



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2024

XV LEGISLATURA

Núm. 255

Pág. 1

PARA LA AUDITORÍA DE LA CALIDAD DEMOCRÁTICA, LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LAS REFORMAS INSTITUCIONALES Y LEGALES

PRESIDENCIA DEL EXCMO. SR. D. ANTIDIO FAGÚNDEZ CAMPO

Sesión núm. 7

celebrada el miércoles 18 de diciembre de 2024

Página

ORDEN DEL DÍA:

Celebración de las siguientes comparencias en relación con la desinformación de los medios audiovisuales (número de expediente 46/000001):

- Del presidente de Clabe (Escolar Ramos). Periodista. Por acuerdo de la Comisión para la auditoría de la calidad democrática, la lucha contra la corrupción y las reformas institucionales y legales. (Número de expediente 219/000218) 2
- Del director de Infolibre (Basteiro). Por acuerdo de la Comisión para la auditoría de la calidad democrática, la lucha contra la corrupción y las reformas institucionales y legales. (Número de expediente 219/000219) 13

Transcripción literal al no ser posible la presencia ni corrección por parte del personal del Departamento de Redacción del *Diario de Sesiones*.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 2

Se abre la sesión a las seis de la tarde.

CELEBRACIÓN DE LAS SIGUIENTES COMPARENCIAS EN RELACIÓN CON LA DESINFORMACIÓN DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (número de expediente 46/000001):

— **DEL PRESIDENTE DE CLABE (ESCOLAR RAMOS). PERIODISTA. POR ACUERDO DE LA COMISIÓN PARA LA AUDITORÍA DE LA CALIDAD DEMOCRÁTICA, LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LAS REFORMAS INSTITUCIONALES Y LEGALES. (Número de expediente 219/000218).**

El señor **PRESIDENTE**: Abrimos una nueva sesión de la Comisión de Calidad Democrática. Y, como saben, durante este periodo de sesiones estamos haciendo una serie de trabajos para luchar contra la desinformación política, la lucha contra los bulos y, sobre todo, la amenaza global que supone esto para la libertad y para la democracia en nuestro país. Y, como no, hoy tenemos a dos nuevos comparecientes, a los cuales les quiero dar la bienvenida.

En primer lugar, nos acompaña con nosotros aquí a mi derecha, don Arsenio Escolar Ramos. Arsenio Escolar viene en condición de presidente del Club Abierto de Editores, CLABE, que, como saben todos ustedes, recientemente hemos cerrado unas jornadas de desinformación en la cual hemos participado todos los grupos políticos, que nos han invitado. Y, bueno, también consideramos importante que pudieran expresarnos sus opiniones a esta comisión que estamos tratando el asunto de la desinformación política. Don Arsenio Escolar es licenciado en Periodismo y en Filología Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid, donde también cursó estudios de Pedagogía.

Empezó su labor profesional como periodista en los seminarios de Tele Radio, Guía del Ocio, El Globo y Cambio 16, posteriormente fue director fundador del Diario 16 de Burgos, redactor jefe del diario El Sol en 1990, subdirector fundador y posteriormente director del diario Claro en 1991, subdirector del diario Cinco Días, subdirector del diario El País y fundador en el 2000 del diario 20 Minutos, del que ha sido director hasta septiembre del pasado. Desde el 2001 interviene como analista político en diferentes programas de radio, televisión, como puede ser la Cadena Ser, Radio Nacional, Telemadrid, Televisión Española, La Sexta, Cuatro y Antena 3, y actualmente es el presidente, como decía antes, del Club Abierto de Editores, CLABE, desde el año 2004. Así que habiendo hecho ya la presentación, le vamos a dar la palabra a nuestro ponente para que pueda hacernos sus reflexiones.

El señor **ARSENIO ESCOLAR RAMOS**: Muchas gracias.

Hay un pequeño error en esa biografía intensa, dejé de ser director del diario 20 Minutos en el año 2017. Me temo que os hemos mandado una versión antigua de mi curriculum, y desde entonces me dedico fundamentalmente, vais a permitirme que hable un poco de mi libro, a una revista de lengua y literatura magnífica que os recomiendo, que se llama «Archiletras». Fin de la pausa publicitaria.

Bien. Buenas tardes. Gracias otra vez por invitarme, y estoy aquí, efectivamente, como presidente del Club Abierto de Editores, CLABE, con «B», les ruego a sus señorías que no lo olviden, y como profesional de la información que lleva ya casi medio siglo en activo. Soy presidente de CLABE desde hace 20 años, he sido elegido en seis procesos electorales consecutivos, el primero en 2004 y el último en 2024 hace apenas dos meses. O sea, estoy en mi sexto mandato de cuatro años como presidente de CLABE.

No les cuento todo esto por presumir, les cuento todo esto para que entiendan que esa posición, no mi trayectoria en los medios, sino mi trayectoria como presidente de la principal asociación empresarial de medios de comunicación, me ha llevado a una primera línea o a una primera fila de todo lo que está ocurriendo en el sector desde hace dos décadas, y hemos intervenido desde CLABE prácticamente en todo lo que ha sido relevante en estos años en nuestro sector.

CLABE es la mayor asociación empresarial de medios de comunicación en España, la mayor en número de empresas asociadas, en concreto tenemos 191 empresas asociadas. Somos una patronal, es decir, somos miembros de CEOE y de CEPYME, somos la única asociación de medios de comunicación que es miembro de CEOE y de CEPYME. Entre nuestras empresas hay algunas muy grandes, hay otras muchas medianas y hay muchísimas pequeñas e incluso muy pequeñas. Esas 191 empresas editan un total de 1300 cabeceras diferentes de todo tipo, somos muy diversos, editan o editamos de todo, diarios, revistas semanales, revistas mensuales, revistas trimestrales, agencias de noticias, medios impresos y medios digitales, medios locales, medios autonómicos, medios nacionales, medios internacionales, medios especializados, medios generalistas, gratuitos, de pago o de suscripción.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 3

¿Por qué les digo todo esto? Para que entiendan la variedad de nuestro tejido social, creo que somos la asociación más heterogénea, más variada y por eso creo que, honestamente, somos la que mejor entiende los cambios en la sociedad digital y en el sistema mediático con la aparición de nuevos actores con los que **(no se entiende lo que dice)** y colaboramos. Nosotros hablamos tanto con las grandes plataformas como con los pequeños editores emergentes, creo que tenemos un conocimiento del sector muy exhaustivo y muy transversal.

Hay también de todo entre las posiciones ideológicas de los asociados de CLABE, desde la izquierda hasta la derecha, desde el centralismo al independentismo. Y esta variedad, esta pluralidad tan representativa de la sociedad española, no impide que muchas de nuestras preocupaciones sean coincidentes, las de los editores asociados en CLABE, la desinformación es hoy una de ellas, una de nuestras principales preocupaciones.

Somos miembros, como les decía, tanto de CEOE como de CEPYME y miembros fundadores de una asociación europea, la *European Independent Media Publishers*, que ha estado muy activa con las instituciones europeas durante la elaboración de la EMFA, de la Ley Europea sobre Libertad de Medios de Comunicación, que, como todos ustedes saben, va a entrar en vigor en España como Reglamento en agosto próximo.

Muchos de los asuntos sobre los que se debate en esta comisión parlamentaria han sido objeto de debate, reflexión y acción durante estos últimos años por parte de la organización que represento. La libertad de prensa, el derecho constitucional de los ciudadanos a recibir una información veraz, la transformación digital, la publicidad institucional, los derechos de autor, la transferencia en los medios, los códigos deontológicos, la lucha contra la desinformación, en fin, todo lo que afecta a nuestro sector es objeto de debate en nuestros órganos estatutarios dentro de CLABE.

La desinformación, como les decía, nos preocupa mucho y nos preocupa desde bastante antes de que fuera objeto de debate público en España. Empezó a preocuparnos bastante en enero de 2017, cuando con la llegada por primera vez de Donald Trump a la Presidencia de los Estados Unidos, uno de sus asesores lanzó el controvertido concepto de los hechos alternativos. Como bien le respondió un periodista a aquellos asesores de Trump, un colega: «Los hechos alternativos no son hechos, son falsedades», y en esa reflexión coincidimos también en CLABE. Las falsedades, las *fake news* y los bulos nos preocupan tanto en CLABE, que en octubre del pasado año, de 2023, es decir, meses antes de que se aprobara en el Parlamento Europeo la EMFA, ya organizamos desde nuestra organización una primera jornada contra la desinformación en la que, además de varios miembros del Gobierno, de expertos académicos y de representantes de medios de comunicación y de las grandes plataformas tecnológicas, intervinieron todos los grupos parlamentarios de esta Cámara, todos, y acudieron todos ellos.

Las intervenciones de aquella primera jornada están recogidas en el libro «Comprometidos con la Verdad», libro que traigo conmigo y que tenemos ejemplares a su disposición para los que lo quieran. Y con ese mismo nombre, el de Comprometidos con la verdad, hemos abierto un sitio en línea, comprometidosconlaverdad.com, donde recogemos todo lo que vamos haciendo en esa materia.

Este pasado octubre organizamos la segunda edición de la jornada, permítanme que les lea algunos párrafos de mi intervención allí. Dije y decía y digo ahora: «Durante mucho tiempo, para los periodistas los hechos han sido sagrados y las opiniones libres. Desde hace unos años las opiniones siguen siendo libres, afortunadamente, pero algunos han decidido que también podían convertir los hechos en libres, rehacerlos, buscarles verdades alternativas, desinformar, mentir. Nada amenaza tanto como ese fenómeno de la desinformación al periodismo y, en consecuencia, a la sociedad en su conjunto, al debate público, a las elecciones y a la salud de la democracia».

Decía también en esa jornada hace apenas dos meses, y lo digo aquí de nuevo: «Nosotros, los editores, vivimos del crédito, de la confianza y de la credibilidad que tenemos ante nuestros lectores, nuestros anunciantes y nuestros proveedores. El nuestro es un negocio basado en la reputación que generamos en el entorno al que se dirigen nuestras publicaciones. Si el fenómeno de la desinformación se sigue extendiendo, como en estos últimos años, su basura acabará salpicando al conjunto del sector. Buena parte del público pensará que todos somos lo mismo, y eso nos preocupa extraordinariamente».

Continuaba diciendo yo en aquella jornada, y lo digo ahora también aquí: «Los bulos, las mentiras, las falsedades, la desinformación han existido siempre, lo nuevo y grave de nuestro tiempo son dos factores. Uno, que la velocidad y la eficacia de expansión de la desinformación se ha multiplicado gracias al mal uso de la tecnología y de las redes sociales. Y dos, que la desinformación consciente, planificada ha comenzado a ser herramienta habitual y frecuente en algunas personas, instituciones y medios que hasta

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 4

ahora no practicaban ese juego sucio. Demasiada gente que teníamos por honorable ha caído en la tentación de la desinformación de modo permanente u ocasional, fijo o discontinuo. Que la mentira y la desinformación hayan pasado a ser consideradas como unas prácticas aceptables o al menos excusables en el primer nivel de la política y del periodismo es una de las peores noticias de nuestro tiempo. Que las opiniones sean libres y también los hechos sean libres y no sagrados es una tristísima y devastadora novedad».

Acabo ya las autocitas: «La desinformación no es un fenómeno pasajero, no es circunstancial, no es coyuntural, se está convirtiendo, en nuestra opinión, en un mal estructural. Ha llegado con la pretensión de quedarse y se quedará y creará una destrucción inimaginable si no actuamos pronto y con contundencia los que, en mi opinión, somos los dos grandes polos afectados y a la vez actores, la política, los políticos y los medios de comunicación. Estos, nosotros, los medios, con autorregulación y con códigos éticos. Y aquellos, ustedes, los políticos, con Normativa que respete escrupulosamente la libertad de pensamiento y la libertad de prensa, la discrepancia, la pluralidad, pero que corte de raíz la libertad injuria, la libertad de mentira, la libertad de hechos alternativos, la libertad de desinformación. Normativa, por cierto, que no debe dejar al margen de la regulación de los derechos y de las obligaciones a las plataformas tecnológicas y a las redes sociales, especialmente a estas últimas, a esos limbos donde impunemente se cometen tropelías sin que nadie pague por ellas. Desde el periodismo, desde la política, desde la academia, desde las plataformas tecnológicas, desde las redes sociales o desde la ciudadanía, preguntémonos qué tenemos que hacer cada uno de nosotros para que este preocupante fenómeno de la desinformación no acabe con la democracia». Hasta ahí las autocitas de la jornada contra la desinformación que celebramos en CLABE hace muy pocas semanas. Sigo ahora.

