

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. 16/2024 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat en reunió ordinària de data 2 de desembre de 2024 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient núm. 16/2024

ASSUMPTE: El dia 10 de juliol de 2024 entra al CIC, per via correu electrònic, una queixa firmada pel senyor R.E. relativa a la periodista de TV3 Helena Garcia Melero. La queixa es refereix a la participació d'aquesta periodista, conductora del magazine matinal "Tot es mou", en una campanya publicitària emesa per la pròpia cadena pública catalana. El reclamant considera que aquesta implicació d'una professional en uns espots publicitaris pot contravenir el criteri 7 del Codi Deontològic.

ANTECEDENTS

La persona que presenta la queixa presenta com a prova un vídeo enviat al CIC per whatsapp.

Aquest vídeo correspon a l'emissió del dilluns dia 8 de juliol de 2024, i concretament va ser posat en antena a les 22:07 en el bloc publicitari posterior al Telenotícies Vespre (i per tant en horari de prime time).

Visionat aquest anunci, es pot constatar com la senyora Garcia Melero és la protagonista única d'aquesta campanya publicitària, on el producte anunciat són unes hamburgueses de la marca Pujols. Té una durada de 44".

AL·LEGACIONS

Demanades les pertinents al·legacions a Televisió de Catalunya finalment es va rebre el dia 5 de novembre una resposta signada per la senyora Vanessa Farré Muñoz, representant de la CCMA davant del CIC, que s'expressa en els següents termes:

"Em poso en contacte amb vostè en relació a una queixa rebuda al Consell de la Informació de Catalunya (en endavant, el FCIC) sobre una possible vulneració del criteri 7 del Codi Deontològic. En aquest sentit,

EXPOSEM

Primer.- Que el FCIC té com a finalitat vetllar pel compliment dels principis d'ètica professional periodística que consten en el Codi Deontològic.

Segon.- Que el queixant considera vulnerat el criteri 7 del Codi Deontològic que versa sobre "evitar el conflicte d'interessos" on s'exposa 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."

Terçer.- Que el format telepromoció és un format permès per la normativa audiovisual per aquest tipus de programes. Format en el qual, el presentador o qualsevol dels protagonistes del programa, utilitzant l'escenari, l'ambientació i l'atrezzo del programa, exposen per un temps clarament superior a la durada d'un missatge publicitari les característiques d'un bé o servei. Comentar també que, en compliment de la normativa vigent, quan s'emet aquest tipus d'espai es sobreimpressiona sempre la transparència de 'Publicitat' per tal d'advertir a l'espectador que està davant d'un espai publicitari amb el que l'espectador, en tot cas, sap que està davant d'un contingut estrictament publicitari i no de cap altra naturalesa.

Quart.- Que el llibre d'estil de la CCMA regula, a més, les situacions en les quals un professional de la CCMA pot fer publicitat. En aquest sentit, "els professionals que treballen per a la CCMA en l'elaboració i presentació de continguts estrictament informatius no poden fer publicitat ni participar en promocions comercials".

Cinquè.- Que l'Helena Garcia Melero forma part de l'equip del Tot es mou no pertany als equips d'informatius de la CCMA. Sisè.- Que en base a tot el que s'ha exposat, no creiem vulnerat el criteri 7 del Codi Deontològic."

D'igual manera, i donat que la queixa va adreçada a una professional de la comunicació, el CIC va sol·licitar a la CCMA que li adreçés també la petició d'al·legacions a la periodista objecte de la queixa, la qual cosa ens van confirmar que van fer, sense que la periodista hagi afegit cap escrit d'al·legacions pròpies

CONSIDERACIONS I PONÈNCIA

De queixes sobre periodistes que fan publicitat el Consell de la Informació de Catalunya ja n'ha vist i tractat una quantitat considerable de vegades i unes quantes referides a actuacions similars exercides per periodistes de TV3.

(Veure per exemple:

https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2024/02/certificacio_acordCIC21.2023SS.pdf

https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/04/certificacio_exp1.22SS.pdf

<https://cic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/04/certificacio-exp-10.22SS.pdf>)

Les al·legacions presentades per TV3 són les mateixes que les ja argüïdes en casos anteriors i, per tant, també reiteratives seran algunes de les argumentacions fetes a continuació.

El fet que una normativa legal empari o no la fórmula anomenada telepromoció és quelcom que no ha de ser pres en consideració a l'hora d'avaluar el capteniment deontològic d'una actuació professional. Tampoc el fet d'advertir amb un rètol que es tracta d'un espai publicitari justifica la participació d'un professional del periodisme en el mateix. Cas d'ometre's aquest avís, estaríem parlant d'una altra mena de transgressió del codi.

Així mateix, la CCMA sol emparar-se en la formulació que sobre aquest assumpte va quedar plasmada en el llibre d'estil de les seves emissores, en el sentit pretès que en quedin afectats només els presentadors dels programes "estrictament" informatius. És prou conegut que sota el nou concepte de l'anomenat "info-entreteniment" s'hi encabeixen programes de tipus magazín on els continguts informatius hi són permanentment presents, i fins i tot en proporcions molt majors que les del minutatge dedicat a l'esbarjo. Ja en ocasions anteriors, des del CIC més aviat s'ha instat a la Corporació perquè faci una modificació d'aquest punt del seu llibre de normes.

I si en altres casos hi hagués pogut haver algun dubte sobre les característiques del professional en qüestió, en el que respecta a Helena Garcia Melero pocs dubtes poden caber que els espectadors la veuen com una periodista que ha treballat molts anys com a cara visible de Telenotícies i que continua exercint a la cadena unes funcions eminentment informatives.

Es dona la circumstància que la mateixa periodista, posteriorment als fets constatats ha protagonitzat noves campanyes publicitàries emeses en condicions similars a la que ara ens ocupa, concretament una de la companyia d'assegurances Allianz (ref. expedient 21/2024).

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

ACORD

El Consell de la Informació de Catalunya considera que amb la seva implicació en campanyes publicitàries emeses a TV3 la periodista Helena Garcia Melero incompleix el criteri 7 del Codi Deontològic.

Així mateix el CIC insta un cop més a la CCMA a revisar en un sentit més restrictiu i inequívoc les seves normes respecte a la participació dels seus professionals en campanyes publicitàries o en altre tipus d'actuacions que puguin posar en entredit la seva credibilitat o que puguin crear dubtes sobre la integritat de la informació.

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

Vistiplau
Josep Carles Rius
President

Josep Rovirosa
Secretari General