

Para citar este artículo: Fernández Alcaide, F. (2023). Comunicación durante situaciones extraordinarias en quiebra: Cuando las fuentes oficiales mienten y las redes sociales desinforman. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 16(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12525>

COMUNICACIÓN DURANTE SITUACIONES EXTRAORDINARIAS EN QUIEBRA: CUANDO LAS FUENTES OFICIALES MIENTEN Y LAS REDES SOCIALES DESINFORMAN

Communication during Extraordinary Catastrophe Situations: When Official Sources Lie and Social Networks Misinform

Comunicação em situações extraordinárias de catástrofe: quando as fontes oficiais mentem e as redes sociais desinformam

Fernando Fernández Alcaide, *Universidad de Málaga (España)*.
ffdezalcaide@uma.es

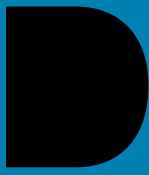
Recibido: 1 de octubre de 2022

Aceptado: 18 de abril de 2023

Fecha de prepublicación: 11 de julio de 2023

RESUMEN

Los principios elementales de la comunicación en emergencias se sustentan sobre la verdad, la transparencia y la utilidad. Con los años, la experiencia a la hora de afrontar catástrofes de todo tipo, y en un futuro inmediato, han llevado a enfocar la comunicación de emergencias en la prevención, para hacer frente a los desafíos y promover sociedades más resilientes. Durante una emergencia o una catástrofe, los especialistas colocan a la fuente oficial como portavoz principal para canalizar el mensaje más adecuado en todo momento bajo unas premisas elementales y atendiendo criterios lógicos de liderazgo y de servicio público. Sin embargo, la responsabilidad aplicada



al deber de información pública se ve amenazada cuando son los propios líderes quienes mienten. Este artículo pretende exponer la gravedad que —incluso sobre la vida de las personas— llega a suponer este tipo de prácticas y cómo las redes sociales y los portavoces oficiales pueden dejar de ser aliados en emergencias para convertirse en los principales focos de la catástrofe. Mediante una revisión narrativa bibliográfica sobre hechos relevantes, se exploran los riesgos y el alcance de determinadas estrategias de comunicación pública y se establece como objetivo plantear preguntas para posteriores investigaciones.

Palabras clave: comunicación de emergencias; redes sociales; gestión de crisis del gobierno; bulos; desinformación; gestión de emergencias.

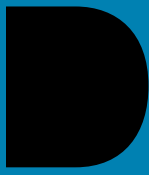
ABSTRACT

Well-defined pillars such as truth, transparency, and usefulness support the elementary principles of emergency communication. Over the years, the experience in dealing with catastrophes of all kinds has built up, has led to the focus shifting to emergency communication on preventing disasters, facing challenges, and promoting more resilient societies. During an emergency or a catastrophe, specialists place the official source as the primary spokesperson to channel the most appropriate message at all times under basic premises and according to logical leadership and public service criteria. However, the responsibility applied to the duty of public information is compromised when leaders lie. This document intends to expose the seriousness that these types of practices come to evoke even in people's lives and how social networks that misinform and official spokespersons that lie can stop being allies in emergencies toward becoming the primary sources of information on catastrophes. Through a narrative bibliographic review of relevant events, we can explore the risks and scope of specific public communication strategies and we establish the objective of raising questions for further investigation.

Keywords: Emergency communication; social media; government crisis management; hoaxes; misinformation; emergency management.

RESUMO

Os princípios elementares da comunicação em emergências são claramente sustentados por pilares bem definidos como a verdade, a transparência e a utilidade. Ao longo dos anos, a experiência em lidar com catástrofes de todos os tipos, e um futuro imediato, levaram a focar a comunicação de emergência na prevenção para enfrentar os desafios e promover sociedades mais resilientes. Durante uma emergência ou uma catástrofe, os especialistas colocam a fonte oficial como principal porta-voz para canalizar a mensagem mais adequada em cada momento, sob premissas básicas e segundo critérios lógicos de liderança e serviço público. No entanto, a responsabilidade aplicada ao dever de informação pública fica seriamente ameaçada quando são os próprios dirigentes que mentem. Este artigo pretende expor a gravidade que este tipo de prática passa a supor na vida das pessoas e como as redes sociais e os porta-vozes oficiais podem deixar de ser aliados em emergências para se tornarem as principais



fontes de catástrofe. Por meio de uma revisão bibliográfica sobre eventos relevantes, exploramos os riscos e o alcance dessas estratégias de comunicação pública e se estabelece o objetivo de levantar questões para uma investigação mais aprofundada.

Palavras-chave: comunicação de emergência; mídias sociais; gestão de crises governamentais; boatos; desinformação; gestão de emergências.

