

JOSEP ROVIROSA OLIVÉ, secretari general de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya,

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 25/2021 els membres del Consell de la Informació de Catalunya van adoptar per unanimitat i en reunió virtual de data 7 d'abril de 2022 el següent acord, segons la documentació de l'expedient:

### **Expedient núm. 25/2021**

**ASSUMPTE:** Queixa online sobre el possible conflicte d'interessos que pot generar l'acord comercial entre el diari Ara i el Mercat de Música Viva de Vic. La denunciante considera que el fet que l'Ara sigui "patrocinador-col·laborador" de l'esdeveniment pot condicionar la seva cobertura periodística, i apunta que es podria haver vulnerat el punt número 7 del Codi Deontològic. Per tot plegat, demana que es facin públics en què consisteixen els acords comercials entre un mitjà i l'esdeveniment que patrocina.

### **ANTECEDENTS**

El dia 1 de novembre de 2021, el CIC rep un correu electrònic d'una ciutadana alertant del fet que diversos esdeveniments culturals tenen mitjans de comunicació com a patrocinadors o col·laboradors, i apuntant que això pot derivar en un conflicte d'interessos a l'hora de fer-ne la cobertura. Exosat aquest marc general, la queixa se centra en un cas concret: la relació comercial entre el diari Ara i el Mercat de Música Viva de Vic (MMVV). La lectora exposa que, en virtut d'aquest acord comercial, un periodista del diari, Xavier Cervantes, va conduir l'acte de presentació del festival a Barcelona, i que després ell mateix va ser l'encarregat de cobrir l'esdeveniment.

Davant d'aquesta situació, la denunciante considera que s'haurien de fer públics els acords comercials entre els diaris i els esdeveniments que després són notícia. En aquest sentit, creu que s'hauria donat a conèixer si els articles publicats a l'Ara sobre el MMOV són part de l'acord publicitari, i en tot cas, dubta que un periodista pugui ser realment crític amb un esdeveniment si el seu mitjà està implicant en la difusió del mateix. També es refereix al fet que, durant la mencionada presentació, el festival va agrair la "complicitat" del diari Ara, de manera que creu que el mitjà hauria d'explicar en què consisteix exactament aquesta "complicitat" (promoció, difusió, venda d'entrades...?).

La queixa inclou la convocatòria de la presentació del MMOV a Barcelona, conduïda pel periodista de l'Ara Xavier Cervantes; l'enllaç a Youtube amb la presentació; l'article sobre la presentació a l'Ara, signat per Jordi Garrigós; les cròniques de Xavier Cervantes sobre els concerts del MMOV i el llistat d'altres mitjans col·laboradors i patrocinadors de l'esdeveniment.

### **AL·LEGACIONS**

El dia 16 de novembre de 2021, el diari Ara fa arribar un escrit d'al·legacions al CIC signat per la seva directora, Esther Vera, que dona resposta, una per una, a totes les preguntes plantejades a la queixa.

En primer lloc, la responsable de l'Ara explica que l'acord amb el MMVV respon a la voluntat del mitjà donar suport als esdeveniments culturals de rellevància que es fan a Catalunya, tal com queda especificat en el seu manifest fundacional. Tot i això, especifica que aquest tipus de col·laboracions amb esdeveniments culturals “no condicionen en cap cas” la valoració artística i la independència de criteri dels diari. En el cas concret del MMVV, indica que l'Ara va signar un document de patrocini que consistia en la cessió d'espais publicitaris al diari i a les plataformes socials per a l'acte de presentació a Barcelona, però que aquest compromís no incloïa articles d'opinió o informació. A canvi, el MMVV inseriria el logotip de l'Ara al catàleg i web del MMVV, així com mitja pàgina de publicitat al catàleg; proporcionaria un cert nombre d'entrades *hospitality* i contractaria un determinat import de publicitat al diari. Així doncs, Vera desvincula les accions publicitàries de la cobertura informativa de l'esdeveniment.

Pel que fa a la capacitat de crítica que pot tenir un periodista davant d'un festival al qual el seu mitjà dona suport, la responsable de l'Ara apunta que el fet de donar suport a la cultura “no invalida necessàriament la nostra valoració artística”. Així doncs, defensa que l'activitat d'informar és compatible amb el patrocini, i afirma que des del seu mitjà no s'ha vulnerat el punt número 7 del Codi Deontològic perquè en cap cas s'ha donat “aparença deliberada d'informació” a fórmules que eren de promoció o publicitat. A més, també recorda que el festival de MMVV compta amb altres mitjans col·laboradors, i que si s'hagués de fer una reflexió sobre els límits d'aquest tipus de col·laboracions, hauria de ser caràcter col·lectiu.

