

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

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 13/2021 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat i en reunió virtual online de data 6 de juliol de 2021 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

### **Expedient núm. 13/2021**

**ASSUMPTE:** Queixa on-line de la sra. J.F. sobre la possible vulneració del criteri 7 del Codi Deontològic de la professió periodística en tres articles apareguts en el número 342 del magazín Freqüència (abril 2021) sobre notícies referides a Mercadona, CaixaBank i Eurecat, en no quedar clar si es tracta d'informació o publicitat sobre les esmentades empreses.

### **ANTECEDENTS**

Els tres articles a què fa referència la queixa, publicats en el magazín Freqüència, presenten un perfil semblant. Continguts positius amb exemples concrets d'iniciatives alineades amb les estratègies empresarials de diverses empreses.

En la primera notícia s'explica una mesura laboral presa per Mercadona consistent en repartir una prima de 409 milions d'euros entre els 90.000 treballadors dels seus 1.600 supermercats pels esforços realitzats durant la crisi sanitària, amb una lloança a la política de recursos humans de l'empresa.

La segona notícia fa referència a una iniciativa de reforestació de 10 hectàrees de terreny cremat a la zona de Montserrat, impulsada per CaixaBank, posant-la com un exemple de la política que l'entitat financera porta a terme en matèria de mitigació del canvi climàtic, com un dels cinc eixos del seu Pla de Banca Socialment Responsable.

La tercera notícia tracta de la participació de l'empresa Eurecat, centre tecnològic de Catalunya, en un projecte europeu per estudiar la fatiga de materials i reduir el pes del xassís de vehicles elèctrics a partir de la utilització de components avançats, amb una inversió conjunta de mes de cinc milions d'euros.

Es pot accedir al contingut de la revista mitjançant el següent enllaç:

[https://www.canaltaronja.cat/central/wp-content/uploads/2021/03/FRQ\\_web\\_abril.pdf](https://www.canaltaronja.cat/central/wp-content/uploads/2021/03/FRQ_web_abril.pdf)

En data 17 d'abril, la senyora J.F. es va adreçar al Consell de la Informació de Catalunya (CIC) per plantejar els següents interrogants:

- Com es pot saber quan els periodistes de Freqüència escriuen pels interessos de qui paga i quan escriuen pels interessos de qui ho llegeix?
- Publicitat i informació no hauria d'estar diferenciada? O la confusió va més enllà d'aquestes tres pàgines?

### **AL·LEGACIONS**

En data 19 de maig de 2021 es van rebre les al·legacions del magazín Freqüència, signades per Pilar Goñi, en les que s'afirma que, tot i que les tres empreses mencionades són clients d'ells, els articles esmentats no són de pagament. Segons l'al·legació, ho confirma el fet de què en cap dels tres casos es fa referència a

productes o serveis propis d'aquestes empreses, sinó de "elements paral·lels lligats amb aquests organismes.

### **PONÈNCIA**

La qüestió a dilucidar és els citats articles contravenen allò que disposa el criteri 7 del Codi Deontològic de la professió periodística, que diu així:

*"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."*

Per respondre a la qüestió, cal preguntar-se prèviament si les notícies que desenvolupen els tres articles tenen prou interès informatiu com per ser publicades, independentment de les vinculacions existents entre les empreses i el magazín. I també, si hi existeix una relació directa d'aquests articles amb l'àmbit de cobertura de la publicació.

Tal com s'exposa en les al·legacions, els temes tractats corresponen a exemples de pràctiques empresarials destacables que suposen un "plus" en la dinàmica de les tres empreses, en matèria laboral, mediambiental i d'innovació, respectivament. També cal tenir present que l'àmbit d'influència geogràfica de la publicació gira principalment al voltant de la capital del Bages, on Mercadona compta amb més de 150 treballadors; Caixabank impulsa un projecte de reforestació amb espècies autòctones del Bages; i Eurecat té el seu centre tecnològic més important a la ciutat de Manresa.

A la vista de tot el que s'acaba d'exposar, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el següent

### **ACORD**

Analitzada la queixa presentada per la senyora J.F., considerem que els articles a què fa referència no suposen cap vulneració del Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya, doncs les notícies que desenvolupen son prou rellevants tant pel seu contingut com per la proximitat geogràfica de les iniciatives empresarials esmentades.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 6 de juliol de 2021. Certifico.

Vistiplau  
Josep Carles Rius  
President

Josep Rovirosa  
Secretari General