

“En *Whatsapp* hay aguas potables y fecales, ya deberíamos saberlo y no creernos cualquier cosa que circula ahí”



Los hay de todos los colores y para todos los gustos. Desde las UVI móviles de la casa de algunos miembros del Gobierno, hasta la prohibición del Ibuprofeno, pasando por el motín de la cárcel de Alhaurín de la Torre o los vahos milagrosos que curan la infección. Bulos, constantemente, acribillando nuestros teléfonos móviles. ¿Cuáles son los más dañinos? ¿Cómo se genera un bulo? ¿Hay alguna forma de ayudar a que la población verifique la información que recibe? Javier Mayoral, profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la Universidad Complutense de Madrid, resuelve estas cuestiones y determina que la economía, la ideología y el gamberro comunicativo están detrás de estas estafas.



No nos podemos creer todo de Whatsapp, aunque nos lo haya pasado alguien que nos caiga bien o que no suela mentir / [Geralt](#).

MARÍA MILÁN| Los bulos y las *fake news* son un problema de los últimos años que, sin duda, estamos confirmando con esta crisis del coronavirus. ¿Cómo perjudica su expansión a la situación que estamos viviendo?

Los bulos introducen confusión y ruido en un momento en el que es vital aportar a la ciudadanía información, claridad y certidumbre. Ya en circunstancias normales la desinformación es muy dañina. En circunstancias tan extraordinarias como las que vivimos, los efectos de los bulos pueden ser terribles. En el peor de los casos esos bulos pueden llevarnos a actuar en sentido contrario al que marcan médicos y autoridades sanitarias e inducir a muchos ciudadanos a comportarse de un modo que ponga en riesgo su salud o la de otras personas.

Hay muchos tipos de bulos, pero algunos más dañinos que otros. ¿Cuáles son y a qué hacen referencia?

Algunas falsedades causan alarmas no justificadas. Juegan con el miedo de la población. Muchos bulos aseguran, sin el más mínimo fundamento, que va a suceder algo terrible. La crisis actual ha generado un contexto en el que este tipo de bulos gozará de mucha más credibilidad en un futuro inmediato. También proliferan, en sentido contrario, los bulos que restan importancia a problemas muy graves. Ahora mismo los más dañinos son los que inducen a poner en riesgo nuestra salud o la de personas con las que convivimos. Es increíble que algunos mensajes, aún hoy, sigan restando importancia a la gravedad de la crisis del coronavirus. Todavía hay quien nos sigue diciendo que se está aprovechando la situación para tomar medidas coercitivas que no están justificadas desde un punto de vista sanitario. No hay más que repasar las cifras diarias de infectados y fallecidos para entender que ese juicio es descabellado. Estos bulos dañan porque inducen a relajar o abandonar las medidas de protección.

¿Y qué hay de aquellos remedios caseros contra el virus que circulan?

También recibimos con frecuencia mensajes falsos que nos llevan a comportarnos de un modo irracional o inapropiado. Es lo que sucede cuando alguien nos informa de un tratamiento sin base científica alguna: respirar vapor de agua o tomar café caliente, por ejemplo, no previene ni cura el coronavirus. O cuando nos dicen que es peligroso algo que no tiene el menor riesgo.



El profesor Javier Mayoral. / J.M.

¿Cómo se “fabrica” un bulo?

La casuística es enorme, pero los mecanismos esenciales no cambian: se toma una información más o menos verosímil, se manipula para aumentar el interés y la adhesión de quienes reciban ese mensaje y, finalmente, se distribuye a través de un canal que permita la difusión y la discusión pública.

Al usuario le llega un mensaje de *Whatsapp* que dice que haga tal o cual cosa para protegerse del virus. ¿Qué debe hacer?

Whatsapp es solo un conducto. No debemos beber agua simplemente porque está a nuestro alcance. Antes de beber, debemos comprobar que el agua sale por una tubería que forma parte del sistema de distribución de agua potable. En *Whatsapp* hay aguas potables y aguas fecales. Hay de todo. Ya deberíamos saberlo. Por eso, no podemos creernos cualquier cosa que circula por *Whatsapp*. No importa que nos lo haya pasado alguien que nos caiga bien o que no suela mentir. La persona que nos envía un mensaje seguramente

forma parte de una larga cadena. Es solo un eslabón más y casi con total seguridad no se responsabiliza de la veracidad del mensaje que nos manda.

¿Cómo verificamos entonces si es verdad?



Existen medios especializados en contrastar bulos que se propagan estos días. / [Markus Distelrath](#).

Lo más importante es mirar cuál es la fuente de la información recibida. Cuanto más difusa sea la identidad de la fuente, más motivos para desconfiar. En segundo lugar, busquemos esa misma información a través de otras vías. Busquemos qué se ha publicado en medios periodísticos sobre este asunto. Con frecuencia descubriremos que nadie

ha escrito nada sobre ese asunto tan llamativo (lo cual es muy sospechoso) o tropezaremos con noticias que directamente desmienten aquello que el bulo aseguraba. También podemos solicitar información sobre el mensaje recibido a alguna de las muchas páginas web que se dedican a verificar noticias.

¿Qué características tiene un "buen bulo" para que nos lo creamos, independientemente de la formación del receptor?

Son muy persuasivos los que aportan vídeos o mensajes de voz personales. Los bulos juegan casi siempre con elementos básicos, pero muy eficaces. Nos desvelan algo oculto, algo que no se ha querido contar. Se aprovecha ahora además la falta de credibilidad de los medios de comunicación convencionales. Si algo no se publica en los medios tradicionales, casi mejor: es la prueba definitiva de que existe un interés orquestado en tapar una determinada "información". A partir de una base más o menos verosímil, se construye un mensaje que alimente convicciones sociales arraigadas (no importa que sean falsas) o determinados postulados ideológicos. Tendemos a dar más credibilidad a aquello que concuerda con nuestras experiencias personales, opiniones o prejuicios. Un bulo busca y explota en su audiencia potencial este tipo de afinidades. Cuando alguien ve reafirmadas sus sospechas, opiniones o creencias previas, gratifica al autor del embuste con una credibilidad que no merece. El bulo, a su vez, resulta gratificante: nos gusta descubrir que teníamos razón, que es "verdad" aquello que sospechábamos, que ha quedado "demostrado" que es incompetente aquel personaje público al que ya considerábamos incompetente.

¿Qué busca quien difunde un bulo?

Hay dos motivaciones básicas en los creadores de bulos: la ideológica y la económica. Hay gente que se lucra en ese mercado de la información adulterada. Mentir a sabiendas es -o puede ser- un negocio muy rentable si las mentiras generan visitas, entradas en páginas web, pinchazos o clics. La rentabilidad ideológica o política tampoco es menor. A través de los bulos se ataca al adversario político con gran eficacia: no hay que argumentar (basta con ridiculizar), no es necesario un mensaje complejo (cuanto más sencillo, mejor), no comporta grandes inversiones (basta crear un mensaje que se viralice con facilidad en las redes sociales). En el ámbito ideológico cabe encuadrar también el tipo de bulo que no beneficia o perjudica directamente a un partido político, pero sí afecta a un aspecto esencial para la estrategia de un determinado actor político. Aunque las motivaciones económicas e ideológicas son las fundamentales, es verdad que también hay quien difunde mensajes falsos solo por una especie de gamberrismo comunicativo, por hacer broma y burla, por llamar la atención y generar reacciones en un determinado entorno...

¿Qué consejo daría a la población ante el problema de las *fake news*?

No debemos creernos todos los mensajes que nos llegan. Tampoco debemos creer que todo es mentira o que todo es en principio sospechoso. Cada ciudadano debe establecer el nivel de confianza que otorga a cada productor de mensajes. *Whatsapp, Twitter, Facebook o Instagram* no son fuentes de información. Son canales por los que circulan mentiras, verdades, medias verdades, hipótesis, conjeturas, opiniones... Los medios de comunicación periodísticos ayudan a filtrar la información, a separar los contenidos verificados y contrastados de aquellos producidos solo para engañar a los ciudadanos, aunque esto no quiere decir que todo lo que publique un medio periodístico merezca automáticamente credibilidad. Conviene distinguir.

¿Qué pueden hacer los profesionales de la comunicación para contraatacar?

Pueden hacer algo fundamental: aportar información rigurosa, precisa, clara, contrastada y contrastable. Parte esencial del periodismo clásico es la verificación de los datos. Ahora hay que sumar la transparencia: los periodistas deben explicar de dónde proceden sus informaciones y garantizar eso que, en otros contextos, se denomina "trazabilidad". Es decir, es importante que cualquier ciudadano pueda comprobar, contrastar, acceder a las fuentes primarias u originarias. El periodismo es esencial en momentos como este porque debe garantizar la fiabilidad de las informaciones. Desde hace unos años proliferan medios o empresas periodísticas que se dedican básicamente a identificar contenidos falsos. Muchos medios de comunicación tradicionales han creado secciones o departamentos de verificación que realizan esa misma tarea.



¿Alguna duda o sugerencia? Si quieres comentar esta información, te responderemos en nuestro correo uccucm@ucm.es o en nuestras redes sociales.