

ALBERT GARRIDO LLORT, secretari general de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 8/2016 els membres del Consell de la Informació de Catalunya en reunió plenària de data 29 de març de 2017 (CIC) van adoptar per unanimitat el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

“Expedient núm. 8/2016

ASSUMPTE: El Sindicat de Periodistes de Catalunya/Sindicat de Professionals de la Comunicació presenta queixa contra Televisió de Catalunya. Els motius són sengles activitats de publicitat emeses per la pròpia TV3 de dos professionals de la informació, la Sra. Helena Garcia Melero i el Sr. Lluís Marquina. En el primer cas es tracta de publicitat de la cadena de supermercats Caprabo i en el segon cas del banc BBVA. Ambdós professionals apareixen en el programa “Divendres” fent aquesta publicitat.

ANTECEDENTS

En l'escrit de queixa, rebut per correu electrònic, el Sindicat de Periodistes de Catalunya considera que es vulnera el punt 7 del Codi Deontològic. Aquest punt mana en el seu redactat:

“Evitar el conflicte d'interessos.

No es poden acceptar mai retribucions o gratificacions de tercers per promoure, orientar o publicar informacions i opinions. La recepció d'obsequis promocionals o commemoratius no pot ultrapassar el criteri estricte de la cortesia, segons els barems establerts per les organitzacions periodístiques. Tampoc no és admissible simultaniejar l'exercici del periodisme amb altres activitats remunerades que posin en perill els principis de veracitat i independència.

Cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota l'aparença deliberada d'informacions periodístiques.

Com a norma general, els professionals de la informació han d'evitar qualsevol situació de conflicte d'interessos, ja sigui d'àmbit polític, comercial, econòmic, financer o familiar, que posi en qüestió la credibilitat i imparcialitat de la seva funció”.

El motiu que addueix el Sindicat és que “els afectats són periodistes, que han treballat o treballen en programes informatius, i que en tot cas són cares conegudes de la cadena, de manera que s'associa aquesta a determinades marques privades”.

AL-LEGACIONS

En escrit enviat per la Sra. Vanessa Farré, responsable de Relacions Institucionals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals SA a la Fundació del Consell de la Informació de Catalunya, se sol·licita que es desestimi aquesta queixa ja que:

“-(...)Lluís Marquina i Helena Garcia Melero no són subjectes passius del Codi Deontològic, per tant no els hi és d'aplicació donat que no estan fent programes informatius d'actualitat”.

“-(...) en cap cas es produeix una confusió perquè el format en qüestió, tal com estipula la llei, compleix escrupolosament amb el que preveu la mateixa sobre separació de contingut editorial i publicitat”.

“-(...) la CCMA compleix escrupolosament el seu Llibre d'Estil.”

“-(...) sobre l'assumpte en qüestió, subjecte de la queixa, i de la lectura analítica de tot el Codi, no considerem que s'hagi vulnerat cap dels criteris que conté”.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals assegura que “està completament d'acord en què informació i publicitat han d'estar clarament diferenciats” i se sotmet al marc legal vigent, expressat en la directiva europea 89/552/CEE i la 97/36/CEE, la Ley General de Comunicación Audiovisual (Ley 7/2010 de 31 de març) i la Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya (Llei 22/2005 de 29 de desembre).”

PONÈNCIA

Tal com assenyala el mateix escrit d'al·legacions de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, el marc legal vigent fa referència a dos grans aspectes de la separació entre informació i publicitat.

El primer d'ells, com bé subratlla la CCMA en el seu escrit, fa referència a la “separació preceptiva del contingut editorial i el publicitari, indicant que aquesta pot ser temporal i espacial, mitjançant un senyal visual o un acústic, en funció de la forma de la publicitat emprada i si es tracta de serveis de difusió de televisió o ràdio”. La llei, efectivament, “disposa les advertències que cal fer a l'espectador a l'inici, durant i al final” del programa. Es recorda també que està prohibida la publicitat en els formats informatius.

La redacció recorda que les lleis “estipulen que si la forma de publicitat, per les seves característiques d'emissió, pot confondre els espectadors pel seu caràcter publicitari, s'ha de superposar de manera permanent i clarament llegible, una transparència amb la indicació que és publicitat”.

Segons la CCMA, “aquestes mesures establertes per Llei són la garantia que l'espectador en tot moment està advertit de quan es troba davant un contingut o davant una publicitat; i garanteixen doncs que no hi hagi cap tipus de confusió”. Ara bé, ella mateixa afirma que aquesta normativa “no estableix limitacions sobre qui pot fer publicitat o no” i considera que “si ni el legislador europeu, espanyol i català ha legislat al respecte, es desprèn que hi ha suficients garanties ja per aquesta diferenciació entre contingut editorial i publicitat”.

Sobre aquesta valoració, el Consell de la Informació creu que és el seu deure afirmar que la Llei actualment no arriba a protegir la ciutadania de totes les males pràctiques professionals. L'evolució del tractament dels diferents gèneres periodístics i els formats –cada cop més mixtes- en els mitjans audiovisuals obliga a plantejar-se el comportament ètic més enllà d'allò que la Llei ja regula.

Ara per ara, el Consell de la Informació detecta que es fa necessària la redacció d'un text legal on es digui ben clarament que els professionals dedicats a la informació no han de participar en activitats publicitàries, ni promogudes pel mitjà on treballen ni per tercers exceptuant la publicitat de la pròpia programació o de

causes de caire altruista com les benèfiques i solidàries, en les quals prima l'interès públic.

En el cas que ens ocupa, és sabut que el Sr. Lluís Marquina és periodista especialitzat en informar sobre qüestions de tecnologia al Telenotícies de TV3. Per tant, la seva tasca sí que és informativa. Si bé el programa on fa la publicitat és "Divendres", de la mateixa cadena, el públic el vincula amb els informatius.

Sobre la Sra. Helena Garcia Melero, el Consell de la Informació considera que és important un aspecte que la mateixa CCMA assenyala en el text d'al·legacions quan diu que s'ha d'acudir a l'esperit de la norma per valorar certs casos. Doncs bé, efectivament cal acudir a l'esperit de la norma per recordar que la Sra. Garcia Melero, tot i que en l'actualitat treballa en el programa "Divendres", està considerada una periodista d'informatius, que és coneguda per aquesta tasca i que ben bé se li podria encomanar de nou que fes aquesta tasca a la cadena.

L'esperit de la norma, segons considera el Consell, demana que es tingui en compte que el prestigi de TV3 no pot ser burlat pel compliment literal de la Llei.

A més, en el cas del programa "Divendres", ens trobem amb un format que barreja opinió i informació, informació i activitat lúdica. La Sra. Garcia Melero no és aliena al tractament de la informació que es fa al programa. Per tant, l'activitat publicitària que hi desenvolupa pot entrar en conflicte amb el tractament de determinats temes i amb la relació de TV3 amb algunes fonts perquè existeixen els interessos de les empreses anunciantes.

El Consell de la Informació vol recordar aquí que els periodistes no només han de sotmetre la seva activitat al marc legal sinó també a la deontologia, l'ètica que impulsa i ordena el conjunt de la seva tasca. Cenyir-se al marc jurídic seria empobrir i fins i tot reduir el repte que implica la decisió de cada periodista en el desenvolupament continu de la seva activitat, plena d'opcions que no sempre estaran regulades per llei i que en canvi sí que afecten a la veracitat.

La CCMA assegura que, seguint l'esperit de la norma actual, "es desprèn que el valor a protegir, pel que es refereix al cas en qüestió, és la independència periodística del professional i que no hi hagi dubtes per part de l'espectador que aquesta independència existeix", idea amb la qual el Consell de la Informació hi està plenament d'acord.

Tanmateix, la CCMA considera que "aquesta independència no pot ser qüestionada pel simple fet que el professional faci publicitat o no. Sinó que cal demostrar que s'ha vulnerat la independència mateixa amb fets que vagin més enllà que el professional hagi participat en un espot publicitari".

Afegeix que "el qüestionament directe seria una interpretació restrictiva de l'esperit del Codi. Caldria, doncs, demostrar amb fets concrets la vulneració suposada fent referència a continguts concrets que hagi elaborat el mateix".

Sobre aquest extrem, el Consell de la Informació vol recordar que la tasca del periodista és de "gatekeeper", de guardabarrera que selecciona la informació, dóna pas a uns continguts i en frena l'aparició d'altres. La seva existència mateixa fa que les fonts d'informació es posicionin d'una manera o una altra respecte el mitjà. Això fa que no es pugui pensar en només jutjar la tasca d'un periodista per si ha comès una vulneració amb fets concrets. S'ha d'entendre que la sola presència d'un periodista d'informació en el format publicitari ja qüestiona la independència informativa del mitjà i el situa (a ell i al propi periodista) en el terreny del dubte.

Cada mitjà ha d'actuar amb prudència per no permetre que mai la tasca d'un periodista en relació a la publicitat pugui sembrar el dubte sobre la independència de criteri en la selecció de notícies i el tractament informatiu que se'ls dóna.

Seria ingenu esperar que es presentin "fets concrets" per tal de parlar de vulneració, perquè en l'activitat periodística la selecció de notícies permet omissions, interpretacions o manipulacions no sempre fàcils de detectar. Per tant, s'ha d'actuar abans que puguin succeir. En aquest sentit, es demana que no hi hagi periodistes que facin publicitat i que participin al mateix temps en la tasca informativa, en qualsevol nivell dels equips que la fan possible.

El Consell de la Informació va fer públic el 2016 el document "Periodistes que fan publicitat: un conflicte d'interessos", que vol ser una posada al dia del punt 7 del Codi Deontològic pel que fa a la relació entre publicitat i informació. El CIC considera que és d'aplicació en aquest cas la norma 2, que diu:

"Els professionals de la comunicació que treballin en programes, diaris o formats informatius en qualsevol suport no han de fer publicitat comercial d'empreses o productes. Tampoc no han de fer publicitat de productes de la seva pròpia empresa."

Per tot això, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el següent:

A C O R D

Que TV3 vulnera el punt 7 del Codi Deontològic en permetre que els Srs. Lluís Marquina i Helena Garcia Melero facin publicitat.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 29 de març de 2017. Certifico.

Vist i plau
Roger Jiménez
President

Albert Garrido
Secretari General