

El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans

*The Catalan Press Council, a case of media
accountability*

Firma convidada

Llúcia Oliva¹

Periodista, expresidenta del Consell de la Informació
de Catalunya, Barcelona.
lluciaoliva@telefonica.net



El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans

The Catalan Press Council, a case of media accountability

RESUM:

Quan més es necessiten els sistemes d'autocontrol de la premsa que permetin recuperar la confiança de la societat en el periodisme, el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) perd mitjans adherits. La crisi econòmica i les polítiques de la Generalitat poc apropiades han contribuït a la decadència. Malgrat això, un estudi recent demostra que el CIC ha estat útil en els seus primers setze anys de vida com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans de comunicació (*media accountability*). L'observació dels resultats d'aquest estudi, al costat de les estadístiques d'altres consells de la informació europeus, demostra que hi ha una coincidència en les tendències. També queda clar que cal un esforç dels mitjans catalans per recuperar els valors i principis del periodisme que restableixin la confiança de la societat i assegurin el futur del periodisme.

PARAULES CLAU:

consell de la informació, rendiment de comptes dels mitjans de comunicació, *accuracy*, autoregulació, codi ètic.



The Catalan Press Council, a case of media accountability

El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans

ABSTRACT:

Just when there is a greater need for press self-regulation systems that allow the recovery of social confidence in journalism, the Catalan Press Council (CIC in Catalan) is losing media support. Both the economic crisis and inappropriate policies of the Catalan Government have contributed to this decline. However, a recent study shows that CIC has been a useful media accountability system in its first 16 years of activity. The results of this study and other European press council statistics concur in their trends. It is also clear that the Catalan media must make an effort to recover their journalistic values and principles in order to restore society's confidence and to safeguard the future of journalism itself.

KEYWORDS:

press council, media accountability, accuracy, self-regulation, ethical code.

El Consell de la Informació de Catalunya (CIC) va fer història el 1997 en convertir-se en el primer òrgan d'autoregulació periodística creat a l'Estat espanyol. El Consell ha rebut sis-centes queixes de la ciutadania i d'entitats catalanes que, en un moment determinat, han considerat que un mitjà de comunicació vulnerava el codi deontològic dels periodistes catalans. En aquests anys, el Consell ha fet d'intermediari entre les persones i organismes que han presentat les queixes i els diferents mitjans de comunicació, de manera que tots els querellants han tingut una resposta a la seva preocupació ètica. Però avui, en plena crisi econòmica, política i de les institucions, el Consell de la Informació de Catalunya també està en crisi. Entre 2010 i 2013, un 58 % del mitjans de Catalunya que el finançaven s'han donat de baixa del Consell adduint problemes econòmics.² Es perd un sistema d'autocontrol de la premsa catalana que durant setze anys ha constituït un bon instrument perquè la ciutadania pogués demanar comptes de l'actuació de la premsa. El CIC s'ha consolidat dins del sistema de rendiment de comptes dels mitjans de comunicació (*media accountability*), encara que no hagi estat utilitzat massivament per la societat catalana, com indiquen les sis-centes queixes rebudes en setze anys.

La degradació del sistema d'autoregulació del sector coincideix amb un moment crític per a la premsa a Catalunya que aconsellaria l'enfortiment d'aquest sistema de rendiment de comptes de la premsa, considerat el millor dels que hi ha. Tancaments de mitjans i dràstiques reduccions de plantilles han estat conseqüència directa de la crisi econòmica general que afecta Europa, sobretot els països del sud. A Catalunya, el nombre de periodistes aturats ha passat dels 1.151 del 2011 a 3.392, un 194,7 % més, el 2012. Respecte al 2008, quan els periodistes registrats al Servei d'Ocupació de Catalunya eren 372, la xifra representa un augment del 811,83 %.³ La precarietat laboral als mitjans de comunicació és tan alta que periodistes, inclosos redactors dels principals mitjans convencionals (alguns encara adherits al Consell de la Informació) s'han unit per denunciar públicament com s'ha degradat el dret a la informació i la llibertat d'expressió a causa de la precarietat en la qual treballen i l'actitud de les empreses de comunicació. Denuncien també la degradació de la seva funció de periodistes i de la informació davant la manca de reacció de les administracions que, en la seva opinió, no compleixen l'obligació de defensar-los tal com demanen la Constitució i l'Estatut d'autonomia de Catalunya.⁴ En el moment en què la ciutadania necessita i exigeix més que mai que la informació sigui ètica,⁵ ens trobem que el compromís ètic d'una majoria de mitjans catalans s'ha refredat. Entre altres decisions, han renunciat a participar en el sistema d'autoregulació periodística i a acceptar la mediació del Consell de la Informació de Catalunya quan hi ha una presumpta vulneració del codi deontològic aprovat pels periodistes catalans el 1992.



1. Què entenem per una informació ètica

Una informació ètica és aquella informació que és veraç; és a dir, que s'ajusta al més honestament possible a la realitat, que és contrastada per mitjans professionals, que contextualitza els fets, que respecta els drets de les persones i que es fa independentment dels interessos dels poderosos. El periodisme ètic és el que està al servei de la ciutadania perquè és considerat un dret i realitzar aquest dret és un servei públic més que han de fer els periodistes. Per això, el periodisme és cosa no només dels mitjans de comunicació i de la professió periodística, sinó de tota la societat i de cadascun dels individus que la formen (Pernau, 2006; Pinker, 2006).

El 1948, a la Declaració Universal dels Drets Humans ja es defensava la llibertat de premsa i també la llibertat d'expressió de les persones. L'article 19 deixava clar que tot individu té dret «a la llibertat d'opinió i d'expressió; aquest dret inclou el no ser molestat a causa de les seves opinions, el d'investigar i rebre informacions i opinions, i el de difondre-les, sense limitació de fronteres, per qualsevol mitjà d'expressió». ⁶ La Constitució espanyola també ho recull a l'article 20, ⁷ però diu, a més, que la informació ha de ser veraç, que la ciutadania té dret a una informació veraç. L'Estatut d'autonomia de Catalunya encara ho detalla més. A l'article 52, en el punt 1, diu: «Correspon als poders públics de promoure les condicions per a garantir el dret a la informació i a rebre dels mitjans de comunicació una informació veraç i uns continguts que respectin la dignitat de les persones i el pluralisme polític, social, cultural i religiós. En el cas dels mitjans de comunicació de titularitat pública la informació també ha d'ésser neutral». ⁸

Seguint aquest esperit de l'Estatut, el 2010 la Generalitat va encetar la signatura d'una sèrie de convenis entre el Consell de la Informació i el Departament de Cultura de la Generalitat amb els quals el Govern de Catalunya es comprometia a fer aportacions anuals al Consell per tal que pogués fer la seva funció de defensa i vigilància ètiques de la informació. ⁹ En el seu esforç per contribuir a garantir una informació veraç, plural i respectuosa amb els drets de les persones, el 2008 la Ge-

Mitjans de comunicació adherits al Consell de la Informació de Catalunya

Any 2010	50 + Col·legi de Periodistes de Catalunya
Any 2011	33 + Col·legi de Periodistes de Catalunya
Any 2012	26 + Col·legi de Periodistes de Catalunya
Previsió any 2013	21 + Col·legi de Periodistes de Catalunya

Taula 1. Mostra de la davallada de mitjans adherits al CIC

Font: Fundació Consell de la Informació de Catalunya.

neralitat ja demanava als mitjans de comunicació que volien obtenir subvencions públiques que complissin amb els principis establerts en el codi deontològic de la professió periodística de Catalunya. «Als efectes de determinar si es compleix aquest requisit, es té en compte l'adhesió al Consell de la Informació de Catalunya», deia la normativa.¹⁰ Aquest requisit va ser suprimit a partir de 2011, després que Convergència i Unió retornés al Govern de Catalunya.¹¹ La supressió coincideix amb la davallada d'adhesions al Consell de la Informació de Catalunya per part de determinats mitjans de comunicació catalans.¹²

2. El periodisme ètic, base de la confiança ciutadana

La manca de compromís amb l'autoregulació periodística d'alguns mitjans ha coincidit també en el temps amb la davallada de la confiança de la ciutadania en el periodisme i els mitjans de comunicació.¹³ Això no només ha passat a Espanya, sinó també en altres països, com els Estats Units. Una de les coses curioses d'aquest moment és que els mals de la premsa també són globals. Alguns experts i periodistes, com Martin Kaiser (2010) consideren que una de les raons de la davallada d'aquesta confiança és l'augment del periodisme d'opinió en detriment del periodisme d'informació. La seva teoria coincideix amb la del degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Josep Maria Martí, que considera que els periodistes eren els capdavanters de la llibertat i de la democràcia fins al moment que van aparèixer periodistes que tot el dia participen en tertúlies representant uns determinats interessos.¹⁴ Una altra de les raons adduïdes per Martí per explicar la caiguda del prestigi i el respecte que tenia el periodisme a la societat és l'estreta relació que alguns periodistes han desenvolupat amb el poder i que fa que la ciutadania pugui pensar que els fets estan mediatitzats per aquesta simbiosi.