La desinformación, como decía antes, no es un fenómeno nuevo, a lo largo de la historia la mentira ha sido inutilizada como arma política y social, ha sido la digitalización lo que ha multiplicado su alcance y su eficacia. Las redes sociales y las plataformas digitales, con sus algoritmos que priorizan la viralidad sobre la veracidad, se han convertido en potentes amplificadores de bulos y noticias falsas. La desinformación afecta a la democracia en múltiples niveles, erosiona la confianza en las instituciones al propagar informaciones falsas sobre el funcionamiento del Estado, los partidos políticos o los medios de comunicación, debilita el debate público al **(no se entiende lo que dice)** la sociedad y dificultar la construcción de consensos basados en hechos verificables, amenaza el derecho a la información veraz recogido en el artículo 20 de la Constitución, al dificultar el acceso a la información confiable y plural, condiciona la toma de decisiones e influye en la opinión pública y en los procesos electorales. La inmensa mayoría de los editores de prensa vemos con una enorme preocupación este fenómeno de la desinformación, la credibilidad y la confianza en la ciudadanía son pilares esenciales para el ejercicio, como os decía antes, como les decía antes, de un ejercicio responsable y para la supervivencia de la prensa, tan importante en la democracia.

Para combatir la desinformación los medios de comunicación podemos hacer muchas cosas. Por ejemplo, reforzar los códigos éticos y las buenas prácticas periodísticas, y aquí les voy a dar dos noticias. Una, hace un año CLABE firmó un acuerdo con la FAPE, la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, para nuestra adhesión a la Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo. Y dos, en CLABE estamos elaborando un código deontológico propio por mandato de nuestra junta directiva de hace apenas unos días.

Más cosas que podemos hacer desde los medios, priorizar la verificación de la información y la transparencia en la identificación de las fuentes. Más cosas, adoptar mecanismos de autorregulación rigurosos y que garanticen la calidad y la veracidad de la información difundida. Aún más cosas, colaborar con las plataformas digitales para identificar y eliminar contenidos falsos o engañosos. Y aún más cosas, promover la alfabetización mediática educando a la ciudadanía para que pueda identificar la desinformación y valorar las fuentes confiables.

El Reglamento europeo sobre la libertad de los medios de comunicación, la EMFA, aprobado por el Parlamento Europeo y de próxima aplicación en España y otros Estados miembros, que va a ser, como sus señorías conocen, en agosto del 2025, representa una oportunidad, en nuestra opinión, para fortalecer la libertad, la independencia y la pluralidad de los medios de comunicación. El EMFA propone o La EMFA propone un conjunto de medidas para promover la transparencia en el sector de los medios de comunicación con el objetivo de crear un mercado interior de servicios de medios de comunicación que funcione bien y garantizar la independencia y el pluralismo de los servicios de medios de comunicación.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 5

Este Reglamento establece medidas que consideramos clave para combatir la desinformación. Una de ellas, transparencia en la propiedad de los medios. Una segunda, transparencia en la financiación de los medios. Una tercera, transparencia en la asignación de la publicidad institucional. Una cuarta, transparencia en la medición de audiencias, luego me detendré en algunos de estos puntos. Y una quinta, transparencia en las grandes plataformas en línea.

En definitiva, el EMFA o la EMFA considera que la transparencia en el sector de los medios de comunicación es crucial para garantizar la confianza de la ciudadanía, la competencia justa y la protección de la independencia editorial, CLABE también lo considera así, a algunos de esos puntos les ponemos matices, pero en líneas generales estamos de acuerdo con esos postulados. Creemos también que este es el momento de abrir una reflexión y un debate a fondo sobre los medios públicos para fortalecer su independencia de los poderes políticos de turno, su profesionalización, su papel como garantes de la pluralidad y de la libertad de expresión e información y de fomento del debate público y la participación democrática.

Un aspecto determinante para el buen funcionamiento del sistema de medios es la medición de audiencias, que antes se enumeraba en las recomendaciones que hacía la EMFA. Reformar el sistema de medición de audiencias en España no es solo una cuestión técnica, es una tarea estratégica para la salud de nuestra democracia, ahora verán por qué. Garantizar que las audiencias reales sean visibles, transparentes y confiables es un paso crucial para fortalecer la independencia de los medios, proteger a la ciudadanía de la manipulación y fomentar un entorno mediático donde prevalezca la verdad y la pluralidad.

El sistema de medición de audiencias en España enfrenta un desafío importante, adaptarse a la era digital. A pesar de los avances tecnológicos, seguimos dependiendo de métodos tradicionales que no reflejan con precisión la realidad de los hábitos de consumo mediáticos actuales. Esta deficiencia tiene implicaciones críticas para los medios de comunicación, para la distribución de la inversión publicitaria y, en última instancia, para la credibilidad de los medios y la confianza que depositan en nosotros los ciudadanos.

Sin una medición precisa, confiable, independiente y verificable los datos sesgados o incompletos pueden distorsionar la distribución de la inversión publicitaria, favoreciendo a ciertos actores y dejando a otros sin recursos suficientes para sostener su operación. La falta de información precisa también crea un espacio para la manipulación, algunos poderes públicos pueden caer en la tentación de aprovechar esa opacidad para utilizar la publicidad institucional como herramienta de control premiando a los medios afines y castigando a los críticos. Esto no solo compromete la independencia de los medios, sino que también mina la confianza del público en el ecosistema mediático.

CLABE apoya la EMFA, el EMFA y reconoce su importancia para garantizar la libertad, la pluralidad y la independencia de los medios de comunicación. Nuestra organización ha instado a un debate público abierto y transparente para discutir sobre su implementación en España, y creemos que tiene que hacerse con la participación de grupos políticos, del sector de los medios de comunicación y de otros actores relevantes, como son otras instituciones, los anunciantes y las plataformas digitales.

Entendemos que la autorregulación debe complementarse con medidas regulatorias que emanen del consenso general, del diálogo transparente y sincero entre todos los agentes del sector, asociaciones empresariales de editores y de profesionales de la información, fuerzas políticas y sindicales y el Gobierno, y también con programas de alfabetización mediática, educando a la ciudadanía para que pueda identificar la desinformación y valorar las publicaciones confiables. La colaboración con las universidades y la articulación de programas en las escuelas para que los más jóvenes sepan discernir y manejarse en el nuevo orden mediático informativo es clave para el futuro de las democracias, y déjenme que insista en esto, tenemos también un fuerte problema de falta de educación mediática entre nuestros ciudadanos. Para garantizar que esas medidas resulten efectivas, tenemos que consolidar un marco estable, confiable y transparente. A la hora de implementar el Reglamento europeo creemos fundamental la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación, la protección de la independencia editorial y las medidas que garanticen el pluralismo.

Respecto a la creación de un registro de medios de comunicación como el que ha propuesto el Gobierno de España en el marco de la EMFA, desde CLABE lo vemos en general como una iniciativa positiva, nos parece también razonable que ese registro de medios se pueda radicar en un organismo ya existente como es la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, pero sea ese organismo, la CNMC o sea un organismo de nueva creación el que gestione ese registro de medios, creemos que las

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 6

administraciones deben abrir antes un diálogo con el sector para establecer claramente con qué criterio se va a generar ese registro y qué uso se le va a dar a ese registro.

Hay unas reformas regulatorias pendientes, la evolución de los medios de comunicación en las últimas décadas ha transformado profundamente la manera en que la información es producida, distribuida y consumida y tenemos una legislación que se ha quedado absolutamente obsoleta en muchísimas de estas materias. La evolución de las tecnologías digitales y la expansión de Internet han supuesto un cambio estructural en el sector y ahora las inteligencias artificiales han desbordado los marcos jurídicos tradicionales y nos plantean nuevos desafíos. En ese contexto, se hace urgente y necesaria una adecuación de la legislación española en materia de medios de comunicación para adaptarse a la nueva realidad digital y garantizar un equilibrio entre la libertad informativa, la protección de derechos fundamentales y la lucha contra la desinformación en la sociedad digital. El respeto a los derechos de la propiedad intelectual, la asunción de responsabilidades por parte de los nuevos agentes en la producción y distribución de contenidos e informaciones, el uso de algoritmos para la captación de audiencias son solo ejemplos de usos cuya regulación se tiene que abordar en el nuevo contexto digital.

La lucha contra la desinformación no se limita a regular los contenidos o a educar en alfabetización mediática, también pasa por garantizar que todos los ciudadanos, sin importar donde vivan, tengan acceso a medios de comunicación fiables. Esto es especialmente importante en las zonas menos pobladas, en la conocida como España vacía, donde el acceso a la información puede ser limitado tanto en el formato físico como en el formato digital. En las zonas rurales y despobladas, los ciudadanos enfrentan una brecha informativa significativa debido a la falta de infraestructuras para distribuir prensa impresa y a una conectividad digital insuficiente. Este aislamiento informativo tiene consecuencias graves y es un factor de riesgo ante las maniobras de desestabilización basadas en la desinformación.

Voy acabando ya. En este marco que he repasado, el reciente anuncio del Gobierno de España de un plan de ayudas de 125 millones de euros para fortalecer y digitalizar los medios de comunicación representa una oportunidad para transformar y modernizar el ecosistema mediático. Para que esta inversión, que por cierto, nos parece insuficiente dados los retos que afronta el sector, alcance su máximo impacto, es imprescindible que el diseño y la distribución de estas ayudas sea equitativo y vaya enfocado a cubrir toda la diversidad del panorama mediático español. El grueso de estas ayudas no puede concentrarse, como estamos tristemente acostumbrados a experimentar cuando se trata de inversiones publicitarias, por ejemplo, en el sector público, no puede concentrarse en los grandes grupos mediáticos tradicionales, ya que podría generar un efecto contraproducente al desatender a actores igualmente esenciales para la pluralidad informativa como los medios emergentes y los locales, así como las revistas técnicas y sectoriales. Para garantizar que este plan de ayudas beneficie a todo el ecosistema mediático, proponemos las siguientes medidas concretas:

Uno. Asignación proporcional y segmentada de las ayudas estableciendo categorías específicas para la distribución de las ayudas, destinando porcentajes claros a medios emergentes, a medios locales y a medios sectoriales definiendo criterios objetivos que midan no solo la audiencia o el alcance de cada medio, sino también el impacto social y el valor añadido que proporciona a los ciudadanos.

Dos. Fondos específicos para innovación y sostenibilidad, preservando una parte de las ayudas para fomentar la innovación tecnológica en los medios emergentes y locales, así como en las revistas técnicas. Esto incluiría subvenciones para el desarrollo de plataformas digitales, herramientas de análisis de datos y estrategias de monetización.

Tres. Apoyo a la digitalización de medios pequeños. Los medios con recursos limitados necesitan ayuda para digitalizar sus operaciones, no solo la creación de plataformas *web*, sino la implementación de sistemas de suscripción y estrategias de distribución *online*. No tienen recursos propios para afrontar esos cambios que necesitan, necesitan ayudas.

Cuatro. Incentivos para la colaboración entre medios, promoviendo alianzas entre medios locales emergentes y grandes grupos para compartir recursos, contenidos y estrategias digitales. Esto fortalecería el ecosistema mediático y fomentaría una mayor cohesión informativa.

Cinco y último. Auditoría y transparencia en la distribución de los fondos. Hay que crear un sistema de auditoría que garantice la transparencia en la distribución de esos fondos y asegure que las ayudas llegan, efectivamente, a los actores más necesitados y con mayor impacto potencial, con la participación de todos los agentes del sector y control parlamentario.

Y hasta aquí mi intervención inicial, quedo a disposición de sus señorías para lo que deseen plantearme. Gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 7

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Escolar.

Y abrimos, como siempre, un turno de intervenciones de menor a mayor de todos los diferentes grupos por un tiempo de cinco minutos, empezando por el Grupo Plurinacional Sumar tiene la palabra el señor Valero Morales.

El señor **VALERO MORALES**: Gracias, presidente.

Primero, agradecer al señor Escolar su **(no se entiende lo que dice)** la oportunidad de nuevo de experimentar cierta desinformación parlamentaria. Hoy, por ejemplo, planteaba la señora Gamarra, que el Gobierno había subido 81 veces los impuestos en nuestro país en esta legislatura. Es decir, que estamos acostumbrados a que el tema de la desinformación ya se haya filtrado en todos los ámbitos de la sociedad, también en las instituciones públicas, también en la sede de la soberanía popular.

Yo creo que cuando hablamos de información no hablamos solo de periodismo, hablamos sobre todo de democracia, y la democracia es eso que nos permite tomar decisiones individuales y decisiones colectivas sobre lo que queremos o podemos o debemos hacer, pero eso no se puede hacer en libertad de manera correcta cuando la información que tenemos es falsa o está adulterada. No es casualidad por eso que nuestra Constitución reconozca como algo clave nuestro derecho a la información veraz y la ciudadanía tiene derecho a la verdad, tiene derecho a que no le mientan, a que no le engañen y las administraciones públicas tenemos de una u otra forma que garantizar ese derecho. Por tanto, cuando hablamos de problemas de desinformación, a mi juicio no hablamos solo de tener un mejor o peor periodismo, hablamos de las mismas bases para que nuestra democracia pueda funcionar.

La gente normal y corriente, los ciudadanos tienen derecho a decir lo que quieran y eso es la libertad de expresión. Ahora bien, las empresas que hacen negocio con la información no tienen derecho a vendernos información falsa, al igual que cualquier otra empresa tampoco tiene derecho a vendernos productos falsos. No olvidemos que detrás de cada bulo, lo que es un negocio o un interés espurio, porque al final los bulos no dejan de ser mentiras que nos sorprenden, nos indignan y que, por tanto, **(no se entiende lo que dice)** información que se tiende a compartir, detrás de cada creador de bulos hay un anunciante que le paga dinero por cada clic que se haya hecho en esa noticia falsa, y esto no tiene nada que ver con la libertad de expresión, tiene que ver con regular un negocio para garantizar que sus productos cumplen garantías, como hace cualquier otra industria. Regular los negocios de aquellas empresas, por tanto, que ganan dinero con la información para controlar la difusión de bulos no es coartar, a mi juicio, la libertad de expresión, al igual que poner controles sanitarios a la industria alimentaria no es coartar la libertad de nadie para producir tomates o lo que sea, es asegurar que las cosas se hacen bien y que los consumidores no van a comprar algo que pueda hacerles daño.

La información, por tanto, que nos llega debe ser de calidad para que nuestra democracia pueda funcionar de la mejor manera posible y la salud de nuestra democracia tiene que estar por encima de los beneficios de quienes quieren forrarse a base de contar mentiras porque nuestras vidas importan más que su negocio, y se plantea en esta comisión cómo abordar el problema de la desinformación por el impacto que está teniendo como disolvente de la convivencia.

En otra comparecencia, en la anterior que tuvimos, la señora Marga Ferrer presentó un conjunto de estudios en los que apuntaba que la desinformación va dirigida en mucha mayor medida a sectores conservadores con la pretensión de radicalizarlos. Es decir, la desinformación brinda las condiciones de posibilidad para la polarización política por la radicalización del electorado conservador, y yo creo que ahí la derecha debería cuidarse de no minusvalorar este problema porque es objetivo prioritario de los desinformadores. Una desinformación que, a mi juicio, es una pata sobre la que descansa el proceso descivilizatorio que empuja el internacional reaccionario, un proceso descivilizatorio que consiste en promover una sociedad sin capacidad de empatizar, en el que las personas dejan de reconocer al otro, con ese propósito se difunden discursos de odio, dinamitar los valores e instituciones y derecho internacional que protegen la vida humana y acabar con la interpretación objetiva y la verdad científica, lo hemos visto claramente a resultas de la COVID o de la crisis climática.

Por todo ello, considero fundamental avanzar en la regulación para combatir la desinformación en la línea que plantea la Normativa comunitaria. La Unión Europea reconoce que la desinformación supone una presión sistémica para la propia Unión Europea y, en ese sentido, interviniendo en la regulación de medios, euromedios, plataformas y también cuando las desinformaciones no provienen de medios de comunicación o plataforma, sino de miembros confiables de la comunidad, tal y como advierte la propia Unión Europea, porque en muchos casos se difunde la desinformación desde estos actores.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 8

También hay que regular mejor la publicidad institucional, coincido plenamente con la intervención del señor Escolar, aportando transparencia y favoreciendo que no se engorde más el oligopolio mediático, sino que se fomente la mayor pluralidad mediática, y me gustaría, en ese caso, saber cómo, usted lo ha explicado muy bien, cómo hacer ese reparto de publicidad institucional para que no sea una inyección de dinero público a medios afines, o ni siquiera a medios, a pseudomedios afines que difunden bulo.

Hemos visto, en el caso de la Comunidad de Madrid con Ayuso, en Andalucía con Bonilla o alcaldes del Partido Popular están sosteniendo económicamente a difusores de bulo y discursos de odio como OkDiario y Estado de Alarma, unos pseudomedios que no tendrían capacidad de existir sin estas inyecciones de dinero público. Hasta la Cámara de Cuentas de Andalucía ha reprochado hasta en tres ocasiones al Gobierno andaluz su falta de transparencia sobre sus contratos de publicidad institucional.

Finalmente, también considero, como así se ha expresado, fundamental establecer unos sistemas de medición y control de las audiencias que sean objetivos y transparentes, que contemplen todas las realidades, tenemos esa pretensión y, evidentemente, dejamos claro también que nos parece que está obsoleto el actual sistema y que proporciona unas mediciones distorsionadas.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Valero.

Por el Grupo Parlamentario Vox tiene la palabra el señor Mariscal Zabala.

El señor **MARISCAL ZABALA**: Gracias, presidente.

En primer lugar, agradecer al compareciente el tiempo que nos ha dedicado para hablar del fenómeno de la desinformación bajo su punto de vista, aunque nos ha sorprendido que la mayor parte de su intervención la haya dedicado a pedir más recursos económicos al poder político, sorprende que el periodismo fíe su futuro y su supervivencia al poder político, ese no es el origen del periodismo.

En Vox nos preocupa el fenómeno de la desinformación, sobre todo la desinformación política, porque aspiramos a que los españoles estén bien informados sobre los asuntos políticos para que el día de las elecciones puedan tomar libremente la decisión de votar correctamente al partido que mejor represente sus intereses como individuo y los intereses de España como nación.

Tradicionalmente se ha considerado que los medios de comunicación ayudaban a los ciudadanos a estar bien informados, ya que estos medios de comunicación denunciaban los abusos del poder político, destapaban sus mentiras y su corrupción. Sin embargo, en la actualidad los ciudadanos perciben que la misión de los medios ya no es esa, los ciudadanos perciben que la misión de los medios no es contarnos la realidad, sino contribuir a alimentar la narrativa política de los Gobiernos de los que dependen económicamente. Es decir, los medios también participan en campañas de desinformación, entendiéndose desinformación no solo la publicación de información sesgada con el objetivo de manipular la percepción de los ciudadanos, sino también privarles de información ocultándola.

En este sentido, hace unos días conocimos que el Gobierno de Biden presionó durante las elecciones americanas del año 2020 a medios de comunicación y a plataformas de redes sociales para que ocultaran información sobre diversos delitos que había cometido su hijo. La excusa que utilizó el Gobierno de Biden era que se trataba de una campaña de desinformación procedente de Rusia para alterar los resultados de las elecciones de ese año, después de las elecciones americanas del año 2020 se confirmó que esas informaciones eran correctas, y de aquí surge el dilema. En Vox nos llama la atención que en esta subcomisión de manera habitual se señala a las redes sociales como el lugar donde se origina y se difunde desinformación y, sin embargo, vemos como en realidad la desinformación procede en muchas ocasiones de los gobiernos, de los partidos políticos y desde los medios de comunicación que controlan económicamente.

¿A qué me refiero con esto último? Hace unos días el Gobierno anunció que dará 125 millones de euros a los medios tradicionales para que se digitalicen y tengan más fuerza para, según ellos, combatir los bulos y la desinformación. Pero no solo eso, durante la pandemia el Gobierno también concedió 15 millones de euros a las televisiones como una subvención directa, y a todo esto hay que sumarle la publicidad institucional que reciben los medios de todos los ministerios todos los años.

Un informe del InfoAdex concluye que la Administración pública se ha convertido en España en la principal fuente de financiación de los medios de comunicación, superando la inversión publicitaria privada, y mi pregunta en ese sentido es muy clara. ¿Qué legitimidad tiene este Gobierno, rodeado de casos de corrupción y de mentira, para combatir la desinformación? ¿Qué legitimidad tiene para decidir qué es verdad y qué es mentira? ¿Y qué veracidad pueden transmitir los medios de comunicación que dependen económicamente de este Gobierno?

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 9

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Zabala.

Por el Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra el señor Verdejo Vicente.

El señor **VERDEJO VICENTE**: Muchas gracias, presidente.

Primero, agradecerle al señor Escolar la espera por las horas en las que ha acabado la sesión plenaria de hoy, y también por algo muy importante que creo que resume su presencia hoy aquí, que es la necesidad de profesionales del periodismo que apuesten por la verdad y el compromiso con el combate contra la desinformación, que tanto afecta, desgraciadamente, a nuestra democracia y también desde el trabajo, obviamente, que hacen desde CLABE con dos publicaciones también que son herramientas interesantes y que nos ayudan y nos tienen que ayudar al legislativo a encontrar las teclas necesarias que vengan de los propios medios de comunicación, como al libro al que usted hacía referencia, como también a la declaración en defensa de calidad democrática, que podemos coincidir con muchos de los puntos y que a continuación también desgranaré brevemente.

Para ponernos en contexto en la situación, y decía que era una necesidad estar hoy aquí y hacer estas sesiones porque, por ejemplo, el Foro Económico Mundial ya señalaba para este 2024 que estamos a punto de finalizar, que los dos principales riesgos a nivel mundial eran los fenómenos meteorológicos y la desinformación. Por desgracia, en este país hemos vivido los dos fenómenos y **(no se entiende lo que dice)** sorpresa, son los dos fenómenos que son negados continuamente por la ultraderecha. A lo mejor algo de relación tiene con los orígenes y el desgaste que intentan a la verdad.

Hoy, por ejemplo, quería hacer énfasis en, ustedes analizan muy bien la creación del bulo, cómo se expande el mismo y creo que es interesante conocer este análisis para saber dónde incidir, sobre todo a nivel legislativo. Hoy, esta mañana, y lo hacía también en anteriores sesiones, el ministro Bolaños ha explicado el ciclo del bulo, que es este un pseudomedio, publica un bulo, los medios al servicio de la derecha y la extrema derecha, que perciben, por cierto, alta financiación de las instituciones que gobiernan, lo expanden, los partidos de la derecha y la ultraderecha hacen declaraciones revolcándose en el mismo y **(no se entiende lo que dice)** sorpresa, después se desmiente y aquí nadie pide disculpas.

Y, como decía, ustedes hacen un análisis en profundidad de este ciclo, de este surgimiento, y yo le quería preguntar en este sentido, sobre las herramientas legislativas que cree usted que son necesarias para incidir en ese momento clave entre que un pseudomedio publica y los medios que tienen un mayor alcance cogen esta noticia y, por lo tanto, la expanden de forma muy amplia.

Y también usted ha hecho referencia a varios puntos que creo que son interesantes porque el Gobierno se ha puesto manos a la obra, igual que este grupo, con el plan de regeneración democrática, que usted también ha hecho una breve referencia. Ayer el Consejo de Ministros aprobó el anteproyecto de ley de derecho a la rectificación, que, como decía usted, también necesitaba una actualización, como todo el marco legislativo en este sentido, que viene del año 1984 y que, por lo tanto, la voluntad es facilitar y agilizar ese ejercicio, no solamente en los medios convencionales, sino también en los nuevos canales de comunicación, como son las redes sociales. Es un ejemplo de este paquete legislativo que viene, como decía, de Normativa europea y que por sorpresa de todos o ya no tanto, el Partido Popular apoya en Europa pero aquí lo ataca, será porque aquí se benefician de esos vacíos legales.

Hablaba usted también de varios puntos que creo que es interesante que también nos pueda explicar un poco con más profundidad la alfabetización mediática, por ejemplo, que no está mucho en debate público, pero creo que es muy interesante porque, si me podría resumir cómo ustedes harían esta incorporación de conocimientos, sobre todo en materia de interpretación y valoración de los mismos.

Y otros dos aspectos que creo que son interesantes a reflejar son, como decía, el tema de la oscuridad presente en las redes sociales. Hay una Normativa europea que obliga a estas nuevas redes sociales a poder dar acceso a científicos y a expertos para que puedan evaluar las noticias y lo que allí se publica y que, desgraciadamente, con los nuevos surgimientos y los nuevos propietarios de algunas de las redes sociales no es, pues así como debería ser.

Y acabo, señor presidente, como señalaban ustedes también en su declaración, las soluciones y las respuestas al fenómeno de la desinformación pasa por la colaboración y la cooperación justamente entre las instituciones públicas, el sector privado y también la sociedad civil. Por ello, le quería expresar la voluntad de este grupo para crear sinergias que nos ayuden a tocar las teclas legislativas, ya que estamos en ello y el Gobierno se ha puesto manos a la obra para mitigar los efectos de la desinformación, porque en ese acierto nos va el futuro democrático de nuestro país. Muchas gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 10

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Verdejo.

Por último, para terminar, tiene la palabra por el Grupo Parlamentario Popular la señora Nacarino-Brabo.

La señora **NACARINO-BRABO JIMÉNEZ**: Gracias, presidente. Muchas gracias también al compareciente.

Yo casi hoy quería hacer una reflexión en voz alta sobre algunos temas que me preocupan y sobre los que vengo pensando desde hace algún tiempo, y al compareciente le haré partícipe de esa preocupación, no necesariamente **(no se entiende lo que dice)** responsable de la crítica que voy a hacer aquí.