Contexto y precedentes

Que los poderes públicos comuniquen de forma eficaz durante una emergencia es uno de los pilares fundamentales durante la gestión global, la resolución y la posterior recuperación. Según Simon et al. (2015), la comunicación es una de las herramientas fundamentales de la gestión de emergencias. Este concepto también es mucho más amplio y complejo, porque no se trata de aportar información exclusivamente cuando se produce la emergencia, la catástrofe o la crisis, sino de utilizar todos los canales y herramientas adecuados para aportar a los ciudadanos mensajes preventivos y recomendaciones útiles que les permita afrontar mejor los riesgos a los que pueden enfrentarse en la vida cotidiana. Una emergencia puede derivar en una crisis, del mismo modo que un atragantamiento puede derivar en una muerte. Informar, educar, recomendar e indicar en el momento adecuado y de la mejor forma posible puede salvar vidas, minimizar la crisis y reducir el impacto que pueda sufrir posteriormente la sociedad y los individuos.

Catástrofes y emergencias nos han dado la oportunidad de aprender y mejorar en protocolos y planes de comunicación las reglas para una comunicación más efectiva, y sus beneficios están plenamente identificados desde hace años (Jordá Rodríguez & Maciel, 2006):

- Prevenir la crisis antes de que se desarrollen.
- Tomar mejores decisiones sobre cómo manejar los riesgos.
- Asegurar que la implementación de las políticas de gestión de riesgos se realice de forma más fluida.
- Dar poder de participación y confianza a las partes implicadas.
- A largo plazo, contribuir a construir la confianza en la organización y en la información que esta proporciona.

Las ventajas de esta comunicación eficaz abarcan todos los ámbitos: el de las organizaciones públicas o de gestión, la sociedad y las personas. De todos los beneficios, resulta muy interesante ver que la correcta gestión de la información sirve para generar confianza en la administración; mientras que en la sociedad impulsa la cooperación, y a los individuos los ayuda a adoptar medidas individuales de protección y decisión. Comunicar de



forma correcta marca la diferencia entre una operación exitosa o deficiente (Aguilar Reguero, 2005), que focaliza los posibles problemas en tres ideas básicas:

- El contenido de los mensajes.
- Los medios de transmisión.
- La interpretación que hace del mensaje quien lo recibe.

Planificar la comunicación para adaptarla a posibles escenarios de riesgo es algo en lo que las sociedades avanzadas han ido trabajando e incorporando en las últimas décadas. En España, los gobiernos regionales, en el ámbito de sus competencias y con plazos de adaptación dispares, han impulsado cambios normativos para incorporar y reconocer la gestión de la información, otorgando rango obligatorio en la Ley 17 del de 9 de julio de 2015, del Sistema Nacional de Protección Civil, cuyo artículo 6, “Derecho a la información”, recoge claramente el compromiso que tiene la administración pública:

1. Todos tienen derecho a ser informados adecuadamente por los poderes públicos acerca de los riesgos colectivos importantes que les afecten, las medidas previstas y adoptadas para hacerles frente y las conductas que deban seguir para prevenirlos.
2. Dichas informaciones habrán de proporcionarse tanto en caso de emergencia como preventivamente, antes de que las situaciones de peligro lleguen a estar presentes.

En el ámbito internacional, organizaciones supranacionales como las Naciones Unidas o la Unión Europea (entre otras) han aportado recomendaciones globales, informes y guías de referencia para concienciar en todos los niveles de responsabilidad pública sobre la conveniencia de establecer criterios de calidad y planificación en la información pública de emergencias: “Una población informada tiene mayor capacidad de reaccionar y actuar sobre los riesgos que la amenazan, porque está al tanto de las manifestaciones de la emergencia y de los signos del evento que los amenaza” (Brennan & Gutiérrez, 2011, p. 8).

Con todos estos argumentos, y teniendo en cuenta que una correcta estrategia de comunicación puede contar con multitud de herramientas para trasladar la información de la mejor manera posible a la población, las redes sociales se han convertido en un canal fundamental de difusión, de escucha y de conversación. Y así lo demuestran los datos de usuarios —2190 millones de personas conectadas a Facebook, 2562 millones en YouTube, 2000 millones de usuarios de WhatsApp, 1478 millones en Instagram, 550 millones en Telegram y 436 millones en Twitter— (Galeano, 2022), o el tiempo dedicado a estas redes —entre las cuatro horas diarias de Nigeria a la hora de Japón— (Hall, 2022). Precisamente, la pandemia y la demanda de información por parte de miles de millones de personas en todo el mundo han supuesto aumentos significativos en el número de usuarios en todas las plataformas, con incrementos porcentuales que en algunos casos han superado el 20%, incluso en algunas redes sociales que antes de la COVID-19 perdían seguidores (como el caso de Facebook). En España, más de 27 millones de personas, el 85% de la población, reconoce usar a diario alguna red social (Cías, 2021) y el 22% de la población utiliza como fuente de información las redes sociales (Orús, 2021). Con estas cifras (y teniendo en cuenta otros factores como la relativa facilidad de uso y el coste económico y de recursos) es evidente la necesidad e importancia de integrar estos canales en los planes de comunicación de emergencias.