En canvi, el periodisme que connecta amb la societat és el que busca la informació i la verifica amb honestedat i rigor (Kaiser, 2010). El periodista té l'obligació d'acostar-se al màxim possible a la veritat a través de rutines professionals honestes i transparents. Això és la base de l'ètica periodística tan important per aconseguir la credibilitat social i contribuir al bon funcionament de la democràcia. Per Kaiser, com per molts altres (Castells, Bassets, Restrepo), el que realment importa «és la supervivència del periodisme, del periodisme que es basa en fets demostrables, el periodisme que diu la veritat, amb uns fonaments ètics i que connecta amb la societat a la qual serveix» (Kaiser, 2010). La qüestió de la credibilitat també és universal i els periodistes d'una banda i l'altra de l'Atlàntic saben què s'ha de fer per recuperar-la. En paraules de Josep M. Martí, «el periodisme ha de ser seriós, en les formes i en el que fa, respectat. Del respecte ve la credibilitat que ens dona la gent. És a les nostres mans».¹⁵

3. Informació per reforçar la democràcia

La veracitat, l'honestedat, el rigor, la independència, la contextualització de la informació comunicada de manera comprensible per a la ciutadania són, doncs, els principis als quals els periodistes han de ser fidels. Malgrat els canvis que han portat les noves tecnologies i la profusió d'informació que es pot trobar a Internet, el periodisme que vulgui sobreviure ha de ser fidel als principis i valors de la professió; és a dir, a l'ètica periodística. En aquest procés és essencial la qualitat de l'anàlisi i la garantia de professionalitat (Castells). Si del que es tracta és de recuperar la confiança de la societat, la informació ètica és clau perquè la ciutadania pugui confiar en els mitjans i en els periodistes ja que, com s'ha dit, la credibilitat està basada en la veracitat i el rigor periodístics. Molta de la informació que es troba a Internet no té garantia de credibilitat, no se sap si és veritat o mentida, es necessiten i es necessitaran mitjans professionals —ja siguin de paper o digitals— que donin garantia de la veracitat de la informació. I els encarregats de donar aquesta garantia són els periodistes.

Només amb una informació ètica i de qualitat, en la qual pugui confiar, la ciutadania podrà saber el que passa realment, per què passa, quines conseqüències tindrà, com l'afectaran i quina posició adoptar-hi. Aquesta informació és fonamental per conèixer i entendre la societat en la qual es viu i prendre decisions racionals i lliures dins d'un sistema democràtic. La informació permet a la gent saber coses que poden millorar la seva vida personal i quotidiana. És el cas, per exemple, de la informació sobre els serveis que hi ha en una ciutat i les repercussions que tenen a la vida de les persones. També, per exemple, poden tenir un efecte directe en el públic les notícies dites *news you can use*. És el cas de la informació dels descobriments científics o mèdics que permeten a la ciutadania saber com els poden utilitzar per millorar la qualitat de vida, la salut, el confort.

Gràcies a la informació, però, els ciutadans i ciutadanes també poden prendre decisions de gran transcendència per a la seva comunitat o per al seu país. La informació els permet conèixer l'efecte a la seva vida i a la societat de les decisions polítiques, saber quins drets tenen com a persones en unes societats, dites democràtiques, però en les quals la justícia encara no és total ni per a tothom. La informació ètica contribueix a una societat millor perquè permet saber i fer-se opinions enraonades. Quan les persones saben, poden reaccionar, actuar, exigir els seus drets, defensar-los, protegir-se, comportar-se com a ciutadans i ciutadanes racionals, decidir quin compromís prenen amb la societat en cada moment. Per tant, la informació és sagrada i ha de ser veraç, contrastada, honesta i independent; és a dir, ètica, i s'ha d'exigir als mitjans de comunicació i a la professió periodística que actuïn d'acord amb la responsabilitat social que tenen.

4. Rendiment de comptes i consells de la informació

Els mitjans de comunicació tenen com una de les seves principals funcions democràtiques l'escrutini de la tasca de la classe política i de les administracions. Aquesta funció de vigilància, de *watchdog*, dels diferents poders contribueix al fet que funcioni el procés democràtic de donar comptes a la ciutadania, del que fan i com ho fan, de la seva eficiència i honestetat. Aquesta funció democràtica dels mitjans només tindrà sentit i credibilitat si les empreses periodístiques i els periodistes són els primers a ser transparents i a donar comptes de la seva feina a la societat, a estar compromesos amb un sistema de rendiment de comptes dels mitjans.

Un sistema de rendiment de comptes dels mitjans de comunicació és qualsevol iniciativa que es desenvolupi independentment dels governs per contribuir al fet que els mitjans de comunicació i els periodistes respectin els principis ètics de la professió. L'objectiu final d'aquest tipus de sistema és millorar el periodisme, però hi ha una gran diversitat de formes d'aconseguir-ho. Una de les institucions més antigues i més respectades són els consells de la informació o *press councils*. En els darrers cent anys, s'han aprovat codis deontològics i creat consells de la informació, primer a Europa i després a la resta del món, que estan considerats els millors sistemes de rendiment de comptes que existeixen. Els consells de la informació són entitats d'autoregulació de la premsa en les quals propietaris de mitjans, periodistes i el públic es reuneixen per estudiar les queixes contra la premsa i defensar la llibertat d'expressió. A través d'aquest procés, els mitjans de comunicació donen comptes de les seves actuacions, encara que les decisions dels consells només tenen valor moral. Aquest sistema de rendiment de comptes contribueix al fet que el periodisme es guanyi la confiança i, per tant, la credibilitat de la societat. En alguns països aquests consells es complementen amb la figura d'un *ombudsman* o defensor de la ciutadania davant dels mitjans amb qui treballen conjuntament per vigilar que els principis d'ètica periodística acordats a cada país no siguin vulnerats.

A través de l'autoregulació, els mitjans de comunicació i els periodistes eviten que el govern els reguli ja que prefereixen fer-ho per si mateixos. Un dels objectius de les empreses periodístiques en acceptar aquest sistema és evitar les possibles retallades als drets fonamentals de llibertat d'expressió, informació i opinió que podrien resultar de l'aprovació d'unes hipotètiques lleis de premsa. D'aquesta manera, s'ha implantat a cinquanta-nou països del món¹⁶ un sistema que té dues funcions fonamentals. La primera és vigilar el compliment dels respectius codis ètics i gestionar les queixes de la societat quan algú creu que se n'ha vulnerat algun dels principis. La segona preocupació dels consells de la informació és defensar la llibertat d'informació. En les seves actuacions han de resoldre el conflicte que normalment es presenta entre els drets de les persones i els drets de la premsa a la llibertat d'expressió. El funcionament dels consells i els seus criteris a l'hora de prendre decisions varien segons cada país, ja que els principis ètics tenen molt a veure amb

la societat, la cultura i la història del periodisme de cadascun. El que no canvia és el concepte d'autoregulació basat en la defensa de la màxima llibertat d'informació amb màxima responsabilitat. Quan un consell rep una queixa i l'accepta comença un procés en el qual es demana al mitjà acusat de vulnerar el codi que justifiqui les seves actuacions i exposi les seves raons. Per tant, el sistema inclou sempre la demanda d'explicacions als mitjans i això provoca la seva reflexió sobre la tasca feta i les seves preocupacions ètiques. Finalment, hi ha una resolució per part del consell que pot ser exculpatòria o una amonestació al mitjà per la seva actuació. Hi ha casos en què no cal arribar a una resolució final perquè el demandant i el mitjà arriben a un acord gràcies a la mediació del consell de la informació de torn.