Cuando la Mesa de esta comisión propuso la puesta en marcha en esta subcomisión para hablar de desinformación me tomé en serio la tarea y, en la medida de lo posible, he intentado traer a esta casa a algunas de las personas que más saben en España sobre desinformación y que más la han estudiado. Con frecuencia, sin embargo, me ha pasado que he tenido la sensación de que esto se convertía más bien en un desfile de periodistas afines de los grupos parlamentarios, alguno incluso creo que con carnet del partido, y eso me ha suscitado algunas dudas sobre la utilidad del trabajo parlamentario que hacemos. Tengo que decir que no solo en esta comisión, yo tengo una experiencia parlamentaria todavía corta, pero creo que las cosas podrían hacerse de otra manera, creo que es urgente una revisión del trabajo que se hace en este Parlamento porque no creo que la forma en la que se trabaja actualmente sea la que sirve de manera más eficiente a los ciudadanos, pero con eso me obligaría a desviarme de esta cuestión y tengo poco tiempo.

Ya les digo que yo he intentado tomarme en serio esto de la desinformación, creo que es un desafío grave para las democracias y creo también que eso contrasta con el tratamiento que le estamos dando en ese Parlamento y con el tratamiento también que le está dando el Gobierno de España.

Hace unos días un juez anuló unas elecciones en Rumania por injerencia rusa, por presunta injerencia rusa. Estamos hablando de un país que es miembro de la Unión Europea, estamos hablando de un país que es miembro de la OTAN, estamos hablando de un país que ha jugado una posición absolutamente clave en la guerra de Ucrania, hace frontera con Ucrania, es una frontera por la que se transportan muchos suministros, ayuda militar al Gobierno de Kiev, por la que también sale el grano que no puede exportar Ucrania de otra manera, tiene unas bases de la OTAN muy importante, tiene un sistema antimisiles de Estados Unidos muy importante, es decir, es una posición absolutamente clave, y de repente se detecta que a través de la compra de bots y de voluntades de influencers nacionales se ha alterado un proceso electoral, de forma que un candidato de ultraderecha prorruso, anti-OTAN, que llevaba en su programa electoral, entre otras cosas, acabar con la ayuda militar a Ucrania, en las últimas semanas de la campaña se dispara en popularidad y pasa de tener un 5% aproximadamente de intención de voto a ganar la primera vuelta de las elecciones. El juez tomó la decisión de anular el proceso electoral, todo el proceso electoral, la segunda vuelta también queda anulada, que está prevista para el domingo siguiente.

Esto es grave, esto es, si hablamos de desinformación, bueno, pues esto es grave. Para una democracia, tomar una decisión tan importante como anular un proceso electoral es muy trascendente. Lo es por muchas razones, entre otras cosas porque nos obliga a hacernos algunas preguntas. Por ejemplo, ¿cómo se cuantifica una injerencia? ¿Cómo se calcula su impacto en un proceso electoral? ¿Dónde fijamos la línea, a partir de cuántos bots? Cómo de diferente habría sido el resultado si no hubiera habido esa mediación. Es evidente que se produce un choque de poderes y de legitimidades, y es evidente también que hay un dilema en que una soberanía nacional se vea intervenida judicialmente porque un país soberano o extranjero esté interviniendo. A mí eso me preocupa y creo que es algo sobre lo que debemos reflexionar, porque además es que creo que la posición de las democracias es, «si **(no se entiende lo que dice)** voy jodida, es que así hagamos lo que hagamos, perdemos», perdemos porque una parte de la ciudadanía va a recibir la anulación del proceso como un atropello democrático, porque se va a alimentar de una cierta manera la desconfianza en el sistema, porque se pone de manifiesto la vulnerabilidad de las democracias y, en último término, porque es posible que el candidato aupado por esa injerencia se vea todavía más favorecido, todavía gane popularidad por el hecho de que se anule el proceso democrático. De hecho, la candidata de centroderecha que quedó segunda en la primera vuelta electoral se mostró contraria a suspender el proceso electoral porque consideraba que era contraproducente. Así que, efectivamente, creo que hay cosas muy importantes de las que tenemos que hablar cuando hablamos de desinformación, pero

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 11

no estoy segura que sean aquellas de las que estamos hablando aquí ni aquellas de las que está tratando el Gobierno.

El ministro de la Presidencia presentó ayer un anteproyecto de Ley Orgánica Reguladora del Derecho a la Rectificación, que es una norma que se enmarca en el previamente publicado Plan de Acción por la Democracia. Por cierto, aprobado sin ningún consenso, el compareciente ha hablado de la importante de los consensos en la toma de decisiones relativas a la regulación de la desinformación.

El titular de la Cadena SER decía lo siguiente: «El Gobierno obligará a los usuarios de redes sociales a rectificar cuando publiquen noticias falsas o inexactas». Dice el señor Bolaños que los ciudadanos tenemos derecho a defendernos de los buleros profesionales. Está todo mal, por varias razones, para empezar por el uso o el abuso que hace el señor Bolaños de la primera persona del plural, no dice «los ciudadanos tenemos derecho». Pero es que el señor Bolaños no es un ciudadano cualquiera, el señor Bolaños es el poder, y lo que está pidiendo no es proteger al ciudadano, es proteger al poder. Nuestro sistema jurídico ya garantiza el derecho al honor, artículo 18 de la Constitución...

El señor **PRESIDENTE**: Tiene que ir terminando, señoría.

La señora **NACARINO-BRABO JIMÉNEZ**: Sí, no se preocupe, termino enseguida. El derecho a la rectificación, ley orgánica de 1984, y reconoce la calumnia como un delito, artículos 205 y 206 del Código Penal, pero es que yo creo que esto va de otra cosa, esto va de crear un organismo dependiente del Gobierno para que decida en qué debates interviene y a qué personas se les obliga a rectificar sus publicaciones, esto va de crear una especie de policía de Twitter al servicio del poder, esto va de ahogar a los usuarios incómodos en un mar de réplicas que diluyan las publicaciones que perjudican al Gobierno. Yo creo que es el primero de posverdad, la verdad y la mentira ya no importan, lo importante es que la gente no sepa distinguir, que desconfíen de todo lo que leen. Decía Richard Rorty: «Cuida la libertad y la verdad se cuidará sola». Yo creo que no estamos cuidando ni la una ni la otra, pero bueno.

Termino ya. Yo quería preguntarle al compareciente, volviendo a la cuestión del consenso, yo también creo que todas estas cosas hay que abordarlas con consenso. Pero claro, es un poco descorazonador cuando uno escucha, por ejemplo, al portavoz de Sumar, (**no se entiende lo que dice**) portavoz de Sumar diciendo que la desinformación la promueve la derecha y tiene como destinatario a la derecha. Claro, cuando tú vives en un mundo en el que la mitad de la población es ignorante o malvada, pues yo creo que no vamos a llegar a ningún lugar bonito. Y luego el portavoz el PSOE también nos citaba el ciclo del bulo del señor Bolaños, el ciclo de bulos del doctor Bolaños, yo no escuchaba un análisis metabólico tan riguroso desde el ciclo de (**no se entiende lo que dice**).

El señor **PRESIDENTE**: Tiene que terminar, señoría.

La señora **NACARINO-BRABO JIMÉNEZ**: Así que, bueno, señor compareciente, ¿cómo conseguimos un consenso para regular todas estas materias? Muchas gracias y Feliz Navidad.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señora Nacarino.

Para terminar y contestar a todos los grupos tiene la palabra el señor Escolar.

El señor **ARSENIO ESCOLAR RAMOS**: Muchas gracias al presidente de la comisión.

Bueno, la verdad es que esperaba alguna pregunta más concreta, y agradezco la (**no se entiende lo que dice**) porque siempre en estos sitios se aprende.

Creo que hemos venido, he venido, y aquí hay parte de la junta directiva de CLABE, que con un absoluto afán de consenso y de aportar desde la experiencia que me dan mis casi 50 años de ejercicio profesional y mis más de 20 años de presidente de la principal patronal del sector de medios de comunicación, a contarles como lo vemos.

Por ir por orden, señor (**no se entiende lo que dice**), si comparto mucho de lo que ha dicho usted y me alegra que en algunas cosas, pues también están ustedes de acuerdo en lo que decimos nosotros.

Quiero insistirles, antes de nada, en algo que he dicho en mi intervención, en CLABE hay medios de todo tipo, desde derecha muy derecha a izquierda muy de izquierda, desde centralismo muy de centralismo hasta independentismo muy independentista. Somos muy transversales y creemos en eso porque este país es así y su prensa también es así. Es decir, (**no se entiende lo que dice**)... Alguien me ha dicho, la portavoz del Partido Popular, «la experiencia en esta comisión es que cada uno de los grupos trae a periodistas afines». Bueno, pues yo no sé si me tendrán por afin alguno de ustedes, cada uno es (**no se**

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 12

entiende lo que dice) de su trayectoria profesional, pero insisto, represento aquí a unos 1300 medios de comunicación de todo tipo, de querencias o mal querencias ideológicas.

Sí quería decir un poco más de lo de la publicidad institucional, que ha salido en varias intervenciones. CLABE, que antes de llamarse CLABE se llamaba Asociación Española de Editores de Publicaciones Periódicas, lleva diciendo a los Gobiernos de turno, y hemos tenido turno de todos los tipos, porque durante 20 años de mi Presidencia hemos tenido en Moncloa a los dos grandes partidos, y en el caso del actual, además, bueno, un Gobierno de coalición. Llevamos diciendo que hay que arreglar eso desde el año 2004, estábamos en el 2005 cuando se hace la ley de publicidad institucional vigente, nosotros ya estábamos allí, yo estuve como presidente de CLABE en el Palacio de la Moncloa diciendo nuestro punto de vista, nada diferente a lo que he dicho hoy aquí, falta transparencia, falta equidad, faltan muchas cosas en la publicidad institucional, y creo que ha llegado el momento de que una vez por todas se afronte.

Decía el señor Mariscal: «La mayor parte de su tiempo ha venido a pedir recursos». No, me temo que lo tenía usted escrito antes de oírme. Aquí hay 21 folios, le he dedicado uno, un folio le he dedicado, de verdad, un folio le he dedicado a la parte, digamos, económica, a lo que hemos pedido, creemos que sí, que somos un sector en plena transformación, e insisto, no hablo para un medio determinado, hablo para el conjunto del sector, porque aquí represento al conjunto del sector. Y sí, tenemos unas enormes necesidades de transformación, la revolución tecnológica, el mundo digital ha cambiado totalmente nuestro mundo, totalmente, y los grandes actores pueden permitirse el lujo, y bien está que así sea, de con sus propios recursos transformarse en los pequeños y medianos que son los que más representamos nosotros, CLABE no puede, o sea, necesitamos eso, igual que nos necesitan muchos otros sectores que son tan relevantes para la vida económica y para la vida social española. El sector de los medios no es un sector cualquiera, somos relevantes para la vida económica, damos mucho empleo, para la vida social, generamos mucha cohesión social y, sobre todo, somos relevantes para el funcionamiento de la democracia, estamos en la Constitución, creo que tenemos todo el derecho del mundo dentro de eso, pues pedir que se nos ayude en esas peticiones o reivindicaciones de ayudas públicas, hay muchos otros sectores y me parece lícito también.

Y una reflexión también en torno a todo lo que tiene que ver con dinero público, en los medios de comunicación nos hartamos y hacemos bien, es decir, transparencia en las adjudicaciones de obra pública, transparencia en los contratos públicos, también lo queremos en lo nuestro. Yo llevo como presidente de CLABE pidiendo que los medios, a declaración voluntaria, digamos cada uno de los responsables de cada uno de los medios anualmente o cuando se disponga qué porcentaje de nuestros ingresos provienen del sector público desde la noche de los tiempos, y lo voy a seguir diciendo y creo que es una buena medida que sea así, porque estamos hablando de dinero público, si estamos hablando de dinero público hay que dar cuenta de ello.

Me decía el portavoz del Grupo Socialista, ¿qué cosas concretas se pueden hacer? Pues hay muchísimas cosas que se pueden hacer, nosotros les vamos a entregar el literal de mi intervención. En esta larga trayectoria como presidente de CLABE yo he estado en esta Cámara, no en una situación como esta, sino en visitas a los grupos parlamentarios de esta legislatura, de la anterior, de la anterior, desde el año 2004, cada vez que han ustedes hecho alguna Normativa que nos afectara, siempre que había en el horizonte una Normativa que nos afectara aquí veníamos, ¿a qué? A contar cómo lo veíamos nosotros. He estado con todo tipo de portavoces de todos los grupos que hay aquí y de grupos que ya ni existen y de grupos que no están aquí y siguen existiendo, y esa misma predisposición y disposición les **(no se entiende lo que dice)** a cualquiera de ustedes. O sea, cualquiera de ustedes que quieran ver cómo lo vemos desde el sector de los medios, desde la asociación empresarial, desde la patronal más grande en número de asociados que hay en España, encantados de contárselo, y de verdad no hay nada ni de... Alguien decía: «Esto es un negocio y hay que regularlo». Pues claro que sí, yo mismo he utilizado esa palabra, claro que sí, no se puede **(no se entiende lo que dice)** alguna de la mercancía de alguno de los editores en un fraude para un consumidor, no puede ser, y nosotros estamos muy en disposición de autocrítica, claro que sí, por favor, les pido a ustedes que también lo hagan, creo que es urgente, creo que es un problema gravísimo el que nos afecta, y nos afecta a los medios de comunicación porque, decía en un momento de mi intervención, «el público va a pensar al final que todos somos iguales», y no, no todos somos iguales, nos va mucho en esto, vivimos del crédito, de la credibilidad los medios, ustedes también debieran pensar que viven de eso, del crédito y de la credibilidad y que es una obligación nuestra, por supuesto, pero también de ustedes de que esto se arregle, de que esto no vaya a peor, porque si va a peor, irá a peor para todos, aunque algunos piensen que en el corto plazo pueden tener alguna ventaja, no es verdad, será peor para todos. Gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 13

— DEL DIRECTOR DE INFOLIBRE (BASTEIRO). POR ACUERDO DE LA COMISIÓN PARA LA AUDITORÍA DE LA CALIDAD DEMOCRÁTICA, LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LAS REFORMAS INSTITUCIONALES Y LEGALES. (Número de expediente 219/000219).

