

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

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 16/2022 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat i en reunió de data 24 d'octubre de 2022 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

### **Expedient núm. 16/2022**

**ASSUMPTE:** Queixa presentada pel sr. F.D. en què es recullen diverses piulades i captures de pantalla de titulars de mitjans de comunicació i on es denuncia la pràctica del *clickbait*.

### **ANTECEDENTS**

El 14 de maig de 2022, el senyor F.D. s'adreça al Consell de la Informació de Catalunya mitjançant dos correus electrònic, previ contacte via twitter.

En el primer, (8:53h), s'hi exposa, textualment:

“Us envio a mode de queixa o reclamació aquests dos tuits en els quals em refereixo al fenomen del clickbit, que considero una mala pràctica, contrària al codi deontològic:

[https://twitter.com/duran\\_fco/status/1525365740580241408?s=24](https://twitter.com/duran_fco/status/1525365740580241408?s=24)

[https://twitter.com/duran\\_fco/status/1523672655660040192?s=24](https://twitter.com/duran_fco/status/1523672655660040192?s=24)

I em permeto suggerir que entitats de referència, com vosaltres, el sindicat i el col·legi de periodistes, el CAC, etc. organitzeu una jornada o acte semblant, d'on surti un posicionament ferm sobre aquest tema.”

Al segon correu electrònic (9:22h), el text és el següent:

“Podeu afegir aquest altre tuit com a queixa o reclamació perquè s'amaga el punt més essencial de la informació, quin medicament?, amb el propòsit que fem click...

<https://twitter.com/rac1/status/1525374684623212544?s=21>”

El primer enllaç del primer correu electrònic porta a una piulada del mateix Francisco Duran on es respon a un titular del mitjà *El Nacional* amb la següent reflexió:

“Abans de replicar tuits com el de la foto, tingueu en compte que ‘Qui?’ és una de les 5 preguntes bàsiques del periodisme. I que tenim l'obligació deontològica de comunicar-les a l'audiència, no pas d'amagar-les amb finalitat comercial. [#foraclickbit](#) [#nomoreclickbit](#) [#periodigne](#)”.

El segon enllaç dirigeix a una piulada del mateix ciutadà responent a una notícia del diari *Sport*.

“Exemple il·lustratiu de tuit hamb, que conté un titular amb 0% d'informació concreta, que, per tant, és contrari al codi deontològic en un 99,99% i només pretén que fem

rt, acció aquesta del ret que caldria no fer com a mesura de rebuig o sanció social.  
[#foraclickbit](#) [#periodigne](#)”

## AL·LEGACIONS

Vista la queixa presentada pel senyor F.D. , el Consell de la Informació de Catalunya s’ha posat en contacte amb els mitjans que hi són mencionats i s’han obtingut al·legacions d’*El Nacional* i de RAC1.

En el cas d’*El Nacional*, el mitjà exposa a les seves al·legacions:

“Cal posar de relleu el Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, on s’estableixen els criteris que tot periodista ha de complir per oferir un periodisme digne i de qualitat. En el conjunt de l’articulat, no s’estableix enlloc els requisits que han de complir **els titulars** de les notícies, més enllà dels principis periodístics bàsics de respecte, licitud, adequació de la informació i dignitat; sense entrar en la valoració sobre la captació de *clicks* en les notícies de tipus virtual. Tanmateix i sens perjudici d’aquesta manca de regulació normativa, l’article que menciona el Sr. Durán, **NO utilitza la tècnica del *clickbait*** per a la captació de *clicks*, ja que es tracta d’una notícia veraç, d’interès públic i rigorosa, que a través del titular cerca crear l’interès adequat en el lector.

