

Once universidades se alían con el CPC y el CIC contra el 'clickbait'

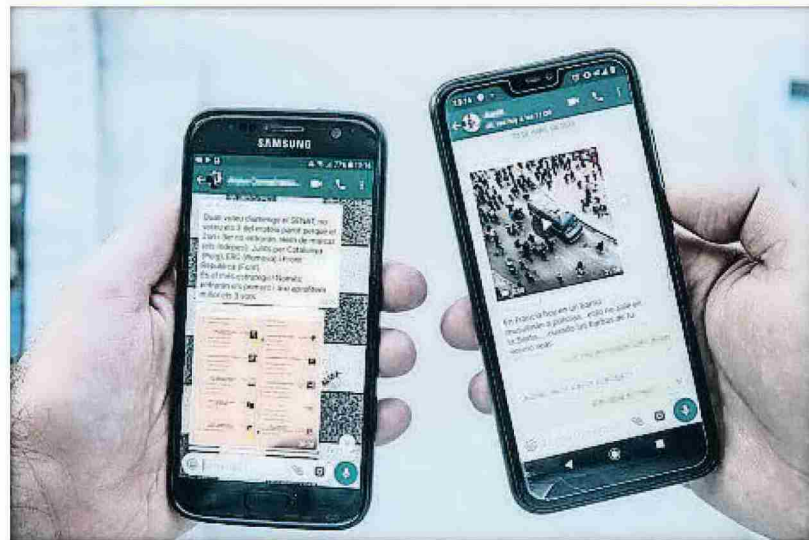
La plataforma pide retirar subvenciones si hay contenidos basura

DAVID DUSSTER
Barcelona

El mundo académico y profesional han decidido sumar esfuerzos para combatir el periodismo basura y, en un comunicado conjunto que se publicará hoy, exhortan a la Generalitat de Catalunya a que ponga fin a la subvenciones públicas a medios de comunicación que promueven el *clickbait* –consumo masivo online de noticias con reclamos truculentos y ardid de marketing– y que se conceden únicamente con criterios fundamentados en la audiencia.

Las entidades firmantes del comunicado son el Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC), el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) y las once universidades catalanas que imparten estudios de periodismo. En concreto, se esgrime el código deontológico como la herramienta de calidad democrática que es garante de la creación de espacios informativos que “nunca contribuyan a la discriminación o al fomento de los prejuicios o el odio” y también es aval de la ética en el periodismo para “luchar contra activamente contra la desinformación y la expansión de mentira”.

Con este acuerdo, las universidades se comprometen a situar el código deontológico en el eje de su enseñanza periodística y a compartir con la profesión los resultados de las inves-



XAVIER CERVERA

Bulos y discursos de odio circulan en las redes, se advierte en el comunicado

tigaciones sobre ética en el periodismo. La primera iniciativa en este sentido será la celebración de unas jornadas entre el mundo académico y profesional el próximo noviembre.

Por su parte, el CIC, fundación dependiente del CPC con representantes de la sociedad civil, de los medios de comunicación y de los periodistas y que se encarga de velar por el cumplimiento del código deontológico, insta a las instituciones públicas a aumentar los recursos para que pueda llevar a cabo su función pública.

El comunicado advierte que la falta de equidad en el reparto de la publicidad institucional a los medios de comunicación puede “distorsionar la libre competencia” y que la concesión de subvenciones públicas debe ser transparente. “Defendemos criterios basados en el servicio a la sociedad y no de audiencia a cualquier precio, pues se corre el riesgo de fomentar, con dinero público, el *clickbait*, los contenidos basura y los discursos de polarización que vulneran el código deontológico”, dice el comunicado.●