El señor **PRESIDENTE**: Bueno, pues sin más, darle las gracias al señor Escolar por su exposición, gracias a todos.

Hacemos un receso de un minuto para despedir a nuestro compareciente y darle la bienvenida al señor Basteiro, que ya está aquí con nosotros.

Bueno, pues continuamos la comisión, y tenemos a nuestro siguiente compareciente, al cual le quiero dar la bienvenida, se trata de don Daniel Basteiro. Daniel Basteiro es periodista en la actualidad y desde el año 2020 es director del diario infoLibre, donde ha contribuido a la renovación de los contenidos, la tecnología y la estrategia de suscripción del periódico digital.

Antes ha sido miembro del equipo fundador de El Español, donde cubrió asuntos políticos, parlamentarios y de la versión de España del *Huffington Post*. Previamente fue corresponsal en Bruselas para asuntos Europeos y de la OTAN entre el año 2008 y 2012, cubriendo desde los inicios de la crisis financiera hasta los rescates de la zona euro, entre otros asuntos de interés. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, colabora como analista en diferentes programas de tanto televisión como de radio. Así que una vez hecha la presentación, le damos ya la palabra a nuestro compareciente, a don Daniel Basteiro.

El señor **DANIEL BASTEIRO**: Muy bien... Miembros de la comisión por el convite, por la (**no se entiende lo que dice**) atención esta tarde.

Siendo nieto de gallegos, decir que muy muy humildes que lamentablemente conocieron demasiado bien la pobreza, hijo de unos padres que pudieron estudiar gracias a becas y ayudas públicas, es realmente un honor ser citado en una sesión formal del Congreso de los Diputados en esta comisión porque crean que algo les puedo aportar y, sobre todo, para analizar un asunto tan importante, yo creo que para todos, como la desinformación y los medios de comunicación.

Es extraño estar al otro lado, se me hace muy raro hacer yo una exposición y que sean ustedes los que hagan las preguntas, me impone cierto respeto, pero les propongo que esto no sea (**no se entiende lo que dice**) de los tiempos, que no sea una de esas tertulias, de esos zascas cruzados en redes sociales en donde no se sabe quién es el político y quién es el periodista, pocas cosas más importantes que el saber estar cada uno donde le corresponde y he de decir que quizás por no un periodo muy prolongado de tiempo, habida cuenta de que están ustedes muy pronto y seguramente estén cansados de tanta actividad parlamentaria.

También les propongo conversar lejos del partidismo, porque creo que el Parlamento y este Congreso de los Diputados debe hacer leyes para todas y todos aspirando a representar el sentir del momento, sí, pero también buscando cuidar consensos básicos y amplios sobre derechos fundamentales que no estén al albur de mayorías coyunturales y el derecho a, literalmente, comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, que no el derecho a mentir, está consagrado en la Constitución de 1978. Son ustedes, señorías, las llamadas a preservar ese derecho.

La pregunta es muy obvia, ¿supone hoy la desinformación un riesgo especialmente relevante? Es una pregunta pertinente porque de la respuesta dependerá si hay que hacer algo o no. Para mí es un sí claro, la desinformación existe, eso sí, desde siempre, un político que dice lo que no es, un medio que manipula, incluso campañas orquestadas entre políticos y periodistas en torno, por ejemplo, a unas elecciones, nada nuevo bajo el sol tampoco en España.

Pero la desinformación es particularmente relevante hoy, en tanto puede poner en riesgo nuestro sistema democrático, especialmente en momentos de crisis, y está la clave, en esos momentos, en la capacidad de disrupción, cuando un número relevante de ciudadanos pone en riesgo el resultado electoral, como ocurrió en Estados Unidos hace cuatro años, hasta el punto de creer sensato asaltar el Capitolio, que ha sido una necesidad, la democracia está en riesgo, y no por el hecho en sí, que también, sino por la estrategia previa muy trabajada y muy amplia que desemboca en ese hecho. Cuando hay partidos que en España ponen en duda nuestro sistema de recuento de votos o el voto por correo, hay medios importantes que lo difunden, la democracia puede estar en riesgo, cuando deliberadamente noticias falsas que desvían la atención o promueven el descrédito generalizado se imponen, pasan de ser una cuestión de minorías a condicionar el conjunto de un país, la democracia en su conjunto sufre. Sobran ejemplos, en torno al COVID, en torno a la efectividad de las vacunas, algo que potencialmente ponía en riesgo a la

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 14

salud pública, como en torno a la DANA de Valencia, llegándose incluso a hablar de ocultamiento de muertos, algo que puede poner en riesgo la confianza imprescindible en las instituciones en un momento en el que son vitales para salvar vidas y recuperar una cierta normalidad.

¿Por qué es eso hoy particularmente relevante? Lejos ha quedado esa imagen de toda una familia, desde los abuelos a los nietos, reunida ante el televisor como una suerte de mini sociedad frente a un único canal, hoy las audiencias están fragmentadas hasta generar burbujas, las pantallas se multiplican y todos tenemos una en el bolsillo, en realidad en la mano constantemente, recuerden que hay que desconectar, y los emisores también se han multiplicado, con lo que todo es a la carta. La tecnología que permite algo tan bueno como la expansión de la información nunca vista en la historia, también abre la puerta a la manipulación. Los medios de comunicación siguen siendo importantes, sí, pero menos porque han cometido errores y perdido prestigio, al tiempo que emergían nuevas formas de recibir información, a menudo ajenas a casi cualquier control.

Ya tenemos, pues los elementos de la tormenta perfecta, una tecnología habilitante como nunca antes, intereses de potencias extranjeras. Creo que, además, han hablado ustedes en esta comisión del papel de Rusia, pero también de actores domésticos que gracias a esa tecnología pueden abrirse paso como nunca antes. La popularización de redes sociales con más importancia de usuarios que nunca, pero con pocas reglas organizadas a través de audiencias fragmentadas que a veces no hablan entre sí. Y, por último, unos medios de comunicación más débiles por un peso propio decreciente que acusan la precariedad y algunos casos el descrédito, más expuestos que nunca a todos los actores anteriores.

El Digital News Report de 2024, el Instituto Reuters y la Universidad de Oxford, yo creo que ya a estas alturas habrán oído citar varias veces, explica bien las consecuencias, son una sensación de toxicidad que lleva al fenómeno de la aversión a los medios y a las noticias. En España un 44% de los encuestados asegura tener fatiga informativa, un 37% procura evitar noticias de forma habitual, ocho puntos más respecto al año pasado. Entre los menores de 34 años, el porcentaje es siete puntos mayor, España está entre los países con más fatiga informativa, y siete de cada 10 ciudadanos aseguran estar preocupados por los bulos.

Si al principio bromeaba con que hay veces en las que periodistas y políticos se parecen demasiado y eso es un gran problema, también hay medios de comunicación indistinguibles de cualquier otro emisor, sea de información o de desinformación. Les pongo un ejemplo habitual, cuántas veces no hemos hablado con esa amiga o amigo que nos pregunta alarmado por una información que nosotros sabemos que es falsa y qué tiene que ver con la política o con los medios. Y cuando le preguntamos, ¿pero tú eso dónde lo has leído? Y la respuesta es «en WhatsApp», o «me lo ha mandado fulanito», sin tener noción alguna de la fuente, o dicen a secas «en Internet», como hace décadas se hablaba de la televisión o del **(no se entiende lo que dice)**. En ocasiones tan acrítica es la credulidad concreta como potente acaba siendo la incredulidad general, la sensación de que nada significa nada, de que no hay de quién fiarse, y ahí es cuando estamos perdidos todos, los medios, la política y la democracia. Bueno, menudo panorama, ¿no? Yo les diría que, pese a todo, hay motivos para la esperanza, y la esperanza que debe ser algo profunda y hondamente política, se encuentra, además de la confianza en una sociedad democrática como la nuestra, con ya unas décadas de tradición en esta etapa, la esperanza está en este Congreso de los Diputados, sí, se encuentra en ustedes, claro, en quién si no, porque diagnosticado el problema, la pregunta es ¿qué hacer? Y a menudo se escucha aquello de que no hay que hacer nada, que toda intervención es control y que quienes se creen los poderes públicos para interferir en algo sagrado, ya saben, la mejor ley de prensa es la que no existe. Ese planteamiento puede ser bien pensante a veces o ingenuo, casi siempre, pero siempre es una trampa.

Para empezar, porque ya hay leyes y una extensísima jurisprudencia que regulan y la Constitución consagra ese derecho del que antes hemos hablado, leyes sobre el derecho al honor, las injurias, las calumnias, la revelación de secretos, el secreto profesional, el derecho a la rectificación, por no hablar de las licencias de radio y televisión o de las leyes de publicidad institucional que condicionan a todo el sector. En otras palabras, los periodistas defendemos nuestra libertad de expresión, no queremos que nos digan lo que debemos publicar, pero no operamos en el vacío, en todas las democracias hay leyes sobre todo y sobre esto también. La pregunta no es si hay que regular, sino cómo hay que hacerlo, no caigamos en ese mantra neoliberal ya caduco para la economía, de que el mercado se regula solo, o en ese otro sobre el cambio climático, que dice que, bueno, que a lo largo de la historia siempre ha habido variaciones. Vivimos un cambio climático de la información y lo público no puede quedarse al margen, la información es algo demasiado importante como para dejarlo en manos del mercado, que significaría, como siempre,

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 15

dar más poder a los más poderosos, generalmente por encima, cuando no a costa de los intereses del conjunto de la ciudadanía.

Bueno, para que esta intervención no se quede en una reflexión más o menos general, vengo con 10 propuestas concretas que he sintetizado en un documento que pondré a disposición del señor presidente o que les enviaré gustoso si tienen interés. Son propuestas que creo yo mejorarían el ecosistema mediático y el debate público, independientemente de que cualquiera de los partidos aquí representados, para disgusto evidente de todos los demás, tuviera mayoría absoluta y, por tanto, amplias posibilidades de arrimar el ascua a sus sardina.

Uno. Blindar y completar el Reglamento europeo sobre la libertad de medios de comunicación. Yo creo que no puede ser que un consenso europeo sobre reglas muy básicas que reúne a partidos, instituciones, latitudes tan diferentes, se convierta en un juguete más de la lucha partidista, aunque lo impulse el Gobierno, o si prefieren, incluso aunque el Gobierno tuviera la intención de instrumentalizarlo. Lo que aporta este Reglamento es sobre todo más transparencia sobre la propiedad real y última de los medios de comunicación. ¿Cómo es posible que un ciudadano curioso no tenga acceso en un par de clics a esa información y deba emprender sus propias pesquisas *online* o incluso acceder al registro para conocerla? Lo mismo con la publicidad institucional. ¿Cómo es posible que aún hoy no sepamos cuánto dinero recibe cada medio de administraciones o empresas públicas? ¿Qué liberal podría oponerse a la transparencia? El Reglamento es de obligado cumplimiento, ya está en vigor, y en agosto todo su contenido será de aplicación, será importante, pero es esencial creérselo, respetarlo y completarlo en cada país miembro.

Segunda. Cambio en la medición de las audiencias. La actual medición de las audiencias y en especial su peso determinante en el acceso a la publicidad institucional no tiene ningún sentido, y lo primero es tener un mapa realista de lo que hay. El actual modelo favorece a los medios capaces de generar clics por cualquier vía, aunque sea a través de contenidos falsos o de otros ciertos, pero que no son leídos por los usuarios, a los que se atrae a través de engaños y que cierran de inmediato esa pestaña cuando se dan cuenta, ¿no? En medios que falsean su apuesta a través de la indexación sin límites o la integración de contenidos que nada tienen que ver con la naturaleza de un medio de comunicación. Y es eso lo que decía antes, es decir, esto se aplica a cualquier medio del espectro, y medidas como las que les planteo yo creo que serían positivas para todos. Esto perjudica a los medios independientes de menor tamaño o audiencia que, aunque tengan lectores, nunca llegan al corte de la publicidad institucional. También perjudica a aquellos que apuestan por la suscripción o que son locales. Es imprescindible elaborar criterios objetivos, pero no solamente cuantitativos, no meramente cuantitativos.