Cal recordar que la finalitat d’un titular és precisament proporcionar un resum molt breu del contingut d’una notícia i que l’objectiu d’un diari és la divulgació de les seves notícies al màxim de lectors possible. Tenint aquestes premisses presents, és de sentit comú valorar que un diari en el seu titular busqui crear interès en el lector, de forma que es llegeixi la notícia en qüestió. Ara bé, existeix una gran diferència entre l’elaboració de titulars que generen interès en el lector, i d’utilització moralment reprovable del ***clickbait***, ja que, com s’ha comentat, aquesta tècnica consisteix en la divulgació de contingut inexacte o d’escassa qualitat i rigor informatiu. Aquest no és el cas de la notícia objecte de la present queixa.

Igualment s’ha de tenir en compte que:

1. Les publicacions són de la xarxa Twitter i del perfil del propi diari. És a dir, qui hi arriba ja és un lector, seguidor o interessat en les publicacions del diari.
2. És impossible resumir en un titular una notícia que requereix d’un article sencer per a la seva explicació.
3. El titular és resum fidedigne del contingut de la notícia, sense cap mena d’engany o il·licitud
4. No es menciona cap article del Codi Deontològic en concret que es pugui considerar infringit, però -de l’atenta lectura d’aquests- se’n desprèn que no existeix vulneració alguna de cap d’ells.

Per tot l’exposat, l’article d’*ElNacional.cat* en qüestió, ni utilitza la tècnica del *clickbait*, la qual, a més, considera moralment reprovable; sinó que tampoc incompleix cap norma deontològica de la professió.”

Per la seva banda, RAC 1 exposa:

“En referència a la queixa que hem rebut a través del Consell de la Informació de Catalunya sobre una piulada de RAC1 adjuntant una notícia del nostre portal de notícies, RAC1.cat, lamentem la situació i fem algunes al·legacions al respecte.

L'article que s'adjunta a la piulada parla dels aliments que no s'haurien d'ingerir quan prenem paracetamol. La queixa fa referència al fet que el copy del tuit no diu de quin medicament es tracta. El motiu pel qual no hem posat el nom del fàrmac en aquesta frase de Twitter no és pescar clics, com argumenta la queixa, sinó senzillament, que el nom del fàrmac apareix clarament al titular de la notícia que s'adjunta.

Tenim per norma no repetir la mateixa informació al copy i al titular. Per això en aquest cas s'ha optat per fer la menció “d'aquest medicament” com a referència al fàrmac que es diu al titular i que l'usuari pot veure clarament, sense cap impediment, quan llegeix la piulada, i només unes línies més avall.”

## PONÈNCIA

Tal i com diuen les al·legacions d'*El Nacional*, al Codi Deontològic no es fa esment en cap criteri ni article als titulars de les notícies.

Tot i això, hi ha certs aspectes del Codi Deontològic que si que es veuen o es poden veure vulnerats per la pràctica del *clickbait*, especialment en aquells casos en què el titular no és explícit en la seva funció de resumir el més important de la notícia a la que fa referència i on no s'hi dona tota la informació necessària.

Diu el Criteri 2 del Codi Deontològic que cal ‘evitar prejudicis per informacions sense prou fonament’. Un criteri que, en el seu text, diu que no s’han de ‘difondre dades imprecises o sense base suficient’ que puguin provocar dany o descrèdit.

En els exemples recollits en aquesta ponència, on els titulars ometen part de la informació necessària per entendre la notícia a la que fa referència, entenem que es difonen aquestes dades imprecises o sense base.

De la mateixa manera, el Codi Deontològic té tot el seu Annex B dedicat a les ‘Recomanacions sobre internet’, que és l’entorn en què es difonen els titulars objecte de la ponència.

