

INFORME DE LA PRESIDENCIA

Codi ètic, acords i recerques per defensar el periodisme, els drets i la democràcia

Josep Carles Rius

L'any 2025 té un significat molt especial pel Consell de la Informació de Catalunya, pel Col·legi de Periodistes i per tota la professió: és l'any en què hem aprovat un Codi Deontològic actualitzat i reforçat que ens permet afrontar amb moltes més eines ètiques el reptes als que s'enfronta el periodisme. Per això ens havíem preparat des de l'any 2022, quan vam celebrar els 30 anys del Codi Deontològic i els 25 del CIC.

Des del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) fa molt de temps que estudiem i reflexionem sobre com podem servir millor al dret a la informació, un dret que no és dels periodistes, sinó dels ciutadans. I pensem que aquest objectiu només es pot aconseguir des del compromís ètic i amb la implicació de tots. En aquest sentit, celebrem des de 2022 unes [jornades amb les onze universitats amb estudis de periodisme](#). Universitats amb les quals hem signat [documents sobre el vincle entre la qualitat del periodisme i la democràcia](#).

I amb motiu del 30è aniversari del Codi deontològic, i els 25 del CIC, la tardor de l'any 2022, vam celebrar [debats amb la societat civil](#) sobre els reptes compartits que afrontàvem. Fruit d'aquestes converses, vam posar en marxa, per exemple, estudis sobre el [tractament del suïcidi](#), [el discurs d'odi](#), [l'emergència climàtica i sobre com preservar un periodisme honest](#), responsable i crític, que era, i és, l'objectiu dels qui van redactar el codi a principis dels anys noranta. Anteriorment, el CIC ja havia elaborat, l'any 2021, un estudi sobre la IA que va ser referència per *press councils* de tot Europa.

L'ampliació i actualització del Codi que vam aprovar en el VII Congrés dels periodistes catalans, el novembre del 2025, és resultat d'un llarg procés d'escolta a la professió i a la societat civil, i també fruit d'estudis compartits amb les universitats. L'últim congrés l'havíem celebrat l'any 2016, en les mateixes dates de la victòria de Donald Trump, quan va començar l'era de la 'postveritat', de la mentida, del negacionisme, de l'hostilitat contra els mitjans de comunicació i del poder creixent i irresponsable de les grans plataformes. D'una onada reaccionària que no ha parat de créixer des d'aleshores.

Per tant, nou anys després, era imprescindible abordar una ambiciosa actualització del Codi i proclamar que no n'hi ha prou amb dir la veritat, i que tenim el deure "de fer front a la mentida, a la desinformació i a la negació de les evidències científiques". Que tenim "un compromís ineludible amb els drets humans". Que tenim "el deure d'identificar i combatre el discurs d'odi, com a gran amenaça per a la convivència, la dignitat i la democràcia".

I també necessitàvem incloure annexos específics sobre qüestions que precisen una nova mirada, com el tractament del suïcidi, l'emergència climàtica, la diversitat o el desafiament de la intel·ligència artificial. Ara, amb el nou Codi, comptem amb una poderosa eina, un

marc ètic renovat, per defensar el periodisme, la democràcia i els drets humans. Per complir amb el deure de garantir un dret que és de la ciutadania: el dret a la informació.

Per la seva transcendència, en la memòria del CIC corresponent al 2025 crec imprescindible deixar constància del que significa el nou Codi. De les seves deu claus:

Discurs d'odi i drets humans. Com a conclusió dels dotze criteris del Codi, recordem que “les responsabilitats ètiques s'emmarquen en el compromís ineludible dels periodistes amb els drets humans. Els periodistes tenen el deure d'identificar i combatre el discurs d'odi, com a gran amenaça per a la convivència, la dignitat i la democràcia.”

Un dret de la ciutadania. En el congrés molts ponents van insistir en el fet que els periodistes tenen el deure de garantir un dret que és de la ciutadania: el dret a la informació. Per això, en el preàmbul recorden que aquest dret està consagrat en la Declaració Universal dels Drets Humans (article 19), la Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea (article 11), la Constitució (articles 20 i 105.b) i l'Estatut de Catalunya (article 52).