Hay que equilibrar la balanza cuando hay medios que presumen de millones y millones de visitantes, en ocasiones más que cabeceras de las más leídas y prestigiosas de países muchísimo más grandes que el nuestro, pero son difícilmente identificables en una encuesta de pregunta espontánea o apenas tienen seguidores en redes sociales, yo creo que es evidente que algo falla y son esos medios los que se benefician del grueso de la publicidad institucional. Ya le avanzo que no vengo aquí a pedir ningún tipo de subvención ni de fondo, y estoy encantado, si así lo desean, de especificar la publicidad institucional que recibe infoLibre. Yo creo que la audiencia tiene que seguir contando, pero hay que poner coto al negocio de diseñar trampas para inflarla con el objetivo de recibir dinero que es de todos.

Tres. Criterios de exclusión y sistema de puntuación en el acceso a la publicidad institucional. ¿Tiene sentido que un medio condenado por mentir o por delitos relacionados con la información o la desinformación, reciba dinero público para seguir haciéndolo? ¿Tiene sentido que un medio si una relación de trabajadores pública o conocida reciba dinero público? ¿Tiene sentido que medios de comunicación de cierta entidad, ya sea en su organigrama directivo, en su redacción o tipo de gestión, estén al margen de las normas sobre paridad que ya aplican en algunas empresas e instituciones públicas? Más allá de la definición de medio de comunicación, que está ampliamente esbozada en el Reglamento europeo, cabe preguntarse si el dinero de todos debe ir a medios con severos reproches judiciales que no aplican la mínima transparencia o que atentan sistemáticamente contra valores fundamentales de la democracia española. Y con esto no quiero decir que un Gobierno prohíba un medio, a un pseudomedio incluso o a una *web* publicar el contenido que desee con arreglo a la legislación en vigor hoy sobre libertad de expresión, faltaría más, pero subvencionar la mentira no parece que deba ser el objetivo de las administraciones públicas. Del mismo modo, un sistema de puntos podría priorizar en determinados aspectos aquellos medios que sí incorporen características o valores básicos definidos previa y adecuadamente desde la igualdad a la diversidad, por ejemplo.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 16

Cuatro. Protección de los modelos de suscripción. Las y los suscriptores son ciudadanía comprometida y organizada y generalmente un indicador de calidad. Nadie financia un medio de comunicación para que le mientan a sabiendas, desde luego, o para que le decepcione con trampas tecnológicas. Un número elevado de suscriptores de verdad que paguen da libertad al medio, ya que lo hace menos dependiente de otros intereses institucionales o privados, sin cuyo apoyo se compromete la viabilidad. La suscripción debe ser un criterio más en la publicidad institucional, de modo que se premie a los modelos que apuestan por la independencia y la resiliencia frente a condicionamientos ajenos a la naturaleza de su producto informativo o las personas que lo sostienen.

Cinco. Transparencias y límites a la inteligencia artificial. Es una realidad imparable, pero es imprescindible preservar medios de comunicación hechos por periodistas que aclaren exactamente si ofrecen contenido hecho por inteligencia artificial, en qué medida y con qué supervisión. De nuevo, no debería subvencionarse con dinero público medios hechos por máquinas en el porcentaje que **(no se entiende lo que dice)**.

Seis. Defensa de los periodistas frente al llamado «*lawfare*». La revelación de secretos, un delito que puede comportar hasta cinco años de cárcel, se utilizaba a menudo por empresas o políticos como una vía para amedrentar a los periodistas en su ejercicio profesional. Nosotros mismos en infoLibre lo sabemos bien, no hemos sido condenados jamás, pero sabemos lo que es tener que defenderse en procesos judiciales que desgastan a los redactores y preocupan a sus familias. En ocasiones no se busca ganar el caso judicial, sino simplemente iniciarlo, obligar al medio y al periodista a invertir tiempo y dinero en su defensa y que en un futuro, bueno, pues se piense dos veces si merece la pena informar sobre alguien poderoso y con recursos. Los medios pequeños sufren especialmente los conocidos como SLAPP o pleitos estratégicos contra la participación pública por delitos como revelación de secretos u otros muchos. Es un debate europeo, pero debe ser también español e incluir modificaciones yo creo en la instrucción judicial, de modo que se proteja tanto los derechos de los demandantes, evidentemente, como el libre ejercicio del periodismo.

Siete. Transparencias de los altos cargos de los medios de comunicación y límite a los conflictos de interés. En algunas tertulias de máxima audiencia los que son presentados como periodistas o analistas, así a secas, son además empleados de *lobbies* o consultores que trabajan sobre asuntos o para clientes sobre los que después opinan delante del micrófono. En vez de expresar una opinión independiente, sea la que sea, alimentan su propio negocio y su propio conflicto de interés sin que el espectador lo sepa. Los directivos de medios de comunicación, presentadores de los principales espacios o analistas de los programas de máxima relevancia deberían presentar, hacer pública una declaración de intereses para que al menos el ciudadano pueda valorar si hay algún conflicto o si en realidad su trabajo es el que dice ser.

Ocho. Plataformas bajo control democrático más estricto. Dábamós la noticia en infoLibre hace tres meses, las plataformas *online* se niegan a retirar el 70% de los contenidos racistas reportados por el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia. Las grandes plataformas tecnológicas, las redes sociales disponen de códigos de conducta, es cierto, de reglas internas que de momento son absolutamente insuficientes, especialmente en la prevención de los delitos de odio o la protección de las minorías. Saben que en Australia se va a prohibir el uso de redes sociales a los menores de 16 años y aunque no existan varitas mágicas, y quizás esta tampoco lo sea, hay estudios que alertan del riesgo de redes sociales sin educación en casa o en la escuela y de los retrocesos que pueden provocar en las generaciones más jóvenes, que son, por cierto, aquellas generaciones que en distintas encuestas aparecen como las más proclives a discursos extremistas o incluso a la defensa de regímenes autoritarios. Eso debería, yo creo, preocuparles especialmente a ustedes. No tiene sentido promover cambios en los medios de comunicación que se sumen a las salvaguardas que ya operan en el mundo analógico sin hacer mayores exigencias a las redes y plataformas que se rigen por algoritmos opacos con propiedad de empresas o países extranjeros y que en algunas ocasiones presumen de falta de neutralidad o partidismo, y todos conocemos el caso de Elon Musk y «X».

Nueve. Impulsar la autorregulación. Yo creo que no es función de los Gobiernos o de los parlamentos decir que es verdad o que es mentira ni actuar como verificadores de los medios de comunicación y los periodistas, y más de uno lo ha intentado, también de distinto signo en el pasado. Creo que sí es necesaria una autorregulación en el sector de los medios de comunicación que cree organismos que velen por el buen hacer y más especialmente que reprueben a los que lo hacen mal. Aunque se trate únicamente de una sanción reputacional o de prestigio en las diferentes asociaciones y colegios profesionales, yo creo que no son suficientes, debería crearse una suerte de consejo de medios que no estuviera controlado por

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 17

las empresas, y esto es importante, sino por profesionales procedentes de la **(no se entiende lo que dice)** mediática de España que pudiera, como digo, emitir recomendaciones, reprobaciones que contasen con la suficiente publicidad y, por ejemplo, que fuera un elemento a tener en cuenta de cara al apoyo público a los medios de comunicación del que antes hablábamos o incluso de la acreditación como periodistas ante las instituciones.

Diez y último. Alfabetización mediática y digital. Es imprescindible mejorar la educación en los niveles más básicos sobre el uso de las nuevas tecnologías, la detección de noticias falsas o la identificación de fuentes fiables. Esto en realidad es un poco una derrota de los medios de comunicación, pero la educación tiene que ocuparse como de todo lo demás también de este aspecto. Parece obvio que en un mundo cada vez más tecnológico y con cada vez más riesgos, esa cuestión no debe quedar al margen de los planes de estudios. ¿Por qué no una asignatura o un buen número de unidades didácticas sobre la alfabetización digital? Habiendo dejado esta propuesta para el final, en realidad puede ser la más importante.

Decía Marisa Paredes en su histórico discurso de «No a la guerra» en los Goya: «No hay que tener miedo a la cultura ni al entretenimiento ni a la libertad de expresión ni mucho menos a la sátira y al humor, hay que tener miedo a la ignorancia y al dogmatismo». Hago más sus palabras. Les deseo muchísima suerte, será la de todos, aciertos, porque la información necesita lo público y lo público necesita buena información. Muchas gracias.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Basteiro.

Hacemos el turno de rondas de los grupos, empezando por el Grupo Plurinacional Sumar y tiene la palabra la señora Pin Ferrando.

La señora **PIN FERRANDO**: Muy bien. Primero agradecerle la comparecencia y la explicación.

He de decir que yo le plantearé preguntas, no haré ninguna reflexión sobre lo que ha hecho, creo que aquí con todos compartimos la preocupación. Es verdad que sí que creo que la cuestión de la desinformación enfoca o genera el peligro que comentaba usted de la deslegitimación de las instituciones democráticas, de esa pérdida de legitimidad. Creo que hay una cuestión como más profunda, que es lo que algún periodista ha llamado La guerra epistémica, una cuestión casi, no sé si decirle ontológica, pero de cómo vemos el mundo y, por lo tanto, como esa guerra epistémica incluso lo que hace es imposibilitar el diálogo, la búsqueda de consensos o la posibilidad de tener un buen, cuando se hace política y pensando desde aquí, hay que tener un buen diagnóstico de la realidad para poder tener mejores herramientas para intervenir en ella, y en esa guerra epistémica que supone la desinformación muchas veces lo que se imposibilita es tener un diagnóstico compartido.

Pero me voy a centrar en las propuestas que hacía respecto a qué se puede hacer, porque no hay que caer, efectivamente, en el desánimo, y aquí tenía algunas dudas, una es respecto a las propuestas que ha expuesto. ¿Qué obstáculos le ve para poder aplicarlas dentro del ámbito periodístico? O sea, yo puedo ver qué obstáculos hay dentro del ámbito político, ¿pero qué obstáculos? Porque son medidas que requieren de un amplio concepto dentro del sector. Esa sería una.

También, como ha mencionado la autorregulación y demás, sí que me gustaría conocer su opinión sobre las plataformas de verificación. De hecho, supongo que conoce mejor que yo la controversia que hay respecto a las plataformas de verificación y cómo esta verificación lo que acaba haciendo generalmente es contribuir al ruido que ha generado esa desinformación. En relación también a la autorregulación, como muchas de las tácticas de la desinformación lo que hacen no es mentir directamente, sino que lo que hacen es coger una parte de verdad, un hecho, manipularlo, las conexiones cambian y demás, ¿cómo trabajamos en esa autorregulación? ¿Desde dónde tendría que venir?

Y la última, que usted ha ido mencionando las redes sociales y las plataformas. Muy de acuerdo con la **(no se entiende lo que dice)** sobre los contenidos generados con inteligencia artificial, pero sí que aquí es una pregunta en respuesta también a lo que desea usted. Sí que me falta a qué concierne a la transparencia y la democratización de las infraestructuras tecnológicas en las que se distribuye la información. Quiero decir, ahora mismo mucha de la información se distribuye en plataformas que están construidas con tecnología privativa sobre la cual no conocemos su arquitectura tecnológica, ya no es solo una transparencia en los algoritmos, sino es una transparencia también en cómo está programado ese código, que también al final responde a unos intereses concretos de unas indicaciones concretas. Entonces, esa democratización de las estructuras tecnológicas a partir de las cuales se difunde la información también, bueno, quería saber qué opinión me decía. Y respecto a la publicidad institucional, la otra pregunta que tengo en relación también a lo que comentaba el anterior compareciente, yo entiendo

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 18

la importancia de la publicidad institucional, pero también el anterior compareciente insistía o yo creo que ha enfatizado la necesidad de conocer la procedencia de los ingresos de los diferentes medios de comunicación y, bueno, sobre eso también desde una perspectiva de un **(no se entiende lo que dice)** perdido, por decirlo de alguna manera. Bueno, estas serían las preguntas, las que me pueda responder y las que no, pues.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señora Pin.

Tiene la palabra por el Grupo **(no se entiende lo que dice)** Vox el señor Mariscal Zabala.

El señor **MARISCAL ZABALA**: Gracias, presidente.

En primer lugar, agradecer al compareciente su tiempo para analizar el fenómeno de la desinformación y también las propuestas que nos ha traído para combatir precisamente ese fenómeno.

En Vox nos llama la atención que en esta subcomisión, cuando se habla del fenómeno de la desinformación, se pone el foco sobre los ciudadanos que utilizan redes sociales y nunca sobre los políticos o los periodistas, como si estos últimos tuviesen *per se* el título de ser guardianes de la verdad. Y vemos con preocupación cómo bajo ese título autoconcedido, los políticos están tratando de legislar para limitar un derecho fundamental de los ciudadanos como es el derecho a la libertad de expresión, bajo la excusa de querer combatir la desinformación y lo que denominan discursos de odio.