Las redes sociales en el mayor escenario de crisis: la COVID-19

Accidentes aéreos, terremotos, tsunamis, inundaciones, atentados terroristas o crisis alimentarias, nos han ido mostrando e identificando los problemas y las soluciones en la gestión de la información pública. También hemos ido incorporando las redes sociales como herramientas dentro del ecosistema de la comunicación, con su propio lenguaje y como elemento de escucha y monitorización. A diferencia de los medios tradicionales, como la televisión y los periódicos, permiten a las organizaciones interactuar con sus públicos a través de una comunicación bidireccional (Fearn-Banks, 2016) y es una de las principales plataformas para hacer frente a las crisis y comunicarse con los públicos clave (Jin et al., 2014).

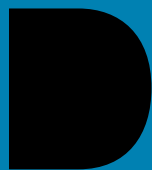
Emergencias, crisis y catástrofes que han coexistido con las redes sociales (tomando como referencia la puesta en marcha de Facebook en 2004 y Twitter en 2006) nos han permitido aprender y adoptar estrategias para usar de forma más eficaz este canal. En España, sucesos relevantes como la crisis sanitaria del ébola (2014), de la gripe A (2009), la alimentaria del pepino (2011), del accidente ferroviario del Alvia (2013), el aéreo de Germanwings (2015) o los atentados terroristas de Cataluña (2017) han sido objeto de abundante monitorización y análisis de las conversaciones, flujos y su impacto social.

Hemos ido acumulando experiencia sobre riesgos que tienen la capacidad de repetirse en el tiempo. Y, precisamente, la anticipación y previsión de cualquier tipo de peligro que nos pueda afectar es una de las bases fundamentales de la protección civil y queda reflejado en la redacción de los planes de emergencias, o cuando son nuevas amenazas, se estudian y debaten previamente en foros de expertos. Este es el caso de la pandemia de la COVID-19: el Gobierno español elaboró en 2005 el “Plan nacional de preparación y respuesta ante una pandemia de gripe” (Ministerio de Sanidad de España, 2005). Diez años después, en 2015 el periodista especializado en salud, Javier Granda Sevilla, publicó un artículo académico donde identificaba claramente las debilidades en la gestión de la comunicación de crisis sanitarias:

El repaso a la comunicación de las crisis sanitarias de los últimos treinta años sirve para comprobar que existen una serie de errores que se repiten: portavoces sin formación y sin habilidades de comunicación, mensajes ambiguos, ausencia de planes de comunicación de crisis e improvisación, que acaban transmitiendo mensajes alarmistas a la población y contribuyen a que las administraciones sean consideradas como sospechosas o de poca confianza. (p. 69)

Y en 2019, antes de detectarse el primer caso de la COVID-19, la Organización Mundial de la Salud lanzó un mensaje a todos los líderes mundiales en un documento titulado *Un mundo en peligro*, con indicaciones concretas para prepararse ante un escenario inevitable “de una pandemia causada por un patógeno respiratorio letal y que se propaga rápidamente” (p. 8). Para esta organización sanitaria, la humanidad se tendría que enfrentar a una amenaza que tan solo unos meses después conoceríamos, tras la experiencia y alarmas sanitarias producidas por 1483 brotes de enfermedades infecciosas graves registradas entre 2011 y 2018, en 172 países:

Enfermedades potencialmente epidémicas como la gripe, el síndrome respiratorio agudo severo (SARS), el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS), el ébola, el zika, la peste o la fiebre amarilla, entre otras, presagian una nueva era marcada por una mayor frecuencia en la aparición de brotes de consecuencias nefastas y propagación potencialmente rápida, cada vez más difíciles de gestionar. (Organización Mundial de la Salud, 2019, p. 12)



Ni lo que habíamos experimentado y vivido en los últimos dieciocho años de convivencia con las redes sociales, ni las advertencias mundiales recogidas en recomendaciones sobre la importancia de la comunicación ante grandes crisis —*Tecnologías y futuro de la acción humanitaria* (Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, 2013) o *Gestión de la comunicación en emergencias y desastres* (Organización Panamericana de la Salud & Organización Mundial de la Salud, 2009), y que ya en el momento de su redacción y difusión recogía un capítulo específico a la “Comunicación social”— o interesantes artículos académicos que abordaron la gestión de crisis de forma eficaz (Cheng, 2018) o las plataformas de forma eficiente (Austin & Jin, 2016) sirvieron para prevenir y frenar amenazas peligrosas como la desinformación o los bulos durante la pandemia.

Aunque los bulos, las noticias falsas y la desinformación siempre han estado presentes en las redes sociales durante emergencias y catástrofes, el volumen de bulos registrados ha estado en consonancia con la dimensión de la crisis, pero respecto a otras situaciones, ha destacado la especial viralidad y difusión a través de WhatsApp, como red social de carácter privado, frente a las plataformas abiertas como pueden ser Facebook o Twitter. Tal era la propagación de bulos que en abril de 2020 WhatsApp introdujo una limitación a la hora de reenviar mensajes altamente reenviados (“WhatsApp solo permitirá reenviar ciertos mensajes”, 2020).