Amb l'autoregulació, els periodistes i els mitjans reconeixen que tenen una responsabilitat social que genera obligacions morals en l'exercici de la seva feina. El sistema permet que es comprometin a respectar els principis ètics de la seva professió i convida la societat a participar-hi perquè pugui vigilar de prop que es realitzi el seu dret a una informació veraç i, alhora, respectuosa amb els drets de les persones. Una de les tasques que s'han imposat molts consells de la informació, com el de Catalunya, és donar a conèixer als ciutadans aquests drets perquè els puguin reclamar. Així mateix, projecten actuacions diverses que contribueixen a la reflexió dels periodistes sobre les seves preocupacions ètiques. L'autoregulació és un tamboret de tres potes: només pot funcionar si s'hi comprometen els periodistes, les empreses de comunicació i la societat (Pinker, 2006).

5. 1992, Catalunya s'incorpora a l'autoregulació

El procés d'autoregulació periodística és un sistema autodisciplinari, al qual periodistes, empreses de comunicació i societat s'apunten voluntàriament. Va començar a Suècia el 1916, quan es va crear el consell de la informació suec, el primer de la seva naturalesa al món. Durant el segle xx i els primers anys del XXI, s'estén el procés d'autoregulació per tot Europa i, després de la caiguda del mur de Berlín, el sistema s'implanta a molts dels antics països de l'Est, a mesura que es democratitzen. A Catalunya, el 1992, els periodistes van aprovar un codi ètic que deixava clar quin periodisme volien fer els professionals catalans: un periodisme veraç, independent, al servei de la ciutadania, respectuós amb els drets de les persones.¹⁷ Són dotze articles i quatre apèndixs que el periodista i mestre de periodistes, Josep Pernau, resumia en cinc objectius: augmentar la solvència periodística, blindar els drets de les persones, prevenir la corrupció entre els periodistes, protegir la infància de la informació i evitar que el racisme i la discriminació puguin portar a un conflicte greu o guerra (Pernau, 2006). Va ser un gest pioner en alguns sentits. Un any més tard, l'Assemblea Parlamentària del Consell d'Europa va adoptar els principis ètics del periodisme que havien de ser aplicats al continent.¹⁸ Tot seguit, la Federació

d'Associacions de la Premsa d'Espanya (FAPE) va aprovar el seu codi deontològic.¹⁹

El 1997, els periodistes catalans van crear el Consell de la Informació de Catalunya perquè vetllés pel compliment del codi deontològic que havien aprovat anys enrere. Es tracta de l'òrgan d'autoregulació externa del periodisme, pioner i, fins ara, únic a l'Estat espanyol, tot i que el 2004 la FAPE va crear una Comissió de Queixes amb un objectiu d'autoregulació periodística. La funció principal del Consell és rebre les queixes de la societat quan algú (ja sigui un particular, una entitat o administració) considera que s'ha vulnerat el codi ètic, estudiar les reclamacions i prendre resolucions, prèvia consulta amb els mitjans.

El Consell de la Informació de Catalunya, creat pel Col·legi de Periodistes, és ara una entitat independent que s'ha convertit en una fundació privada en la qual participen periodistes, mitjans de comunicació, el Col·legi de Periodistes i representants de la societat. La Fundació té un patronat que vigila el seu funcionament i un Consell de la Informació que és el que estudia i resol les queixes de la societat. Com la majoria de consells de la informació europeus, el de Catalunya també s'ocupa de vetllar pel compliment del codi deontològic de la professió periodística en els mitjans de comunicació, a base de rebre les queixes de la societat quan algú creu que s'ha vulnerat el codi i fent d'intermediari amb els mitjans presumptes infractors. També s'ocupa d'ajudar els periodistes a reflexionar sobre les seves preocupacions ètiques del dia a dia i de donar a conèixer a la societat el seu dret a un periodisme ètic i de qualitat.²⁰

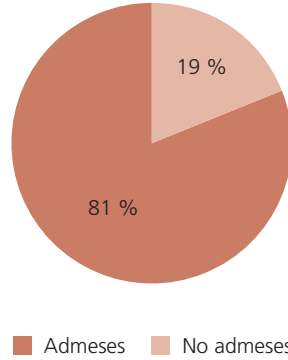
6. La feina feta pel CIC

La Fundació Consell de la Informació de Catalunya va patrocinar un estudi sobre els dictàmens del CIC entre 1997 i 2011 (GRP, 2012) que permet veure la situació de l'autoregulació a Catalunya i les debilitats ètiques dels mitjans de comunicació i els periodistes. És interessant de llegir els resultats de l'estudi, tenint en compte algunes estadístiques existents d'altres consells de la informació europeus. Tot i que no es pot fer una comparació formal perquè les dades estadístiques disponibles d'altres consells no coincideixen amb els paràmetres amb els quals va ser fet l'estudi català, sí que es poden veure tendències interessants de remarcar.

El CIC ha rebut al llarg dels seus setze anys de vida 592 queixes (si tenim en compte l'any 2012). No es pot fer una mitjana anual de queixes completa perquè no seria consistent. Durant uns anys determinats (2005-2007) es van rebre un nombre extraordinari de reclamacions perquè SOS Racisme i el seu entorn va utilitzar el Consell per fer una campanya a favor d'un tractament més ètic de la informació sobre l'emigració: 2005 (66 queixes), 2006 (102 queixes), 2007 (97 queixes). La gran majoria d'aquestes queixes feien referència al tractament informatiu de la immigració i influeixen en totes les estadístiques de la feina realitzada pel Consell:

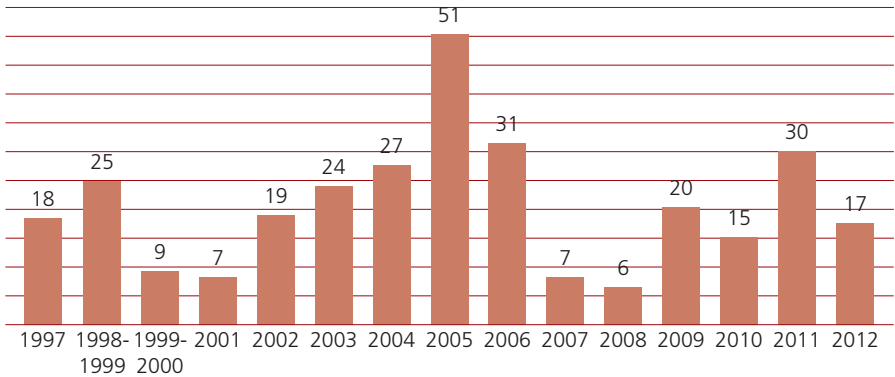
LLÚCIA OLIVA

nombre de queixes rebudes, articles més invocats, qui envia les queixes, etc. Per afrontar aquesta allau de reclamacions, el CIC va sistematitzar el procés i va elaborar un dictamen dit estàndard que s'aplicava en aquests casos, de manera que les resolucions eren totes iguals (GRP, 2012). La resta d'anys, la mitjana de queixes rebudes anualment pel CIC ha estat de 21. Això no vol dir que totes les queixes hagin estat acceptades i que s'hagi obert l'expedient corresponent.²¹



Gràfic 1. Queixes rebudes pel CIC (1997-2011)

Font: GRP, 2012.

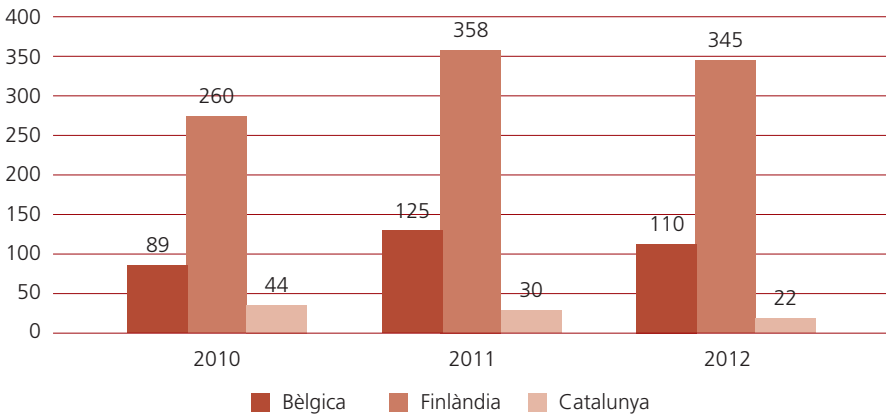


Gràfic 2. Expedients oberts pel CIC (1997-2011)

Font: Fundació Consell de la Informació de Catalunya.