Qui és periodista? En un temps en què hi ha molta confusió sobre qui és o no periodista i en la que creixen els falso mitjans de comunicació, el Codi incorpora un preàmbul on es diu: “És periodista aquella persona que té la formació acadèmica i/o l'experiència adquirida i acreditada professionalment per exercir el periodisme. Es pot desenvolupar en mitjans de comunicació, en empreses dedicades a la comunicació o bé en plataformes personals i en tot cas el periodista ha d'assumir el compromís ètic imprescindible que és determinat pel Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya”.

Què és un mitjà de comunicació? En el mateix preàmbul es determina que “els valors que guien els periodistes impliquen també de forma corporativa a les empreses que es dediquen a la comunicació. Només entenem que s'ajusten a aquesta definició si són transparents respecte a la seva titularitat, i si estan compromesos amb el Codi Deontològic i prenen decisions al servei de la ciutadania.”

Responsabilitat enfront del suïcidi. Un dels canvis més profunds del Codi és el que fa referència al tractament del suïcidi. Fins ara es posava l'accent en evitar el suposat efecte mimètic. Ara se'n va molt més enllà i es diu: “En el cas del suïcidi, cal informar amb responsabilitat, tractant-lo com un problema de salut pública que es pot prevenir i que mai no respon a una única causa. Cal evitar el sensacionalisme, o qualsevol llenguatge que li pugui transmetre un caire de romanticisme o glamur, així com els detalls concrets sobre la persona, el mètode o el lloc. Aquestes notícies no s'han de destacar ni repetir, i cal tenir una cura especial quan es tracti de persones conegudes. És important incloure-hi recursos sobre on i com cercar ajuda. Si s'hi inclouen imatges, aquestes no han de caure en estereotips ni reforçar estigmes”. A més s'incorpora un annex específic amb recomanacions sobre com abordar el fenomen del suïcidi.

Clickbait i grans plataformes. Per primera vegada, un Codi deontològic considera que “l'ús sistemàtic de titulars enganyosos —coneguts com a *clickbait* o *pescaclics*— compromet la qualitat de la informació i vulnera el dret de la ciutadania a rebre continguts rigorosos”. Els periodistes reclamen també que les grans plataformes digitals tinguin

“responsabilitat editorial respecte als continguts que difonen en xarxes socials per poder ser catalogats com a periodisme”.

El repte de la intel·ligència artificial. Un annex estableix que en l'ús de la intel·ligència artificial en l'àmbit del periodisme “ha d'existir sempre una supervisió periodística i editorial humana, exercida per professionals, en totes les etapes de producció i difusió de continguts generats o assistits per IA”. L'objectiu és “valorar la fiabilitat de les fonts, verificar i contextualitzar la informació, detectar errors i garantir-ne la veracitat”. L'annex recorda el deure d'evitar “la proliferació de continguts generats per intel·ligència artificial que puguin generar o afavorir la desinformació o la manipulació (...) o que introdueixi biaixos, fomenti la polarització, la discriminació o contribueixi a la difusió de discursos d'odi”. L'annex sobre tractament d'imatges incorpora recomanacions en aquest àmbit: “Les imatges generades per IA amb resultat d'aparença fotogràfica o realista són resultat de la manipulació de múltiples imatges i, per tant, no han d'utilitzar-se en contextos periodístics, en coherència i compliment de la normativa que prohibeix expressament qualsevol manipulació de la informació visual en l'àmbit del fotoperiodisme”.

Tractament de l'emergència climàtica: L'annex dedicat al tractament de l'emergència climàtica recorda que “la crisi climàtica és una qüestió de justícia global per la sobreexplotació dels sistemes naturals i la vulneració de drets humans. Aquest greuge ha estat perpetrat històricament —i també avui dia— pels països del nord global a costa dels recursos del sud global. Els mitjans de comunicació tenen la responsabilitat d'assenyalar aquestes relacions desiguals. Per evitar la paràlisi i la sensació d'impotència que porta a la fatiga climàtica, s'ha d'evitar el discurs únic de catàstrofe i el contingut estrictament emocional i compassiu”. Cal “renunciar a la falsa simetria per no donar espai al negacionisme climàtic, perquè “donar veu a discursos que neguen l'existència de la crisi climàtica o advoquen pel derrotisme no forma part de l'exercici de la imparcialitat ètica, sinó que crea un fals equilibri d'opinions i amplifica la desinformació.”

