Los modelos innovadores de verificación de hechos (fact-checking) y detección de noticias falsas se basan en patrones lingüísticos y redes neuronales que integran metadatos. Los sitios web de noticias deben dedicar más tiempo y recursos para controlar y eliminar la propagación de noticias falsas y cooperar en su difusión. Rúas-Araújo et al. (2018)

Comunicación Creativa: “comunicar es un acto creativo, por lo que consciente o inconscientemente utilizamos la información que tenemos mientras añadimos algo más a la información que queremos transmitir”. Ricaurte (2000).

La “Comunicación Creativa, plantea una triangulación entre la comunicación, la mediación tecnológica y las industrias creativas, culturales y de contenidos”. Zicipa (2020).

La propuesta de usar la creatividad en la construcción de mediaciones con propósitos comunicativos encaminados a la transformación de realidades. Cuesta y Lora (2015)

Beneficios y usos: El blockchain es un sistema organizado en una cadena de bloques de información que ofrece seguridad, confiabilidad, inmutabilidad, trazabilidad y transparencia en las transacciones de datos. La tecnología puede utilizarse en la gestión de diferentes tipos de datos, no solo el dinero, incluyendo escrituras de propiedad, historiales médicos, imágenes digitales y videos. Sintes-Olivella et al. (2020)

En resumen, este artículo es un aporte a los estudios de la comunicación creativa porque propone la utilización del blockchain como una solución para combatir la desinformación en el periodismo digital, lo que puede contribuir a reducir los riesgos informativos y aumentar la confianza en la

la información en línea. Además, presenta un proyecto llamado NeoCápsula, que utiliza el blockchain para identificar contenidos alterados y facilitar su comprensión y uso en el contexto del periodismo digital, lo cual puede ser un aporte valioso para el desarrollo de prácticas periodísticas más confiables y transparentes en la era digital.

Métodos de selección bibliográfica

El presente documento se desarrolló a través de dos tipos de investigación: la primera fase se estructuró a partir de la revisión documental, y la segunda fase, a través de la investigación y creación, que incluyó un enfoque cualitativo, que permitió explorar la temática de las imágenes digitales alteradas y desarrollar una propuesta de solución empleando la tecnología blockchain. En la fase de investigación-creación, se realizaron entrevistas en profundidad y grupos focales con periodistas y creadores de contenidos para obtener información sobre la problemática de la desinformación y la manipulación de imágenes en el contexto del periodismo digital.

Además, se llevó a cabo una revisión documental que se centró en cuatro ejes temáticos: periodismo y digitalización, desinformación y fake news, blockchain y sus aplicaciones en el periodismo, y comunicación creativa. Esta revisión sistemática de las fuentes consultadas (Bibliografía existente sobre el tema objeto de estudio, libros, artículos académicos y discursos abiertos, web 2.0 actual, redes sociales y procesos periodísticos) lo que permitió construir el marco teórico que sustentó la propuesta de solución.

En la fase de implementación y validación, se desarrolló una plataforma tecnológica llamada NeoCápsula, que permitió identificar contenidos alterados y proporcionar una fuente de verificación por medio de la tecnología blockchain. Esta plataforma fue sometida a pruebas y validaciones por parte de periodistas y creadores de contenidos, para evaluar su efectividad y usabilidad en el contexto del periodismo digital. En resumen, la metodología empleada para esta investigación fue cualitativa y se basó en la exploración de la temática mediante entrevistas y grupos focales, la revisión documental y la implementación y validación de una plataforma tecnológica, así:

Fase 1: Revisión documental

Fase	Tipo de investigación	Técnica / Instrumento	Muestra / Población
1	Cualitativa	Ánálisis de contenido	Bibliografía existente sobre el tema objeto de estudio (libros, artículos académicos y discursos abiertos), web 2.0 actual, redes sociales y procesos periodísticos.

Fase 2: Investigación-creación

Fase	Tipo de investigación	Técnica / Instrumento	Muestra / Población
2	Investigación-creación	Mixto o cualicuantitativo	Imágenes digitales alteradas más virales del caso estudio obtenidas por ColombiaCheck.

