

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. 17/2026 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat en reunió ordinària de data 20 de juliol de 2026 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient núm. 17/2026

ASSUMPTE: Escrit de queixa del dia 3 de juliol de 2026 per presumpta vulneració dels criteris 1 i 4 del Codi Deontològic, en la informació publicada al suplement En Blau del digital El Nacional, en donar la notícia de la mort en accident d'una presentadora de televisió.

ANTECEDENTS

Al·lega la persona que formula la queixa que el títol “**Commoció amb la tràgica mort d'una estimada presentadora i actriu, envestida per un tren**” pretén impactar el lector, fent suposar que un fet ocorregut a Argentina per és un fet de proximitat i donant a entendre que la víctima és una persona del nostre entorn comunicatiu, quan es tracta d'una presentadora de televisió i actriu del tot desconeguda pel públic d'aquí.

I afegeix l'autor de la queixa: “Sense massa espai pel dubte, m'atreveixo a pensar que el que pretén el mitjà és que els lectors facin clic, entrin a la notícia i vagin augmentant el número de visites al diari. I si és així, crec que s'estaria vulnerant el Criteri primer del Codi Deontològic (informar de manera acurada i precisa) i el Criteri quart que diu explícitament 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”.

Així mateix facilita l'enllaç a la informació a la qual fa referència, firmada pel periodista Darío Porras:

https://www.elnacional.cat/enblau/ca/televisio/mor-ernestina-pais-presentadora-actriu-argentina-televisio-54-anys-envestida-tren-cotxe-accident_1660886_102.html?utm_medium=Social&utm_campaign=TwitterEchobox&utm_source=Twitter#Echobox=1782557608

AL·LEGACIONS

Fins a la data de la redacció de la present ponència no s'han rebut al·legacions per part d'El Nacional.

Cal tenir en compte, tanmateix, que el director del suplement En Blau, ja ha plantejat en anteriors ocasions la defensa d'aquesta manera de procedir. Recentment, en una entrevista que li feia el 13 de març de 2026 a Comunicació 21 el periodista Quim Miró:

Marc Villanueva: “Els crítics d'EN Blau no només no el llegeixen, sinó que volen que desaparegui, i d'això se'n diu feixisme” - comunicació21.

En reproduïm aquí els fragments més pertinents:

En el relançament d'EN Blau, el 2017, Elnacional.cat assegurava en un comunicat que “els titulars de les informacions estan plantejats en forma d'ham per guanyar el màxim nombre de clics”. Amb això no heu enganyat a ningú.

Evidentment, mai. Enganyar és que el titular i el contingut de la peça no coincideixin. L'èxit d'EN Blau no s'explica si el lector no se sent satisfet després de llegir l'article. Si un lector se sent enganyat, no tornarà. I EN Blau no ha parat de créixer, créixer i créixer. Per tant, el que fem és un esquer: hi ha un pacte implícit entre el lector i l'autor.

Quin és?

Si l'autor posa tota la informació del contingut en el titular, el lector no cal que cliqui perquè ja està prou informat. L'objectiu d'EN Blau és que el lector cliqui l'enllaç de la notícia per saber com més coses millor. Per tant, el pacte implícit implica que, com a autor, t'escric un titular cridaner que et generi interès perquè cliquis. Aquest és el nostre ADN i la nostra manera de ser. Així és com s'explica l'èxit d'EN Blau. Però aquest esquer no només el fa l'EN Blau.

Qui més ho fa?

La premsa escrita amb una portada cridanera als diaris perquè comprin un exemplar, el paper cuixé a les revistes o el Telenotícies amb els titulars d'obertura perquè els telespectadors el vegin. Tothom, a la seva manera,

L'EN Blau és el digital més pescaclics de Catalunya?

Sí, som els qui tenim més clics i més audiència. En conseqüència, som els més pescaclics. El problema que tenim és si la paraula pescaclics té una connotació negativa.

I la té?

Per a mi, no. Normalment, pescaclics és una paraula que té una connotació negativa per a aquells periodistes que van de dignes i que no acumulen audiència. Són els mateixos que t'expliquen que a la facultat van aprendre que el titular ha de portar un subjecte, un verb i un predicat. Enhorabona, és la teva manera de treballar! En canvi, tu enredes el teu lector quan plagies una informació i no cites la font, i tot el gremi et coneix i et veu la matrícula. A

mi el gremi també m'ha vist la matrícula: l'EN Blau publica informacions que no pots saber si no hi cliques. I diré més.

Digues.