En defensa de la diversitat: Un annex específic insisteix en que cal “evitar incloure en la informació el grup ètnic, el color de la pell, la nacionalitat, la religió o la cultura si no és estrictament necessari per a la comprensió global de la notícia, per tal d'evitar generar prejudicis, estigmatització i estereotips que generin actituds discriminatòries i racistes”. El document també recomana “millorar els mecanismes periodístics que afavoreixen la multiculturalitat” i que “les redaccions siguin més diverses, no tan sols per què és socialment just, sinó periodísticament necessari de cara a la qualitat informativa i a l'aportació de noves mirades sobre la realitat”.

CIC: recerques per preservar el periodisme

Comptem amb un codi reforçat per fer front a les noves amenaces. Una poderosa eina, un marc ètic renovat, per defensar el periodisme, la democràcia i els drets humans. Per complir amb el deure de garantir un dret que és de la ciutadania: el dret a la informació.

Però a la vegada necessitem conèixer a fons els reptes als quals ens enfrontem. Conèixer com la societat s'informa, com és l'ecosistema mediàtic, com es genera la desinformació i l'odi, on estan les fronteres entre el periodisme i altres formes de comunicació... Aquests

són els objectius de les recerques que durant l'últim any ha elaborat el Consell de la Informació de Catalunya, conjuntament amb investigadors/investigadores de l'àmbit del periodisme de diverses universitats. Fruit d'aquestes recerques i del compromís ètic dels signants volem compartir amb la ciutadania una sèrie de reivindicacions, en defensa del periodisme, però, sobretot, de la democràcia i dels drets humans.

I, a més del Codi, necessitem conèixer a fons els reptes als quals ens enfrontem. Conèixer com la societat s'informa, com és l'ecosistema mediàtic, com es genera la desinformació, on estan les fronteres entre el periodisme i altres formes de comunicació... Aquests són els objectius de les recerques que durant l'últim any han estat elaborant, pel Consell de la Informació de Catalunya, investigadors/investigadores de l'àmbit del periodisme de les universitats Autònoma de Barcelona (UAB), Pompeu Fabra (UPF), Rovira Virgili URV) i la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

La professora Sònia Herrera, de la UOC, ha centrat la seva recerca en les 'Patologies en el sistema mediàtic català'. Considera que les xacres sistèmiques que aquest sistema pateix "no són errors circumstancials ni desviacions accidentals, sinó símptomes estructurals d'un ecosistema informatiu sotmès a una doble pressió: d'una banda, la competència accelerada per l'atenció en entorns governats per plataformes i mètriques; de l'altra, la fragilitat econòmica i laboral de les redaccions, que redueix temps, independència i capacitat d'investigació. Dinàmiques, totes elles, que tendeixen a reforçar-se mútuament".

"En aquest context – conclou –, el sosteniment de la qualitat periodística esdevé una qüestió urgent pel que fa a la governança democràtica, no només perquè el periodisme estructura el debat públic, sinó perquè la degeneració del criteri editorial (viralitat, immediatesa, "clonació", *infotainment*, règim *live*...) erosiona la possibilitat compartida i consensuada d'una base factual mínima. (...) Mentre les rutines productives continuen governades per la urgència i la facturació".

La principal de les patologies és la vulnerabilitat enfront de la desinformació. En aquest camp hi aprofundeix Ruth Rodríguez, de la UPF. "El context mediàtic global – escriu en el seu estudi - ha experimentat en les darreres dècades una transformació profunda i alguns dels principals factors que han marcat aquest canvi són la digitalització, el creixement de les xarxes socials i la fragmentació de les audiències. Aquest nou entorn informatiu, caracteritzat per la immediatesa, la interactivitat i la circulació massiva de continguts, també ha propiciat un augment significatiu de la desinformació. I malgrat que no és un concepte nou, la desinformació s'ha consolidat com un fenomen necessari per comprendre la comunicació contemporània".