En relació a la necessitat de reflectir l'existència d'aquesta col·laboració als articles relacionats amb el MMVV, Vera no ho considera necessari pels motius exposats anteriorment: perquè els articles d'informació i/o opinió no estan vinculats a cap acord comercial amb el MMVV i perquè, de tota manera, aquest acord “no compromet” el judici artístic dels periodistes. A més, apunta que la presència del logotip de l'Ara al catàleg i programa del mercat ja deixa clara l'existència d'un acord de patrocini, i afegeix que, quan es tracta de contingut publicitari, el diari ja ho destaca de la forma convenient (tal com demostra aportant la pàgina del diari on s'anunciava la presentació a Barcelona, degudament etiquetada com a publicitat).

Per tot plegat, Vera conclou que la venda de publicitat “en cap cas interfereix ni condiona la informació que l'ARA ha donat de l'esdeveniment”, ja que, des del seu punt de vista, “la informació de l'ARA sobre el MMVV és objectiva i crítica i no hi ha motius per afirmar que s'incorre en el supòsit del criteri 7 del Codi Deontològic”.

## **PONÈNCIA**

L'objecte d'aquesta ponència serà avaluar la possible vulneració, per part del diari Ara, del punt número 7 del Codi Deontològic, que fa referència al conflicte d'interessos. Concretament, se centrarà en els apartats on s'estableix que “cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota l'aparença deliberada d'informacions periodístiques” i que 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 la imparcialitat de la seva funció”.

El *quid* de la qüestió és, doncs, determinar si l'acord de patrocini ha pogut influir en la cobertura del MMVV.

En primer lloc, un cop llegits l'article de Jordi Garrigós sobre la presentació del MMVV a Barcelona i les cròniques de Xavier Cervera al diari Ara, no es poden considerar continguts publicitaris "emascarats" sobre l'aparença d'informació, ja que en ambdós casos es tracta d'articles elaborats, que responen a un interès públic i que demostren el coneixement dels dos professionals sobre el tema. A més, el web del diari Ara ofereix a qualsevol lector la possibilitat d'accedir a tots els seus articles i, en el cas de Cervera, també una breu biografia, de manera que es pot acreditar la seva condició de professionals solvents per a l'elaboració d'aquests articles.

També és cert que, a nivell formal, el diari Ara realitza una clara distinció entre la publicitat contractada pel MMVV a l'hora de promocionar la presentació de Barcelona (ja que així ho indica clarament a la capçalera de la pàgina) i els continguts informatius sobre el festival, que tal com explica la directora estan desvinculats dels acords comercials i que per tant tenen el mateix format que la resta d'informacions del diari. A més, en cap moment hi ha hagut la voluntat d'amagar, ni per part de l'Ara ni pel MMVV, l'existència d'aquest patrocini, sinó que s'ha canalitzat pels mitjans que s'han considerat adients.

Però per altra banda, els dubtes que presenta la lectora són raonables, ja que sovint el gran públic desconeix el mecanisme de funcionament dels acords comercials i per tant poden generar suspicàcies. Per exemple, en cap cas podem saber si l'espai i recursos que l'Ara ha dedicat a la cobertura del festival haurien estat els mateixos si no hagués existit l'acord de patrocini o si els periodistes van rebre alguna directriu interna a l'hora d'elaborar els continguts.

Per tant, amb la documentació aportada, no es pot concloure que els continguts de l'Ara en relació al MMVV hagin incorregut en un incompliment del punt número 7 del Codi Deontològic, ja que els articles no es poden qualificar com a fórmules publicitàries "disfressades" d'informacions periodístiques. Tot i això, per tal d'evitar aquests possibles recels per part dels lectors, el mitjà podria fer un major esforç de transparència en relació al patrocini de l'esdeveniment. Un lector que llegeix la crònica d'un concert a l'Ara no té per què haver vist el programa ni el cartell del MMVV on consta el logotip del diari com a patrocinador; per tant, no estaria de més que en l'article es fes menció a l'existència d'aquest patrocini. Una altra possibilitat seria que el web del diari inclogués un apartat on constés el llistat d'esdeveniments patrocinats pel mitjà, per tal que tot el públic en pogués tenir coneixement.

Finalment, s'ha de tenir en compte que, tal com expressa la pròpia lectora que presenta la queixa, hi ha molts mitjans que tenen acords de patrocini, tant en el cas del MMVV com d'altres esdeveniments. És per això que qualsevol reflexió relacionada amb aquest tipus d'acords s'hauria de fer extensiva a tot el col·lectiu.

De conformitat amb la ponència, el Consell de la Informació de Catalunya adopta el següent

**ACORD:**

La cobertura del MMVV realitzada pel diari Ara no ha incorregut en l'incompliment del criteri 7 del Codi Deontològic. Tot i això, per tal d'evitar suspicàcies, es recomana una major transparència per donar a conèixer l'existència d'aquests acords de patrocini. Aquesta reflexió es fa extensiva a tots els mitjans de comunicació que tenen acords d'aquestes característiques.

I per que així consti s'estén la present certificació, amb el vistiplau del president, a Barcelona en data 7 d'abril de 2022. Certifico.

Vistiplau  
Josep Carles Rius  
President

Josep Rovirosa  
Secretari General