



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

***Informe específic de pluralisme durant la campanya de les eleccions
municipals 2007 (de l'11 al 25 de maig)***

***Valoració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (aprovada en sessió
de 6 de juny de 2007)***

Antecedents

- El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en l'Acord 78/2007, de 7 de març, va formular unes recomanacions específiques, sens perjudici del compliment del marc legal establert, sobre la qualitat de la informació en els processos electorals per als prestadors públics que es troben sota la competència del Consell.

- El Ple del Consell afirmava que una informació de qualitat afavoreix la tria democràtica de la ciutadania i, per tant, reforça la qualitat de la democràcia mateixa. Els mitjans audiovisuals públics tenen una responsabilitat especial, d'acord amb el mandat constitucional i la seva missió específica, de transmetre “una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social i cultural, i també amb l'equilibri territorial” i, en particular, en els períodes electorals per tal “d'assegurar una informació suficient sobre les diverses ofertes electorals”.

- El Consell, des d'aquesta perspectiva, va advocar per un model que superés el sistema d'assignació de temps i d'ordenació estrictes dels fins ara anomenats *blocs electorals*, i va definir quatre criteris de referència -equitat, professionalitat, interès informatiu i igualtat d'oportunitats- per tal que la distribució equitativa de temps es mesurés en períodes més amplis durant el procés electoral i, a més, que l'ordenació de la informació es fes de manera flexible i en funció de l'actualitat.

- Els consells d'administració dels mitjans públics –casos de la CCRTV i de Barcelona TV– han donat nous passos en la línia de la flexibilització del tractament de la informació, optant pel principi d'equitat davant del de la proporcionalitat absoluta i eliminant les rigideses en l'ordre i el còmput diari

del temps dels espais dedicats a informació electoral, tot incorporant les recomanacions de l'Acord 78/2007, de 7 de març, d'aquest Consell.

- Les juntes electorals havien aplicat fins ara la doctrina més restrictiva (temps i ordre estrictes), pròpia dels espais gratuïts de propaganda i, per tant, tot recurs acabava invalidant els intents de flexibilització de la informació en períodes electorals. Tanmateix, la Junta Electoral Provincial de Barcelona va abonar el dia 14 de maig els criteris flexibles del Consell d'Administració de la CCRTV per entendre, entre altres consideracions, que, “salvo los espacios gratuitos de propaganda electoral, no pueden las Juntas Electorales inmiscuirse en la programación de los medios audiovisuales, siempre que se respeten los principios de pluralismo político y social, así como la neutralidad informativa de los medios de comunicación de titularidad pública en periodo electoral”. La Junta Electoral Central, el 16 de maig, va avalar també els criteris de la CCRTV argumentant, pel que fa a la suposada vulneració del principi de proporcionalitat estricta, que “no le corresponde más que controlar si en los planes de cobertura electoral de los medios de comunicación de titularidad pública se respetan los principios de pluralismo, neutralidad e igualdad de oportunidades en el proceso electoral” i constant que “no es posible en esta materia aplicar un criterio de proporcionalidad absoluta”.

A partir d'aquests antecedents i de la lectura de l'*Informe específic de pluralisme durant la campanya de les eleccions municipals 2007*, amb la seva síntesi final, el Ple del Consell vol fer algunes valoracions qualitatives, a tall de reflexió, amb vista a futures campanyes electorals:

1. Qualitat de la informació

Es constata de nou que les referències reiterades a l'anomenada *vaga de signatures* dels periodistes de TVC i dels altres operadors públics analitzats han estat, a banda de la informació de la campanya electoral, les que més temps d'emissió han sumat. Aquest fou ja el cas de les informacions de la campanya del referèndum de l'Estatut i de les eleccions catalanes del 2006. El Consell va considerar aleshores que aquella reiteració s'havia d'intentar evitar en un futur perquè podia fer que, a ulls de la ciutadania, planés l'ombra de la sospita sobre la qualitat de la informació dels mitjans públics durant els períodes electorals.

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que va mostrar espais de coincidència amplis amb la preocupació expressada en el passat pels professionals d'aquests mitjans, constata els avenços donats per la CCRTV, avalats per la Junta Electoral Provincial i la Junta Electoral Central, en sintonia amb les recomanacions adoptades per aquest Consell, i lamenta una protesta reiterada que no es correspon ni amb la realitat present ni amb la trajectòria de pluralitat dels mitjans de la CCRTV.

El Consell insta, en conseqüència, els responsables d'aquest mitjans que evitin en les futures campanyes la reiteració d'una protesta que, pel que fa a la seva formulació concreta, ignora la flexibilització dels criteris sobre la informació electoral adoptats pels consells d'administració de la mateixa CCRTV –avalats per la Junta Electoral Central– i de Barcelona TV. Cridem també l'atenció dels professionals perquè ens trobem, a més, davant una reiteració que projecta el descrèdit sobre el conjunt dels partits polítics, als quals es responsabilitza d'aquesta suposada imposició, i que pot portar a creure que la informació ha estat elaborada pels mateixos partits. Tot plegat

no s'adiu amb la missió específica d'afavorir la participació que pertoca al servei públic de l'audiovisual.