Con la evolución de la pandemia también cambió el contenido de los bulos. Mientras que en el primer año se centraban en presuntos métodos de detección y eliminación del virus, posteriormente le tocó el turno a todo lo relacionado con las vacunas y sus efectos secundarios. En enero de 2022, el equipo de Maldito Bulo había verificado 1266 mentiras, alarmas y desinformaciones relacionadas con la COVID-19. Centrados en el ámbito sanitario y con el apoyo de decenas de sociedades científicas y universidades, trabajaron desde el Instituto #SaludSinBulos, y reconocieron un incremento en los bulos relacionados con la pandemia a través de las redes sociales: los bulos circularon por las redes sociales en 2020 en un 35.5%. Un porcentaje que creció en 2021 y llegó hasta el 45% (“Aumentan los bulos del COVID en 2021”, 2021). A la misma conclusión (respecto a la plataforma principal de difusión) llegó un equipo de ocho investigadores pertenecientes a la Universidad de Navarra y del Centro de Supercomputación, coordinados por Ramón Salaverría, que además detectaron matices de carácter político con aquellos bulos creados dentro de nuestro país, “parece haber una relación entre el contenido de los bulos y su ámbito territorial. En la esfera internacional, los principales contenidos se relacionan con la ciencia y la salud (57,1%), mientras que a nivel nacional la política es la generadora del mayor número de bulos (43,4%)” (2020, p. 8). El mismo estudio establece una tipología en la que se identifican cuatro tipos de bulos: broma, exageración, descontextualización y engaño. A partir de esos cuatro tipos, los investigadores proponen un *diagrama de gravedad de los bulos*, que los señala como más graves cuanto mayor es el nivel de falsedad y de voluntariedad en su difusión (Salaverría et al., 2020). Los resultados de esta investigación también dejan ver claramente una situación nueva derivada del tipo de crisis multifactorial (más allá de la emergencia sanitaria) y prolongada en el tiempo: la difusión de información incorrecta, sesgada o malintencionada derivada de centenares de miles de publicaciones y estudios científicos sin verificar y que acuñó el término *ciencia apresurada, express o a alta velocidad* (León et al., 2022).

Con lentitud, las plataformas de redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube y WhatsApp) reaccionaron suspendiendo y eliminando cuentas (definitiva o temporalmente). YouTube eliminó 50 millones de videos solo en abril de 2020, aunque algunos estudios detectaron que más del 59% de contenido falso que circulaba en Twitter seguía en esta red social meses después de haber sido señalados.



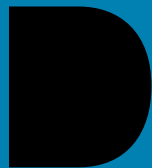
Mas allá de los bulos: cuando los líderes mienten

La globalización en un mundo hiperconectado ha permitido anticipar la crisis y copiar estilos de comunicación en diferentes puntos del planeta, con líderes receptivos que atendían las aportaciones de los profesionales en comunicación de crisis y que integraban sus decisiones con fundamentos técnicos o, por el contrario, ha permitido dejar en evidencia modelos de gestión que, lejos de salvaguardar la salud y la vida de las personas, las ponían en grave riesgo. La inexistencia de fronteras en el cruce de información y los abundantes repositorios de trabajos de investigación de la comunidad científica internacional han permitido llegar fácilmente a estudios sustentados en evidencia científica, aunque esta misma dinámica de hiperconexión mundial ha favorecido, como en ningún otro momento de la historia, la viralización de bulos, la desinformación, la manipulación y la unión de grupos contrarios a evidencias científicas o radicalmente críticos con medidas positivas de salud pública.

Los estilos y la forma de afrontar la gestión de la comunicación ha estado a la vista de todos, e incluso ha llegado a establecer similitudes en perfiles ideológicos aparentemente alejados. En el artículo “Twitter presidencial ante la COVID-19: entre el populismo y la política pop” (Manfredi et al., 2021), los autores analizaron la comunicación que en redes sociales hicieron los presidentes de gobierno de Brasil, España, Argentina y México en los momentos más críticos de la pandemia: “Se concluye que la pandemia ha acentuado el perfil presidencialista y personalista, aun cuando no encajen en el paradigma populista” (p. 1). Lo inaudito en esta transparencia global de la gestión de la comunicación de crisis han sido las mentiras sustentadas por importantes líderes mundiales: de las recomendaciones realizadas por el presidente de Bielorrusia, Alexander Lukashenko, para eliminar el virus mediante saunas y consumo de vodka, al silencio cómplice del presidente de Indonesia, Joko Widodo, “para no causar pánico”, pasando por las declaraciones del influyente clérigo chií iraquí Muqtada al-Sadr, culpando de la pandemia a la “legalización del matrimonio homosexual” (“Coronavirus: ‘Es apenas una pequeña gripe’”, 2020). Esto supone una ruptura de la confianza por parte de los ciudadanos afectados y destruye la regla principal de una comunicación de crisis sustentada en contar siempre la verdad.