Fase 2: Subfase de investigación

Actividad	Descripción
Tipo de investigación	Investigación exploratoria cualitativa.
Selección de imágenes	Imágenes digitales alteradas con contenido de origen colombiano, cheques recientes, contenido falso y noticias más virales compartidas en las diferentes plataformas digitales.
Técnica utilizada	Observación.
Herramienta utilizada	Blockchain.
Muestra	Siete cheques de ColombiaCheck.
Procedimientos utilizados	Encriptación, hash, bloques, firma digital y cadena de bloques.

Fase 2: Subfase de creación

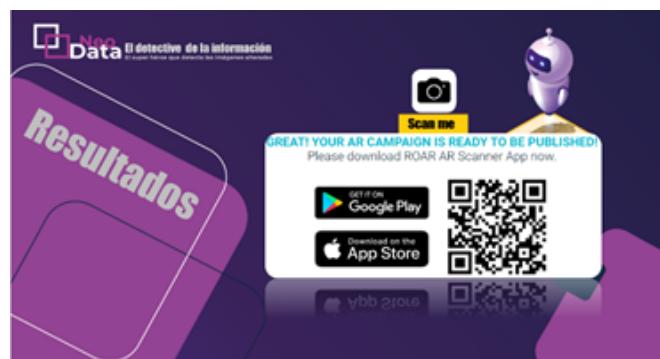
Tarea a realizar	Descripción
Aplicar la herramienta	Uso del blockchain como elemento técnico para detectar contenido alterado.
Hacer el análisis	Ánalisis de los cambios o las modificaciones realizadas a las imágenes digitales detectados mediante la herramienta blockchain.
Publicar el contenido	Divulgación de los resultados en una galería de imágenes a través de las plataformas digitales, presentando paso a paso la trazabilidad de una imagen digital de forma ágil y comprensible.
Arquitectura de identidad visual	Creación de un personaje para narrar los resultados de los contenidos alterados.

Tarea a realizar	Descripción
Creación de la identidad visual y marca	Utilización de símbolos estratégicos para referenciar las ideas que se asocian en la mente con elementos de la realidad.
Branding	Definición de las estrategias del proyecto, establecimiento de la misión, visión, valores, <i>brand image</i> , <i>brand associations</i> y <i>brand persona</i> .
Marketing de contenidos	Uso de diferentes estrategias como redes sociales, e-mail marketing, podcast, video marketing y blog para llegar a los potenciales usuarios.
Diseno de la estrategia de comunicación	Se implementarán dos etapas principales utilizando diversas tácticas de comunicación creativa para dar a conocer de manera innovadora los resultados de la herramienta blockchain. Estas etapas incluirán una campaña de expectativa.

Fase 3: Análisis de percepción de la estrategia

Fase	Tipo de investigación	Técnica / Instrumento	Muestra / Población
3	Análisis de percepción de la estrategia	Encuesta estructurada	Estudiantes de Comunicación Social y Periodismo según el SNIES (1847) para el año 2022. Muestra de veinte encuestados.

Resultados



El proyecto NeoData "El detective de la información" ha sido diseñado para combatir la propagación de noticias falsas y engañosas. Los resultados del proyecto indican que la implementación de una herramienta de verificación de noticias puede ser efectiva para identificar y desmentir información falsa. Los resultados de la prueba piloto demostraron que la herramienta fue capaz de identificar noticias falsas en diferentes temas y formatos, lo que sugiere que puede ser útil en la lucha contra la desinformación.

La encuesta de apreciación realizada mostró que la mayoría de los encuestados tenía una alta probabilidad de recomendar NeoData, lo que indica que el proyecto cuenta con una buena percepción entre las personas que lo conocen. Además, se encontró que las estrategias de comunicación creativas utilizadas para promocionar el proyecto fueron percibidas como relevantes e innovadoras por la mayoría de los encuestados. En términos de percepción de la marca, la mayoría de los encuestados tuvo una percepción positiva de NeoData.