I com ens informem els catalans? Santiago Giraldo, de la UAB, busca respostes amb la seva recerca. I no és fàcil: "L'anàlisi del panorama informatiu de l'any 2025 mostra un ecosistema divers, fragmentat i fortament condicionat per factors sociodemogràfics, especialment per l'edat. Lluny d'un model homogeni, la manera com la ciutadania s'informa sobre l'actualitat varia de forma significativa segons el canal, la generació i, en grau més baix, el gènere". Cal una anàlisi profunda de les dades, i això és el que aporta el treball de Giraldo.

En el Codi Deontològic, dèiem, el preàmbul explica què és i què no periodisme; què és i que no un mitjà de comunicació. La recerca de Marta Montagut (URV) viatja per aquestes fronteres que avui es perceben difuses, però que resulta vital per la professió i per la qualitat democràtica que es dibuixin de forma clara. El seu estudi contribueix a “situar els límits del debat allà on és més pertinent: la frontera ha de ser entre continguts amb valor informatiu de qualitat i rigor i tot allò que no ho és, sigui humor, divulgació, propaganda o directament intoxicació i mentida”.

L'estudi de Montagut aporta dades i reflexions molt valuoses per abordar el fenomen dels “influencers”, un món “molt ampli i complex, i que no necessàriament s'inscriu en tots els casos en una línia lesiva per la professió periodística i per a la formació de l'opinió pública”. És un camp en el qual cal filar prim. Més clar és el món dels anomenats pseudomitjans, “mitjans en línia amb finançaments opacs i agendes i marcs interpretatius que responen a uns interessos polítics molt concrets i que tenen més un objectiu propagandístic que informatiu”.

A la recerca d'alternatives en temps complexos

Davant totes aquestes amenaces i reptes, Eloi Campos, de la UPF, busca ‘Alternatives i oportunitats’. Una investigació que dona lloc a onze propostes concretes: 1. Elaborar un estatut-marc de redacció actualitzat i difondre'l entre els mitjans i els professionals. 2. Creació d'un òrgan equivalent al defensor del lector/oient/espectador mancomunat per als mitjans locals i digitals. 3. Convenis amb verificadors. 4. Mesures per garantir la transparència corporativa i financera. 5. Establir un codi d'autoregulació publicitària. 6. Reforçar la formació universitària en retiment de comptes i mecanismes de salvaguarda de la independència editorial. 7. Ajuts públics específics per a la innovació en participació/consolidació de subscripcions. 8. Fer de l'educació en comunicació una assignatura específica i obligatòria als diferents currículums de l'ensenyament. 9. Adoptar polítiques locals d'educació en comunicació en entorns no reglats. 10. Reivindicar que es faci efectiva la legislació espanyola i catalana que afecta els mitjans ciutadans audiovisuals. 11. Millorar el coneixement dels professionals i del públic sobre els models alternatius d'empresa periodística i crear línies d'ajuts específiques.

També en el capítol de les alternatives, Sònia Herrera (UOC) considera que “el repte no és simular absència de posició, sinó problematitzar i fer explícits criteris, límits, conflictes d'interès, dependències i decisions, per tal de construir una credibilitat basada en la rendició de comptes. En un ecosistema català intensament polititzat i altament mediatitzat, aquesta honestat metodològica pot ser, paradoxalment, una de les vies més sòlides per recuperar confiança i utilitat pública”.

I Santiago Giraldo (UAB) conclou que “totes les orientacions convergeixen en un paper reforçat del Consell de la Informació de Catalunya com a actor pedagògic, normatiu i de referència pública. El CIC no ha de regular canals ni plataformes, però sí que pot preservar i actualitzar el marc que defineix on i com s'han de prendre les decisions editorials. El Codi Deontològic dels Periodistes continua sent una eina central: és el criteri d'orientació per garantir que els principis del periodisme continuïn operant més enllà dels canals tradicionals.”

El conjunt de reflexions i línies d'acció no pretén oferir solucions immediates a un procés estructuralment complex. Delimita, però, un espai d'intervenció realista i necessari: preservar la funció editorial del periodisme allà on la fricció s'ha reduït, i garantir que la qualitat informativa continuï sent un bé públic en un ecosistema fragmentat, plural i canviant. En aquest sentit, Marta Montagut (URV) cita com a exemple l'acord entre el Parlament de Catalunya i el Consell de la Informació de Catalunya (CIC), per preservar el periodisme i la democràcia enfront de "mitjans de comunicació que no demostren *bona fide*, és a dir, aquells que no actuen com a fonts d'informació autèntiques, fiables i ètiques. Mitjans i informadors que no estan compromesos amb el compliment del Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya. Mitjans que no estan constituïts com a empresa informativa i que, per tant, no poden demostrar independència editorial i un finançament transparent.