Durante la pandemia y dentro de su mandato, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, hizo de las mentiras y la negación su principal baluarte de comunicación (Paz, 2020). También fue la tónica general del presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, que relacionó la vacuna de la COVID-19 con el sida. Según un estudio realizado por la plataforma AOS FATOS, este líder latinoamericano mintió 3989 veces en los primeros 1000 días de gobierno. Bolsonaro llegó al poder utilizando de forma masiva y continuada las redes sociales con campañas perfectamente organizadas y planificadas montadas sobre noticias falsas (Vicario, 2021; Saccone, 2019). Precisamente, ambos países, Estados Unidos y Brasil, encabezan el *ranking* mundial en cuanto al número de fallecidos por COVID-19.

El entonces presidente de Estados Unidos, Donald Trump, pese a estar permanentemente asesorado por científicos brillantes y contar con el análisis de multitud de agencias de inteligencia que le adelantaron un escenario global de pandemia apenas unas semanas después de detectarse los primeros casos en Wuhan (China), apostó por la negación como estrategia de información pública (Collinson, 2020). Primero, minimizó la amenaza; después, la limitó en el tiempo: “cuando llegue abril, el virus desaparecerá milagrosamente con el calentamiento del clima” (“The Washington Post: Inteligencia advirtió”, 2020); en el inicio de la crisis, recomendó a sus ciudadanos la inyección de detergente en vena, y, posteriormente, se dedicó a culpar a gobernadores, medios de comunicación y China (Phillips, 2020).



Tras sugerir Trump el uso de desinfectantes para evitar la enfermedad, multitud de sociedades científicas y gestores de emergencias de su país desmintieron la recomendación (Guimón, 2020). Sin duda, la rapidez de respuesta, el consenso y la reputación de las fuentes sirvieron para frenar la expansión deliberada de un bulo que ponía en grave peligro a los ciudadanos. Pese a este esfuerzo en información para contrarrestar la información oficial, al menos un centenar de ciudadanos resultaron intoxicados (Kluger, 2020). En las mismas fechas y a miles de kilómetros, en Irán, las autoridades luchaban contra los efectos de la pandemia y, a su vez, gestionaban una crisis que dejó miles de fallecidos e intoxicados debido a la difusión de un rumor que invitaba al consumo de alcohol industrial para frenar la enfermedad (Associated Press, 2020).

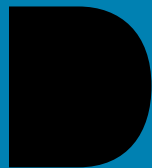
El presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, también fue un referente a la hora de mentir a sus ciudadanos, minimizar los efectos del virus y poner en peligro a la población. Entre los numerosos estudios e investigaciones realizadas sobre la gestión del país, hay un trabajo que refleja cómo en los municipios pro-Bolsonaro, gobernados por su propio partido y que por tanto relajaron o eliminaron los protocolos de seguridad y confiaron en sus mentiras, el número de muertes fue mayor (Castilho et al., 2022). A esta responsabilidad directa que convierte al propio líder del país en un elemento propagador de la pandemia se le conoce como *efecto Bolsonaro* (Roubaud & Razafindrakoto, 2022).

Entre los estudios que han estado analizando los mensajes y la forma de transmitir la información en diferentes países, abundan los trabajos que critican y ponen de manifiesto el abuso del lenguaje militarista en sus intervenciones y mensajes; sin embargo, esta forma de comunicar utilizada de forma recurrente por muchos líderes podría dejar de considerarse algo negativo, ya que un análisis más amplio establece efectos positivos en la interpretación de los mensajes y las campañas por parte de la población, dependiendo de factores más amplios y de carácter cultural, social y educativo (Castro Seixas, 2021).

Conclusiones

En un mundo hiperconectado y con acceso instantáneo al conocimiento global, llevamos años pudiendo compartir, comparar y, en definitiva, aprender las diferentes formas de comunicar las emergencias y catástrofes. La crisis de la COVID-19 nos ha mostrado un mural complejo de estrategias, métodos, mensajes y enfoques tan diverso como el mundo que habitamos. El tiempo y las investigaciones nos tendrán que alumbrar sobre las claves identificadas y aquellas soluciones que puedan mejorar la forma de comunicar en situaciones de emergencia, entre otras cosas porque en el futuro más inmediato nos aguardan catástrofes naturales, acentuadas debido al cambio climático, crisis migratorias, alimentarias e incluso conflictos armados (Capellini et al., 2022).

