

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

CERTIFICA: Que en relació a l'expedient núm. 1/2022 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. 1/2022

ASSUMPTE: Escrit de queixa de R.E. per la emissió a TV3 de l'anunci publicitari sobre Solideo protagonitzat per la periodista Laia Ferrer en format entrevista al programa Tot es mou, junt amb l'actor Joel Joan, el qual pot crear confusió i que el reclamant considera que contravé el criteri 7 del Codi Deontològic.

ANTECEDENTS

Amb data 4 de desembre de 2021 i via correu electrònic el senyor R.E., presenta una queixa en què fa referència a un anunci publicitari sobre l'empresa Solideo protagonitzat per la periodista Laia Ferrer en format entrevista del programa "Tot es mou" de TV3. L'entrevistat és l'actor Joel Joan, que ja ha participat en anteriors promocions publicitàries de la mateixa empresa. Es dona la circumstància que l'esmentada periodista treballa regularment per al mateix programa, i que l'entrevista està feta en un decorat del "Tot es mou" i l'entrevistadora duu a la mà una cartolina amb el logotip del programa.

En base a aquestes dades i circumstàncies, la persona denunciant considera que el publi-reportatge en qüestió pot vulnerar el criteri n.7 del Codi Deontològic.

AL.LEGACIONS

Demanades des del CIC les al·legacions pertinents al mitjà, aquestes van ser exposades en una carta signada per Vanessa Farré, responsable de Relacions Institucionals de la CCMA.

A través d'aquesta representant, el mitjà argumenta que el publi-reportatge s'ha emès dins de blocs publicitaris i que en tot moment durant l'emissió hi figurava sobreimpresa d'una manera clara la paraula "Publicitat".

D'una altra part, la Corporació considera que aquest tipus d'insercions són perfectament legals segons la legislació audiovisual vigent.

PONÈNCIA

El vídeo del publi-reportatge es pot veure tant en la versió oferta reiteradament per TV3 com a You-tube. S'hi pot comprovar que tots els extrems comentats per la persona que presenta la queixa són exactes: la participació de la periodista Laia Ferrer, la seva producció en un decorat del "Tot es mou" en què hi apareix clar i en grans proporcions el logotip del programa i el fet que l'entrevistadora sosté a la mà una targeta amb el mateix logotip. En la versió que correspon a TV3 (no en canvi en el cas de YouTube) es pot observar la inserció de la paraula "Publicitat" al marge superior esquerre de la pantalla.

Tanmateix, el que està en qüestió en aquesta queixa no és la inserció d'un publi-reportatge sinó el protagonisme que hi té una periodista que col·labora en algunes de les parts informatives del mateix programa, i que és a més prou coneguda pels espectadors com a informadora habitual d'esports als Telenotícies.

L'argument presentat pel mitjà respecte a la cobertura legal d'aquesta pràctica no és suficient a l'hora de valorar la rectitud ètica de la mateixa. I, tanmateix, a aquest respecte, hi una recent emissió de jurisprudència que pot donar alguna llum sobre

aquesta casuística. A primers de gener de 2022 la Sala Contenciosa Administrativa del Tribunal Suprem va desestimar el recurs de Mediaset contra la sentència de l'Audiència Nacional que confirmava la sanció de 196.000 euros imposada el 2019 per la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència per publicitat comercial encoberta a la sèrie *La que se avvicina*. Allò que interessa aquí d'aquella resolució (que es refereix a la possible figura de publicitat encoberta) és la consideració que també en els supòsits en què hi hagi advertiment a l'espectador o absència de condicionament a la independència editorial del programa, es podrà considerar que s'infringeix la prohibició de realitzar publicitat encoberta "quan de la naturalesa o característiques dels missatges publicitaris emesos es pugui inferir que no es tracta d'una mera presentació dels bens o serveis en la mesura que resulti prominent la finalitat promocional dirigida a l'adquisició del producte per part del públic al qual indueix a error sobre la naturalesa de la presentació". És a dir, de la jurisprudència del Tribunal Suprem, se'n pot deduir que la mera advertència amb un rètol no és suficient perquè l'estratègia comunicativa posada en pràctica quedi exempta automàticament de qualsevol altra objecció legal (i des de la nostra perspectiva, de qualsevol altra objecció ètica).

D'una altra part, pot ser oportú recordar que el CIC ha mantingut sempre una actitud força estricta respecte als casos de periodistes que fan publicitat, i especialment en els casos en què aquesta pràctica pugui comportar el més mínim dubte per a les audiències respecte a la independència de la seva tasca professional.

L'article 7 del Codi Deontològic, que la persona que presenta la queixa considera vulnerat, diu en la seva segona part:

(...) Cal rebutjar les fórmules de promoció o publicitat sota l'aparença deliberada d'informacions periodístiques. 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.

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

ACORD:

Vista la queixa presentada pel senyor R. E. respecte als publireportatges de l'empresa Solideo emesos amb participació de la periodista Laia Ferrer i en base a les anteriors consideracions, el CIC considera que la periodista i TV3 han vulnerat el criteri 7 del Codi Deontològic.

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