



Els periodistes hem d'informar, i no fer publicitat

Tornem a tenir entre mans dos casos de campanyes de publicitat protagonitzades per treballadors de TV3, que són cares conegudes de la cadena i relacionades amb els informatius. El “Llibre d'estil de la CCMA” deixa ben clara aquesta incompatibilitat, però es força el sentit literal de la norma per trobar una escletxa i autoritzar les campanyes.

El Llibre d'estil diu:

“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.”

En un dels casos, el de Lluís Marquina, la decisió de la direcció és apartar-lo dels telenotícies mentre duri la campanya publicitària del BBVA. És l'especialista en temes digitals que apareix de forma periòdica al telenotícies. Per tant, si es fa normalment així és perquè es considera que és la millor manera d'explicar aquests temes. Durant els pròxims mesos, però, deixarà de fer-ho perquè s'avantposa la publicitat a la informació.

Sabem que la situació econòmica de la televisió pública és molt difícil, però prioritzar una entrada de diners d'una campanya comercial davant del deure d'informar al millor possible és un error. Des del Consell Professional demanen la retirada immediata de l'anunci. No es tracta de treure gent dels TNs i mantenir-los a la publicitat, es tracta de treure'ls de la publicitat i mantenir-los als telenotícies.

L'altre cas és el d'Helena Garcia Melero i Caprabo. El programa “Divendres” no és estrictament informatiu, però és evident que bona part dels seus continguts i la tertúlia que cada dia es fa al programa tracten temes estrictament d'actualitat i que la presentadora encara és reconeguda com a presentadora del telenotícies. Per tot plegat, també considerem inadmissible que la direcció de TVC hagi autoritzat aquest contracte de publicitat, perquè entenem que afecta la imatge i la credibilitat, tant de la periodista com de la cadena.

Per aquests casos, el Llibre d'estil també ho deixa molt clar:

“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.”

No és la primera vegada que això passa, i des del Consell Professional ho hem denunciat i ho seguirem denunciant. Ens agradaria, però, que situacions com aquesta no es tornessin a repetir.

Consell Professional

19 d'octubre de 2016