Con la experiencia acumulada durante años, el intercambio de conocimientos y la investigación, ya sabíamos y teníamos certezas y reglas claras sobre cómo hacerlo. Salek y Cole (2019) nos enseñaron que las declaraciones de los líderes políticos influyen directamente en las emociones del público; Scott y Enander (2017), que la confianza pública disminuye con las mentiras, y otros investigadores, como Scarcella (2013) o van der Weerd (2011), recogieron en sus estudios que los mensajes de los líderes afectan directamente el grado de cumplimiento de las recomendaciones de salud pública, medidas de protección y vacunación de los ciudadanos. Y, sin embargo, ¿cómo actuar, qué hacer cuando los propios líderes mienten y ponen en peligro de forma reiterada la vida de los ciudadanos?



Que los líderes mientan descaradamente y pongan en peligro a la población y mermen la confianza que tienen sus ciudadanos con las instituciones cuando más necesitan información de calidad es algo muy preocupante que no debería producirse jamás. Y, aun así, el 69 % de las informaciones falsas difundidas en redes sociales durante la pandemia “proviene de figuras públicas” (Nielsen et al., 2020).

Todavía hoy la credibilidad de los medios de comunicación supera la percepción que las personas tienen de la información que circula por redes sociales (Montealverne et al., 2022); sin embargo, ya hemos podido comprobar la potencia de las redes sociales y cómo se convierten en un caldo de cultivo para la difusión de bulos. Y no es nuevo. La reciente y corta historia de convivencia con estas plataformas ya nos ofrece situaciones espeluznantes, como las injerencias de Cambridge Analytica en diversos procesos electorales, el papel fundamental de Facebook en el genocidio y éxodo de los rohinyá o el uso de Twitter en la polarización de mensajes y manipulación para la construcción de narrativas en conflictos armados (Moreno-Mercado et al., 2022).

A todos estos nuevos elementos que se producen en el ámbito de la comunicación pública en circunstancias tan excepcionales como son las emergencias y las catástrofes, también vemos con más frecuencia complejas estrategias de desestabilización auspiciadas por países extranjeros u organizaciones políticas de carácter radical que añaden aún más incertidumbre y riesgo:

La guerra de la información se está convirtiendo en un fin que permite fortalecer la narrativa propia, atacar, desestabilizar, distorsionar y dividir a la sociedad, los Estados y los valores de los rivales, a través de los medios de comunicación tradicionales, pero, sobre todo, del ciberespacio. La gran ventaja de este escenario digital es su poder multiplicador de los efectos desestabilizadores, al ofrecer una alta conectividad, un bajo coste de entrada, puntos de distribución sin intermediarios y, alejado de toda barrera de distancia física o geográfica. (Portero, 2020, p. 5)

Debido a esta complejidad y a la injerencia externa que podría incluso llegar a socavar de forma grave a nuestra sociedad, ya hay multitud de gobiernos que han anunciado el desarrollo de estructuras, normativas y proyectos para blindar su soberanía de este tipo de acciones externas beligerantes. De esta revisión narrativa, y ante la existencia evidente de un factor común en el que cada vez más fuentes oficiales se equivocan o mienten, surge la necesidad de desarrollar investigaciones desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, para establecer una base sólida de actuación que nos haga estar mejor preparados ante los nuevos desafíos de información pública en emergencias. Hay que establecer medidas que impidan la difusión de información falsa capaz de poner en peligro a las personas desde las propias fuentes oficiales, de unos líderes que desempeñan un papel crucial en todas las fases de una crisis, desde la respuesta hasta la mitigación y la recuperación (Lwin et al., 2018), y hay que establecer mecanismos y protocolos para no depender de acciones aisladas de los gestores de emergencias, sociedades científicas o medios de comunicación.