Ya empieza a escucharse por parte de algunos locutores de radio y también por parte de políticos, la idea de expulsar del debate público y de las redes sociales a las personas que, según ellos, difunden supuestamente desinformación, discursos de odio, negacionismo. Pero no solo eso, el Gobierno habla abiertamente de vigilar a los ciudadanos en función de las informaciones que publiquen en sus redes sociales. También hemos escuchado al Gobierno decir que quiere crear un registro de medios de comunicación o hemos escuchado al fiscal de la Sala de la Unidad de Delitos de Odio de la Fiscalía General del Estado decir que los ciudadanos que, según él, realicen discursos de odio deben ser expulsados de las redes sociales como si se tratase de una orden de alejamiento virtual. ¿Pero qué ocurre cuando el presidente del Gobierno miente? ¿Qué es lo que ocurre cuando los tertulianos en un programa de televisión mienten? ¿Qué es lo que ocurre cuando un periodista falsea la realidad con un titular? ¿O qué es lo que ocurre cuando un político difunde odio contra su oponente político? ¿Por qué ellos nunca tienen consecuencias y sí los ciudadanos? ¿Quién está más cerca de la realidad? ¿Los políticos y periodistas o los ciudadanos?

Diversos estudios confirman que cada vez más ciudadanos están dejando de consumir los medios tradicionales porque perciben que no les cuentan la realidad, sino las narrativas del poder político. Esto lo pudimos comprobar recientemente en Valencia. Los ciudadanos conocimos el alcance de la tragedia gracias a los testimonios que los vecinos de los municipios afectados subían a sus redes sociales, mientras tanto los medios se centraban en trasladar los mensajes políticos del Gobierno valenciano y del Gobierno nacional y el conflicto que ambos tenían, amplificando sus narrativas políticas y sus declaraciones.

Hoy, gracias a las redes sociales, los españoles que no vivimos en Valencia sabemos que todavía en Paiporta y en Catarroja y en otros puntos hay garajes y túneles que aún continúan inundados, coches abandonados y cientos de familias que aún no han podido regresar a sus casas. Y este es un ejemplo reciente, pero voy a poner un ejemplo más lejano, fue el que pudimos ver durante la pandemia. La narrativa de los medios de comunicación fue similar a la narrativa del Gobierno, antes del 8 de marzo de 2020 no había nada de qué preocuparse, y después del 8 de marzo los medios justificaron todas las decisiones arbitrarias del Gobierno, decisiones que eran a veces ridículas o inconstitucionales, como el no poder dar un paseo por el campo de los parques o aquella campaña feroz de los medios, especialmente de la televisión, de señalar y demonizar a los ciudadanos que no querían vacunarse. En la actualidad, el Gobierno pone el foco sobre los ciudadanos como mentirosos o buleros, y son precisamente los ciudadanos los que están más en contacto con la realidad. Y mi pregunta es muy clara, ¿qué legitimidad tienen los partidos que sostienen el Gobierno actual para legislar contra la desinformación, los bulos y las mentiras? Porque todos sabemos que este Gobierno está en este momento sumergido en un mar de mentiras y de corrupción.

En cuanto a su intervención, una de las propuestas que realizaba era la de realizar ese registro de medios que el Gobierno ya también ha anunciado, y me gustaría saber ¿qué pasaría con los medios de comunicación que formarían parte de ese registro cuando publican noticias falsas? Por poner un ejemplo de la historia del periodismo, en democracia después de los atentados del 11 de marzo de 2004, la

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 19

Cadena Ser al día siguiente decía que en los trenes se habían inmolado personas con un Corán y con tres capas de calzoncillo, y luego se supo que no fue así, que eso no ocurrió, una información que fue muy sensible y que afectó a las elecciones que se realizaban unos días después. Y, bueno, pues en ese caso ¿qué hubiese ocurrido con la Cadena Ser? ¿Dejaría de estar en este registro?

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Zabala.

Por el Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra la señora Fernández Benéitez.

La señora **FERNÁNDEZ BENÉITEZ**: Gracias, presidente. Bienvenido, señor Basteiro.

En primer lugar, quería darle las gracias por su explicación y por su participación en esta comisión, porque contribuye usted a uno de los debates más determinantes de nuestro tiempo, que no son más que qué es la verdad, qué es la información y, en consecuencia, pues qué es también la mentira, la desinformación o los bulos. Sin duda, se trata de debates cuanto menos curiosos en el siglo XXI, dado que son cuestiones que se han abordado en profundidad a lo largo de toda la historia de la humanidad desde multitud de perspectivas, filosófica, periodística, etcétera.

Como se desprende de su discurso, nos enfrentamos a un desbordamiento de las categorías informativas tradicionales, la sobreabundancia de espacios informativos pseudomedios, el uso de redes sociales para la amplificación de según qué contenidos hacen que el derecho a la información que tenemos todos los ciudadanos y ciudadanas se vea gravemente afectados en muchas ocasiones. Vuelve a decir también que los espacios de difusión, generalmente redes sociales, ya se ha comentado aquí, no son imparciales, sino que funcionan gracias a algoritmos que marcan las reglas del juego actuando bajo criterios que en ningún caso priorizan el ya nombrado derecho a la información. En definitiva, nos alejan de los valores que sostienen cualquier democracia liberal.

Fíjese, valoro especialmente entre sus 10 propuestas concretas que ha tenido usted la amabilidad de traer aquí, la propuesta en relación a la transparencia y la publicidad institucional, que en ocasiones es empleada para condicionar la opinión pública en favor de intereses alejados del derecho a la información que tienen los ciudadanos y ciudadanas regidas por estas instituciones públicas, y aquí hablo como diputada leonesa, como diputada por la provincia de León. A mí personalmente siempre me ha costado mucho entender por qué la Junta de Castilla y León financia medios como EDATV u OkDiario con los presupuestos de la comunidad autónoma. En mi opinión, estas son prácticas corruptas.

Mire, me surge una primera cuestión que tiene que ver con la información en medios digitales, y es que usted ha sido precursor de este tipo de medios, y me gustaría que aportara luz sobre ¿cómo se puede hacer buen periodismo a través de estos medios digitales? Quisiera conocer su opinión sobre la diferenciación que estos medios mantienen con los medios de prensa escrita tradicionales, por ejemplo, características concretas como es el *scroll* infinito, la posibilidad de publicar información de manera inmediata, ¿cómo se relaciona esto con el periodismo y cómo se compatibilizan los modelos actuales o los modelos digitales con la prensa escrita tradicional que todos y todas conocemos? Evidentemente, el debate al que asistimos hoy aquí es un debate que ya se aborda desde muchos prismas y entre ellos es el debate político, y quien ha tomado la delantera es la Unión Europea, ya se ha comentado tanto por parte de usted como de otros ponentes el valor que tiene el Reglamento europeo sobre la libertad de medios de comunicación, y en este sentido me gustaría que ahondara usted en la primera propuesta que ha planteado, la primera gran idea que ha traído usted aquí, y es que me gustaría saber qué opinión tiene usted o qué plantearía usted al respecto de crear o de trabajar a través de un órgano coordinado participado también, por supuesto, por las instituciones y los medios de comunicación para abordar la cuestión de la desinformación, qué es información veraz, qué información debe responder a según qué estándares, etcétera. Me gustaría que ahondara usted, por tanto, en esa primera propuesta que nos ha traído usted aquí.

Y en esta misma línea quisiera preguntarle también por un anteproyecto de ley que ha suscitado cierta controversia en la intervención de su señoría la diputada Nacarino, me estoy refiriendo al anteproyecto de ley que modifica el derecho a la rectificación, de modo que medios de comunicación, medios digitales y plataformas en línea o servicios equivalentes dedicados a la difusión de información, pues deberán habilitar un canal para ejercer este tipo de derecho. Es decir, es un derecho que no quedaría circunscrito exclusivamente a medios de comunicación, sino que se ampliaría también a otro tipo de agentes, por así decirlo, que participan de algún modo del espacio público. Y citaba a la señora Nacarino, porque me parece que la primera parte de su intervención ha sido brillante, ella ha hablado de cómo este tipo de actores han supuesto una injerencia tan grave en Rumanía que ha llevado a la supresión de un proceso

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 20

electoral. Sin embargo, ella después era muy crítica con respecto a este anteproyecto y, bueno, yo creo que es una enorme oportunidad, **(no se entiende lo que dice)** un anteproyecto, no es una imposición del Gobierno en ningún caso, sino que creo que es una enorme oportunidad para que todos los agentes sociales, medios de comunicación, partidos políticos, etcétera, a través de esta Cámara, a través del proceso de enmiendas, a través de la participación democrática podamos llegar a un acuerdo sobre cómo este tipo de agentes extrainformativos, por decirlo de algún modo, condicionan la calidad de nuestras democracias. Por mi parte, nada más. Muchísimas gracias de nuevo y encantada de haber podido preguntarle en esta comisión. Gracias.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señora Benéitez.

Para finalizar, por el Grupo Popular tiene la palabra el señor de Rosa Torner.

El señor **DE ROSA TORNER**: Muchísimas gracias, señor presidente. Señor Basteiro, le agradezco su comparecencia en esta comisión, así como su interesante intervención con 10 propuestas que le agradecería su remisión al Grupo Popular para que las analizáramos y pudiéramos efectuar propuestas en positivo, porque me han parecido francamente interesantes. Sin duda, sus colaboraciones con medio tanto de prensa escrita como de radio, televisivos tan importantes como La Voz de Galicia, 20 Minutos, Público, la cadena Sexta, la **(no se entiende lo que dice)**, El Español y su actual condición de director de infoLibre le hacen conocedor de la problemática que están padeciendo nuestras democracias liberales por el acoso del populismo radical en ambos extremos.

Usted, sin duda, tiene clara una clara visión europeísta debido a sus estudios en la Universidad de Bergen y haber sido corresponsal en Bruselas para distintos medios, y coincidirá que hemos llegado a un punto de peligro que Hannah Arendt consideraba la aventura como contraproducente. En este punto en que la mentira comienza a hacer daño, como podemos comprobar en las injerencias que se están produciendo en distintos procesos electorales, como le ha mencionado mi compañera Aurora Nacarino, el último en Rumanía. Por eso, al Grupo Popular nos gustaría que nos aclarara si considera que la Unión Europea y sus Estados tienen la necesidad de actuar en defensa de la democracia.

Usted ha propuesto, ya hemos dicho, 10 actuaciones. La primera es ese Reglamento europeo que dice que es necesario, ¿pero usted cree que es suficiente única y exclusivamente este Reglamento europeo o debe dar la Unión Europea un paso más allá en la protección de las democracias liberales, que es la base del catado de la Unión Europea? **(No se entiende lo que dice)** me dice que usted opina igual que el Grupo Popular, al considerar que la difusión masiva de mentiras nos debe preocupar cada día más y actuar de forma contundente, como le he dicho. ¿Cree y considera que limitar la publicidad debe ser o una actuación sin más o debe estar en manos de la justicia? Creo que es la justicia la que debería determinar si procede o no limitar porque ha habido algún exceso en la publicación, no depender únicamente de un poder, en este caso del Poder Ejecutivo. No sé si usted se refería a eso o también contempla que debemos confiar en la acción de la justicia para establecer esa limitación de la publicidad institucional.

La consideración de buenos o malos medios no puede depender de criterios ideológicos, porque me ha parecido entender a mí lo que ha manifestado la portavoz socialista, que nos guste o no un medio no tiene por qué ser el criterio por el cual consideremos que deba o no tener una viabilidad, una existencia o actuar de forma legal, los gustos personales, pues no nos deben motivar en este sentido.

No es una coincidencia que se asocie a la mentira con los conceptos populistas de la acción política, es necesario ser consciente que la difusión de bulos y noticias afectan de forma directa a la calidad democrática y que en muchas ocasiones esta es la finalidad que debemos perseguir, la calidad democrática. En nuestras sociedades, la libertad de expresión, de opinión, la libre circulación de noticias son pilares del Estado de Derecho, no podemos ir contra ellos, pero la defensa de estos derechos no pueden dejarnos inermes y debemos establecer mecanismos para la protección de estos derechos, y creo, sinceramente, que es la transparencia, como usted muy bien ha dicho en una de sus propuestas, la que nos debe de ayudar, nos debe dar los medios que podamos utilizar para establecer si o no esta vez esos límites al exceso que puedan incurrir. Pero a mí me preocupa, y no sé si a usted también le preocupa, que el mecanismo esté ligado a un poder únicamente del Estado, no podemos confiar en que sea el poder ejecutivo el que nos determine cómo debemos realizar nuestra libertad de expresión, nuestra libertad de información o cómo debe circular la información, no puede depender del poder ejecutivo porque el poder ejecutivo no es neutral, debemos confiar dentro de los tres poderes, y es mi punto de vista, en aquel poder que tiene como misión constitucional de garantizar que los derechos se cumplan, en este caso el poder judicial.