7. Comparació de les queixes rebudes

Si comparem les 96 queixes rebudes pel CIC en els tres darrers anys (2010, 2011 i 2012) amb les rebudes pels dos consells de la informació de Bèlgica²² (416) i el de Finlàndia (963), es veu que al nostre país hi ha poc costum de queixar-se per les vulneracions ètiques dels mitjans. Sobretot als països nòrdics, on els consells de la informació tenen un gran prestigi i l'autoregulació gaudeix de gran tradició perquè fa més temps que funciona, hi ha una major cultura d'exigència a la premsa perquè es comporti de manera ètica. Per exemple, l'òrgan autoregulador del Regne Unit, conegut com a Press Complaints Commission (PCC), va rebre 7.341 queixes només l'any 2011 i encara que no és comparable perquè la població britànica és molt superior, sí que dóna idea de l'ús que es fa de l'autoregulació.



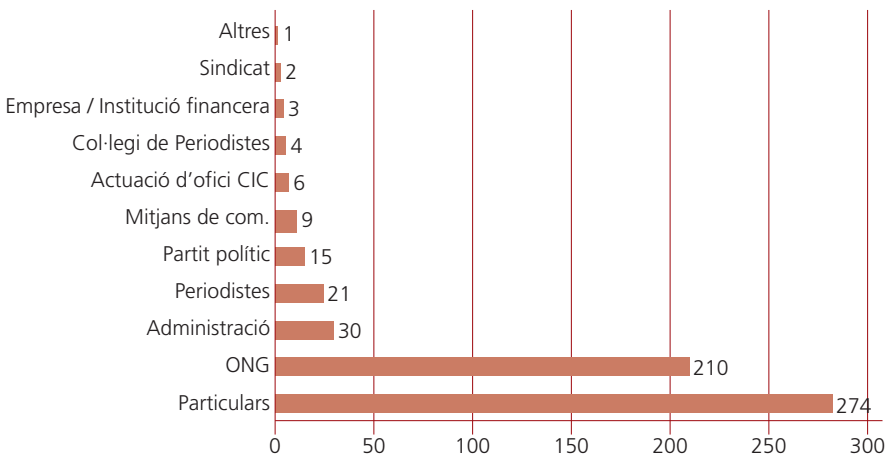
Gràfic 3. Comparació de les queixes rebudes per diferents consells de la informació (2010-2012)

Font: Consells de la informació de Bèlgica, Finlàndia i Catalunya.

8. La participació de la ciutadania

Una qüestió fonamental és saber qui presenta a Catalunya les queixes sobre vulneració del codi ètic dels periodistes. El procés d'autoregulació té com un dels seus objectius donar a la societat la possibilitat de reclamar quan es considera que s'ha vulnerat el codi. D'aquesta manera, no queden indefensos davant de les actuacions dels mitjans. L'experiència diu que les persones que es queixen volen saber si tenen raó i obtenir una resposta a la seva preocupació ètica. La majoria de les vegades no busquen una compensació econòmica, sinó moral, i contribuir a la millora del periodisme. Un dels avantatges de l'autoregulació és que els mitjans eviten haver d'anar

als tribunals per dirimir aquest tipus de desavinences amb la ciutadania. Ambdues parts s'estalvien processos costosos i llargs. Segons es veu en l'estudi realitzat sobre el CIC (GRP, 2012), a Catalunya, històricament, el 48 % de les queixes han estat presentades per particulars, mentre que el 37 % ho han estat per entitats cíviques, seguides a molta distància per les presentades per l'Administració i periodistes.

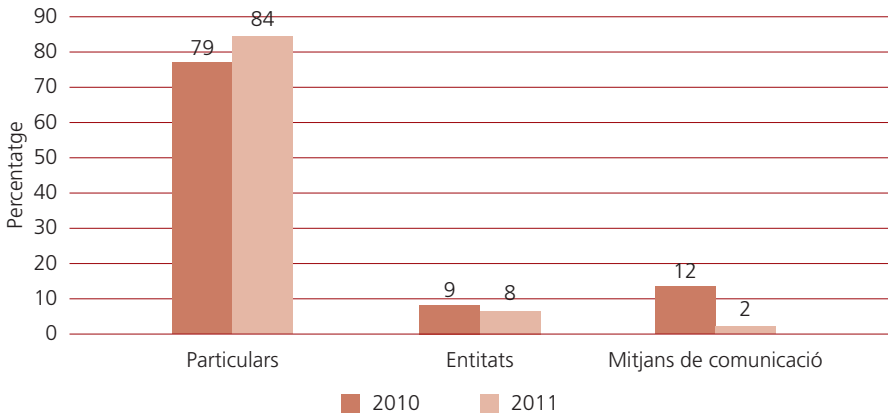


Gràfic 4. Qui presenta la queixa (1997-2011). Valors absoluts

Font: GRP, 2012.

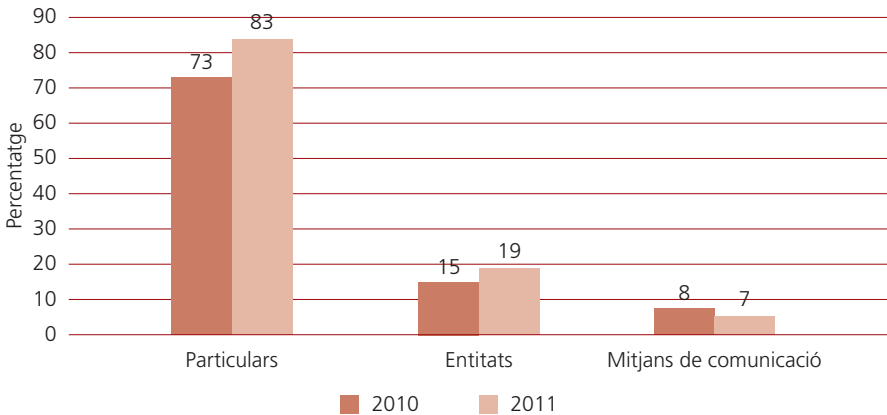
Entre les estadístiques a l'abast, hi ha les dels consells de la informació de Bèlgica i s'observa que, tant a Valònia com a Flandes, hi ha la mateixa tendència.²³ La majoria dels que es queixen són particulars (al voltant del 80 %), seguits per organismes diversos (9 % a Valònia i 17 % a Flandes) i mitjans de comunicació (al voltant del 7 %).²⁴ Les estadístiques mostren una ciutadania compromesa amb la defensa de la informació ètica i de la llibertat d'expressió, disposada a utilitzar els recursos de servei públic que té al seu abast.

A Catalunya, el Consell de la Informació permet que qualsevol persona es pugui queixar de l'actuació dels mitjans i el que s'ha pogut observar és que la majoria dels ciutadans que han presentat les seves queixes ho han fet perquè s'han sentit directament afectats i perquè han considerat poc ètica l'actuació d'un mitjà determinat. Igualment, les diverses entitats cíviques s'han queixat de la vulneració de principis ètics per part dels mitjans de comunicació quan ha afectat els valors i objectius que defensen. D'aquesta manera, veiem que el servei públic que realitza el Consell de la Informació és útil perquè els diferents integrants de la societat tenen un lloc al qual dirigir-se per expressar les seves preocupacions ètiques i tenen l'oportunitat de rebre una resposta.



Gràfic 5. Tres reclamants principals al consell de la informació való

Font: Le Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ) (<http://www.deontologiejournalistique.be/?statistiques>).

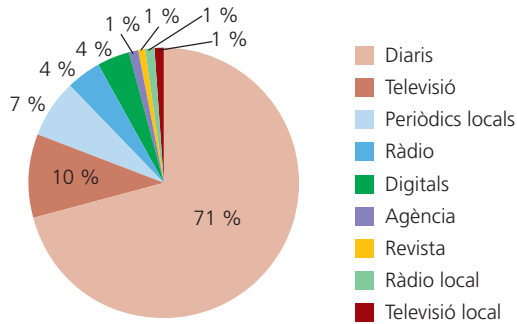


Gràfic 6. Tres reclamants principals al consell de la informació de Flandes

Font: Raad voor de Journalistiek (<http://www.rvdj.be/jaarverslagen>).

