

Els gabinets de comunicació

Críteris de bones
pràctiques professionals



Col·legi de Periodistes
de Catalunya

Periodistes de fonts: Una especialitat professional

La importància creixent de la comunicació com a factor estratègic de gestió de les organitzacions, la pròpia demanda social d'informació que registra aquest inici de segle i l'increment de professionals del periodisme que han enfocat la seva trajectòria envers els gabinets de premsa i comunicació, ha fet necessària una reflexió sobre aquesta especialitat.

Aquesta reflexió, impulsada per la Comissió de Gabinets de Comunicació del Col·legi de Periodistes de Catalunya i assumida plenament per la Junta de Govern, s'ha traduït en un primer recull de definicions i d'expressió de bones pràctiques que, tot i que no pretén esgotar el tema, sí que pot servir d'inici d'un procés de clarificació del sector, que, a parer dels seus impulsors i del Col·legi, comença a ser urgent.

Les línies que segueixen s'han d'entendre, doncs, com una proposta per a situar la pràctica dels periodistes que desenvolupen la seva tasca professional al si

dels gabinets de comunicació. I per establir criteris de regulació d'aquesta especialitat periodística, la dels anomenats "periodistes de fonts", el Col·legi de Periodistes de Catalunya creu convenient establir unes pautes. Els gabinets de comunicació presten un servei d'informació i de comunicació social, d'acord amb les premisses deontològiques del periodisme, i, tal com assenyala l'article 2 dels estatuts d'aquest Col·legi, tenen la obligació de "treballar en benefici d'una societat més lliure i democràtica, i salvaguardar aquesta d'informacions que tendeixin a deformar voluntàriament la realitat dels fets".

Cal confiar que aquest document sigui l'origen de noves eines de treball que serveixin per millorar la qualitat de la pràctica professional i les relacions interprofessionals. Igualment, per incrementar les expectatives de treball de tots aquells periodistes que vulguin dedicar-se a aquesta especialitat, la qual no havia estat objecte d'una anàlisi com la que aquí es proposa.

Definicions bàsiques

els gabinets de comunicació (GdC) són una font i un canal d'informació. La generen i/o la gestionen. I generalment estan integrats per equips multidisciplinaris en els quals juga un paper decisiu el coneixement i l'experiència dels periodistes.

Els i les periodistes que treballen als gabinets de comunicació són "periodistes de fonts" i poden ser-ho de gabinets públics o privats, interns o externs.

Els i les periodistes que treballen als mitjans de comunicació social són "periodistes de mitjans" i poden desenvolupar la seva tasca a la premsa escrita, les agències de notícies, la premsa digital, la ràdio, la televisió o altres.

Els gabinets de comunicació públics depenen d'administracions i organismes públics.

Els gabinets de comunicació privats són empreses privades que no depenen orgànicament de cap administració ni organisme públic.

Els gabinets de comunicació interns depenen directament de l'empresa o institució a la qual serveixen i de la qual formen part orgànicament i estructural.

Els gabinets de comunicació externs són organitzacions independents (incloses les de caràcter unipersonal) que donen servei a una cartera de clients públics o privats. No tenen cap relació de dependència orgànica.

Característiques i funcions

els GdC assessoren professionalment empreses o institucions (i els seus dirigents) en les tasques d'informació i comunicació, creació d'opinió pública i projecció social. que realitzen, fonamentalment, mitjançant dels mitjans de comunicació i contribueixen també a satisfer el dret a la informació dels ciutadans.

Els gabinets de comunicació generen informació de les entitats, institucions o empreses per a qui treballen. Aquesta comunicació pot ser interna (dins la mateixa organització) o externa (cap a altres públics). Els GdC també fan tasques d'assessorament i consultoria personal quan són requerits per persones que tenen, o volen tenir, una imatge pública a causa de la seva projecció social, professional, empresarial, institucional, científica o artística.

Els gabinets de comunicació poden ser de caràcter públic o privat.

Els gabinets de comunicació públics tenen com a funció principal informar de l'activitat que genera l'administració de què depenen, satisfent així el dret a la informació dels ciutadans (per mitjà dels mitjans de comunicació i de les eines pròpies dels gabinets com són els webs, butlletins impresos o electrònics) i el deure de les administracions a comunicar la seva activitat.

Els gabinets de comunicació (principalment els privats) són unitats de treball pluridisciplinar al sí dels quals, i més enllà de la faceta estrictament periodística, hi conviuen sovint professionals de procedència acadèmica diversa com ara són la publicitat, el màrqueting, l'economia, el disseny gràfic, les relacions públiques, etc... El Col·legi de Periodistes de Catalunya reconeix aquesta naturalesa dels gabinets de comunicació, però considera que els interlocutors amb els periodistes de mitjans també haurien de ser periodistes titulats i, preferentment, col·legiats.

Com treballen els periodistes de fonts

els i les periodistes de fonts analitzen les obligacions, necessitats i oportunitats de comunicació de les seves organitzacions, estableixen els plans de comunicació,

construeixen els missatges d'acord amb al seu interès informatiu i busquen les millors eines i els canals més adequats per transmetre'ls. Habitualment, els canals més utilitzats són els mitjans de comunicació social. Tot i que n'hi ha d'altres.