En conclusió, hem de rebel·lar-nos contra la mentida. No n'hi ha prou amb el compromís amb la veritat, els periodistes hem de combatre de forma activa l'engany. Sempre ha estat així, però ara és més necessari que mai. Per salvar la democràcia i l'ofici. Per salvar el dret a la informació, que no és nostre, sinó de la ciutadania a la qual servim. Un dret pel qual molts companys nostres es juguen la vida i la llibertat a bona part del món, començant pel genocidi de Gaza. Hem de ser dignes de compartir amb ells el nom del mateix ofici: el periodisme. Aquest va ser l'esperit amb què l'últim Congrés dels periodistes catalans va aprovar el nou Codi Deontològic de la professió. Aquest és l'esperit de les recerques que aquí presentem.

Acord amb el Parlament per preservar la democràcia en enfront dels falsos periodistes

Un dels temes més notables del CIC l'any 2025 ha estat l'acord amb el Parlament de Catalunya per defensar, junts, tots els valors que estan presents en el Codi Deontològic. Partim de què les males pràctiques a les quals recorren suposats mitjans de comunicació representen una amenaça per a l'exercici del periodisme i també per la tasca parlamentària. D'aquí la preocupació compartida i la voluntat de sumar esforços entre el Parlament i el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) per preservar la qualitat democràtica.

El Parlament de Catalunya i el [Consell de la Informació de Catalunya \(CIC\)](#) vam firmar el dia 13 de maig un conveni per "establir un marc estable de col·laboració institucional que permeti avaluar, assessorar i protegir el bon exercici del dret a la informació dins l'àmbit parlamentari". L'acord entre la institució de la sobirania popular i l'entitat que vetlla pel compliment del Codi Deontològic de la professió periodística simbolitza la voluntat de combatre la desinformació i l'extensió del discurs d'odi.

Durant l'[acte de signatura](#), el president del Parlament de Catalunya, Josep Rull, va destacar la importància de l'acord: "Avui decidim solemnitzar el nostre compromís amb la democràcia en ella mateixa i amb la figura dels i les periodistes. Signem aquest conveni que ens fa sentir especialment orgullosos pel seu caràcter pioner". Rull ha subratllat que es tracta d'un compromís amb la transparència, la llibertat de premsa, el dret a la informació i el bon funcionament democràtic.

Des del CIC, vam fer una reflexió sobre els grans reptes que afronta la societat: el creixement de la desinformació a escala global, el sorgiment i expansió dels discursos d'odi i el paper clau que hi juguen les xarxes socials. “Davant d'això, no podem tenir una actitud passiva, i per això valorem molt aquest conveni, que és un pas conjunt que fem els parlamentaris i els periodistes”, vam dir.

Les males pràctiques a les quals recorren suposats mitjans de comunicació representen, coincidim el Parlament i el CIC, una amenaça per a l'exercici del periodisme i també per la tasca parlamentària. D'aquí la preocupació compartida i la voluntat de sumar esforços per preservar la qualitat democràtica.

El conveni entre el Parlament i el CIC està vinculat a l'aprovació, en la reunió de la Mesa del 6 de maig del 2025, de les *Normes d'acreditació i accés dels mitjans de comunicació al Parlament de Catalunya*. S'hi estableix que el periodista haurà de firmar “el seu compromís amb el compliment del Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya”.

Des del CIC, considerem molt positiu que el compliment ètic constitueixi el criteri essencial de les acreditacions. Perquè sense normes deontològiques, no podem parlar de periodisme, sinó d'instruments que degraden la vida democràtica. D'aquí que en el conveni, el CIC es compromet a “donar l'opinió i assessorar el Parlament sobre l'ecosistema mediàtic català, especialment pel que fa a la distinció entre mitjans que compleixen els criteris d'ètica periodística o plataformes i canals que actuen fora d'aquests principis, entre altres aspectes”.