9. Objectes principals de les queixes

La qüestió següent a considerar és de qui es queixa la ciutadania. L'observació de les dades recollides pel Consell de la Informació de Catalunya mostra que la premsa sol ser objecte de més reclamacions que la resta de mitjans, com televisió, ràdio, Internet... Sobretot els diaris d'abast estatal i els d'abast nacional (71 %) són els que reben més queixes de la gent. Com escriuen Alsius i Mauri, la sentència llatina



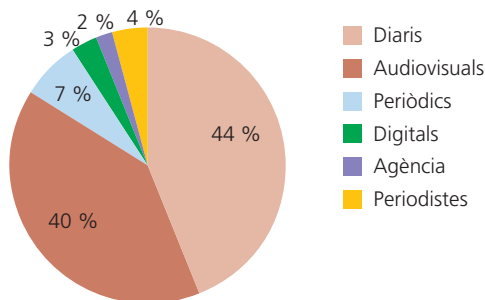
Gràfic 7. De qui es queixen els catalans

Font: GRP, 2012.

verba volant, scripta manent sembla encara de plena actualitat (GRP, 2012). El gràfic 7 il·lustra el que s'acaba de dir.

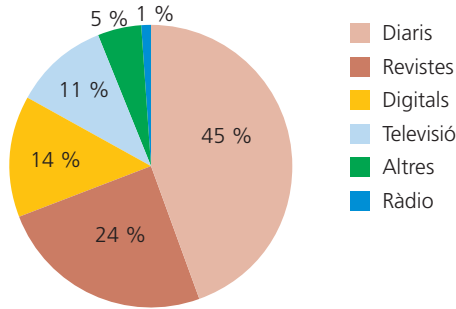
La diferència entre el funcionament dels diversos consells de la informació no permet fer comparacions en algunes qüestions, tot i que s'observen tendències semblants, dignes de remarcar. És el cas dels mitjans contra els quals van dirigides les queixes. Hi ha llocs com Catalunya i Bèlgica on els consells accepten les queixes contra tot tipus de mitjans; en canvi, altres com el Regne Unit només accepten reclamacions sobre la premsa escrita. A Bèlgica, hi ha anys que els mitjans audiovisuals reben moltes queixes, però, en general, com a Catalunya i altres països, els diaris són l'objecte principal de les reclamacions. Els gràfics 8 i 9 mostren de qui es queixa més la ciutadania de Valònia i Flandes.

Resultats semblants es veuen en el cas de la Press Complaints Commission, el consell de la informació del Regne Unit, que només admet queixes de la premsa escrita. En el seu lloc web tenen estadístiques des de 1996.²⁵ Una de les dades estadístiques que no canvia al llarg dels anys és contra qui van dirigides les queixes dels britànics. Observant els quatre objectes principals de les reclamacions, es veu que la



Gràfic 8. De qui es queixen els valons (2010-2012)

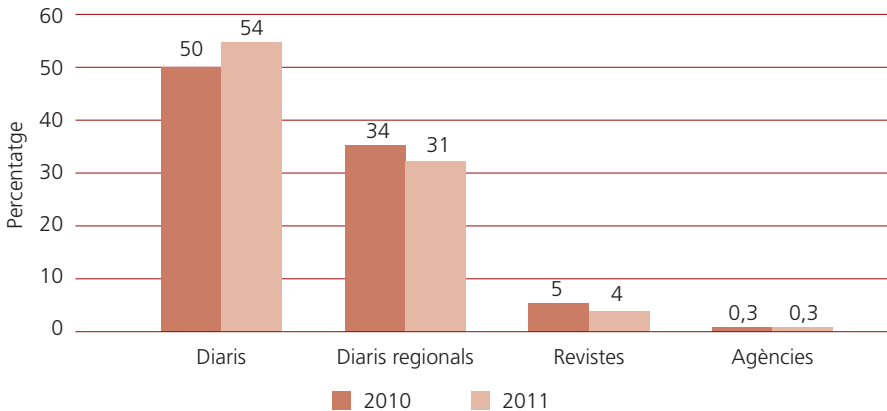
Font: Dades facilitades a l'autora per Le Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ).



Gràfic 9. De qui es queixen els flamencs (2010-2012)

Font: Raad voor de Journalistiek (<http://www.rvdj.be/jaarverslagen>). Estadístiques en línia.

meitat són contra els diaris d'abast estatal i nacional, i segueixen les queixes contra la premsa regional, les revistes i les agències. Com es veu, existeixen tendències semblants a diferents països, malgrat les diferències socials i culturals que hi ha.



Gràfic 10. De qui es queixen al Regne Unit

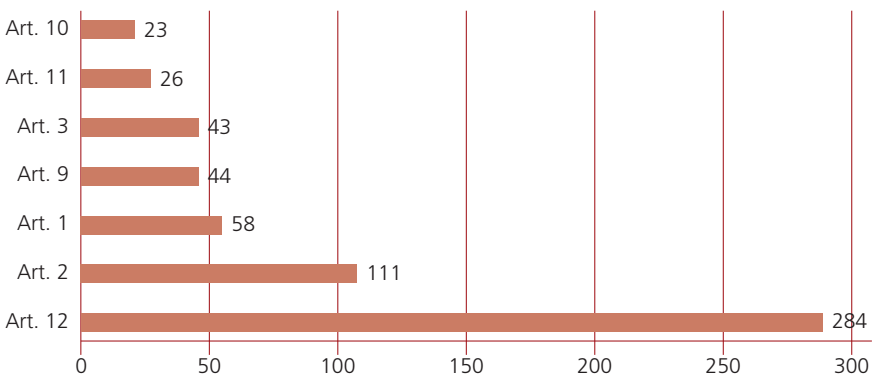
Font: Press Complaints Commission (<http://www.pcc.org.uk/annualreports/annualreviews/2011.html>). Informació estadística en línia.

10. Els principis ètics més invocats a Catalunya

Una de les qüestions més interessants és observar quins són els criteris o articles del codi deontològic més invocats per les persones i entitats que es queixen als consells de la informació. La tasca principal d'aquests consells és, com ja s'ha dit de bon principi, vigilar el compliment dels codis ètics acordats pels periodistes i mitjans

de comunicació de cada país i que estan considerats els primers documents de referència en qüestions d'ètica periodística a cada lloc. En el gràfic 11 es mostren els set articles del codi ètic més invocats pels quals es reclama al Consell de la Informació de Catalunya. Curiosament, els principis ètics a què fan referència els articles coincideixen, com es veurà més endavant, amb els principis ètics més invocats a la majoria de països, encara que la posició de l'article en el codi canvia segons el país.

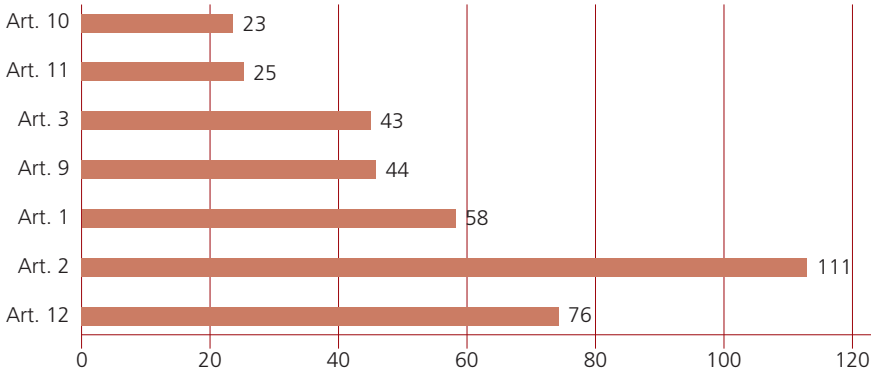
A causa de la campanya de SOS Racisme, el principi ètic més invocat, si es tenen en compte totes les queixes que han arribat al CIC entre 1997 i 2011, és el recollit a l'article 12. Aquest article demana als periodistes i mitjans que evitin les discriminacions per raó de sexe, raça, creences, extracció social i cultural o malaltia, així com que no incitin a l'ús de la violència. El gràfic sobre les set queixes més freqüents mostra, en valors absoluts, la gran diferència que hi ha entre les vegades que s'ha invocat aquest article en comparació dels altres.



Gràfic 11. Set articles més invocats a les queixes del CIC

Font: GRP, 2012.²⁶

Com mostra el gràfic 11, l'article 12 és el que apareix més freqüentment, si es tenen en compte totes les reclamacions presentades (GRP, 2012). Queda clar que el respecte a la dignitat humana és bàsic en l'exercici d'un periodisme ètic i la campanya de SOS Racisme a través del CIC va donar com a resultat un tractament més ètic d'alguns aspectes de la informació sobre la immigració. Concretament, es va aconseguir fer desaparèixer dels mitjans d'informació catalans l'expressió «immigrant il·legal», ja que el que és *il·legal* és la situació de les persones, no elles mateixes.²⁷ Dit això, l'estudi d'Alsuis i Mauri demostra que si no s'haguessin tingut en compte les queixes contra la vulneració de l'article 12 que van ser tractades amb un procediment estàndard com a resposta a la campanya de SOS Racisme, el resultat hauria estat diferent. Les queixes per la vulneració de l'article 2 del codi, relacionat amb la veracitat i la precisió de les informacions, hauria encapçalat el rànquing de criteris més invocats.