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 21

Por eso, creo que cualquier afirmación dirigida a atacar lo que es la independencia del poder judicial no solamente es un bulo. Hemos oído últimamente que la propia presidenta del Consejo General del Poder Judicial ha tenido que salir en defensa de los jueces en contra de las manifestaciones del presidente del Gobierno. No podemos dejar en manos de un poder que no es neutral, que ataque al poder que es neutral porque la Constitución así lo establece. Por eso, bulos y mentiras no pueden ser los elementos para poder determinar cómo se formaliza o cómo se hace vehículo la opinión o se forma la opinión en los ciudadanos. Me gustaría saber su opinión en este sentido. Por eso creo, y termino, que en esas 10 propuestas me gustaría saber ¿qué papel considera que debe tener el poder judicial como garante de los derechos fundamentales en todos estos mecanismos, en publicidad institucional, en transparencia, en la reglamentación, en la limitación de bulos, en la existencia de medios que deban de tener algún tipo de sanción?

Creo que entre los tres poderes el que más músculo tiene y más puede influir negativamente es el poder ejecutivo, su punto de vista teórico, el poder legislativo debe estar también regulando todos esos mecanismos para facilitar al poder judicial el control, porque creo que la Constitución, tanto española como en el Tribunal Europeo de Derechos Humanos establece ese control que va a detener los jueces y magistrados, tanto españoles como europeos. Y termino agradeciéndole esas 10 propuestas y reiterándole que, por favor, nos las haga llegar porque nos han parecido muy interesantes. Muchas gracias.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor De Rosa.

Para finalizar y poder contestar a todas las preguntas, tiene la palabra nuestro ponente, el señor Basteiro.

El señor **DANIEL BASTEIRO**: Muchas gracias a todas y a todos por sus preguntas y comentarios que han sido muy interesantes e intentaré responder en la medida de lo posible más o menos por orden.

La señora Pin habla de los obstáculos a las propuestas dentro del ámbito periodístico, más que del político, el político ya es importante. Es decir, la mayoría de las propuestas, yo creo que nueve de las 10 que he planteado pueden acometerse desde el poder político sin menoscabar en modo alguno lo que cualquiera tiene derecho a decir, y eso es algo que también le quería decir al señor de Rosa. Es decir, yo en modo alguno, lo he dicho antes, **(no se entiende lo que dice)** porque un poder como el Ejecutivo nos diga lo que podemos o no podemos decir, hasta ahí podríamos llegar.

Me conformo con que no se subvencione la mentira. Es decir, me conformo con que haya transparencia sobre los ingresos o la publicidad institucional, y eso sí depende de esta Cámara y de los Gobiernos. En cuanto al ámbito periodístico, pues tenemos muchos deberes que hacer los medios de comunicación, yo no querría tampoco generalizar, pues hay más transparentes, menos, infoLibre somos los más transparentes, pueden ver cada año durante los últimos 12, el mismo día con la misma metodología, una relación infinita de datos sobre el número de trabajadores, sobre lo que cobra cada uno, sobre los ingresos, cuánto depende de las suscripciones, cuánto de la publicidad de todo tipo y creo que hay que avanzar en esa transparencia.

Lamentablemente, en los periodistas también hay un falso corporativismo malentendido, ocurre también en la justicia eso de que perro no come perro, que nos lleva a veces, pues a no señalar las malas prácticas y creo que esto es fundamental. Es decir, por eso no hay asociaciones profesionales de entidad que hayan sido capaces de poner sobre la mesa un modelo, quizás con excepción de lo que ocurre en Cataluña, donde hay uno interesante y realmente inspirador, y creo que los medios de comunicación tienen muchísimos deberes que hacer. Parte del descrédito de los medios de comunicación están en los propios medios de comunicación. Cuando surge Internet y muchos medios de comunicación ven como prometedor ese maná de los clics que se traducen en publicidad institucional se embarcaron en una lucha entre ellos por ver quién tenía más y más millones de clics y evaluando su propio producto, contribuyendo a eso que usted habla sobre la inmediatez, creo que era la señora Fernández quien hablaba de eso.

Es decir, los medios de comunicación llevan dos décadas, yo creo, en parte siendo los responsables de su propio descrédito para alimentar un modelo que pervierte condiciones y características clave del periodismo, como es la verificación, como es el contraste, como es la calma para trabajar los asuntos y no la lucha por la inmediatez. Por eso muchos defendemos un modelo de suscripción, y esto va también muy relacionado con la independencia de los medios y con su credibilidad, en infoLibre el 46 % de los ingresos proviene de las suscripciones. Es decir, les animo a que vean otros medios de ámbito nacional o estatal que tengan ese tipo de porcentaje. La publicidad institucional, entendida como de administraciones políticas o de empresas públicas, que son también muy importantes, pues está en torno al 20 % de los

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 22

ingresos por publicidad, pero teniendo en cuenta que esos ingresos por publicidad son, pues menos de lo que ingresamos por socios estamos hablando de una apoyo público o inversión institucional o publicidad institucional en todas sus formas de en torno al 10%, convendrán con nosotros en que eso no es suficiente para condicionar nuestra independencia.

Me pregunta por las plataformas de verificación, en sí mismas son el síndrome de un fracaso. Es decir, cuando los periodistas y los periódicos y los ciudadanos necesitan plataformas de verificación es porque no están verificando bien los hechos, por qué los ciudadanos no ven en esos medios de comunicación un actor creíble, en sí mismo es un fracaso y al mismo tiempo es una oportunidad. ¿Por qué? Porque revelan su cocina, porque enlazan sus fuentes porque permiten al lector interesado llegar hasta el fondo de la cuestión en esas verificaciones.

El señor Mariscal hace una pregunta concreta, que qué, ¿cuál es la legitimidad que tienen los partidos que apoyan al Gobierno para abordar este debate, teniendo en cuenta la que está cayendo? Bueno, legitimidad formal, evidentemente toda, pueden acometer o hacer propuestas legales en ese sentido, pero además creo que es su obligación, la de ellos y la de ustedes. El fenómeno de la desinformación no es español. Es decir, vemos las mismas prácticas, los mismos manuales en distintos países, vemos a una Unión Europea no caracterizada por ser precisamente socialcomunista, que está muy preocupada por este asunto. Parte de ese Reglamento tan citado, pues tiene su inspiración en la realidad de Polonia y Hungría, con lo cual, es un fenómeno global que nos afecta a nosotros y que este Parlamento debe acometer.

También pregunta usted quién está más cerca de la realidad, si políticos y periodistas o los ciudadanos, pues dígame usted. Es decir, Vox tiene, si no recuerdo mal, más de 3 millones de votos en las últimas elecciones generales, y yo creo que para bien o para mal el tipo de políticos que tenemos y el tipo de información que tenemos refleja bastante bien el grado de madurez democrática de la sociedad española, con lo cual, para bien o para mal estamos bastante bien representados, bastante adecuadamente representados.

Habla usted también de las vacunas y del distanciamiento social en la pandemia. Son dos ejemplos realmente delicados teniendo en cuenta que su partido, pues puso en duda la efectividad de esas vacunas y que incluso protagonizó ejemplos de manifestaciones por el centro de Madrid, no por el campo en paseos bucólicos sin nadie alrededor, sino manifestaciones en calles no muy grandes del centro de Madrid y avenidas también criticando la restricción del derecho a la movilidad, algo que sabemos que salva vidas.

La señora Fernández pregunta por cómo hacer un buen periodismo a través de los medios digitales, no tiene más que bajar a la sala de prensa y ver la infinidad de compañeros que lo hacen cada día, a veces contra sus propios jefes, a veces contra la propia dinámica, a veces en una competición insana. Por eso creo que, y lo decía antes, la información es algo demasiado importante como para dejarlo en manos solamente del mercado de las empresas. Los periodistas que quieren hacer buena información necesitan leyes y necesitan marcos normativos que los amparen.

Habla usted del *scroll* infinito, de la actualización inmediata, pues muchos de esos males que vemos desde hace desde hace años que dificultan o que incluso a veces facilitan la aparición de *fake news* o de desinformación. No sé de ese anteproyecto de ley de derecho a rectificación. Yo no he querido dar ejemplos o concretar mucho cuando he hablado de las redes sociales porque creo que es algo realmente delicado, ante la duda mejor no regular, eso lo tengo claro en cuanto a la libertad de expresión, aunque aquí hay que tomar decisiones, lo que yo me planteo es porque, pues no sé, es decir, de ciudadanos que están en redes sociales que a veces son empresas, que a veces se lucran, que a veces tienen cientos de miles de seguidores y que propagan información que es falsa, pues deberían tener menos controles, someterse a menos leyes que medios de comunicación muchísimo más pequeños y con muchísima menos financiación y recursos. El ecosistema en el que vivimos está provocando que haya, bueno, verdaderas estrellas del rock, verdaderos negocios de grandes dimensiones que no pueden quedar al margen de reglas que sí rigen para los medios de comunicación, porque si no los medios de comunicación competimos con una mano atada a la espalda, entonces pasamos por una serie de obligaciones y después, bueno, pues en las redes sociales se puede decir cualquier cosa. Creo que es imprescindible abordar este debate y veremos a dónde va ese anteproyecto.

El señor De Rosa veo que ha hecho sus deberes, conoce toda mi trayectoria de pe a pa casi mejor que yo mismo, hace preguntas muy interesantes que le agradezco, y dice si es suficiente el Reglamento, toda ley europea al final es un mínimo común denominador. Es decir, usted sabe lo difícil que es llegar a consensos en el seno de la Unión Europea, los grupos diferentes que se necesitan en el Parlamento

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Núm. 255

18 de diciembre de 2024

Pág. 23

Europeo, la codecisión con el Consejo de la Unión Europea y con la comisión que hace la propuesta siempre son propuestas de mínimos, por eso yo me he centrado en decir que hay que respetar y creerse esa propuesta de mínimos, y aquí en España ya hemos visto actitudes contrarias porque se considera que aplicar lo que se ha pactado en Europa es poco menos que intervenir los medios de comunicación y que hay que ir más allá, en esas nueve propuestas que le haré llegar hay materia yo creo.

Habla usted de la limitación de la publicidad institucional que quede en manos de la justicia. Eso en este momento no es así. Es decir, los Gobiernos tienen un amplio margen para decidir el destino de la publicidad excepcional y esto es lo que hay que controlar. Yo estoy totalmente de acuerdo con usted, no podemos dejar la libertad de expresión en manos de un poder concreto como el ejecutivo que no es neutral, de este Gobierno, de este signo y de cualquier otro, así que empecemos por la transparencia, empecemos por no hacernos trampas al solitario con las audiencias, empecemos por primar modelos que sabemos que son de calidad, como por ejemplo, el de la suscripción. Como les decía antes, yo me conformo con más transparencia y con que no se subvencione la mentira, y hay varias en las propuestas que les he enumerado que pueden incidir en eso.

Tiene sentido de nuevo que un medio condenado por mentir o por derechos relacionados con la información reciba publicidad institucional, habrá que arbitrar el mecanismo, igual no es quitársela al cien por cien, pero igual hay una manera de gradarlo o de arbitrarlo para que aquellos que desafían las reglas deontológicas más básicas no sean premiados por ello.

Me he olvidado de responder al señor Mariscal sobre uno de los asuntos, y es el 11-M, a mí me ha sorprendido que lo haya sacado. Hay periodistas que cometen errores, quien diga que no, pues desde luego miente, esa es la primera *fake news*, pero un error no es lo mismo que una estrategia deliberada, sostenida en el tiempo con un objetivo muy determinado, entonces podemos, bueno, entrar a valorar ese aspecto concreto, si ese aspecto de los conocidos como terroristas suicidas fueron el vuelco en las elecciones de marzo de 2004 o si fue la existencia en una tesis de la autoría que nada tenía que ver con la realidad, pero es que esa tesis se mantuvo durante muchos años después. Es decir, no es un error que se rectifique, fue una estrategia deliberada para, bueno, hacer ver que esas elecciones habían sido robadas, poco menos, que los españoles habían ido a las urnas engañados y que en realidad, pues los autores de ese atentado no estaban en montañas lejanas o en desiertos lejanos, como se dijo en esta casa para la posteridad. Es el 11-M un ejemplo claro del libro de desinformación por cómo se fraguó en esas 72 horas en las que se intentó engañar a todo un país y cómo se mantuvo durante años con el único fin de desgastar a un Gobierno legítimo. Son ecos que yo creo que es relevante traer a colación en el momento en el que estamos.

Creo que es un poco tarde y estarán ustedes cansados, señor presidente, les agradezco de verdad su tiempo, y les remitiré a aquellos interesados parte de lo que he dicho por si puede ser de algún interés. Así que muchas gracias y mucha suerte.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Basteiro.

Es verdad que llevamos aquí casi 12 horas, pero yo creo que ha sido muy interesante y ha merecido la pena.

Quiero darle las gracias en nombre de toda la comisión por estar aquí con nosotros, por su exposición y especialmente por esas medidas que yo considero que son muy constructivas y que nos van a ayudar en nuestros trabajos. Así que muchas gracias a todos, y no habiendo más asuntos que tratar se levanta la sesión.

Se levanta la sesión a las ocho de la noche.