

ROGER JIMÉNEZ MONCLÚS, president de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 6/2020 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat i en reunió virtual online de data 5 de novembre de 2020 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient núm. 6/2020

ASSUMPTE: Queixa online de X.F. sobre el programa diari que presenta Mariola Dinarès Popap de Catalunya Ràdio, de 13 a 14h. on deixa palès que no queda clar si certs continguts són publicitat o informació i que, per tant, es podria vulnerar el criteri 7 del Codi Deontològic.

ANTECEDENTS

El passat 20 d'abril d'enguany el CIC rep una queixa via online firmada pel senyor X.F. sobre el programa que presenta Mariola Dinarès Popap de Catalunya Ràdio cada dia de 13 a 14h.

El motiu de la queixa és deixar palès que no queda clar si certs continguts són publicitat o periodístics i que, per tant, es vulnera el criteri 7 del Codi Deontològic.

La periodista Mariola Dinarès presenta cada dia el programa de tecnologia Popap de Catalunya Ràdio. Segons la persona que fa la queixa, a vegades certs continguts no queden clar si són publicitat o periodístics i es fa les següents preguntes:

Primera. “Per exemple, cada programa comença dient "Alexa, inicia el Popap". Això és per promocionar el dispositiu que escolta l'interior de les cases d'Amazon? Cobra d'Amazon per a fer aquest anunci? Patrocina el programa? O és publicitat involuntària?” I posa d'exemple l'inici del programa del mateix dia 20 d'abril d'enguany. (Teniu l'àudio [aquí](#))

Segona: El senyor F. segueix amb els seus dubtes i pregunta: “Quan el 19 de febrer va parlar d'aquest assistent de veu, era part del contracte publicitari?” I també aporta [el tall de veu](#).

Tercera: Finalment, el Sr. F. afegeix que en les falques publicitàries “d'altres programes” es pot sentir la veu de la periodista promocionant l'aplicació tecnològica Timenet ([link](#) del programa Catalunya Nit de Catalunya Ràdio del 20 d'abril de 2020, minut 44) i es pregunta:

“Sent periodista especialitzada en temes tecnològics, no és estrany que sigui també qui faci la publicitat d'aplicacions tecnològiques? Quan el 13 de maig de 2019 va entrevistar al gerent de l'empresa Micrològic, creadora de Timenet, era una entrevista publicitària o periodística? (Ho podeu escoltar [aquí](#))

I conclou que, per a tot això, s'està vulnerant l'article 7 del Codi Deontològic.

Críteris el Codi: 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.

AL.LEGACIONS

Des de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en endavant CMMA), el senyor Andreu Joan Martínez explica que:

Primer. Que el programa Popap de Catalunya Ràdio és un programa divulgatiu de tendències i usabilitats de la tecnologia digital conduït per Mariola Dinarès que s'emet de dilluns a divendres de 13 a 14h però que la conductora i directora del programa és membre d'una productora externa i no pas "una professional de la informació". Per tant, "no està vinculada a espais informatius dels mitjans de la CCMA".

Segon. Respecte les preguntes que es fa el senyor F. respecte si es promociona el dispositiu Alexa, d'Amazon, si és un patrocini o publicitat involuntària "Cada programa comença dient 'Alexa, inicia el Popap o quan el 19 de febrer va parlar d'aquest assistent de veu, era part del contracte publicitari", Martínez Hernández assegura que "Els mitjans de la CCMA tenen per mandat l'objectiu d'arribar al màxim de públic possible. En ares a assolir aquest objectiu, els continguts dels canals de la CCMA es difonen tant per plataformes pròpies com per alienes.

Des de l'octubre del 2018 els continguts informatius de la CCMA van poder ser accessibles a través d'Alexa, l'assistent de veu intel·ligent d'Amazon. Concretament, i pel que fa a Catalunya Radio, a partir del setembre de 2019 van ser accessibles la resta de continguts i a partir de mitjans de febrer de 2020 també ho van ser els podcast de l'emissora.

Catalunya Ràdio ha estat la primera emissora en català estar disponible a través d'Alexa, sent així motor en innovació tecnològica i garantint la normalització del català en els nous productes i eines que treuen al mercat les grans empreses globals d'internet i tecnològiques.

Quan Alexa es va desplegar a Espanya va contactar amb la CCMA per donar-nos l'oportunitat de ser el primer mitjà de comunicació en català en tenir-hi presència. I no vam voler desapropitar aquesta oportunitat que els nostres continguts estiguin disponibles arreu.

En el moment que es van iniciar converses amb Alexa, des de la CCMA també es varen iniciar converses amb l'altre principal assistent del mercat, Google Assistant, per intentar desplegar-hi també la nostra presència, però això no ha estat possible donat que no se'ns va autoritzar a incorporar al seu market una aplicació pròpia en català.

El nostre compromís i la nostra vocació és que els continguts audiovisuals de qualitat en català estiguin a totes les plataformes possibles, però a vegades ens trobem amb alguns agents globals d'internet que dificulten l'entrada per l'ús del català ja que no el prioritzen en els seus fulls de ruta de desenvolupament de producte.

La presència dels nostres continguts a Alexa ha permès als usuaris escoltar les nostres emissores amb un nou sistema basat en veu. En el moment que es va avaluar la nostra presència, els informes ja apuntaven que el consum a través d'aquesta via aniria en augment, cosa que actualment ens ho demostren les dades d'audiència. Alhora, el salt a Alexa ens va permetre ser mitjà capdavanter al país en la presència de continguts en català als assistents de veu.

