

Madrid, 30 de abril de 2026

Carlos Franganillo abanderará la campaña de '12 Meses, 12 Causas' de mayo, que pone el foco en la desinformación

Carlos Franganillo: *“El nuevo mundo digital nos ofrece nuevas herramientas, pero el periodismo clásico debe permanecer inalterable en lo esencial. Nuestro valor siempre ha sido ir a los lugares donde ocurren las cosas, contarlas, ofrecer contexto y dar al espectador una visión amplia que le permita entender qué está pasando”.*

La desinformación dirige el pensamiento de la población hacia determinados temas, y añade datos erróneos de manera malintencionada, distorsionando la realidad. La desinformación no son solo noticias falsas. También pueden ser imágenes manipuladas, cadenas de WhatsApp con mensajes fraudulentos, memes con datos erróneos, etc. Frenar su impacto y combatirla para conseguir una sociedad mejor informada constituyen el eje central de la nueva campaña de la **iniciativa solidaria de Mediaset España '12 Meses, 12 Causas'** en mayo, que arranca este viernes con la emisión del *spot* en los distintos canales del grupo.

La campaña realizada en colaboración con la Fundación Comunicando Futuro-Alejandro Echevarría tiene como protagonista al director de Informativos Telecinco, **Carlos Franganillo**, quien en el *spot* alerta sobre la rapidez con la que se propaga la desinformación y alienta a los ciudadanos a romper la cadena de bulos, contrastando y verificando los datos.

Carlos Franganillo: *“Es fundamental acercarse a la información con espíritu crítico y poner en duda también nuestras propias convicciones”*

“Si algo nos interesa ahora mismo a los periodistas es contar con herramientas suficientes para llegar al ciudadano en medio de una enorme lucha por la atención. Nuestro objetivo sigue siendo transmitir información fiable y contrastada”, afirma Carlos Franganillo, embajador de la campaña. *“Hoy hay muchas más voces que antes y el ecosistema informativo ha cambiado enormemente en la última década. Eso nos obliga a actualizarnos constantemente para apartar de la conversación pública los mensajes tóxicos y la desinformación”,* explica. Incide también en que *“es fundamental acercarse a la información con espíritu crítico y poner en duda también nuestras propias convicciones”.*

“El nuevo mundo digital nos ofrece nuevas herramientas, pero el periodismo clásico debe permanecer inalterable en lo esencial. Nuestro valor siempre ha sido ir a los lugares donde ocurren las cosas, contarlas, ofrecer contexto y dar al espectador una visión amplia que le permita entender qué está pasando. Si queremos seguir teniendo valor, nuestras herramientas tienen que seguir siendo la presencia sobre el terreno, el testimonio humano y profesional de lo que ocurre en primera línea y la capacidad de contrastar y depurar la información”, sostiene.

Mediaset España y la Fundación Comunicando Futuro - Alejandro Echevarría juntos en esta campaña

Combatir la desinformación y fomentar una sociedad más crítica y reflexiva: esta es la premisa y el objetivo común que comparten [Mediaset España](#) y la [Fundación Comunicando Futuro - Alejandro Echevarría](#) en esta campaña de ‘12 Meses, 12 Causas’.

Desde su creación en 2020, la fundación Comunicando Futuro, promovida por el empresario referente del sector de la comunicación Alejandro Echevarría Busquet -que fue presidente de Mediaset España durante más de 25 años-, y su hijo y actual presidente, Alejandro Echevarría Estívariz, tiene como misión ayudar a construir sociedades bien informadas sensibilizando a la ciudadanía sobre la importancia de una sociedad bien informada y contribuyendo a optimizar la formación en el desarrollo del espíritu crítico.

Esta fundación sin ánimo de lucro apuesta por una comunicación fiable, sostenible, adaptada a los cambios actuales y venideros y trabaja en diversas líneas de actuación: el desarrollo de una cultura de información; la adopción de nuevas tecnologías; el desarrollo de talento; la identificación de referentes; el análisis y la anticipación de nuevos modelos; y la sensibilización de futuras generaciones.

Para ello, ha puesto en marcha iniciativas como los Premios Alejandro Echevarría, que buscan reconocer a causas, personas e instituciones que, con su trabajo y mejores prácticas, de forma global, luchan cada día contra la desinformación, así como el lanzamiento de su iniciativa ‘Civic Think’, observatorio contra la desinformación, que presentó recientemente ‘Desinfostop’, primer estudio de impacto y soluciones contra el problema transversal de la desinformación.

Más información: www.mediaset.es/12meses y <https://fundacioncomunicandofuturo.org/>
Twitter e Instagram: [@12_meses](#)
Facebook: [@12meses](#)