En cuanto al impacto social, los encuestados creían que la principal contribución social de NeoData es la veracidad en la información y la ayuda en combatir a las fake news. La mayoría de los encuestados consideró que NeoData era relevante para resolver el problema de los contenidos alterados y que las estrategias utilizadas para promocionar el proyecto eran importantes, creativas e innovadoras. En general, los resultados del proyecto NeoData sugieren que la herramienta puede ser efectiva para combatir la desinformación y promover la veracidad en la información, y ha sido percibida de manera positiva tanto por los encuestados como por los seguidores en las redes sociales. Los aspectos más relevantes de los resultados del proyecto NeoData son:

- * La creación de una herramienta de verificación de noticias que utiliza tecnología de inteligencia artificial para detectar contenido manipulado o falso.
- * La realización de una campaña de comunicación creativa y efectiva que logró atraer el interés y la atención de la audiencia, principalmente en Instagram.
- * La obtención de resultados positivos en la encuesta de apreciación de NeoData, donde la mayoría de los encuestados tuvieron una experiencia positiva al utilizar la herramienta y manifestaron su intención de recomendarla.
- * El impacto social positivo que puede tener NeoData al combatir la difusión de noticias falsas y contribuir a la veracidad de la información.
- * El desarrollo de un conjunto de métricas y estadísticas que permiten medir el impacto de la herramienta en la verificación de noticias, así como también la interacción en las redes sociales.

Métodos de selección bibliográfica

Aspecto analizado	Resultados
Percepción de la estrategia de comunicación creativa	50% la encuentra relevante y representativa, 45% la considera creativa e innovadora
Principal aporte social de Neodata	Contribuir a la veracidad de la información y combatir las fake news, así como ser una plataforma comunicativa que facilita el acceso a información verídica.
Impacto de la cápsula Neodata en el público objetivo	El 95% reconoce que la estrategia de comunicación es relevante para detectar contenidos alterados y puede ser útil para el ejercicio periodístico.
Relación entre elementos de identidad visual y concepto de herramienta para analizar contenidos alterados	El 85% tiene una opinión positiva o muy positiva sobre esta relación.

Discusión

El proyecto NeoData ha combinado una estrategia de comunicación creativa con la tecnología blockchain para crear una herramienta efectiva para combatir las fake news y asegurar la veracidad de la información en línea. Los resultados obtenidos indican que la estrategia de comunicación creativa ha generado un impacto positivo en la percepción de la marca y en la generación de interés en la herramienta de verificación de noticias. La implementación de la tecnología blockchain ha sido fundamental para la identificación de contenidos virales alterados, ya que permite verificar la autenticidad de la información a través de una base de datos distribuida y segura.

Sin embargo, la complejidad técnica y conceptual de la tecnología blockchain, lo que ha dificultado su aplicación efectiva en el ámbito periodístico y ha requerido de la colaboración de expertos en tecnología y en comunicación; por lo que se requiere promover la colaboración y el trabajo en equipo entre periodistas, expertos en tecnología y otros profesionales para desarrollar soluciones innovadoras y efectivas en la lucha contra la desinformación.

Discusión

El proyecto de investigación NeoData aborda de manera integral la problemática actual del periodismo en la era digital, destacando los desafíos relacionados con la desinformación y las noticias falsas. El uso del blockchain como una herramienta para verificar y almacenar datos de manera segura y transparente representa una solución prometedora para combatir los riesgos informativos en este contexto.

Los resultados muestran que el uso de herramientas como NeoData puede contribuir a la promoción de la veracidad en la información periodística en la era digital, y ratifican las posibilidades de la tecnología y la comunicación para abordar problemáticas de una sociedad basada en multiplicidad de datos y contenidos. La propuesta crossmedia de difusión de la herramienta es adecuada para llegar a una audiencia amplia y diversa, aunque es necesario considerar las tendencias en comunicación digital que cambian constantemente y buscar alternativas para asegurar una mayor visibilización del trabajo. Las conclusiones más relevantes del proyecto NeoData son las siguientes:

- * Se logró aplicar exitosamente la tecnología blockchain en contenidos periodísticos, lo que permitió garantizar la veracidad y la autenticidad de los mismos. De esta manera, se consiguió una herramienta eficaz para detectar contenidos alterados y prevenir la propagación de noticias falsas.
- * La creación de una narrativa crossmedia permitió presentar los resultados y el funcionamiento de la aplicación de la herramienta blockchain y explicar de manera clara y accesible el proceso y los beneficios de la tecnología aplicada en el ámbito periodístico.
- * Los resultados del análisis de la implementación de la narrativa crossmedia y el aporte de la comunicación creativa al proceso demostraron que pueden contribuir a crear una cultura de innovación y de adopción de nuevas tecnologías en el ámbito periodístico, como la blockchain, para garantizar la transparencia e integridad de los contenidos periodísticos en la era de la desinformación.