2. Anàlisi de continguts

L'anàlisi de continguts de les informacions de la campanya mostra que la *dinàmica política*, definida com les al·lusions genèriques a les actituds dels altres candidats, continua sent el descriptor temàtic amb una freqüència d'emissió més alta, per bé que ha disminuït gairebé 10 punts a TVC en benefici de les qüestions programàtiques i dels ítems que més preocupen l'electorat, com la immigració, les polítiques d'habitatge o els transports i la mobilitat. Es tracta d'una tendència lògica en unes eleccions locals que tenen la ciutat o *polis* com a escenari. Aquesta tendència es palesa de manera més notable en els mitjans públics de proximitat analitzats: Barcelona TV i TV L'Hospitalet (és l'únic cas on *dinàmica política* està en segona posició darrere de *polítiques d'habitatge*). Caldria, això no obstant, continuar avançant en aquesta direcció.

La millora de la qualitat de la informació electoral, com dèiem ja en la valoració sobre l'informe de la campanya de les eleccions al Parlament 2006, és un repte que interpel·la totes les parts –els protagonistes de la notícia i els professionals que en fan la tria– perquè aquest dèficit, en un o altre grau, no és aliè a la davallada crònica de la participació electoral. Des d'aquesta lògica, per bé que es constata un augment del nombre de debats electorals, caldria aprofitar millor les potencialitats dels mitjans audiovisuals públics que tenen en el foment del pluralisme i la participació política una de les seves missions específiques.

Es tracta, però, d'una responsabilitat estructural que va molt més enllà dels períodes electorals. Aquest és el cas paradigmàtic de TVC, on *Polònia* –el



programa estrella d'humor polític— manté una audiència i una quota de pantalla acumulades el 2007 que gairebé tripliquen les del debat electoral entre els candidats a l'alcaldia de Barcelona (va sumar a TV3 una mitjana d'audiència de 223.000 persones i una quota de pantalla del 9%). Tanmateix, el factor determinant no és l'èxit de *Polònia*, que s'inscriu en la tradició d'humor polític d'altres televisions públiques europees, sinó el dèficit de programes de debat polític i de participació cívica que fan que *Polònia* es converteixi en el gruix de l'oferta en aquest tipus de programació i no en el seu complement. Tot plegat acaba per alimentar una certa banalització de la política democràtica. En conseqüència, caldria esperar dels responsables de la TVC que, més enllà dels informatius, proposin uns espais de debat i de participació política que atreguin l'atenció de la audiència i es consolidin en la programació estable.

3. Pluralisme polític i equilibri territorial

La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya estableix el respecte del pluralisme polític com una missió específica del servei públic. Aquesta missió, pel que fa a l'anàlisi quantitativa, ha estat observada pel conjunt de mitjans públics analitzats: uns, a partir del criteri d'equitat, és a dir, la igualtat esglaonada en funció de la representació electoral (casos de les forquilles de temps acordades prèviament pels consells d'administració de la CCRTV i de Barcelona TV); altres, des d'una proporcionalitat més estricta. D'altra banda, i per bé que els operadors privats no tenen aquesta missió específica, es constata en l'informatiu del mitjà analitzat una cobertura escassa de la campanya municipal catalana i alguns desequilibris.

La llei de referència atribueix també a aquest Consell la funció de vetllar per l'equilibri territorial en el sistema audiovisual de Catalunya i recorda que és



aquesta una missió específica del servei públic. Des d'aquesta òptica, pel que fa a TVC, s'observa una certa *barcelonització* de la informació electoral, centrada en els candidats per Barcelona, seguida d'una preeminència dels líders dels partits en els actes al conjunt del territori. Aquest fet es compensa parcialment amb els *TN comarques* –també analitzats–, per bé que la carència d'edicions de cap de setmana reforça en xifres absolutes aquesta tendència.

D'altra banda, cal recordar que, d'acord amb el mandat constitucional, la Llei de la comunicació audiovisual assenyala com a principi de referència la no incitació a l'odi per motius de raça, sexe, religió o nacionalitat. En aquest context, el servei públic té també com a missió específica la promoció activa de la convivència cívica. Es tracta d'un principi de referència que no han d'oblidar els responsables d'antena dels programes, tant en període electoral com durant la resta de l'any, i en especial pel que fa a les emissions de participació directa.

4. Igualtat d'oportunitats

De forma genèrica, la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya assenyala que els mitjans públics han d'assegurar una informació suficient sobre les diverses ofertes electorals. Des d'aquesta perspectiva, l'informe de les eleccions al Parlament de Catalunya 2006 constatava que els partits i les forces no parlamentàries no gaudien d'una mínima igualtat d'oportunitats informatives i apuntava que aquesta tendència s'hauria d'intentar corregir en benefici de la renovació del sistema. El Ple del Consell va formular en l'Acord 78/2007, de 7 de març, una recomanació específica en favor del criteri d'una major igualtat d'oportunitats per tal d'assegurar un temps d'intervenció



equitatiu a les personalitats que pertanyen a formacions polítiques no representades al Parlament.

Aquesta recomanació, que es fa extensiva en les eleccions locals a les forces sense representació municipal, ha estat seguida de forma desigual pels diferents mitjans públics analitzats. TVC ha estat l'operador que més ha avançat en aquesta direcció: presència de Ciutadans - Partit de la Ciutadania (C's) en les informacions de campanya (2,1%), reportatge amb entrevista a la candidata de C's per la ciutat de Barcelona (un factor que incrementa el seu temps de paraula en les informacions sobre les eleccions pel fet que les entrevistes als cinc candidats per Barcelona no s'inclouen en aquest epígraf i computen a part) i dos reportatges sobre partits minoritaris amb la presència de vuit formacions polítiques. TVE a Catalunya s'ha limitat a donar entrada a C's en les informacions de la campanya (0,9%). Barcelona TV ha reservat les informacions sobre la campanya als partits amb representació municipal i ha emès un reportatge sobre cinc forces sense representació.

Barcelona, 6 de juny de 2007