

JOSEP ROVIROSA OLIVÉ, secretari general de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 2/2021 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat i en reunió virtual online de data 9 de març de 2021 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient núm. 2/2021

ASSUMPTE: En data 2 de gener de 2021, la senyora JF presenta una queixa contra el mitjà *The New Barcelona Post* per presumpta vulneració del criteri 7 del Codi Deontològic

ANTECEDENTS

El motiu de la queixa és el següent que es transcriu de forma literal: "*Llegeixo notícies d'aquest diari que no tinc clar si és publicitat o continguts periodístics. Em passa, per exemple, amb aquesta notícia sobre la Diputació de Barcelona. És una notícia pagada? Com es pot saber? No veig el logotip de la Diputació de Barcelona per enlloc*".

La notícia a la qual la Sra. JF es refereix, s'acompanya a la queixa: <https://www.thenewbarcelonapost.com/ca/la-diputacio-destinara-50-milions-a-financar-diversos-projectes-a-barcelona/>

AL·LEGACIONS

El diari digital objecte de la queixa, segons es diu pel director de la publicació, "es un nou diari digital amb edicions en català i castellà centrat a informar sobre notícies positives vinculades a la ciutat de Barcelona i, per extensió, al conjunt de Catalunya. La nostra missió és contribuir a potenciar la marca Barcelona i consolidar la ciutat com un centre de referència en l'àmbit econòmic, cultural i científic.

Publiquem tota mena d'informacions que considerem interessants en aquests àmbit des de la total independència editorial, ja que no som un mitjà associat a cada grup de comunicació. La nostra prioritat passa per generar informacions pròpies i de qualitat, però també ens fem ressò de notes de premsa i informacions generades per institucions que persegueixen el mateix objectiu: explicar els projectes i iniciatives que contribueixen a fer valdre la marca Barcelona i a donar a conèixer el seu talent i els seus actius".

PONÈNCIA

La descripció que fa el director de la sinopsis de la revista s'ajusta a la realitat. La publicació té un caràcter híbrid entre la informació i la propaganda de les excel·lències de la ciutat de Barcelona "com un centre de referència en l'àmbit econòmic, cultural i científic". En aquest sentit, el director destaca que la informació se centra en posar de manifest notícies positives per contribuir a "potenciar la marca Barcelona", la qual cosa deriva més cap a una voluntat propagandista que a una informació objectivament periodística. El mateix concepte de divulgar un "marca" es mou en l'àmbit publicitari.

No obstant això, també és cert que la publicació difon notícies entre les quals es troben la difusió del contingut de rodes de premsa de les autoritats públiques de diferents signes polítics que puguin aportar actuacions positives que redundin en favor de la ciutadania i la projecció de la ciutat. Entre elles, la que menciona la signant de la queixa. Es tracta, segons el director de The New Barcelona Post, d'un resum d'una nota de premsa distribuïda a rel d'una roda de premsa en la que intervenen la presidenta de la Diputació de Barcelona i l'Alcaldessa de Barcelona, en la que se signa un conveni segons el qual la Diputació destinarà 50 milions d'euros al finançament d'infraestructures i equipaments públics de Barcelona i es descriuen els cinc projectes culturals, educatius i esportius. En la mateixa secció "Good news Barcelona" podem trobar informacions semblants, com les que titulen: "El govern destina 36 milions per als sectors més afectats per les noves restriccions", "El govern central destina 14 milions a projectes catalans de recerca", "La Generalitat destinarà 51 milions a recerca d'excel·lència i atracció de talent", "Ajuntament, Diputació i AMB s'uneixen per reactivar l'economia metropolitana", etc. En ocasions es reproduïxen articles publicats per alguna autoritat en la premsa internacional referents a Barcelona.

Sobre l'aplicació de l'article 7 del Codi Deontològic a la queixa presentada

L'article 7 del Codi Deontològic disposa que "cal evitar el conflicte d'interessos". En un primer apartat, diu que "no es poden acceptar mai retribucions o gratificacions de tercers per promoure, orientar o publicar informacions i opinions". La signant de la queixa expressa els seus dubtes sobre si The New Barcelona Post ha rebut una compensació econòmica per la difusió de la nota de premsa. Al respecte, no estem en condicions de saber si això s'ha produït, però es pot deduir que, almenys pel que fa a la publicació de notícies derivades de rodes de premsa de les institucions públiques, no tindria cap lògica que el diari obtingués una remuneració pel que s'ha fet públic davant de tota la premsa i que ben segur alguns dels diaris, ràdios i televisions assistents hauran difós en els seus mitjans de comunicació.

En el segon i tercer apartat de l'article 7, s'adverteix que "cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota 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". En aquest aspecte cal tenir present també el fulletó que té publicat el CIC (<https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2016/04/FULLET%C3%93-CIC-CAT-def.pdf>) sobre conflictes d'interessos. En la recomanació 1 declara que "els mitjans de comunicació han de preservar, defensar i promoure la diferenciació entre publicitat i continguts periodístics. Els continguts periodístics (d'entreteniment, informatius, etc.) poden tenir el format que es consideri més oportú, però mai no han de disfressar la presència de la publicitat. La ciutadania té dret a poder distingir quan li arriba un missatge periodístic i quan es tracta d'un missatge publicitari per tal de fer-ne la valoració oportuna".

Vist el caràcter híbrid de The New Barcelona Post al qual ens hem referit en el punt 3 anterior i la seva finalitat de promoció de la marca Barcelona per la qual s'ha creat, cal fer algunes consideracions respecte la propaganda que pot derivar en conflicte d'interessos, donat que la queixa al·ludeix a una informació que tracta de l'activitat de dues institucions públiques, que han de tenir una consideració diferent a la

propaganda d'empreses del sector privat relacionades amb Barcelona que poden originar un caràcter més publicitari.

Les institucions públiques tenen com una de les seves finalitats la prestació de serveis als ciutadans i la consecució del bé públic a través de l'activitat política i administrativa, per la qual cosa tenen necessitat de comunicar-se amb la societat civil per donar a conèixer com estan exercint les seves funcions, quins projectes van a desenvolupar, quines normes jurídiques regeixen o estan en tràmit d'aprovar, és a dir, tenen l'obligació –a més del dret- d'informar de forma transparent sobre tot allò que interessa o pot interessar als ciutadans. El poder públic té entre les seves atribucions i obligacions la comesa d'informar, entre altres raons perquè l'opinió pública pugui prendre coneixement de tot allò que la concerneix. És evident que les formacions polítiques que regenten les institucions públiques també tenen interès en traslladar la seva activitat a l'opinió pública amb la pretensió d'obtenir rèdits polítics, però això no és publicitat sinó política. En tot cas, el que fa The New Barcelona Post incloent en les seves pàgines el resum d'una nota de premsa de la Diputació i l'Ajuntament de Barcelona -com ja hem vist que ho fa també amb la Generalitat, el govern de l'estat, etc.- és simplement traslladar a la ciutadania allò que les institucions volen expressar per donar a conèixer activitats que poden afectar la societat civil. A més, en el cas denunciat per l'autora de la queixa, la transcripció és absolutament neutral, sense comentaris del periodista que resum la nota i sense implicació de la publicació fora de la publicació de la notícia, de manera que no hi ha cap acte de propaganda ni de publicitat que pugui pressuposar conflicte d'interessos.

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

ACORD

Descartat el conflicte d'interessos, el CIC considera que no hi ha hagut vulneració de l'article 7 del Codi Deontològic de la professió periodística.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 9 de març de 2021. Certifico.

Vistiplau
Rafael de Ribot
President

Josep Rovirosa
Secretari General