Pràctica professional

Els i les periodistes de fonts que treballen als gabinets de comunicació són l'objecte d'aquest recull de criteris de bones pràctiques professionals

1

Periodistes de fonts

Els i les periodistes de fonts són els que generen la informació a partir de fets, necessitats, opinions, etc... considerant la seva oportunitat i la treballen per convertir-la en material publicable, i la transmetent als periodistes de mitjans, que la valoren i la utilitzen segons el seu criteri.

Per poder fer la seva feina correctament, el o la periodista de fonts ha de liderar la seva parcel·la en la relació professional amb els mitjans, sense interferències de professionals d'altres disciplines, sense més propòsit que la de ser fidels als objectius estratègics marcats per l'organització per a la qual treballen i el Codi Deontològic d'aquest Col·legi.

2

Relació entre periodistes de fonts i publicistes

Els i les publicistes analitzen les oportunitats comercials dels seus clients, les converteixen en missatges publicitaris i compren espais als mitjans de comunicació i altres suports per inserir-hi aquest tipus de missatges i informacions comercials.

Periodistes de fonts i publicistes poden conviure en projectes determinats, complint funcions tal vegada complementàries, però sempre diferenciades en objectius, metodologia i en els instruments utilitzats.

3

Relació entre periodistes de fonts i periodistes de mitjans

Els i les periodistes exerceixen la seva professió en una organització amb una determinada política comunicativa. La relació professional entre periodistes de fonts i de mitjans ha d'estar marcada per la transparència i el respecte mutu.

Per damunt de tot, uns i altres, deuen fidelitat al Codi Deontològic i als següents principis professionals:

Veracitat

Obligació de contrastar la informació

Secret professional respecte a les fonts (quan aquestes ho demanin)

No sobrepassar els límits de l'interès informatiu

4

Drets i deures dels periodistes de fonts

4.1 Drets

A exigir el respecte rigorós al sentit i el fons del redactat de les declaracions, notes i comunicats de premsa emesos pels periodistes de fonts o dels seus representats.

A obtenir la rectificació deguda dels mitjans quan la informació que hagin publicat no s'ajusti a la veritat, així com el dret a demanar la tutela efectiva dels comitès professionals o els òrgans col·legials

efectiu aquest dret, o en tot cas d'acudir als tribunals judicials per exercir el dret de rèplica.

A mantenir en secret el nom de les seves respectives fonts d'informació, sense cap altra limitació que la que estableixin les lleis penals i la que es pugui derivar de la seva hipotètica pèrdua de credibilitat (manteniment del secret professional). Aquest dret no pot ser forçat, en cap cas ni en cap sentit, per ningú.

4.2 Deures

Respectar els criteris editorials i professionals de tots els mitjans.

Evitar qualsevol tipus de pressió coercitiva sobre els periodistes de mitjans, com ara la publicitària, la política o l'empresarial.

Contemplar, en la seva gestió, tots els mitjans interessats en la informació que se subministra sense exercir cap discriminació per motius ideològics, polítics, religiosos o altres.

En tots els àmbits que no hagin quedat recollits específicament en els punts anteriors, les relacions entre periodistes de fonts i de mitjans s'han d'emmarcar dintre dels criteris del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

5

Clàusula de consciència

La clàusula de consciència és un dret constitucional dels professionals de la informació, recollit en la Llei Orgànica 2/1997 de 19 de juny, que té per objecte garantir la seva independència en el desenvolupament de la seva funció professional.

En virtut de la clàusula de consciència, els professionals de la informació, entre els quals hi ha els periodistes de fonts, podran negar-se, de forma motivada, a participar en l'elaboració d'informacions contràries als seus principis ètics sense que això els

pugui suposar sanció o perjudici. Tenen dret a no emetre informació signada o avalada personalment, i a no fer declaracions relatives a temes sobre la veracitat o l'oportunitat dels quals puguin mantenir dubtes raonables.

D'acord amb la naturalesa de la seva relació laboral contractual, tenen dret a sol·licitar la rescissió de la seva relació jurídica amb l'empresa per la qual treballin si es produeix un canvi substancial en l'orientació informativa d'aquesta o quan aquesta els demani quelcom que, pel seu gènere o línia editorial, suposi una ruptura patent amb l'orientació professional de l'informador o informadora. L'exercici d'aquest dret donarà lloc a una indemnització que no serà inferior a la pactada contractualment o, en el seu defecte, a la que estableix la llei per a l'acomiadament improcedent.

6

Control

El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) vetllaran pel compliment dels criteris professionals exposats en aquest document i seran encarregats d'arbitrar qualsevol cas de conflicte entre les diferents parts implicades.

7

Incompatibilitats

Els i les periodistes de fonts i de mitjans no podran exercir la seva feina professional simultàniament en un gabinet de comunicació i en un mitjà, tal com recull el Codi Deontològic del Col·legi en el seu punt set.

Barcelona, gener de 2009

Els gabinets de comunicació

Críteris de bones
pràctiques
professionals

estudio enblanco



**Col·legi de Periodistes
de Catalunya**

Rambla de Catalunya, 10 pral.
93 317 19 20
08007 Barcelona
www.periodistes.org

