

ROGER JIMÉNEZ MONCLÚS, presidente de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relación al expediente núm. 9/2019 los miembros del Consell de la Informació de Catalunya en reunión plenaria de fecha 9 de abril de 2019 (CIC) adoptaron por unanimidad el siguiente acuerdo, según la documentación del expediente:

“Expediente núm. 9/2019

ASUNTO: Escrito de queja de C.P. contra La Vanguardia por una posible vulneración del criterio 7 y Anexo B del Código Deontológico en relación a un reportaje sobre una empresa de café, en el que no se informa de que el viaje a Santo Domingo fue patrocinado los periodistas que informan del tema.

ANTECEDENTES

El día 4 de marzo de 2019 tiene entrada en el Consejo una queja enviada por correo electrónico y que firma la señora CP. Hace referencia a un reportaje publicado en La Vanguardia el día 26 de febrero de 2019 con el título "Cuando el café se Produce cono sabor dominicano" firmado por Yaiza Sainz y con fotografías de David Arbos. Este reportaje se puede encontrar en: <https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20190226/46684806356/cuando-el-cafe-se-produce-con-sabor-dominicano.html>

La remitiendo de la queja considera que los autores no informan a los lectores que el viaje de los autores del reportaje había sido pagado por la empresa Café-Crem. Algunas personas de esta misma empresa habían sido fuentes informativas y, en consecuencia -argumenta- esto hacía que el artículo sea acrítico, sin participación de voces que pudieran ser críticas con la empresa. En consecuencia, cree que dicho trabajo periodístico puede vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico.

Para apoyar este planteamiento la autora de la queja aporta un link a otro pieza, publicada en este caso en una web de viajes llamada "7 caníbales" donde queda bastante en evidencia que se trataba de un viaje al que habían sido invitados un grupo de periodistas: <https://www.7canibales.com/stories-roser/cafe-crem/>

ALEGACIONES

Una vez entrada la queja desde la secretaría del CIC se pidió a La Vanguardia que hiciera las alegaciones que considerara oportunas y lo hizo su subdirector en estos términos:

"La periodista Yaiza Sainz viajó a Santo Domingo junto con un grupo de periodistas de diversos medios de comunicación españoles para hacer un reportaje sobre el proyecto de recuperación de una zona cafetera degradada de

este país que esta compañía catalana de café está llevando a cabo y que ha contribuido a mejorar la situación económica de numerosas familias del entorno. No se trataba de un contenido publicitario sino de un reportaje sobre el proyecto mencionado ".

PONENCIA

En cierto modo la respuesta de La Vanguardia viene a confirmar la sospecha de la remitiendo de la queja, es decir, que se trata de un viaje patrocinado por la propia empresa presuntamente beneficiada por la publicación de reportajes o de artículos que puedan hablar favorablemente y, en definitiva, favorecer sus intereses independientemente del grado de interés que el tema tratado pueda tener.

El artículo 7 del código deontológico dice esto:

07. Evitar el conflicto de intereses

No se pueden aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros para promover, orientar o publicar informaciones y opiniones. La recepción de obsequios promocionales o conmemorativos no puede rebasar el criterio estricto de la cortesía, según los baremos establecidos por las organizaciones periodísticas. Tampoco es admisible simultanear el ejercicio del periodismo con otras actividades remuneradas que pongan en peligro los principios de veracidad e independencia.

Hay que rechazar las fórmulas de promoción o publicidad bajo la apariencia deliberada de informaciones periodísticas. Como norma general, los profesionales de la información deben evitar cualquier situación de conflicto de intereses, ya sea de ámbito político, comercial, económico, financiero o familiar, que ponga en cuestión la credibilidad e imparcialidad de su función.

El contenido de este principio es remachado y ampliado al documento "Periodistas que hacen publicidad: un conflicto de intereses" que al menos en sus apartados 1 y 8 hace consideraciones que podrían ser aplicables al caso que nos ocupa:

1. Los medios de comunicación deben preservar, defender y promover la diferenciación entre publicidad y contenidos periodísticos.

Los contenidos periodísticos (de entretenimiento, informativos, etc.) pueden tener el formato que se considere más oportuno, pero nunca deben disfrazar la presencia de la publicidad.

La ciudadanía tiene derecho a poder distinguir cuando le llega un mensaje periodístico y cuando se trata de un mensaje publicitario para hacer la valoración oportuna.

8. Los medios y los periodistas deben presentar la publicidad de manera que la ciudadanía perciba con claridad qué es y qué no. Más allá de lo que indica la legislación vigente, los periodistas no debemos permitir la publicación de suplementos, páginas o inserciones con contenidos ambiguos de los que la persona que es receptora no puede averiguar qué es publicidad. Resulta, por tanto, insuficiente hablar de monográfico especial, espacio especial, páginas especiales o informaciones elaboradas por el departamento comercial, por ejemplo. En este sentido, como profesionales comprometidos con la verdad y el buen uso del lenguaje, los periodistas tenemos que dar mensajes claros sobre qué es y qué no es publicidad en lo que hacemos llegar al público.

Por todo ello, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el siguiente:

ACUERDO:

El Consell reconoce que la costumbre de pagar los viajes de los periodistas ha sido muy extendida en tiempos anteriores y que por este motivo puede haber quedado en el imaginario de la profesión que esta es una práctica éticamente inocua. Esto explica, tal vez, que haya sido asumida como habitual por parte de profesionales que tienen en general buena predisposición al comportamiento ético. Pero no debería consagrarse por este motivo su justificación.

En consecuencia, el CIC considera que las condiciones de preparación y de publicación del reportaje "Cuando el café se Produce con sabor dominicano" de La Vanguardia vulneran el artículo 7 del Código Deontológico. "

Y para que así conste se extiende la presente certificación en Barcelona en fecha 6 de mayo de 2019. Certifico.