Gràfic 12. Articles més invocats a les queixes (sense estàndards)

Font: GRP, 2012.²⁸

11. Els pilars de la deontologia periodística

Si tenim en compte totes les queixes presentades, el segon article més invocat a Catalunya és el 2, que recomana «difondre informacions fonamentades, evitant en tot cas afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menysprear la dignitat de les persones [...]». L'article 1 és el tercer més freqüent a les queixes i fa referència a la necessitat que els mitjans facin «una clara distinció entre fets i opinions o interpretacions, evitant tota confusió o distorsió deliberada d'ambdues coses [...]».²⁹ Els dos principis tenen a veure amb la veracitat, el rigor informatiu, la comprovació professional dels fets, l'honestedat del periodista. En definitiva, són els pilars de l'ètica periodística i el seu compliment, per part dels periodistes, és fonamental per guanyar-se aquesta credibilitat social que és la millor inversió de futur de la professió (Pernau, 2006).

És paradoxal que les queixes més freqüents siguin les que invoquen els dos primers articles del codi deontològic, i que la societat catalana consideri que són els que es vulneren més. La informació ha de ser veraç i feta amb precisió perquè la ciutadania té dret a saber la veritat i aquestes queixes mostren que la ciutadania reclama aquest dret. Vol que la informació s'acosti al més possible a la veritat i que els periodistes investiguin per comprovar els fets i exposar-los amb rigor i honestedat, sense distorsions ni manipulacions. Totes les informacions que es donen, ja siguin escrites, en imatges o gràfics, han d'estar rigorosament comprovades. S'ha d'explicar clarament als lectors i a l'audiència audiovisual quan es transmeten opinions, fets no comprovats o suposicions, perquè en puguin fer l'ús que desitgin i no se sentin estafats.

La rectificació en el moment i l'espai adequats és un recurs que tenen els periodistes per recuperar la credibilitat, si han fet una informació incorrectament. Si

tenim en compte les queixes arribades al Consell de la Informació de Catalunya (GRP, 2012), no és un recurs que agradi gaire a la premsa en general i, com es veurà més endavant en analitzar el panorama internacional, la rectificació també costa de fer més enllà de les nostres fronteres. A Catalunya, un 7 % de les queixes que es reben invoquen l'article 3, reclamen perquè consideren que no s'han rectificat adequadament les informacions incorrectes. L'article 9, un altre dels més invocats pels reclamants, recomana «respectar el dret de les persones a la seva pròpia intimitat i imatge [...]».³⁰ La premsa ha de mostrar respecte pels altres drets humans fonamentals i, en aquest cas, respecte pel dret a la intimitat, a la imatge i a la dignitat humana. Aquests principis ètics són de vegades vulnerats també en la informació sobre menors (4 % de les queixes), el tractament dels quals apareix a l'article 11 del codi. Aquesta qüestió mereix una profunda reflexió per part de la professió periodística perquè sovint no té en compte que els menors són dels integrants més vulnerables de la societat i mereixen una protecció especial. D'altra banda, d'incompliment de l'article 10 del codi també preocupa el Consell de la Informació de Catalunya, que ha fet crides als mitjans de comunicació perquè recordin que no respectar el principi de presumpció d'innocència vulnera el codi.³¹

Encara que no es poden comparar estrictament les dades, sí que es pot parlar de tendències semblants a diferents països sobre els principis ètics que s'invoquen en la presentació de les queixes. Per això seria interessant de fer una mirada a les reclamacions rebudes per altres consells de la informació. Tot i que el número de l'article varia hi ha similituds en els temes ètics invocats.

12. Una visió internacional

Com el de Catalunya, la majoria de codis ètics comencen o tenen entre els seus primers principis o articles el requeriment als periodistes d'una informació veraç i rigorosa amb els fets; curiosament, la manca d'aquests principis és el principal tret que la societat fa als mitjans de comunicació a la majoria de països. El codi deontològic de Flandes obre amb un apartat que es diu «Accurate reporting»³² i deixa clar que l'obligació del periodista d'informar amb precisió i exactitud ve del dret del públic a saber la veritat. El codi comuna els periodistes a contrastar la informació, publicar només informació de la qual es coneix la font i identificar-la sempre que sigui possible, no ometre ni canviar informació essencial de textos, imatges, declaracions o altres documents i distingir entre les opinions i la informació dels fets.³³ El codi finlandès estableix en la primera línia de les *Guidelines for journalists and an Annex* que la llibertat d'informació és el fonament de la societat democràtica i que les bones pràctiques periodístiques estan basades en el dret del públic a tenir accés als fets i les opinions. En el punt 8 recorda que els professionals del periodisme han

d'informar amb veracitat, treballar de manera transparent, intentar aconseguir la màxima informació possible que l'audiència hagi de saber i comprovar-la amb tots els recursos a la seva disposició, entre altres rutines professionals, per assegurar l'ús responsable de la llibertat d'expressió i la pràctica ètica de la professió. El codi ètic britànic té com a primer punt la petició d'*accuracy*, que la informació sigui precisa. Detalla que la premsa ha de tenir cura de no publicar informació ni mostrar imatges que siguin imprecises, equívokes o distorsionades i demana que en el cas que això passés cal reconèixer-ho i rectificar, immediatament, de la manera adequada. Pels britànics, forma part també de la informació ètica el fet de distingir entre els fets i les opinions.

Fins i tot a França, on no hi ha Consell de la Informació, els periodistes tenen mitjans de saber molt clarament quins són els pilars de la seva tasca periodística. Moltes empreses escriuen les seves normes ètiques. El grup francès *Le Monde*, en un document ètic propi, detalla els drets i deures dels seus periodistes i comença amb una declaració dels deures. En primer lloc diu: «Els deures essencials del periodista, en la recerca, la redacció i el comentari dels esdeveniments són: 1) respectar la veritat siguin quines siguin les conseqüències per ell mateix i això a causa del dret que el públic té a conèixer la veritat».³⁴

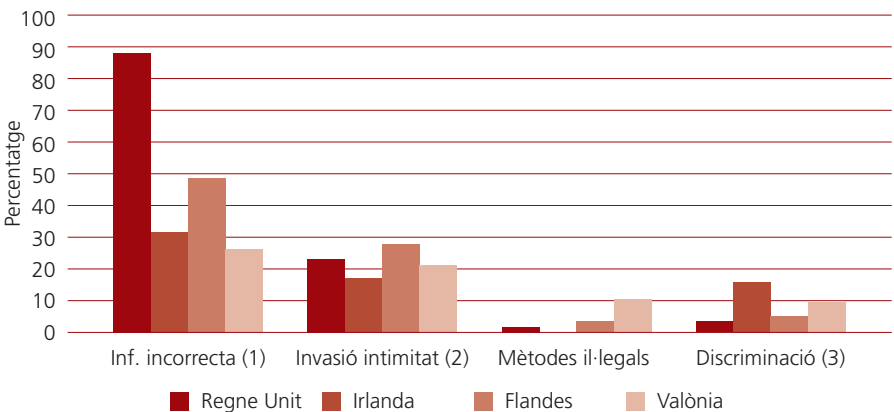
13. De les paraules a les accions

Tota aquesta literatura contrasta amb les principals queixes que es reben als diferents consells de la informació. Les reclamacions per la publicació d'informacions incorrectes: inexactes, equívokes, parcials, que no reflecteixen acuradament els fets, i la manca de rectificació o dret de rèplica quan això es produeix, ocupen la primera posició a tots els països. És a dir, que el primer valor del periodisme, la veracitat, el que ha de mantenir la confiança de la societat, és el més invocat a les queixes a tot arreu.³⁵ A Finlàndia, per exemple, les queixes més freqüents són, en primer lloc, per informacions incorrectes, seguides per les reclamacions perquè els mitjans no rectifiquen o no publiquen rèpliques. La tercera queixa més freqüent dels finlandesos a la premsa és la vulneració de la intimitat de les persones (una queixa que també és de les més habituals a la resta de consells de la informació), seguida per la publicació de publicitat encoberta.

