

11 de octubre de 2024

# Medios y empresas unen sus fuerzas contra la desinformación en defensa de la Seguridad Nacional, en la Jornada de UTECA y Dircom

El acto contó con la participación de Pedro Piqueras, Vicente Vallés, Julián Quirós, Francisco Moreno, entre otros, y de Javier Zarzalejos, presidente de la Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior del Parlamento Europeo

Esta mañana se ha celebrado la jornada “Seguridad nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis”, organizada por **la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA)** y **la Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom**. El evento, celebrado en la Oficina del Parlamento Europeo en España, abordó el impacto de las injerencias extranjeras en la Seguridad Nacional a través de campañas de desinformación cuidadosamente orquestadas y prolongadas en el tiempo y qué pueden hacer los medios y las empresas en la lucha contra la desinformación.

## Una llamada a la colaboración en la lucha contra la desinformación

**Eduardo Olano**, presidente de UTECA, y **Miguel López-Quesada**, presidente de Dircom, abrieron el acto en un diálogo moderado por **Pedro Piqueras**. En la introducción, Piqueras se mostró pesimista frente al fenómeno de la información: *“El panorama que se ve en los medios y, sobre todo en las redes, no es muy alentador. Estamos en un momento complicado para la verdad como consecuencia de la abundancia de información, la sobre-información”*



En sus declaraciones, **Olano** se refirió a la intención de la jornada: *“con esta jornada UTECA y DIRCOM queremos concienciar a la sociedad y resaltar el compromiso de los medios de comunicación y las empresas en la lucha contra la desinformación que afecta a la seguridad nacional. Pero esta tarea compete a todos, especialmente a las administraciones públicas. Necesitamos que el Gobierno dote con urgencia de recursos humanos y económicos suficientes a la CNMC para que pueda ejercer con eficacia su labor de supervisión a las grandes tecnológicas y plataformas multinacionales, donde nacen y crecen muchas de esas campañas desinformativas”*.

Por su parte, **López-Quesada** comentó: *“Las organizaciones no solo son víctimas de las campañas de desinformación, sino también agentes cruciales en la lucha contra su propagación. Los dircoms tenemos herramientas y mecanismos para activar la escucha social que es esencial para luchar contra los bulos. La transparencia y la responsabilidad en la comunicación son valores esenciales para construir la confianza de los ciudadanos. El papel de los medios de comunicación es fundamental y el rol de los dircoms y las empresas también es vital en este proceso”*.

### **El papel de los medios en tiempos de desinformación**

La primera mesa titulada **“El papel de los medios en tiempos de desinformación”**, estuvo moderada por **Ramón Salaverría**, catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra y coordinador del Observatorio Iberifier, un proyecto financiado por la Comisión Europea. En esta mesa se debatió sobre cómo los medios pueden contrarrestar las narrativas falsas impulsadas por actores externos que buscan socavar la estabilidad nacional y europea.

Salaverría subrayó que *“los medios de información son un vector mínimo en la desinformación. En la pandemia se estudió que solo un 4% de los bulos partió de un medio y el 96% restante vino de otras fuentes”*.

**Francisco Moreno**, director general de Noticias de Mediaset, señaló: *“Nuestro papel debe ser el de seguir siendo fieles a los principios que dieron origen a los informativos de televisión: recopilar hechos producidos en todo el mundo, seleccionar los más destacados, y contarlos en un determinado orden poniendo como garantía de veracidad y honestidad la marca que sustenta esas intenciones, y la del prescriptor que te las cuenta desde el plató. Eso no debería cambiar, aunque cambie la tecnología. El medio es la marca, y es la credibilidad de esa marca el escudo más potente para distinguir la buena información de la desinformación”*.

Por su parte, **Vicente Vallés**, director de Antena 3 Noticias 2, reclamó una vuelta a los básicos para luchar contra la desinformación: *"En la lucha contra la desinformación hay que volver a los básicos. El oficio del periodista es analizar los datos y ponerlos en contexto. Es el trabajo periodístico de toda la vida"*. Durante su intervención Vallés subrayó el valor de la Unión Europea. *"Siempre digo que el mejor invento político de la humanidad es la democracia y el segundo la Unión Europea, que de un tiempo a esta parte sufre mucho por culpa de las redes sociales que, en inicio, fueron buenas, pero hoy se han convertido en una herramienta contra la democracia"*.

**Julián Quirós**, director de ABC, alertó de las trampas en las que pueden caer los periodistas ante la desinformación: *"Es un error que los profesionales del periodismo caigamos en las trampas que hay fuera y confundamos la desinformación con otras cosas. Si todo lo que te molesta es una fake news, entonces nada es una fake news"*, afirmó. Quirós, coincidió con Vallés en la necesidad de volver a la esencia del trabajo periodístico: *"Necesitamos volver a prestigiarnos, respetar los estándares éticos y deontológicos y poner en cuestión las versiones oficiales. Nuestra función principal, como periodistas, es disentir de las versiones oficiales"*. En relación con el futuro y la incorporación de la IA, el periodista se mostró algo escéptico: *"No acabo de ver la gran revolución del periodismo por la incorporación de la IA. Se aceleran los procesos de investigación y de documentación, pero no los de producción. Eso no acabo de verlo"*.

