



Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya

***Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio  
durant la campanya de les eleccions europees 2009 (del 22 de  
maig al 5 de juny)***

***Valoració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (aprovada  
en la sessió del 17 de juny de 2009)***

L'anàlisi de l'*Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions europees 2009 (del 22 de maig al 5 de juny)* i de la síntesi final n'han permès extreure algunes valoracions qualitatives, a tall de reflexió, amb vista a futures campanyes electorals:

## **1. Anàlisi de continguts**

L'anàlisi del contingut de les informacions relacionades estrictament amb el seguiment de la campanya electoral mostra que el descriptor temàtic amb una freqüència més alta en tots els informatius és *dinàmica política* (23,7%), definida com les al·lusions genèriques a les característiques o les actituds d'altres candidats i partits. Aquest ítem, sumat a descriptors de la mateixa naturalesa (*crítiques al Govern de Zapatero, crítiques al Govern d'Entesa o referències a la visita de Zapatero a Catalunya*) fa que la *dinàmica política* representi gairebé un terç del temps de les notícies de la campanya. Aquest percentatge és superior al registrat a les europees de fa 5 anys (21,6%) i evidencia que les qüestions programàtiques i els temes que més preocupen la ciutadania, de la crisi socioeconòmica a les infraestructures, queden en segon pla. Ens trobem una altra vegada davant d'un fenomen que interpel·la totes les parts –els polítics protagonistes de la notícia i els professionals que en fan la tria– i planteja la conveniència de continuar millorant la qualitat de la informació en els processos electorals.

Tanmateix, a banda de les notícies de la campanya per candidatures, TV3 va incorporar un conjunt de reportatges sobre les polítiques i funcionament de la Unió Europea, que va representar un 11,5% de total la informació sobre les eleccions, i que s'inscriu en aquesta línia de millorar oferta qualitativa de la informació electoral.

## **2. Qualitat de la informació**

Es constata de nou, com ho reflectien els anteriors informes electorals, que les referències a la protesta dels professionals de TVC contra els criteris de cobertura de la campanya aprovats pel Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha estat la notícia que més temps ha sumat després de les informacions per candidatures. En concret, a TV3 aquesta protesta va sumar 14 minuts i 32 segons, és a dir, el 5,2% del total d'informacions sobre les eleccions. TVE a Catalunya, a molta distància, va dedicar-hi 20 segons (0,8%) en una única informació emesa el penúltim dia de la campanya. Pel que fa a Barcelona TV, la protesta va adoptar una forma diferent: les informacions de la campanya anaven acompanyades d'un rodet en el qual s'informava que els periodistes no signaven aquesta informació.

En aquest context, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya vol recordar que en l'anterior campanya de les generals de 2008 va valorar positivament el principi d'acord assolit entre els professionals de la CCMA i el seu Consell de Govern per tal d'elaborar una nova proposta sobre el tractament informatiu de les campanyes. Cal lamentar ara la no concreció d'aquell acord i la reiteració d'una protesta que far planar l'ombra de la sospita sobre la qualitat de la informació dels mitjans públics durant els períodes electorals.

Això no obstant, el Consell vol recordar també que, en el marc de la Llei orgànica de règim electoral general, correspon als òrgans d'administració del mitjans de titularitat pública establir uns plans de cobertura electoral que respectin el pluralisme polític i la neutralitat informativa. Per la seva banda, la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya assenyala que els mitjans públics han d'assegurar una informació suficient sobre les diverses ofertes electorals i sobre l'activitat dels representants sortints.

El CAC, en aquest context, va establir unes recomanacions sobre la qualitat de la informació en els processos electorals i es limita ara, a posteriori, a avaluar-ne el grau de compliment. Les recomanacions de referència (l'Acord 78/2007, de 7 de març) es concreten en els principis d'equitat, professionalitat, interès informatiu i igualtat d'oportunitats, amb l'objectiu de superar la rigidesa dels anomenats *blocs electorals*.

La protesta dels professionals de TVC s'ha focalitzat en un punt dels criteris del pla de cobertura de la CCMA que establí que, per tal d'objectivar la presència equitativa entre el partit menys votat i el més votat en la consulta anterior de la mateixa naturalesa, es distribuïria el temps de notícia dins d'una forquilla entre 1 i 2,5 en el còmput total. Aquest criteri responia més al principi d'equitat que no pas al de proporcionalitat directa, que hauria situat la forquilla gairebé entre 1 i 6 (del 7,17% d'ICV-EUiA al 42,85% de PSC-PSOE). Paradoxalment, l'informe constata que TVC ha desenvolupat parcialment la flexibilitat que introduïen als altres criteris de cobertura aprovats pel seu Consell de Govern pel que fa, per exemple, al criteri d'interès informatiu, que permetia alterar l'ordre de les informacions de la campanya per candidatures i, sobretot, al d'igualtat d'oportunitats, que obria la porta a assegurar un temps d'intervenció a forces polítiques no representades al Parlament Europeu: només Libertas – Ciudadanos de España ha obtingut un dia temps de notícia (0,5% a TV3 i 1,3% al 3/24). Cap altre operador ha informat de la campanya de candidatures sense representació parlamentària.

Ens trobem davant d'una excepció a la regla pel que fa a una igualtat mínima d'oportunitats i el resultat és, com ha apuntat aquest Consell en valoracions anteriors, que s'alimenta l'endogàmia del sistema i se'n frena la renovació.

### **3. Pluralisme polític**

La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya assenyala que, en els períodes electorals, els mitjans han de garantir especialment la pluralitat informativa, fixa el respecte del pluralisme polític com a una missió específica del servei públic i assenyala que els mitjans públics han d'assegurar una informació suficient sobre les diverses ofertes electorals i sobre l'activitat dels representants sortints. Pel que fa a l'anàlisi quantitativa de les notícies relacionades amb el seguiment de la campanya per candidatures, aquesta missió ha estat observada, sense que se n'apreciïn desequilibris notables, pels grans prestadors públics analitzats. En el cas de TV3, a partir del criteri d'equitat, és a dir, de la igualtat esglaonada en funció de la representació electoral entre el partit menys votat i el més votat a les europees anteriors. En un segon cas, des d'una proporcionalitat molt més directa: TVE a Catalunya i Barcelona TV (amb el referent del resultat de les anteriors europees de 2004 a la capital catalana).

D'altra banda, per bé que els prestadors privats no tenen assignada aquesta missió específica, es constata en el informatiu de 8tv –el prestador privat d'abast català analitzat– una cobertura escassa de la campanya, en temps i freqüència (periodicitat no diària), i s'hi observen desequilibris notables.

### **4. Debats electorals i entrevistes**

Pel que fa als debats electorals, TV3 és l'únic prestador de serveis que emet un debat electoral entre els cinc representants de les candidatures sortints. En relació amb les entrevistes, els informatius *Els matins* de TV3 i *Les notícies de les 10* de Barcelona TV van entrevistar a cinc candidats. També el 3/24, el 33, Barcelona TV, Catalunya Ràdio i COMRàdio van incloure en

magazins i altres espais informatius entrevistes als candidats de les llistes amb presència al Parlament Europeu.

El Consell vol reiterar una consideració que ja ha fet en anteriors consultes: cal aprofitar millor, tant en els períodes electorals com en la resta de l'any, les potencialitats dels mitjans audiovisuals, sobretot els públics que tenen el foment del pluralisme i la participació polítiques com a missions específiques, per tal d'incrementar els espais de debat i de trobada entre la política i la ciutadania.