L'En Blau és un diari digital privat, i això vol dir que si no té clics i no acumula lectors, haurà de tancar la paradeta perquè no serà rendible. Per tant, en un aparador digital tan complex, has de tenir una estratègia com la nostra, que s'ha demostrat que és exitosa. Prova d'això és que l'EN Blau ha arribat a sumar 6 milions de lectors mensuals!

PONÈNCIA

Ens trobem, efectivament, en un nou episodi d'aquesta tècnica informativa que s'ha conegut com a clickbait o pescaclics ¹ De casos se'n troben per centenars a En Blau i a d'altres periòdics digitals. Aquest a què es refereix l'autor de la queixa és especialment punyent pel fet de referir-se no tant a una circumstància anecdòtica sinó a la mort d'una persona en circumstàncies tràgiques.

Cal destacar, a més, que és el primer cop que el CIC aborda aquest assumpte després que la pràctica del “pescaclics” va ser incorporada de manera explícita al text del codi. ² Això va succeir a la darrera revisió, presentada i aprovada al darrer Congrés de Periodistes Catalans, celebrat el desembre de 2025.

Aquesta inclusió no canvia de manera substancial el plantejament del CIC, que ja ha estat expressat anteriorment en diverses ocasions.

Hi ha concretament tres dictàmens previs que tracten del pescaclics.

El primer, en sentit cronològic, es remunta a l'any 2022 (expedient n.16/2022) i fa referència a una queixa sobre l'ús de titulars enganyosos a tuïts divulgats per El Nacional i per altres mitjans sobre l'ús d'alguns medicaments.

¹ La traducció al català com a “pescaclics” no està encara acceptada pel DIEC2, però sí que gaudeix ja d'una acceptació generalitzada, sobretot des que el Termcat la va incorporar com a vàlida (Podeu veure al respecte: [Clic, clic, clic: l'estratègia dels pescaclics | Economia. Empresa](#)) Per això és la que s'usarà a partir d'aquí en aquesta ponència, amb la recomanació que així es faci ja usualment al CIC a partir d'ara.

² A judici de l'autor d'aquesta ponència, la inserció al codi de la referència al “pescaclics” es va fer en un lloc inadequat. Es va incloure en el text del criteri 4, que fa referència als mètodes per obtenir informació, quan hagués sigut més propi fer-ho a l'article 1, que és el que fa referència a l'obligació d'informar de manera acurada i precisa (o bé en el 2, que apunta a les informacions divulgades sense prou fonament). De fet, aquests eren els articles que eren invocats a les queixes anteriors tramitades que feien referència a aquest assumpte.

Tuits clickbait titulars medicaments – Fundacio CIC

En aquella ocasió, per cert, les al·legacions presentades per El Nacional se sustentaven en bona part precisament en el fet que aquest tema no estava expressament enunciat al Codi Deontològic. Això no va ser impediment perquè la resolució presa considerés que s'havien vulnerat el Criteri 2 del codi i l'apartat 2 de l'Annex B.

Més endavant, ja el 4 d'octubre de 2023 el CIC va treballar un expedient de tramitació no ordinària que va desembocar en la publicació d'un comunicat fet conjuntament amb totes les universitats catalanes amb estudis de Periodisme

Tramitació no ordinària. Comunicat contra us de clickbait – Fundacio CIC

Aquest comunicat començava amb aquestes paraules:

El Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC), el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) i totes les universitats catalanes amb estudis de periodisme i comunicació fan una crida conjunta en contra de l'ús de l'anomenat 'clickbait' (pescaclics) perquè vulnera els principis ètics del periodisme. Aquest recurs per captar l'atenció del públic a qualsevol preu s'ha convertit en un fenomen cada cop més habitual en moltes capçaleres del país, fet que posa en risc la veracitat de les informacions, genera una pèrdua de confiança per part de la ciutadania, i contradiu els principis que totes les facultats de periodisme signants ensenyen als seus alumnes.

A partir d'aquí, el comunicat feia una descripció molt acurada de les característiques que acostuma a tenir aquesta mala praxis, advertia els usuaris de la comunicació sobre la mateixa i explicava com contravenia de forma clara principis del codi deontològic.