L'escàndol provocat pel diari britànic *News of the World*, amb les seves pràctiques il·legals per aconseguir informació, ha deixat en evidència les flaqueses de l'autoregulació al Regne Unit. Malgrat la crisi d'aquest sistema i les greus discrepàncies sobre l'autoregulació entre el Govern i la premsa, la gent continua enviant les seves queixes a la Press Complaints Commission. Les més de 7.300 queixes rebudes el 2011 i les 12.191 del 2012 indiquen que el sistema de queixes per la vulneració del codi ètic continua funcionant i té la confiança de la societat. Aquest

consell de la informació ha estat un dels més prestigiosos d'Europa. Les seves estadístiques indiquen que des del 1996 hi ha dos principals motius de queixa contra els mitjans de comunicació britànics: la falta de rigor en les informacions i la invasió de la intimitat de les persones. Els anys 2009, 2010, 2011 i 2012 entre el 85 % i el 93 % de les queixes tenien a veure amb la veracitat de les informacions i la incapacitat de rectificar adequadament. Pel que fa a les queixes sobre la invasió de la intimitat de les persones, el 2012 un 41 % de les reclamacions tenien a veure amb aquesta qüestió. La PCC considera que són les que provoquen més controvèrsia perquè plantegen la col·lisió entre dos drets, el dret a la intimitat de les persones i la llibertat d'expressió, i no sempre és fàcil de resoldre. Després d'aquestes dues qüestions i a molta distància, la queixa més usual dels britànics és també per temes de discriminació (el 2012, el 2,3 % de les queixes van invocar l'article 12 del codi ètic britànic, que prohibeix que la premsa discrimini les persones per raó de raça, color, gènere, orientació sexual, religió, etc.).³⁶

La mateixa situació trobem a les estadístiques dels consells de la informació d'Irlanda i Bèlgica, per exemple. A Irlanda només en els anys 2009 i 2010 es van rebre 248 queixes per problemes de veracitat i precisió de les informacions, més d'una tercera part de totes les queixes. El motiu següent de queixa de la societat era també la invasió de la intimitat de les persones, que representava una quarta part de les queixes. Al consell de la informació belga de Flandes, les queixes per manca de precisió de les notícies representaven en aquests mateixos anys, 2009-2010, la meitat de les reclamacions. El segon motiu de queixa —quasi un 30 % de les reclamacions— corresponia a la invasió de la intimitat.



Gràfic 13. Les quatre queixes més freqüents (2010 i 2011). S'ha fet el gràfic dels països dels quals s'ha trobat informació comparable. (1) Inclou totes les queixes relacionades amb la precisió i veracitat de la informació. (2) Inclou queixes en què es creu que ha estat vulnerada la intimitat i dignitat de les persones. (3) Inclou racisme

Font: Consells de la informació del Regne Unit, Irlanda, Flandes i Valònia.


14. Conclusió

La diferència entre uns països i d'altres, les variacions en els diversos codis deontològics i també la manca de coincidència temporal de la recollida de dades no permeten fer una comparació més estricta, però sí que es poden veure les tendències coincidents. Es pot arribar a la conclusió que la majoria de queixes per la vulneració de codi ètic afecten gairebé sempre els mateixos principis i Catalunya no n'és una excepció. Hi ha uns principis ètics que la societat pensa que són més freqüentment vulnerats pels mitjans de comunicació. I això passa, en general, independentment del país. Tot i que els consells de la informació són considerats com el millor sistema de rendiment de comptes conegut, les estadístiques indiquen que els periodistes i els mitjans han de millorar els seus controls interns per tal que la informació s'acosti més i millor a la realitat dels fets. Els periodistes tenen l'obligació de respectar la veracitat de les informacions, de comprovar els fets i de contextualitzar-los perquè la informació sigui completa i la ciutadania entengui què passa, per què passa i quines conseqüències tindrà.

Un altre principi que apareix en tots els codis ètics i que sovint és vulnerat, segons les queixes que presenta la gent, és el de rectificació de la informació incorrecta. Si quan es falla hi ha una correcció immediata, l'acció de rectificar repercuteix en benefici del mitjà. Una correcció dels errors a temps augmenta la credibilitat del mitjà, en lloc de reduir-la, com semblen pensar molts periodistes i els seus caps. En rectificar es diu a la ciutadania que la informació és correcta i que s'està disposat a resoldre-ho quan no és així.

El compliment d'aquests principis i els altres dels codis ètics és la base de la credibilitat social del periodisme i, en uns moments en què aquesta està en davallada en molts països, és clar que es necessita més esforç per part dels periodistes per recuperar la confiança de la població.

Aquesta confiança és fonamental per al futur del periodisme. L'aparició de tecnologies que fan molt fàcil l'arribada directa d'informació a la ciutadania té com a conseqüència que es posi en dubte la necessitat del periodisme, d'intermediaris, per aconseguir informació. Però, com ja s'ha demostrat, més informació no vol dir més qualitat ni més veracitat dels missatges. Per tant, calen a Catalunya i arreu uns mitjans d'informació creïbles en els quals la ciutadania pugui confiar per prendre decisions lliures sobre la seva vida personal i la comunitària.

L'esforç per millorar la veracitat, la precisió, la comprovació de les dades i fonts, i l'honestat redundarà en favor d'una major confiança en el periodisme i, al final, en la seva supervivència. Les estadístiques indiquen que aquest esforç és necessari per a la mateixa professió, però també per a la democràcia. El poder que la informació dona als ciutadans és la base de les nostres democràcies. La qualitat d'aquest sistema polític dependrà, finalment, de la qualitat de la premsa de cada país. 

Notes

- 1** Adreça de correspondència: Llúcia Oliva. Rambla de Prat, 8, 4t 2a. E-08012, Barcelona, UE.
- 2** «Informe Memòria» del Consell de la Informació de Catalunya, anys 2010, 2011 i 2012, i informació aportada per la Fundació Consell de la Informació de Catalunya.
- 3** Segons dades de l'informe anual de la professió elaborat per l'Associació de la Premsa de Madrid. «En el conjunt de l'Estat, s'ha passat dels 9.937 registrats el 2011 a 27.443, un 176,17 % superior» (COMUNICACIÓ21 (2013), «Els periodistes aturats es tripliquen a Catalunya, les Illes i País Valencià» (en línia), <<http://comunicacio21.cat/2013/01/els-periodistes-aturats-es-tripliquen-a-catalunya-les-illes-i-valencia/>> (consulta: 10 juny 2013)).
- 4** A Catalunya s'ha creat una plataforma formada per més d'un centenar de periodistes dels principals mitjans del país, com TV3, Catalunya Ràdio, *Ara*, *El Mundo*, *El Periódico*, *La Vanguardia*, etc., per donar a conèixer els greus problemes del sector, la precarietat laboral i la pèrdua constant de llocs de treball. Tracten de buscar solucions conjuntament per aconseguir una major estabilitat laboral i poder exercir millor la seva funció de realitzar el dret a la informació de la ciutadania (COORDINADORA DE TREBALLADORS EN LLUITA DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE CATALUNYA (2013), «Manifest de mitjans en lluita» (en línia), <<http://mitjansenlluita.wordpress.com/manifest/>> (consulta: 2 maig 2013)).
- 5** Ho veiem en l'exigència d'uns mitjans independents del poder i al servei de la ciutadania als manifestos del moviment ciutadà 15-M. Consideren que els mitjans convencionals generalistes estan al servei dels grups de poder «y son el elemento esencial para encubrir las actuales dictaduras neoliberales bajo fachadas de falsa democracia». Per exemple, a la pàgina web #Acampadasol es poden llegir les raons de la campanya «Toma los medios» que mostren la queixa d'aquests grups que consideren que els mitjans convencionals amaguen les informacions realment importants, en manipulen o descontextualitzen d'altres i donen una idea falsa de la societat (ACAMPADASOL (2012), «15 mentiras de los medios de comunicación sobre el 15M» (en línia), <<http://madrid.tomalaplaza.net/2012/06/04/15-mentiras-de-los-medios-de-comunicacion-sobre-el-15m/>> (consulta: 24 maig 2013)).
- 6** Vegeu l'article 19 d'OBSERVATORI DE CONFLICTES I DRETS HUMANS, «Els drets humans en la Declaració Universal dels Drets Humans» (en línia), Barcelona, Universitat de Barcelona, <<http://www.solidaritat.ub.edu/observatori/itineraris/ddhh/dh2.htm#art19>> (consulta: 30 abril 2013).
- 7** NOTICIAS JURÍDICAS, *Constitución española, 1978* (en línia), <http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/constitucion.t1.html#a20> (consulta: 30 abril 2013).
- 8** GENERALITAT DE CATALUNYA, *Estatut d'autonomia de Catalunya, 2006* (en línia), <http://www.gencat.cat/generalitat/cat/estatut/titol_1.htm#a52> (consulta: 30 abril 2013).
- 9** A causa de les dificultats financeres de la Generalitat, aquests ajuts van estar vigents només els anys 2010 i 2011. Informació facilitada per la Fundació Consell de la Informació de Catalunya.
- 10** *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, núm. 5116 (22.4.2008), p. 31124.
- 11** *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, núm. 6158 (27.6.2012), p. 33483.
- 12** En el moment de lliurar aquest article, la Generalitat acaba de publicar una nova ordre per reglar la concessió de subvencions («ORDRE PRE/125/2013, de 17 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores del procediment per a la concessió de subvencions estructurals per a l'edició de publicacions periòdiques en suport de paper en català o en aranès») que deixa en un ambigu «si escau» el requisit que un mitjà estigui adherit al CIC per rebre diners públics (*Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, núm. 6401 (20.6.2013), disponible en línia a <<http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/6401/1305870.pdf>> (consulta: 1 juliol 2013)).
- 13** El 2012, a la pregunta de Metroscopia sobre si «Aprueba o desaprueba la forma en que desempeña su función la prensa», un 58 % l'aprova i un 36 % no. El 20 de febrer de 2013, una nova enquesta de Metroscopia preguntava «Diría que en general los periodistas desempeñan su trabajo con honestidad», un 40 % deia que no i només un 53 % deia que sí (PERIODISTAS21 (2013), «La amenazada credibilidad del periodismo» (en línia), <<http://www.periodistas21.com/2013/02/la-amenazada-credibilidad-del-periodismo.html>> (consulta: 10 maig 2013)).
- 14** Entrevista a Josep M. Martí, degà del Col·legi de Periodistes (Carles CAPDEVILA (2013), «Els periodistes hem perdut el respecte de la gent», *Ara* (Barcelona) (8 juny), p. 34-35).
- 15** Entrevista a Josep M. Martí, degà del Col·legi de Periodistes (Carles CAPDEVILA (2013), «Els periodistes hem perdut el respecte de la gent», *Ara* (Barcelona) (8 juny), p. 34-35).
- 16** Aquesta dada prové de RJI, que és un web dedicat a ètica periodística i a rendiment de comptes dels mitjans de comunicació (REYNOLDS JOURNALISM INSTITUTE (en línia), <<http://www.rjionline.org/MAS-About>> (consulta: 20 maig 2013)).