Referencias

1. Adams, T. (2018, 24 de marzo). Facebook's week of shame: The Cambridge Analytica fallout. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/24/facebook-week-of-shame-data-breach-observer-revelations-zuckerberg-silence>
2. Aguilar Reguero, J. R. (2005). Aspectos teóricos sobre planificación de catástrofes. *Medynet*. <http://www.medynet.com/usuarios/jraguilar/catastrofes.htm>
3. Associated Press. (2020, 27 de abril). Mueren 700 por tomar metanol como "cura" contra virus. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/espanol/internacional/articulo/2020-04-27/iran-mueren-700-por-tomar-metanol-como-cura-contravirus>
4. Aumentan los bulos del COVID en 2021: Las redes sociales y WhatsApp son la principal vía de difusión. (2021, 30 de noviembre). *CMMedia*. <https://www.cmmedia.es/noticias/castilla-la-mancha/aumentan-los-bulos-del-covid-en-2021-las-redes-sociales-y-whatsapp-son-la-principal-via-de-difusion/>
5. Austin, L., & Jin, Y. (2016). Social media and crisis communication: Explicating the social-mediated crisis communication model. En *Strategic communication* (pp. 175-198). Routledge.
6. Brennan, B., & Gutiérrez, V. (2011). *Guía para la elaboración de la estrategia de comunicación de riesgo: De la teoría a la acción*. Organización Panamericana de la Salud. <https://www.paho.org/es/documentos/guia-para-elaboracion-estrategia-comunicacion-riesgo-teoria-accion-2011>
7. Cappelli, F., Conigliani, C., Consoli, D., Costantini, V., & Pagliarlunga, E. (2022). Climate change and armed conflicts in Africa: Temporal persistence, non-linear climate impact and geographical spillovers. *Economía Política*. <https://doi.org/10.1007/s40888-022-00271-x>
8. Castilho, M., Pero, V., Roubaud, F., Razafindrakoto, M., & Saboia, J. (2022). Denialism, politics and the covid-19 pandemic in Brazil: An empirical analysis on observational data. *Working Papers*. <https://ideas.repec.org/p/dia/wpaper/dt202203.html>
9. Castro Seixas, E. (2020). War metaphors in political communication on covid-19. *Frontiers in Sociology*, 5, 583680. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.583680>
10. Cheng, Y. (2018). How social media is changing crisis communication strategies: Evidence from the updated literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 58-68. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12130>
11. Chon, M.-G., & Kim, S. (2022). Dealing with the COVID-19 crisis: Theoretical application of social media analytics in government crisis management. *Public Relations Review*, 48(3), 102201. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102201>
12. Cías, M. (2021, 5 de mayo). *Claves del Estudio Anual de RRSS 2021 IAB by ELOGIA*. <https://blog.elogia.net/claves-del-estudio-anual-de-rrss-2021-iab-by-elogia>
13. Collinson, S. (2020, 1 de mayo). Trump on handling of coronavirus: "I think we've done a great job". *CNN*. <https://www.cnn.com/2020/05/01/world/meanwhile-in-america-may-1/index.html>



14. Coronavirus: “Es apenas una pequeña gripe” y otras 7 controvertidas frases de líderes mundiales durante la pandemia de covid-19. (2020, 6 de abril). *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52186873>
15. Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach* (5.ª ed.). Routledge.
16. Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. (2013). *Informe mundial sobre desastres: Resumen. Tecnologías y futuro de la acción humanitaria*. <https://cutt.ly/vD9oph6>
17. Galeano, S. (2022, 27 de enero). Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2022). *Marketing 4 Ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>
18. Granda Revilla, J. (2015). How to learn from our mistakes: Communication of health crises. *Mètode Revista de difusió de la investigació*, (6). <https://doi.org/10.7203/metode.6.7509>
19. Guimón, P. (2020, 24 de abril). Los médicos, tras las palabras de Trump: “Por favor, no coman pastillas de detergente ni se inyecten ningún tipo de desinfectante”. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2020-04-24/por-favor-no-coman-pastillas-de-detergente-ni-se-inyecten-ningun-tipo-de-desinfectante.html>
20. Hall, S. (2022, 26 de enero). El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. *We Are Social*. (2022, enero 26). <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
21. Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics’ crisis responses. *Communication Research*, 41(1), 74-94. <https://doi.org/10.1177/0093650211423918>
22. Jong, W. (2020). Evaluating crisis communication: A 30-item checklist for assessing performance during covid-19 and other pandemics. *Journal of Health Communication*, 25(12), 962-970. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1871791>
23. Jordá Rodríguez, & Maciel, J. P. (Eds.). (2006, 13-15 de septiembre). *La gestión de la comunicación en situación de crisis y respuesta ante una emergencia* [ponencia]. X Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos, Valencia. <https://www.cop.es/uploads/PDF/GESTION-COMUNICACION-SITUACIONES-CRISIS-RESPUESTA-EMERGENCIA.pdf>
24. Kluger, J. (2020, 12 de mayo). Accidental poisonings increased after president trump’s disinfectant comments. *Time*. <https://time.com/5835244/accidental-poisonings-trump/>
25. León, B., Martínez-Costa, M.-P., Salaverría, R., & López-Goñi, I. (2022). Health and science-related disinformation on COVID-19: A content analysis of hoaxes identified by fact-checkers in Spain. *PLoS One*, 17(4), e0265995. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265995>
26. Lwin, M. O., Lu, J., Sheldenkar, A., & Schulz, P. J. (2018). Strategic uses of Facebook in Zika outbreak communication: Implications for the crisis and Emergency Risk Communication Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph15091974>
27. Manfredi, J. L., Amado, A., & Waisbord, S. (2021). Twitter presidencial ante la COVID-19: Entre el populismo y la política pop. *Comunicar*, (66), 83-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7696994>
28. Ministerio de Sanidad de España. (2005). *Plan Nacional de Preparación y Respuesta ante una Pandemia de Gripe*. <https://www.sanidad.gob.es/ciudadanos/enfLesiones/enfTransmisibles/pandemia/home.htm>



