

**Ana Hernando**

## **Ramón Salaverría: “En situaciones de emergencia los bulos multiplican el desconcierto y el miedo de la gente”**

*agenciasinc.es*, 08 de noviembre de 2024.

*La tragedia de la DANA en Valencia y en otros puntos de España ha estado acompañada por un aluvión de bulos que circulan por las redes. «La incertidumbre y el temor son un buen caldo de cultivo para que los propagadores de ‘fake news’ viralicen y moneticen su contenido, a la vez que desestabilizan el sistema», opina Ramón Salaverría, catedrático de Periodismo en la Universidad de Navarra y experto en desinformación.*

El 29 de octubre de 2024 será recordado como el día fatídico en el que **la DANA del siglo** arrasó varias zonas de Valencia y azotó partes de Castilla-La Mancha y Málaga. Hasta ahora, se han contabilizado **219 personas fallecidas** y aún hay decenas de desaparecidos. A la tragedia provocada por este **desastre natural** se sumaron, casi desde el principio, las campañas de información falsa. De hecho, la web de Maldita lleva ya registrados más de 60 bulos.

**Ramón Salaverría** (Burgos, 1970) es catedrático de Periodismo en la Universidad de Navarra y su investigación se centra, precisamente, en la **desinformación**. Salaverría es además coordinador del Observatorio Ibérico de Medios Digitales, impulsado por la Comisión Europea para luchar contra las *fake news*. En esta entrevista con SINC analiza los patrones detrás de esta problemática y su **impacto en la confianza ciudadana** en las instituciones y medios de comunicación.

**¿Por qué crees que bulos tan desmontables, como los que circularon sobre los supuestos cadáveres hallados en el parquin de Bonaire, entre otros, logran tener tanto alcance en redes y mensajería instantánea?**

Este fenómeno se debe a una cierta espiral de acción y reacción. Por una parte, hay una acción deliberada: una iniciativa de agitadores que, mediante la desinformación y la divulgación de teorías de la conspiración sin base factual, buscan ganar adeptos para ideologías populistas o movimientos negacionistas.

A veces también lo hacen simplemente por ganar dinero. En esta categoría también podemos encontrar algunos irresponsables que aprovechan este tipo de circunstancias para buscar notoriedad. Luego está la segunda parte: la reacción ciudadana que, guiada por el descontento y la falta de referentes claros, empieza a desarrollar comportamientos que tienen su origen en el contenido desinformativo.

Gracias a los algoritmos de las redes sociales, los desinformadores alcanzan una gran visibilidad que no habrían logrado si hubiese filtros profesionales periodísticos que determinarían qué es noticia y qué no lo es, cuál es una fuente acreditada y cuál no.

Así, personas que no tendrían ningún reconocimiento público, ni atributos ni especialidad que les hiciera merecedores de atención, encuentran un púlpito

donde poder expresar sus opiniones o directamente sus infundios. A veces son los propios medios, especialmente algunas televisiones y ciertos medios digitales con estándares profesionales muy bajos, quienes contribuyen a darles protagonismo.

### **¿Cómo afecta la desinformación en emergencias a la ciudadanía y a su confianza en las instituciones?**

En situaciones como esta la desinformación multiplica el desconcierto de la ciudadanía, su desasosiego y su miedo. Además, promueve comportamientos irresponsables que a veces llegan a ser violentos, como los ocurridos el pasado domingo en la visita de los Reyes, el presidente del Gobierno y el de la Generalitat Valenciana al municipio de Paiporta (Valencia), uno de los más afectados por la DANA.

Otros ejemplos claros de la movilización violenta que puede producir la desinformación, a una escala mucho más grave y multitudinaria, son los que vimos con la toma del Capitolio por parte de seguidores de Trump, tras perder estas elecciones, o lo ocurrido en el Palacio Presidencial en Brasil un año después.

### **¿Qué patrones de desinformación se han observado durante la DANA y en qué se asemejan a los detectados en la pandemia de la covid-19?**

Hay bastantes denominadores comunes. Los desinformadores se aprovechan de una situación de zozobra ciudadana para extender sus teorías conspirativas y contrarias a la ciencia o los datos objetivos. Tienden a sustituir la evidencia y los datos por las emociones. Suplantando a los expertos por embaucadores o personas que buscan notoriedad pública.

Esos patrones ya se advirtieron durante la pandemia, con falsos médicos y enfermeros. Ahora, con la DANA lo estamos viendo también con expertos en meteorología, agricultores, bomberos, personal de salvamento, etc., que están siendo suplantados por personas que se hacen pasar por estos perfiles y están difundiendo falsedades.

### **¿Cuáles crees que son las motivaciones detrás de la difusión de desinformación en situaciones como esta?**

Existen distintas motivaciones. En primer lugar, hay una finalidad ideológica: los populismos, sean de izquierda o de derecha, encuentran una oportunidad en este tipo de catástrofes, en las que las emociones están a flor de piel, para extender el odio y el miedo. Con ello pretenden ganar adeptos a su causa.

También creo que en situaciones como la DANA hay individuos que ven una oportunidad para incrementar su notoriedad pública. Personas que pretenden constituirse en *influencers*, ya que piensan que así obtendrán réditos económicos.

Por último, mencionaré las organizaciones y personas que se venden al mejor postor. Hay varios ejemplos recientes: ciertas cuentas en redes sociales de la India comenzaron a difundir mensajes políticos sesgados y desinformados sobre la actualidad política de España, en general, y de Valencia, en particular. Evidentemente, las probabilidades de que haya algún usuario en la India interesado en la política de Valencia son nulas. Entonces, ¿a qué se deben ese

tipo de publicaciones? Obviamente, ha habido alguna estrategia para publicar ese tipo de contenidos y obtener réditos económicos.

### **¿Qué medidas serían recomendables para combatir eficazmente la desinformación en futuras crisis climáticas y de salud pública?**

Para empezar, una de ellas debería ser una máxima transparencia informativa de las instituciones públicas. Es fundamental tener una estructura de comunicación que, en este caso particular, incluya a la Agencia Española de Meteorología y a las confederaciones hidrográficas para así ofrecer información completa, basada en datos, lo más actualizada y reciente posible.

Otra medida sería exigir a las plataformas digitales [Facebook, X, YouTube, etc.] transparencia en la gestión de los algoritmos y en la presentación de los contenidos ante los ojos de los usuarios. Nos estamos dando cuenta de que esas plataformas presentan de manera sistemática información falsa y sesgada porque ese tipo de contenido tiene una altísima tasa de interacción, lo cual les proporciona beneficios económicos, les viene bien para el negocio.

También se debería implantar un mejor etiquetado y más extenso de la información falsa o inexacta. Esta práctica ya se está empezando a aplicar en algunas redes sociales, pero habría que ser más exigente y obligar, bajo el marco legal que tenemos en Europa, a que se etiqueten adecuadamente las falsedades para que los usuarios sepan qué veracidad tienen.

### **¿Qué debería hacer el periodismo profesional para aumentar su credibilidad frente a la desinformación?**

Habría que establecer protocolos de verificación y rectificación en los medios periodísticos. Además, los profesionales tienen que hacer una reflexión de sus fortalezas, pero también de sus debilidades y de sus problemas en momentos como este.

Hemos observado una relajación en los protocolos de admisión de contenidos sin una adecuada verificación y, desde luego, sin una rectificación clara cuando se ha cometido un error. En el mejor de los casos, esos contenidos se eliminan, pero rara vez se rectifican con todas las de la ley. Extender esta práctica contribuiría a reforzar la credibilidad de los medios de información.