En aquest cas, l'apartat 2 de l'Annex sobre les publicacions a la xarxa està dedicat als conceptes de ‘Transparència i rigor’. Diu textualment aquesta part de l'annex que ‘El producte informatiu ha de poder ser identificat com a tal sigui quina sigui la seva naturalesa formal. La distinció entre informació i opinió també és igualment exigible, així com la diferenciació entre publicitat i informació.’ I hi aprofundeix exposant que les informacions han d’anar datades i que **‘convé que els links portin igualment les referències adequades per tal d’orientar els destinataris i mantenir contextualitzades les dades.’**

Al nostre entendre, els exemples d'*El Nacional* recollits a la queixa motiu d'aquesta ponència no compleixen amb aquest criteri recollit al Codi Deontològic, ja que els titulars no poden ser identificats com a producte informatiu perquè ometen part de la informació necessària (no es responen a les 5W) i els links no porten les referències adequades perquè els destinataris puguin contextualitzar les dades. La manca o

omissió d'informació en aquests titulars per atraure l'atenció dels lectors i que cliquin a les notícies referenciades vulnera aquest annex del Codi Deontològic.

Pel que fa a l'exemple de l'emissora RAC 1 recollit a la queixa, la vulneració del codi deontològic no és tan clara. Diu el mitjà en les seves al·legacions que el fàrmac a què fa referència el titular de la notícia no apareix mencionat a la frase de Twitter però si que "apareix clarament al titular de la notícia que s'adjunta". I és així, llegint la piulada de forma aïllada mancaria informació però aquesta es complementa perquè la informació està adjuntada a la piulada i de seguida es veu de quin fàrmac tracta la notícia.

Més enllà dels exemples d'*El Nacional* i de RAC1, que han presentat al·legacions, la queixa recull també titulars i piulades de mitjans com *Sport*, *El Periódico* i la cadena SER.

En el cas del diari *Sport*, el text de la piulada és: 'Xavi se pronuncia sobre el futuro de Haaland: el técnico azulgrana lo tiene claro / El técnico azulgrana habló sobre Haaland y el futuro del jugador.'

L'exemple de la piulada de *El Periódico* recull el següent titular: 'Esto ha dicho Rafa Nadal sobre su futura paternidad / Durante la rueda de prensa que ha ofrecido en las instalaciones del Mallorca Country Club ha sido preguntado por su futura paternidad.'

I el titular recollit per la Cadena SER és el següent: 'El alumno con la mejor nota de la EBAU de Madrid sorprende con la carrera que va a estudiar: "Prefiero la felicidad al éxito seguro" / Gabriel Plaza, que ha sacado un 13,964 en la Selectividad, se ha asomado a La Ventana para contarnos sus planes de futuro.'

En aquests tres casos es reproduïx la mateixa situació que amb l'exemple recollit del mitjà *El Nacional*, és a dir, els titulars no poden ser identificats com a producte informatiu perquè ometen part de la informació necessària (no es responen a les 5W) i els links no porten les referències adequades perquè els destinataris puguin contextualitzar les dades, detectant-hi, doncs una vulneració del Criteri 2 del Codi Deontològic i de l'apartat 2 de l'Annex B del mateix codi dedicat a les 'Recomanacions sobre internet'.

De conformitat amb la ponència, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el següent

#### **ACORD:**

Una vegada analitzada la informació objecte de la queixa presentada pel senyor Francisco Duran Velasco, es considera que hi ha hagut pràctica de *clickbait* a les publicacions dels mitjans *El Nacional*, *Sport*, *El Periódico* i la Cadena SER referenciades a les queixa. En aquest sentit, s'hi poden veure vulnerats el Criteri 2 del Codi Deontològic i l'Apartat 2 de l'Annex B del mateix Codi. En el cas de la informació publicada per RAC1 al seu compte de Twitter i recollida també a la queixa, no es considera que es faci *clickbait* ni que hi hagi vulneració del Codi Deontològic.



Més enllà de donar resposta a la queixa rebuda pel Consell de la Informació de Catalunya sobre exemples concrets, aquest Consell considera necessari plantejar una actualització del Codi Deontològic o del seu Annex B, dedicat a les 'Recomanacions sobre internet' per incloure-hi els casos de *clickbait* que es detecten en informacions publicades a l'entorn digital.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 24 d'octubre de 2022. Certifico.

Vistiplau  
Josep Carles Rius  
President

Josep Rovirosa  
Secretari General