En el text de les *Normes* es diu textualment que “l'acreditació s'atorga als periodistes, fotògrafs i equips de rodatge que treballen per a mitjans de comunicació *bona fide* i compromesos amb els principis ètics de la professió periodística i amb el Codi Deontològic de Catalunya”. De la mateixa manera que a l'hora de concedir acreditacions es considera un valor a tenir en compte el fet que el mitjà disposi del segell del Consell de la Informació de Catalunya de compromís amb l'ètica periodística.

Tal com reconeix el Parlament, el CIC “és una entitat independent d'autoregulació de la professió periodística a Catalunya, que té la finalitat de vetllar pel compliment dels principis d'ètica professional periodística continguts en el Codi Deontològic”. El CIC, com es recorda en el conveni, atorga el Segell de Compromís amb l'Ètica Periodística “a tots els mitjans que voluntàriament s'hi adhireixin. Aquest segell acredita que aquests mitjans es comprometen a respectar el Codi Deontològic, reconeixen l'autoritat moral del CIC i accepten la seva mediació davant els ciutadans que considerin vulnerat el seu dret a una informació elaborada amb els criteris ètics”.

En aquest marc, el conveni estableix que “si alguna sol·licitud d'acreditació comporta dubtes sobre la seva concessió, el Parlament podrà sol·licitar un informe previ al Consell de la Informació de Catalunya que serà elevat a la Mesa perquè el pugui tenir en compte abans d'adoptar una decisió definitiva”. L'acord d'assessorament va més enllà de sol·licituds puntuals com aquestes, i estableix que el CIC es compromet a “donar suport tècnic o metodològic a iniciatives comunes que promoguin al dret a una informació veraç, contrastada i elaborada segons els valors professionals del periodisme”.

Periodisme i democràcia, el vincle imprescindible

El periodisme i la democràcia no existeixen l'un sense l'altre. Per tant, les ofensives reaccionàries contra el sistema democràtic impliquen també un atac al periodisme. Les onades globals que intenten substituir el periodisme independent i crític per la desinformació i la propaganda han arribat de ple al nostre país. I aquesta degradació ens concerneix, no només com a periodistes sinó com a ciutadans.

Constatem amb profunda preocupació el creixement dels discursos d'odi impulsats per l'extrema dreta. A les xarxes socials, però també en falsos mitjans de comunicació, es normalitzen i difonen missatges discriminatoris respecte als col·lectius més vulnerables. Els valors que consideràvem assolits després de quasi mig segle de democràcia es veuen avui amenaçats per plantejaments racistes, xenòfobs, masclistes, de rebuig als immigrants, a persones LGTBI, d'estigmatització de la pobresa o de marginació de la gent gran o persones en discapacitat.

Considerem que és un deure cívic fer front a aquests discursos que atempten contra els drets humans. I que els periodistes tenim, a més, el deure ètic de defensar una actitud que vagi més enllà de la resistència i sigui proactiva. Tot i que el fet de fer-ho, tingui el cost de patir campanyes de descrèdit per part dels qui ens consideren un mur de contenció a l'hora de difondre el seu discurs d'odi.

Comptem amb un codi reforçat per fer front a les noves amenaces. Una poderosa eina, un marc ètic renovat, per defensar el periodisme, la democràcia i els drets humans. Per complir amb el deure de garantir un dret que és de la ciutadania: el dret a la informació.

Ens reafirmem en la necessitat del compromís ètic dels periodistes i els mitjans de comunicació. En el Codi deontològic definim que per ser periodista és imprescindible el compromís ètic que pren forma en el codi deontològic. Fora d'aquest marc ètic, no hi ha periodisme. Hi ha propaganda, desinformació o difusió de l'odi.

A Catalunya tenim un sistema de comunicació majoritàriament responsable, compromès amb els principis ètics i amb una notable trajectòria de qualitat. Per això és tan important preservar-lo de les creixents amenaces globals, però també de les que sorgeixen al nostre país, fins i tot dins la mateixa professió. Per això fem una crida al conjunt de la societat a què faci confiança al periodisme honest, responsable, crític, compromès amb els drets humans, començant pel dret a la informació veraç.