

**ACORD 109/2018, de 21 de novembre, del Ple
del Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

Sobre la participació de professionals de la CCMA en comunicacions comercials

Fets

En els darrers mesos el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (en endavant, CAC) ha rebut, per canals diversos, queixes sobre la presència en comunicacions comercials de professionals dels mitjans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en endavant, CCMA) que donen projecció pública a aquests mitjans.

L'argumentació de les queixes, majoritàriament, gira entorn de dues qüestions: la confusió que pot generar a les persones teleespectadores que professionals de la comunicació que són vistos com a referents d'opinió o d'informació apareguin fent prescripcions sobre marques comercials; l'associació del prestador de serveis de comunicació audiovisual públic a marques comercials concretes mitjançant la imatge dels seus professionals.

Fonaments

Únic. Llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA

Amb caràcter general, no existeix una norma jurídica específica que afecti els professionals dels mitjans de comunicació públics que prestin la seva imatge a marques comercials, tot i que sí que existeix doctrina deontològica en relació amb aquesta pràctica.

El *Llibre d'estil* de la CCMA estableix el marc editorial, el marc lingüístic i les normes periodístiques i professionals dels diversos mitjans que la integren (televisió, ràdio, internet i altres plataformes). Aquest *Llibre d'estil* està format per una *Guia editorial* i un *Manual d'ús*, en què es desenvolupen unes directrius amb la finalitat de constituir un marc a partir del qual es puguin resoldre qüestions deontològiques i relatives a l'emissió dels continguts.

A aquest efecte, es reproduïx l'epígraf 1.1.3.3.2 de la *Guia editorial*, relatiu a les incompatibilitats dels professionals de la CCMA:

“[...]”

1.1.3.3.2. Incompatibilitats

Els interessos personals dels professionals de la CCMA no interfereixen en la seva tasca de servei públic.

El personal de la CCMA no pot dur a terme altres activitats en el sector públic o privat sense autorització prèvia, tal com estableix la normativa vigent.

Els professionals que treballen per a la CCMA en l'elaboració i presentació de continguts estrictament informatius no poden fer publicitat ni participar en promocions comercials, independentment del règim contractual que els vinculi amb l'empresa, si la seva projecció pública s'associa al mitjà on treballen.

La participació en espais publicitaris del personal de la CCMA no vinculat als continguts informatius no ha d'afectar ni la imatge ni els interessos de la CCMA. En qualsevol cas, requereix l'autorització expressa de la direcció del seu mitjà.

El personal de la CCMA ha d'obtenir l'autorització de la direcció del seu mitjà abans d'establir una col·laboració amb altres mitjans de comunicació.

Per participar en presentacions d'actes públics o dictar conferències, els professionals de la CCMA han de demanar una autorització prèvia a la direcció del mitjà on treballen. Aquest criteri també afecta les possibles col·laboracions en activitats promogudes per organismes o entitats sense afany de lucre.

La CCMA es dota dels mecanismes necessaris per decidir en els casos de possible incompatibilitat, un cop escoltades les direccions de les empreses i, si s'escau, els consells professionals.

[...]"

En efecte, el *Llibre d'estil de la CCMA* estableix una sèrie de limitacions als seus professionals a l'hora de compatibilitzar l'activitat publicitària amb les tasques de presentació i veta de forma expressa els professionals que realitzin tasques de presentació de *continguts estrictament informatius*. Es tracta, per tant, d'una prohibició que únicament afecta els professionals de la CCMA que apareixen en una tipologia concreta de programes: els informatius.

Ara bé, més enllà dels estrictament informatius, altres programes de formats híbrids, com ara els magazins o els programes d'infoentreteniment, inclouen continguts amb referències a l'actualitat informativa. En alguns casos, aquest programes inclouen seccions que s'ocupen explícitament de l'anàlisi de l'actualitat i, per tant, tenen un component informatiu clar.

Les persones que condueixen aquests programes o seccions de programes, de la mateixa manera que les persones que condueixen els informatius diaris, són percebudes per l'audiència com a referents d'opinió i són indissociables de la imatge dels mitjans de la CCMA, els quals, tal com mostren les audiències, són clarament referents informatius.

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per unanimitat, el següent

ACORD

1. Instar la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals a obrir una reflexió sobre l'abast de l'aplicació de l'epígraf 1.1.3.3.2 de la seva *Guia editorial* més enllà dels programes estrictament informatius, tenint en compte el component d'informació que tenen molts programes de formats híbrids, com ara els magazins.
2. Notificar aquest Acord a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

Barcelona, 21 de novembre de 2018

Roger Loppacher i Crehuet
President

Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari