

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

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient de tramitació ordinària núm. 15/2024 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat en reunió ordinària de data 30 de setembre de 2024 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient núm. 15/2024

ASSUMPTE: Escrit de queixa de la senyora J.F. sobre la possible vulneració del Criteri 7 del Codi Deontològic per dues informacions amb aparença publicitària publicades al digital E-Notícies.

ANTECEDENTS

A través del formulari de queixes online, el CIC va rebre el dia dos de Juliol un escrit denunciant la possible vulneració del Criteri 7 del Codi Deontològic per dues informacions publicades al digital E-Notícies. En concret es tracta d'una notícia que, sota l'epígraf "Consum", porta per títol "*La ganga de Lidl rebaixada a meitat de preu amb què estalviaràs temps a la teva vida*". El subtítol diu que "*Lidl vol que tinguem els nostres dispositius sempre a ple rendiment per fer-los servir quan ho necessitem*" i el text de la notícia és una explicació acrítica dels avantatges d'un model i una marca determinats d'un carregador sense fils per abastir d'energia dispositius mòbils.

[La ganga de Lidl rebaixada a meitat de preu amb què estalviaràs temps a la teva vida \(e-noticies.cat\)](https://www.e-noticies.cat/la-ganga-de-lidl-rebaixada-a-meitat-de-preu-amb-que-estalviaras-temps-a-la-teva-vida)

La segona notícia, publicada també sota l'epígraf "Consum", fa referència a "*L'última novetat de Mercadona que sembla extreta d'un restaurant mexicà*". Sense saber de què es tracta, coneixem pel subtítol que aquesta novetat "*ja la pots trobar disponible a totes les seves botigues i comprovar per què a tants clients els ha encantat*". I només pel text descobrim que ens estant parlant d'una broqueta de pollastre amb "sabor exòtic".

[L'última novetat de Mercadona que sembla extreta d'un restaurant mexicà \(e-noticies.cat\)](https://www.e-noticies.cat/lultima-novetat-de-mercadona-que-sembla-extreta-dun-restaurant-mexica)

La persona que presenta la queixa fa la següent pregunta al final del seu escrit: "Com puc saber quan E-Notícies escriu alguna cosa segons criteris periodístics o ho fa pagat per alguna empresa/lobby/partit polític?"

AL·LEGACIONS

S'han demanat al·legacions tant a la direcció del mitjà com a la periodista que signa la informació. Per part de la publicació, ha respost el senyor Guillem Bargalló. Afirmar que "*no creiem que calgui al·legar res perquè l'empresa no té cap conveni de publicitat amb Lidl, ni Mercadona, de manera que la queixa no té cap fonament*". I en resposta a la pregunta plantejada al final de la queixa, Bargalló diu que "*a diferència de molts altres mitjans digitals catalans, a e-Notícies no hi ha cap lobby ni partit polític (disfressat d'administració pública o no) que el financi*".

Pel que fa a la periodista, no ha donat resposta a la petició d'al·legacions.

PONÈNCIA

La queixa fa referència a la possible vulneració del Criteri setè del Codi Deontològic, sobre conflicte d'interessos, que diu el següent:

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.

Segons les al·legacions presentades pel mitjà no es tracta de cap inserció publicitària ja que ni tant sols hi ha un contracte o conveni amb les dues empreses de distribució a les quals fan referència cadascuna de les notícies. I tot i ser així -no tenim cap motiu per posar en dubte el què al·lega el mitjà- es fa difícil d'entendre que sigui l'interès periodístic el que motiva la seva publicació.

No veiem que tingui cap sentit periodístic -ni cap voluntat de servei- informar d'un producte d'una marca determinada, disponible a una cadena de distribució concreta. Ja sigui un carregador de dispositius mòbils o un plat de menjar ràpid. Entenem que un periodisme rigorós, quan informa els consumidors sobre els productes disponibles al mercat, ho fa comparant preus, qualitats, condicions dels establiments comercials i altres detalls que puguin interessar al possible comprador. Però les dues notícies objecte de la queixa s'assemblen més a una anunci que no a una informació amb el rigor que exigeix la informació periodística.

Sense haver-hi un contracte publicitari, no es pot dir que hi hagi una vulneració del Criteri setè per possibles retribucions o gratificacions. Però aquesta norma deontològica també diu que *"cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota l'aparença d'informacions periodístiques"*. I, certament, a més de la falta de sentit periodístic citada anteriorment, les dues notícies estan redactades amb un estil molt més publicitari que informatiu. Per tant, creiem que es tracta de la promoció d'uns productes i uns establiments més que d'una informació periodística de "consum".

Més enllà de que per part del mitjà hi hagi o no una voluntat publicitària (momentània o a llarg termini), cal analitzar també la fórmula del redactat i la titulació d'aquestes notícies. Ambdues responen a la tècnica del "clickbait" o "pescaclics" que consisteix en sorprendre i encuriosir el lector amb un titular en forma de pregunta o de frase enigmàtica i no desvelar el nucli de la informació fins al final del text. Tot i que el Codi Deontològic no fa cap esment a aquesta tècnica, el CIC, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i les onze universitats catalanes amb estudis de Comunicació van fer pública la denúncia d'aquesta pràctica per considerar-la "una amenaça pel periodisme".

En un [comunicat](#) fet públic a l'octubre de 2023 per les entitats esmentades, llegim que *"en l'actual context de digitalització de la informació, en què les fonts de finançament tradicionals van a la baixa (especialment en el cas dels mitjans impresos) i les subscripcions digitals no són una font de finançament consolidada, els mitjans digitals senten la urgència de monetitzar els seus continguts a través de la publicitat, que ve determinada per l'audiència (nombre de clics o visites). Aquest fet provoca que molts mitjans prioritzin la creació de continguts que puguin generar prou interès en l'audiència com per accedir-hi, independentment de quina sigui la seva rellevància informativa"*.

I, també, que *"el Codi Deontològic de Catalunya té, entre els seus criteris, alguns aspectes que no pot oblidar cap periodista a l'hora de redactar les seves informacions i notícies, igual com ha de respectar l'ordre amb què ha d'aparèixer la informació i aportar les dades d'una manera clara i el màxim de precisa possible. Per aquest motiu, el*

*Consell de la Informació de Catalunya recorda els criteris 01 –Informar de manera acurada i precisa–, 02 –Evitar perjudicis per informacions sense prou fonament– i 09 – Respectar el Dret a la Privacitat– del Codi Deontològic com els preceptes bàsics per afrontar el fenomen del **clickbait**, i que els periodistes els tinguin especialment presents a l'hora de redactar les seves informacions. Si no es fa, s'està vulnerant el Codi Deontològic i, per tant, la norma bàsica dels periodistes del país per garantir un periodisme rigorós i compromès amb l'ètica professional".*

Per tant, entenem que les dues informacions, a més de tenir un biaix netament publicitari i no respondre a un plantejament d'informació periodística, s'inscriuen dins d'aquesta pràctica que és contrària a l'obligació d'informar de manera acurada i precisa que exigeix el primer Criteri del Codi Deontològic.

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

ACORD

El Consell de la Informació de Catalunya considera que les informacions objecte d'aquesta ponència vulneren el Criteri 7è del Codi Deontològic i també aquelles normes del Codi ressenyades en l'informe sobre el "clickbait" del Col·legi de Periodistes, el Consell de la Informació de Catalunya i les onze universitats de Catalunya amb estudis de comunicació.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 2 d'octubre de 2024. Certifico.

Vistiplau
Josep Carles Rius
President

Josep Rovirosa
Secretari General