

“LA LUCHA CONTRA LAS FAKE NEWS PASA NECESARIAMENTE POR LA REGULACIÓN DE LOS SECTORES AUDIOVISUAL, PUBLICITARIO Y MEDIÁTICO”

Bruselas, 8 de junio de 2018

- **Nueve expertos europeos, unidos por el compromiso contra la desinformación, analizan las causas y soluciones de la llamadas *Fake News*, en la sede del Parlamento.**
- **Medios, anunciantes, consumidores y mundo académico han estado representados en esta V Jornada Europea de iCmedia.**

El Parlamento Europeo albergó ayer la V Jornada Europea de la Federación Española de Consumidores y Usuarios de Medios, iCmedia, bajo el título “**Educación y Pensamiento crítico en la era de las Fake News**”.

En pleno debate en torno a las noticias falsas, la desinformación y la alfabetización mediática, nueve expertos de todo el continente participaron en dos mesas redondas, moderadas por la periodista y profesora Loreto Corredoira, de la Universidad Complutense de Madrid. El acto se organizó en colaboración con la Eurodiputada eslovaca Jana Žitňanská.

José Luis Colás, presidente de iCmedia, fue el encargado de enmarcar el acto: “*el entorno digital nos brinda una oportunidad para luchar contra las desigualdades y, en este contexto, la educación y la formación del espíritu crítico juegan un papel fundamental*”.



En la primera parte del debate, la conversación se centró en diversos temas relacionados con menores, desinformación y pensamiento crítico. Abrió el mismo Nicola Frank, representante de la [European Broadcasting Union](http://www.ebu.eu) (EBU), hablando de algunas medidas

recientes de autorregulación del sector para combatir las noticias falsas: apoyar iniciativas que promueven la revisión de hechos, mejorar la transparencia (incluida la transparencia de algoritmos de las grandes plataformas) o impulsar el periodismo de calidad.

Tinna Ros Steinsdottir, representante de [Eurochild](#), explicaba después los todavía pocos proyectos de educación digital -el llamado *Media Literacy*- que hay en las escuelas europeas, resaltando que, sin embargo, *“no son los menores los que necesitan más educación sobre internet, sino los adultos”*. Una postura que también defendió Juliane von Reppert-Bismarck, fundadora y directora de [Lie Detectors](#) y miembro del grupo de expertos de alto nivel sobre noticias falsas de la Comisión Europea: *“Oficialmente, Lie Detectors es un proyecto para formar a los niños, pero llega a mucha más gente. Por ejemplo, en las sesiones en colegios, todos los niños saben qué es el clickbait, no así los profesores o los padres”*.

Carlos Pérez Maestro, de [Media Convergence & Social Media](#) (DG CONNECT / Comisión Europea) fue el encargado de cerrar la primera mesa y lo hizo explicando las medidas puestas en marcha por la Comisión Europea para combatir las llamadas *Fake News*, como la organización de foros donde participen diversos agentes, la publicación en Julio de 2018 de un código europeo de prácticas sobre la desinformación o el establecimiento de una red independiente de verificación de hechos, entre otras medidas recogidas en el [informe](#) publicado por la Comisión.



La segunda parte de la Jornada estuvo enfocada a la lucha por la desinformación en la industria de las noticias y de la publicidad. Comenzaba con bastante sinceridad Carolina Lorenzon, directora de Asuntos internacionales de [Mediaset](#), representando a la industria audiovisual: *“Por supuesto que queremos luchar contra las noticias falsas pero no hay que olvidar que lo hacemos desde un contexto híper competitivo, en el que las plataformas que operan en Internet se enfrentan a una legislación mucho más laxa que nosotros”*.

Elisa Lironi, de [European Citizen Action Service](#) (ECAS), destacó que la actual situación de confusión general con respecto a la información puede convertirse en una oportunidad:

“Puede que sea el momento de frenar un poco la inmediatez de la información que consumimos porque el ritmo que llevamos ahora mismo sólo favorece la confusión. Para mí, una buena plataforma (de información) es aquella que es capaz de transformar la información en conocimiento. Es la única forma de aportar valor”.

Oliver Gray, de [European Interactive Digital Advertising Alliance](#) (EDAA), representó al sector de los anunciantes, aplaudiendo la inclusión de éste en los debates en torno a la desinformación.

Por último, Christophe Leclercq, fundador de [Euractiv](#) y también miembro del grupo de expertos de alto nivel sobre noticias falsas de la Comisión Europea, destacó que “las *fake news* pueden ser una trampa, pero también una oportunidad para mejorar la industria publicitaria (...). La mejor solución para acabar con ellas no es prohibirlas -como pretenden las legislaciones francesa y alemana- sino promover el contenido de calidad.”

Sobre ICMEDIA (www.icmedianet.org): Federación Española de Consumidores y Usuarios de Medios, que trabaja al servicio de:

- Mejorar el contenido audiovisual y la promoción de relaciones positivas entre productores, difusores y usuarios.
- Representar los intereses de los consumidores y usuarios de medios para las administraciones públicas y las entidades privadas en el sector audiovisual.
- Promover la ciudadanía activa en el sector audiovisual y garantiza la protección del público infantil facilitando el acceso a los contenidos con un conocimiento informado.

CONTACTO

María Sánchez Sánchez, Comunicación y proyectos

msanchez@icmedianet.org

Teléfono: 915 34 90 18