Un tercer dictamen a propòsit del pescaclics el trobem amb el número 24/2025 dels casos vistos pel Consell l'any 2025. En aquesta ocasió la queixa feia referència a una notícia publicada a l'edició digital del diari esportiu citat, amb data 22 de juliol, sota l'epígraf "Sociedad" i amb el següent titular: "Un abogado desvela el sencillo truco para no pagar impuesto de sucesiones en las herencias: Aquí va el bombazo que nadie te cuenta". En aquella ocasió la ponència, aprovada pel Ple del CIC considerava que no solament s'havia transgredit els principis 1 i 2 del Codi sinó també el 7, en la mesura que la peça deixava ambigua la frontera entre informació i publicitat.

A part d'aquests tres dictàmens, el CIC ha tingut ocasió de pronunciar-se en una quarta ocasió respecte a la pràctica del pescaclics, i ben recentment. Ho va fer el secretari general, Josep Rovirosa, en una carta que va remetre al director de la revista "Comunicació 21" precisament com a resposta a les manifestacions fetes pel director de En Blau, Marc

Villanueva, a l'entrevista citada anteriorment.

Rovirosa recordava a la seva missiva que el Codi Deontològic ha incorporat recentment la norma que "l'ús sistemàtic de titulars enganyosos compromet la qualitat de la informació i vulnera el dret de la ciutadania a rebre continguts rigorosos". Així mateix es remetia a l'argumentari del comunicat del 2023, signat pel CIC, el Col·legi de Periodistes i onze universitats.

No hi ha doncs cap mena de dubte sobre la solidesa de la doctrina deontològica que el CIC ha anat mantenint respecte a la pràctica del pescaclics. D'una altra banda, el CIC i el Col·legi no estan sols en absolut en aquesta creuada, sinó que s'arregleren amb altres consells i entitats dedicades a la defensa de l'ètica periodística. Per fer-se una idea d'allò que col·loquialment en podríem dir "la magnitud de la tragèdia" val la pena consultar l'article "The praxis of clickbait and The Trust Project: Risks and challenges for Spanish digital newspapers", signat pels professors Jesús Miguel Flores-Vivar i Ana Maria Zaharí i publicat l'any 2022 a la revista *Anàlisi, Quaderns de Comunicació i Cultura* de la UAB.

Aquest article analitza el clickbait com a tècnica i estratègia viral extraperiodística de mitjans digitals que busca atreure els lectors de notícies. S'indaga en els efectes que produeix i s'identifiquen els recursos estilístics d'aquesta tècnica que s'utilitzen més en els diaris digitals espanyols. El clickbait creix exponencialment en els mitjans periodístics, en molts casos en detriment de la qualitat informativa, per la qual cosa l'anàlisi inclou l'adopció, per part dels mitjans, del model de The Trust Project, un sistema d'indicadors de confiança que busca contrarestar els efectes perniciosos de les notícies falses generades, també i molt sovint, per l'ús del pescaclics. Per fer-ho, s'han seleccionat els deu diaris digitals més llegits i consumits a Espanya segons l'estudi del Reuters Institute (2020). La metodologia utilitzada és bidimensional: qualitativa, centrada en l'anàlisi de treballs acadèmics i científics sobre el pescaclics i els estàndards de transparència de The Trust Project contra la desinformació, i quantitativa. En la fase empírica, recurrent al model de recerca sobre titulars esquer, els resultats mostren l'ús del pescaclics en 505 de 1.321 titulars de notícies, fet que implica una alta presència de continguts pescaclics en els mitjans digitals seleccionats, amb la qual cosa esdevé un element clau per atreure el lector, però amb menor presència en els diaris adscrits a The Trust Project. El treball conclou, entre altres aspectes, que els diaris digitals espanyols no provoquen el clic a través de continguts de qualitat, sinó de la creació de suspens, exageració o temes escabrosos en les informacions que publiquen. Entre les conclusions, destaca la necessitat de promoure la recerca acadèmica en aquest camp per a una major culturització digital estratègica en els estudis de periodisme i comunicació.

La peça periodística que en aquesta ocasió ha estat objecte de queixa s'inscriu en aquesta línia descrita i compleix tots els requisits per ser considerada un exemple palmari de periodisme sensacionalista enganyós i escabrós.

Vist tot l'anterior, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el següent:

ACORD:

La peça publicada al suplement En Blau del diari digital El Nacional amb el títol “Commoció amb la tràgica mort d'una estimada presentadora i actriu, envestida per un tren” incompleix el Codi Deontològic, tant des del punt de vista dels principis ètics que hi ha estat defensant sempre com respecte a la literalitat de la norma recentment incorporada al seu criteri 4 que fa referència expressa a la pràctica del pescaclics.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 24 de juliol de 2026. Certifico.

Vistiplau

Josep Carles Rius

President

Josep Rovirosa

Secretari General