

ALBERT GARRIDO LLORT, secretari general de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 3/2015 els membres del Consell de la Informació de Catalunya en reunió plenària de data 21 de juliol de 2015 (CIC) van adoptar per unanimitat el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

Expedient número 3/2015

ASSUMPTE : El 19 de febrer de 2015 el senyor J.C.P. va formalitzar una queixa al Consell de la Informació de Catalunya referida a les actuacions de la periodista Cristina Villanueva, segons la qual estaria simultaniejant l'exercici del periodisme i la publicitat, fet que segons el comunicant vulnera el criteri 7 del Codi Deontològic.

ANTECEDENTS

La queixa, formalitzada a través de correu electrònic, es refereix al fet que la periodista Cristina Villanueva, que actualment presenta programes informatius a La Sexta, apareix, junt amb altres conegudes personalitats de l'esport i d'altres camps professionals, "en la publicitat que omple els vidres de les oficines del [Banco de] Santander.

El denunciant afegeix a la seva queixa que "aquesta entitat bancària apareix repetidament involucrada amb pràctiques gens honorables en la gestió dels seus impositors i dels propis accionistes". És evident que aquesta darrera consideració no entra en absolut en l'àmbit d'atribucions del Consell de la Informació, de manera que ha de ser completament ignorada.

La present ponència se centra, doncs, estrictament en la qüestió deontològica plantejada, que ja ha estat abordada en dictàmens anteriors realitzats a propòsit d'altres queixes referides a d'altres periodistes.

AL-LEGACIONS

Un cop demanades a la senyora Villanueva per part del CIC les al-legacions pertinents, ella mateixa va remetre una atenta carta en la qual valora la tasca duta a terme pel Consell i agraeix l'oportunitat de posar-se en contacte "amb aquells ciutadans que estan amoïnats per la independència informativa". A més, indica que no creu que en cap cas la seva ètica periodística hagi quedat en entredit ni hagi infringit cap norma de lleialtat professional basant-se en una sèrie de consideracions que es concreten en aquests punts:

- La periodista diu que la seva actuació no ha interferit en el seu criteri periodístic, atès que el compte corrent del Banc de Santander publicitat és

un producte transparent, del qual ella mateix n'és usuària. En aquest sentit creu que té un alt coneixement del producte i que està en condicions de certificar la seva qualitat.

- Al·lega que, inversament, ella mateixa ha declinat participar en la publicació televisiva d'un producte bancari d'una altra entitat, el BBVA, davant de la impossibilitat de verificar com a verídiques algunes de les afirmacions que s'hi feien (que "ja havíem sortit de la crisi" i que el banc "donava crèdit a les famílies i als usuaris").

- Afirma així mateix que la seva participació a la campanya del Banco de Santander es va circumscriure als espais habilitats a les oficines de l'entitat i que la seva imatge, doncs, no apareix en tanques publicitàries externes o en mitjans de transport, limitacions que ella mateix hauria imposat de manera que es minimitzés l'impacte de l'ús de la seva imatge.

- Afegeix que en la seva participació a l'acció de referència representava un sector professional de Catalunya juntament amb personalitats de l'esport o de la gastronomia.

La periodista acaba dient: "En conclusió vull fer constar al Consell que la meva participació ha estat absolutament transparent, evitant qualsevol confusió i que en tot moment he estat honesta amb l'exercici de la professió periodística. I aquesta és la única defensa que proposo i que admeto".

CONSIDERACIONS

Cal tenir en compte que el precepte ètic inclòs al Codi Deontològic, i que es troba present a documents del mateix caràcter de corporacions professionals de diferents països, s'emmarca dins de l'àmbit del conflicte d'interessos. I en aquest sentit convé fer algunes remarques.

De cap manera els codis ètics del periodisme fan dependre l'adequació de la conducta professional del periodista que fa publicitat del grau de veracitat que contingui l'anunci publicitari respecte a les característiques del producte anunciat. Aquesta condició es podria situar dins del camp de l'ètica publicitària. Però si la doctrina ètica del periodisme posa èmfasi en la incompatibilitat de l'exercici del periodisme i el de la publicitat és per refermar la necessitat que el periodista compti amb credibilitat suficient no en el moment de fer un anunci publicitari, sinó en el conjunt de la seva activitat professional. I la credibilitat pot quedar disminuïda si pot existir la més mínima sospita que l'activitat de l'informador pot quedar afectada per una actuació espúria al quefer informatiu i que pugui condicionar -o semblar que condiciona- la seva independència.

El precepte ètic que fa incompatible l'exercici del periodisme i el de la publicitat és en aquest sentit un imperatiu categòric, que no admet consideracions de caràcter situacionista. En aquest sentit les explicacions donades per la periodista Cristina Villanueva, a qui no es pot negar de cap

manera la presumpció de bones intencions, són poc rellevants als efectes de la determinació que hagi de prendre el Consell.

D'altra part, s'ha de tenir present que el Consell ha actuat sempre amb la mateixa determinació en totes i cadascuna de les ocasions en què se li han presentat queixes relacionades amb aquest assumpte. La darrera oportunitat en què ha tingut ocasió de fer-ho va ser amb motiu del dictamen relatiu a la inserció en el programa "Divendres" de TV3 de falques de promocions comercials protagonitzades pels periodistes presentadors. En aquella ocasió la ponència apuntava unes consideracions que pot ser oportú reproduir aquí:

CONSIDERACIONS I PONÈNCIA

El Punt 7 del Codi Deontològic especifica que "no s'ha de simultaniejar l'exercici de l'activitat periodística amb altres activitats professionals incompatibles amb la deontologia de la informació, com la publicitat, les relacions públiques i les assessories d'imatge, ja sigui en l'àmbit de les institucions o organismes públics com les entitats privades". El mateix punt del Codi, reformat el 2013, abunda: "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".

Tal com ha manifestat el CIC públicament, "massa periodistes han aprofitat la notorietat aconseguida en l'exercici de la professió per acceptar de fer publicitat al mateix temps que realitzen les seves tasques informatives, oblidant que aquesta pràctica vulnera el Codi Deontològic". En un comunicat als mitjans de comunicació a propòsit d'altres casos, el CIC precisava que "quan el periodista simultanieja altres activitats professionals amb el periodisme entra en el terreny del conflicte d'interessos. Aquest es presenta quan els individus s'enfronten a lleialtats contraposades: d'una banda, la lleialtat que deuen als lectors, oients o telespectadors, i de l'altra, el seu propi interès. Abdicar de la responsabilitat adquirida pels periodistes vers el públic a canvi d'un benefici econòmic o social és inacceptable i contrari a l'ètica".

Per tot això, el Ple del CIC adopta el següent:

A C O R D

La intervenció de la periodista Cristina Villanueva en una campanya de publicitat d'un producte del Banc de Santander, independentment de l'honestedat personal que ella invoca a les seves al·legacions i que se li

pugui pressuposar, comporta una vulneració objectiva de l'article 7 del Codi Deontològic i les recomanacions contingudes a l'Annex 4 sobre la mateixa matèria.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 22 de juliol de 2015. Certifico.

Vist i plau
Roger Jiménez
President

Albert Garrido
Secretari General