29. Montealverne, C. (2022, 22 de septiembre). *The trust gap: How and why news on digital platforms is viewed more skeptically versus news in general*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/trust-gap-how-and-why-news-digital-platforms-viewed-more-sceptically-versus-news-general>
30. Moreno-Mercado, J. M., García-Marín, J., & Luengo, O. G. (2022, 29 de julio). Vista de conflictos armados y la construcción de narrativas a través de Twitter: El caso de la guerra entre Armenia y Azerbaiyán. *Revista Española de Ciencia Política*, 59, 89-14. <https://doi.org/10.21308/recp.59.04>
31. Nielsen, K., Fletcher, R., Kalogeropoulo, A., & Simon, F. (2020, 27 de octubre). *Communications in the coronavirus crisis: Lessons for the second wave*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/communications-coronavirus-crisis-lessons-second-wave>
32. Organización Mundial de la Salud. (2019). *Un mundo en peligro: Informe anual sobre preparación mundial para las emergencias sanitarias*. Global Preparedness Monitoring Board. <https://cutt.ly/AD26koM>
33. Organización Panamericana de la Salud, Organización Mundial de la Salud. (2009). *Gestión de la comunicación en emergencias y desastres: Guía para equipos de respuesta*. <https://www.paho.org/es/documentos/gestion-informacion-comunicacion-emergencias-desastres-guia-para-equipos-respuesta>
34. Orús, A. (2021, 20 de julio). Distribución por medios de comunicación preferidos para informarse en España. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/874438/medios-de-comunicacion-preferidos-para-informarse-espana/>
35. Paz, C. (2020, 2 de noviembre). All the president's lies about the Coronavirus. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2020/11/trumps-lies-about-coronavirus/608647/>
36. Phillips, A. (2020, 31 de marzo). Everyone and everything Trump has blamed for his coronavirus response. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/03/31/everyone-everything-trump-has-blamed-his-coronavirus-response/>
37. Portero, N. (2020). *Las redes sociales y la COVID-19: Herramientas para la infodemia*. Instituto Español de Estudios Estratégicos. <https://policycommons.net/artifacts/2276236/las-redes-sociales-y-la-covid-19/3036211/>
38. Roubaud, F., & Razafindrakoto, M. (2022, 15 de junio). Quantifying the effects of Bolsonaro's dismal management of the covid-19 pandemic. *The Conversation*. <http://theconversation.com/quantifying-the-effects-of-bolsonaros-dismal-management-of-the-covid-19-pandemic-183388>
39. Saccone, V. (2019, 19 de julio). *Redes sociales e hijocracia: Detalles distópicos de la era Bolsonaro en Brasil*. Yorokobu. <https://www.yorokobu.es/jair-bolsonaro/>
40. Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
41. Salek, T. A., & Cole, A. W. (2019). Donald Trump tweets the 2014 Ebola outbreak: The infectious nature of apocalyptic counterpublic rhetoric and constitution of an exaggerated health crisis. *Communication Quarterly*, 67(1), 21-40. <https://doi.org/10.1080/01463373.2018.1526812>
42. Scarcella, C., Antonelli, L., Orizio, G., Rossmann, C., Ziegler, L., Meyer, L., ... Gelatti, U. (2013). Crisis communication in the area of risk management: The CriCoRM project. *Journal of Public Health Research*, 2(2), e20. <https://doi.org/10.4081/jphr.2013.e20>



43. Scott, D., & Enander, A. (2017). Postpandemic nightmare: A framing analysis of authorities and narcolepsy victims in Swedish press. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 25(2), 91-102. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12127>
44. Simon, T., Goldberg, A., & Adini, B. (2015). Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609-619. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.001>
45. The Washington Post: Inteligencia advirtió a Trump sobre posible pandemia de COVID-19 en enero. (2020, marzo 22). *TRT*. <https://www.trt.net.tr/espanol/mundo/2020/03/22/the-washington-post-inteligencia-advirtio-a-trump-sobre-posible-pandemia-de-covid-19-en-enero-1382812>
46. Tkalac Verčič, A., Verčič, D., & Coombs, W. T. (2019). Convergence of crisis response strategy and source credibility: Who can you trust? *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(1), 28-37. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12229>
47. Van der Weerd, W., Timmermans, D. R., Beaujean, D. J., Oudhoff, J., & van Steenbergen, J. E. (2011). Monitoring the level of government trust, risk perception and intention of the general public to adopt protective measures during the influenza A (H1N1) pandemic in The Netherlands. *BMC Public Health*, 11(1), 575. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-575>
48. Vicario, A. (2021, 29 de septiembre). Bolsonaro ha mentido hasta 4.000 veces en 1.000 días de gobierno. *Nueva Tribuna*. <https://www.nuevatribuna.es/articulo/global/bolsonaro-4000-mentiras-1000-dias-gobierno/20210929123435191441.html>
49. WhatsApp solo permitirá reenviar ciertos mensajes a un chat cada vez para frenar los bulos. (2020, 7 de abril). *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2020-04-07/whatsapp-solo-permitira-reenviar-los-mensajes-a-un-chat-cada-vez.html>