**Irene Lanzaco** destacó la actual diferencia de responsabilidad legal entre la prensa y las redes sociales (RRSS) en cuanto a la difusión de información. *"Mientras la prensa está regulada y debe rendir cuentas, las RRSS se presentan como plataformas neutrales sin asumir responsabilidad legal por las mentiras y daños que generan"* dijo. La solución que propuso es *"aplicar la misma responsabilidad legal a ambas, especialmente en temas como la difamación o la protección de la intimidad"*, aunque según dijo *"el poder de las grandes tecnológicas dificulta esta regulación"*.

### **La gestión de crisis y el papel de las empresas**

La segunda mesa redonda, bajo el título **"La gestión de crisis frente al reto de las campañas de desinformación"**, fue moderada por **Félix Arteaga**, investigador principal del Real Instituto Elcano. En ella se abordaron las estrategias de comunicación y las dificultades que enfrentan las empresas y organizaciones frente a los ciberataques y las campañas de desprestigio lanzadas desde actores extranjeros.



**Jesús Presa**, director de Comunicación y Marketing de INDRA, subrayó: *"Las campañas de desinformación generalmente no se limitan a la difusión de noticias falsas sino que, casi siempre, el objetivo es la construcción de un relato malintencionado que persigue determinados fines. En este sentido, la tecnología no debe ser el enemigo a batir, sino el aliado que ayude a confirmar la credibilidad de lo que vemos y a generar contenidos más rigurosos, eficientes y transparentes"*.

**Montserrat García**, asesora principal para el AR/VP y el Servicio Europeo de Acción Exterior explicó que el Servicio Europeo enfrenta, al menos, dos crisis importantes de desinformación cada semana, pero también quiso romper una lanza en favor de las RRS. *"En las redes sociales hay muchos expertos, se comparte conocimiento, son una herramienta. Lo que necesitamos es concienciar y formar a los jóvenes sobre su uso"*.

Por su parte, **Javier Zarzalejos**, presidente de la Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior del Parlamento Europeo se refirió a la desinformación como una estrategia dentro de un momento de confrontación. Zarzalejos habló también del incremento del impacto de la desinformación gracias al desarrollo tecnológico: *"Siempre ha habido bulos, pero estamos ante una situación cuantitativa y cualitativamente muy distinta por el propio progreso tecnológico que está añadiendo nuevas herramientas. La tecnología permite un análisis muy detallado y hábil de nuestros propios sesgos psicológicos lo que multiplica el impacto de los bulos"*. Zarzalejos, que considera la desinformación no como un hecho aislado sino como un fenómeno continuo, insistió en la necesidad de una alfabetización mediática y formación. *"La desconexión informativa de la sociedad es cada vez mayor, pero ésta puede ser una antesala para que la propia sociedad busque, cada vez, fuentes más fiables"*.

**Alejandro González**, consejero Técnico del Departamento de Seguridad Nacional, destacó la importancia de que la administración pública ofrezca información precisa y oportuna, *"ya que su falta puede causar grandes perjuicios"*. Además, mencionó algunas buenas prácticas emergentes por parte del Departamento de Seguridad Nacional, ante la amenaza de la desinformación como la implementación de procedimientos de alerta temprana para reaccionar ante su rápida propagación.

El evento concluyó con una llamada a la acción tanto a los medios como a las empresas para seguir colaborando en la lucha contra las campañas de desinformación.



**Sobre UTECA**

*Constituida en 1998, representa y defiende los intereses comunes de las televisiones comerciales en abierto en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Forman parte de UTECA Atresmedia, DKISS, Mediaset, Net TV, Real Madrid TV, TEN, TRECE y VEO TV. Los asociados gestionan 21 canales de Televisión Digital Terrestre.*

**Sobre Dircom**

*Dircom es la asociación profesional que agrupa en España a los directivos de Comunicación, Relaciones Institucionales y Asuntos Corporativos de empresas, instituciones y consultoras de toda España*

*Fundada en 1992, tiene como visión poner en valor la función de la comunicación y del director de comunicación en las organizaciones de tal forma que dicha competencia y sus responsables sean considerados como un área y un directivo estratégicos.*

*En la actualidad, cuenta con más de 1.000 socios y 8 delegaciones en Aragón, Canarias, Castilla y León, Catalunya, Galicia, Comunitat Valenciana y Región Murcia, zona Norte y Andalucía.*

**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**

[mpenedo@uteca.tv](mailto:mpenedo@uteca.tv)

[prensa@uteca.tv](mailto:prensa@uteca.tv)

[91 752 05 79](tel:917520579)