Sin embargo, uno de los aspectos más destacados de este estudio es su impacto en la gestión pública. La desinformación y la propagación de noticias falsas no solo afectan a los medios de comunicación, sino que también tienen consecuencias graves en la opinión pública y la toma de decisiones en el ámbito gubernamental. La utilización del blockchain y la comunicación creativa en la identificación de contenidos virales alterados pueden contribuir a aumentar la confianza en la información en línea, un elemento crucial en la toma de decisiones informadas en la sociedad actual y en las administraciones públicas.

Este aporte en la gestión pública radica en la capacidad de estas herramientas para proporcionar trazabilidad y autenticidad a la información, lo que puede fortalecer la integridad en la toma de decisiones gubernamentales. La transparencia y la seguridad que ofrece el blockchain, combinadas con la creatividad en la comunicación, son esenciales para el desarrollo de prácticas periodísticas más confiables y transparentes en la era digital. En última instancia, este enfoque innovador puede contribuir significativamente a la mejora de la gestión pública al garantizar el acceso a información verificada y fiable en un entorno mediático cada vez más complejo y desafiante.

Referencias bibliográficas

Ávila, E. (2020). Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia. *Punto Cero*, 25(40). http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-0276202000100008&script=sci_arttext

ColombiaCheck. (2022). ¿Quiénes somos? <https://colombiacheck.com/sobre-nosotros>

Cuesta, O. y Lora, M. (2015). La mediación creativa. Un acercamiento a su construcción conceptual. *Revista Luciérnaga*, 7(14), 46-63. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/818/698>

Del Fresno, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *Profesional de la información*, 28(3), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>

López, X., Silva, A. y Toural, C. (2014). Nuevos medios, viejos retos para periodistas. *Axioma*, 12, 34-39. <https://bit.ly/409NTDj>

López García, X. y Rodríguez Vásquez, A. I. (2016). El fact checking como reclamo y como servicio en los cibermedios. *Revista Telos*, (103), 74-83. <https://bit.ly/3HyIyyt>

Neodata. (2022). Encuesta de apreciación sobre el impacto de la Cápsula NeoData. <https://bit.ly/3HB0wRg>

Nogueira-Frazão, A. y Túñez, J. (2018). El perfil profesional del periodista en el siglo XXI. En I. Puentes-Rivera, F. Campos-Freire y X. López-García, *Periodismo con futuro* (págs. 52-60). Media XXI. <https://bit.ly/3XHV04H>

Pousa, J. R. (2018). Periodismo versus tecnología. En I. Puentes-Rivera, F. Campos-Freire y X. García-López, *Periodismo con futuro* (págs. 11-13). Media XXI. <https://bit.ly/3XHV04H>

Ramón-Vegas, X., Mauri-Ríos, M. y Rodríguez-Martínez, R. (2020). Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19. *Hipertext.net*, (21), 79-92. <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/372679/470142>

Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *Profesional de la información*, 28(3). <https://bit.ly/3kK1gdQ>

Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 639-648. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7913333>

Scolari, C. (2012, 4 de diciembre). Crossmedia innovation: las narrativas transmedia como objeto de estudio. <https://bit.ly/3HC1Mnb>

Sintes-Olivella, M., Xicoy-Comas, E. y Yeste-Piquer, E. (2020). Blockchain al servicio del periodismo de calidad. El caso Civil. *Profesional de la información*, 29(5), e290522. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.22>

Tuñez, J. M. y Nogueira-Frazão, A. G. (2018). El perfil profesional del periodista en el siglo XXI. En I. Puentes-Rivera, F. Campos-Freire y X. López-García, Periodismo con futuro (págs. 52-59). Media XXI. <https://bit.ly/3XHV04H>

Zacipa-Infante, I. (2020). Comunicación creativa, un debate teórico para las industrias culturales, creativas y de contenidos. Revista Mediterránea de Comunicación, 153-162.