Les interfícies de relació dels assistents de veu estan basades exclusivament en la veu, això implica que l'única manera per a activar una funcionalitat és a través de la veu. Així doncs, primer cal activar l'assistent i després donar l'ordre del servei concret que vols obrir. Aquest aspecte és molt important perquè els usuaris cal que recordin aquest ordre verbal que han de donar perquè és l'única forma que puguin escoltar els nostres continguts.

En el nostre cas concret, primer han d'activar l'assistent dient "Alexa", i després el nostre servei dient "inicia Catalunya Ràdio". Per tant, la invocació completa és "Alexa, inicia Catalunya Ràdio". Aquest fet dificulta molt comunicar l'skill pròpia sense citar la marca comercial de l'assistent, perquè és una paraula necessària per activar el servei.

Així doncs, l'usuari ha de recordar tota la frase sencera, amb la marca comercial de l'assistent de veu incorporat, perquè si no, no li funcionarà. Per tant, comunicar la invocació completa "Alexa, inicia Catalunya Ràdio", és la forma més efectiva de recordar la invocació verbal als usuaris perquè la puguin utilitzar després.

El fet que cada dia comencem el programa dient 'Alexa inicia Catalunya Ràdio', és perquè és una de les maneres d'accedir directament als continguts de l'emissora. En cap moment hi ha voluntat de fer publicitat de cap producte. És una manera d'escoltar la ràdio. Aquest aspecte en la connexió als nostres continguts també s'està comunicant en diferents promocions de cadena.

Finalment, Martínez Hernández assegura que "Pel que fa al suposat vincle invocat per la part queixant, constatar que durant el 2019 i fins a l'actualitat del 2020 no ha existit ni existeix cap vincle publicitari amb Amazon".

Tercer. Respecte la següent pregunta que es planteja el senyor F. sobre si Mariola Dinarès "sent periodista especialitzada en temes tecnològics, no és estrany que sigui també qui faci la publicitat d'aplicacions tecnològiques", (en relació a l'app Timenet), des de la CCMA manifesten que " l'inici de la relació publicitària amb l'empresa Micrològic és a principis d'abril del 2020. En el marc d'aquest acord publicitari, es troba el format publicitari conegut comercialment amb el nom d'àudio-promos (equivalent a les telepromos en televisió) amb la veu de Mariola Dinarès (membre d'una productora no vinculada a espais informatius). Aquestes peces no s'emeten al voltant del programa Popap, sinó en altres moments de la graella, sempre dins de bloc publicitari i amb total compliment de la normativa audiovisual vigent.

Quart. Finalment, en relació l'últim dubte de F. quan es pregunta si "el 13 de maig de 2019 quan va entrevistar al gerent de l'empresa Micrològic, creadora de Timenet, era una entrevista publicitària o periodística la CCMA considera que l'entrevista es va fer "en el marc habitual d'entrevistes d'empreses i creadors d'eines tecnològiques. Respecte al suposat vincle publicitari invocat, manifestem que en el moment de l'entrevista i durant tot el 2019 no ha existit cap acord publicitari amb l'empresa esmentada.

Constatem, a més que, els mitjans de la CCMA, en cap cas, fan entrevistes a canvi de remuneració.

PONÈNCIA

Respecte la primera pregunta que planteja el senyor F. sobre “Amazon” i tenint en compte les al·legacions de la CCMA, **no considerem que incompleixi el criteri 7 del CD**. El programa Popap és un espai de divulgació sobre tecnologia i és normal que es parlin de marques i aparells tecnològics sense que això signifiqui que es fa una publicitat encoberta.

Tanmateix, sí que és reprovable l'actitud de la responsable del Popap respecte la falca publicitària sobre l'app Timenet amb la seva veu. Mariola Dinarès és una periodista especialitzada en xarxes socials i tecnologia i l'anunci en qüestió fa referència a un àmbit del qual ella fa informació cada dia. Per tant, posa en qüestió la seva credibilitat i imparcialitat.

Encara que l'article 7 del Codi consideri que *“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”* i Martínez Alonso afirmi que *“aquestes peces no s'emeten al voltant del programa Popap, sinó en altres moments de la graella, sempre dins de bloc publicitari i amb total compliment de la normativa audiovisual vigent”*, **considerem** que no és admissible precisament per tot el que hem explicat anteriorment. **És a dir, no és admissible simultaniejar l'exercici del periodisme amb altres activitats remunerades** que posin en perill els principis de veracitat i independència.

Finalment, respecte l'última de les queixes que formula el senyor F. i relacionada amb l'anterior sobre un suposat vincle publicitari entre la CCMA i l'empresa Micrològic, no creiem que es vulneri l'article 7 tot i fruit d'aquesta actitud provoca que els oients es qüestionin ara la veracitat i independència de Mariola Dinarès.

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

A C O R D

Considerem que no s'ha vulnerat el criteri 7 del Codi Deontològic respecte a la primera pregunta del reclamant sobre la menció de l'assistent de veu d'“Amazon” al programa.

Pel que fa a la incorporació d'un anunci publicitari fet per la responsable del programa, el CIC considera que sí hi ha vulneració del criteri 7.

I per que així consti s'estén la present certificació a Barcelona en data 5 de novembre de 2020. Certifico.

Roger Jiménez

President