EL CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA

I17 CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA, *Codi deontològic dels periodistes catalans* (en línia), <<http://www.periodistes.org/fcic/contingut.php?codmenu=3>> (consulta: 20 abril 2013).

I18 *Código europeo de deontología del periodismo* (en línia), <<http://www.slideshare.net/julicap/cdigo-europeo-de-deontologia-del-periodismo>> (consulta: abril 2013).

I19 FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (1993), *Código deontológico* (en línia), <<http://www.comisiondequejas.com/Codigo/Codigo.htm>> (consulta: abril 2013).

I20 Es poden consultar els documents sobre el CIC, els estatuts, el codi deontològic i les resolucions a CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA (en línia), <<http://www.periodistes.org/fcic/>> (consulta: 20 abril 2013).

I21 Segons l'estudi del GRP de la Universitat Pompeu Fabra, aquest 19 % de queixes rebutjades ho han estat per quedar fora de l'àmbit, manca de *factum* ètic, qüestions formals, perquè hi havia un procediment legal iniciat sobre el tema, entre altres raons.

I22 S'ha triat comparar la tendència de les queixes rebudes pel CIC amb països de poca població i dels quals disposem de dades comparables. Apareixen gràfics amb les dades recollides pels consells de la informació de la Bèlgica valona (3,5 milions d'habitants), la Bèlgica flamenca (6,3 milions) i Finlàndia (5,3 milions).

I23 Dades aportades per a aquest article pels esmentats consells de la informació a l'autora, sobre els anys 2010 i 2011. No hi ha dades del 2012 sobre aquesta qüestió a Flandes.

I24 La informació es pot trobar també als webs dels consells de la informació de Valònia (<http://www.deontologiejournalistique.be/>) i Flandes (<http://www.rvdj.be/jaarverslagen>).

I25 PRESS COMPLAINTS COMMISSION (1996-2011), *Annual reviews* (en línia), <<http://www.pcc.org.uk/annualreports/annualreviews/2011.html>> (consulta: 20 maig 2013).

I26 En aquest cas, els autors de l'estudi demanen tenir en compte que hi ha reclamacions que no invoquen cap criteri i d'altres que n'invoquen dos o més alhora.

I27 En aquests darrers mesos s'han donat passos enrere en aquest sentit quan des del mateix Govern d'Espanya s'ha començat a utilitzar aquesta desafortunada expressió. Informació aconseguida per la mateixa autora al Consell de la Informació de Catalunya, el qual ha presidit durant cinc anys.

I28 En aquest cas, els autors de l'estudi demanen tenir en compte que hi ha reclamacions que no invoquen cap criteri i d'altres que n'invoquen dos o més alhora.

I29 CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA, *Codi deontològic dels periodistes catalans* (en línia), <<http://www.periodistes.org/fcic/contingut.php?codmenu=3>> (consulta: 20 abril 2013).

I30 CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA, *Codi deontològic dels periodistes catalans* (en línia), <<http://www.periodistes.org/fcic/contingut.php?codmenu=3>> (consulta: 20 abril 2013).

I31 El 27 de gener de 2010, el CIC va fer públic un comunicat titulat: «Respecte a la presumpció d'innocència i el dret de les persones a la seva pròpia intimitat i imatge», en el qual es recordava que en informar de detencions, calia recordar el dret de les persones a la dignitat i a la seva imatge i intimitat. La presumpció d'innocència és un dret i un principi ètic (CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA (2010), «Respecte a la presumpció d'innocència i el dret de les persones a la seva pròpia intimitat i imatge» (en línia), <<http://www.periodistes.org/fcic/home.php>> (consulta: 20 maig 2013)).

I32 S'ha deixat l'expressió en anglès perquè no hi ha en català una expressió semblant que indiqui tan clarament el procés d'informar amb exactitud i precisió.

I33 Es pot trobar la versió anglesa del codi ètic de Flandes a http://www.rvdj.be/sites/default/files/pdf/code_of_practice.pdf (consulta: 12 abril 2013).

I34 LE MONDE (2010), *Éthique et déontologie au group Le Monde* (en línia), <http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html> (consulta: 3 juny 2013).

I35 S'han observat els codis deontològics i les queixes presentades als consells de la informació de Bèlgica, el Regne Unit, Irlanda i Finlàndia amb la intenció de conèixer quins són els principis ètics més invocats a les reclamacions.

I36 Informació trobada al web de la PCC: <http://www.pcc.org.uk/annualreports/annualreview.html> (consulta: maig i juny 2013).

Bibliografia

- ALSIUS, S. (1998). *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic.
- AZNAR, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- (1999). *Ètica y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós.
- BASSETS, L. (2013). Classe magistral al Col·legi de Periodistes de Catalunya (18 abril).
- CASTELLS, M. (2013). «El futur del periodisme». *La Vanguardia* (13 abril), p. 19.
- GONZÁLEZ, F. (2006). «Ensayar la autorregulación». *Cuadernos de Periodistas* [Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid], núm. 6, p. 8-10.
- GRUP DE RECERCA EN PERIODISME (GRP) DE LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA (2012). *Estudi dels dictàmens del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) del període 1997-2011*. Barcelona: Fundació Consell de la Informació de Catalunya. [L'estudi va anar a càrrec dels professors Salvador Alsius i Marcel Mauri]
- KAISER, M. (2010). «As journalism evolves, mission is strong». *Journal Sentinel Online* [en línia] (25 abril). <<http://www.jsonline.com/news/92026639.html>> [Consulta: 29 abril 2013].
- PERNAU, J. (2006). «Cataluña, pionera del autocontrol en España». *Cuadernos de Periodistas* [Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid], núm. 6, p. 94-111.
- PINKER, R. (2006). «La experiencia del Consejo de Prensa en Bosnia-Herzegovina». A: *Cuadernos de Periodistas* [Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid], núm. 6, p. 151-156.
- RESTREPO, J. D. (2011). Xerrada en línia sobre ètica periodística, organitzada per la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (6 desembre).
- (2012). Conferència a Caixa Fòrum, organitzada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya (16 maig).