



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2010 (del 12 al 26 de novembre)

Valoració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (aprovada en la sessió de l'1 de desembre de 2010)

L'anàlisi de *l'Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2010 (del 12 al 26 de novembre)* i de la síntesi final, han permès extreure'n algunes valoracions qualitatives a tall de reflexió amb vista a futures campanyes electorals.

1. Anàlisi de continguts

L'anàlisi del contingut de les informacions de la campanya electoral mostra que els descriptors temàtics amb una freqüència més alta en tots els informatius són *Dinàmica política* (27,2%), definida com a al·lusions genèriques a les característiques o actituds d'altres candidats o partits, *Relacions de Catalunya amb la resta de l'Estat espanyol* (8,4%) i *Pactes electorals i postelectorals* (7,7%). El fet que en el cas de TV3 s'hagin incorporat de forma sistemàtica, en el decurs dels informatius, les qüestions programàtiques i els ítems que preocupen la ciutadania, des de les infraestructures fins a la política socioeconòmica —continguts que han representat el 20,7% del total de la informació sobre les eleccions—, contribueix a millorar la qualitat de la informació en els processos electorals.

2. Qualitat de la informació

Es constata de nou, com ho reflecteixen també els informes sobre les campanyes anteriors, que les referències a la protesta dels professionals contra els criteris de cobertura de la campanya electoral han estat presents de forma notable en algunes televisions i ràdios públiques i, més concretament, a TV3 (22 minuts, 17 segons), el 3/24 (3 minuts, 13 segons), TVE a Catalunya (4 minuts 44 segons), Barcelona TV (5 minuts) i Catalunya Ràdio, i en alguns casos se situa (TV3 i TVE a Catalunya) per davant del temps dedicat a algun partit amb representació parlamentària i del temps dedicat a tot el conjunt de forces polítiques extraparlamentàries.

Aquest Consell considera que el pla de cobertura de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) pel que fa als blocs electorals suposa un retrocés respecte al de les eleccions generals del 2008, en què el temps i l'ordre destinat a les diverses forces polítiques s'aplicava de manera flexible i en funció de l'actualitat i en què, per objectivar la presència equitativa entre el partit menys votat i el més votat, el temps es distribuïa dins d'una forquilla d'entre 1 i 2,5, que responia a un criteri d'equitat i no de proporcionalitat pura. El pla de cobertura de les eleccions al Parlament de Catalunya del 2010 incorpora un fet diferencial, amb la presència d'una nova força política parlamentària, i distribueix el temps dins d'una forquilla d'entre 0,4 i 2,5 (o, el que és el mateix, d'entre 1 i 6,5), que s'acosta més a una proporcionalitat estricta, calcula els còmputos cada tres dies, i manté un ordre de major a menor en funció de la representativitat política en els espais dedicats a la informació sobre la campanya electoral.

La protesta dels professionals de TVC ja es va produir en les anteriors eleccions, tot i que la CCMA disposava aleshores d'un pla de cobertura més flexible. La major rigidesa dels blocs electorals ha contribuït a incrementar la protesta i a apujar-ne el to. A més, els professionals de TVE a Catalunya i els de Barcelona TV també s'han fet ressò de la mateixa protesta contra els blocs electorals. L'any 2008, el Consell havia instat els responsables de la CCMA a concretar una proposta que evités, en futures campanyes, la protesta dels professionals, i per això lamenta que el pla de cobertura adoptat ho hagi fet impossible. També valora negativament, però, la reiteració d'una protesta que pot fer que, als ulls de les persones telespectadores, plani l'ombra de la sospita sobre la qualitat de la informació dels mitjans públics durant els períodes electorals.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, al cap de pocs dies d'haver-se iniciat la campanya electoral, va emetre la *Declaració sobre la cobertura informativa de la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya*, aprovada al Ple del dia 17 de novembre de 2010. En aquesta Declaració, el Consell assenyalava que, amb independència dels plans específics de cobertura

informativa dels diferents mitjans públics, la reiteració de les protestes dels professionals genera una erosió sistemàtica de la confiança del ciutadà en la prestació del servei públic i, a més, no té en compte que els continguts emesos per un mitjà públic estan definits pel seu paper institucional i per la legislació corresponent, que són els que emmarquen l'activitat dels professionals, més enllà de les seves posicions i punts de vista. Pel que fa al posicionament editorial i els formats en clau de befa política adoptats per algun presentador de magazín, ens crida l'atenció que els màxims responsables de la CCMA no hagin pres mesures clares per evitar quelcom que pot qüestionar la responsabilitat i les missions de servei públic dels continguts emesos per un prestador públic.

Cal destacar de forma positiva que les informacions relacionades amb les eleccions no s'han reduït als blocs electorals, i s'han aplicat els criteris d'actualitat informativa i de professionalitat. La polèmica per les declaracions de Joan Puigcercós sobre l'esforç fiscal de Madrid i d'Andalusia, l'anunci del president José Montilla de no tornar-se a presentar a les eleccions a la presidència de la Generalitat, o la polèmica pel videojoc del PP, entre altres informacions, s'han emès a TV3 fora dels blocs electorals. Però cal destacar sobretot les *informacions sobre el posicionament de les formacions polítiques amb representació parlamentària en relació amb diferents temes* (política lingüística, educació, ordenació territorial, sistema financer, gestió de l'aigua, seguretat, etc.), emeses als teleinformatius de TV3, que han ocupat, en conjunt, un total d'1 hora, 27 minuts i 32 segons, i s'han situat en el primer lloc del temps dedicat a qualsevol informació de la campanya electoral (per davant, doncs, de la informació de cadascun dels partits polítics). Aquests reportatges mostren que es pot treballar amb criteris professionals, lluny del cronòmetre i de les forquilles, i han proporcionat informació concreta sobre les propostes electorals i els ítems que més preocupen la ciutadania i han contribuït a la qualitat de la informació. Considerem interessant explorar les potencialitats d'aquesta línia d'informació en futures conteses electorals.

Recordem novament que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya té espais de coincidència amb la preocupació expressada pels professionals d'aquests

mitjans i defensa un model que garanteixi millor el principi de professionalitat i superi el sistema d'assignació de temps i d'ordenació estrictes dels anomenats blocs electorals. En aquest context, el CAC va establir unes recomanacions sobre la qualitat de la informació en els processos electorals (Acord 78/2007, de 7 de març), que es concreten en els principis d'equitat, professionalitat, interès informatiu i igualtat d'oportunitats (inclusió de partits no parlamentaris), que són plenament vigents i que són els punts de referència per avaluar el grau de compliment del pluralisme en la cobertura informativa de la campanya.

Es tracta de no posar en contradicció els criteris informatius i el principi de pluralitat. En conseqüència, el respecte a aquests factors hauria d'implicar la revisió dels criteris de la Junta Electoral Central en la qüestió específica de la informació electoral. La Junta ha aplicat fins ara la doctrina més restrictiva (temps i ordre estrictes), pròpia dels espais gratuïts de propaganda i, per tant, tot recurs de qualsevol partit sobre decisions d'un prestador públic acaba invalidant els intents de coregulació de la informació en períodes electorals. A aquest efecte, i per tal de contribuir a millorar la qualitat de la informació en properes consultes, el Consell recorda que entre les seves tasques hi ha la d'exercir funcions de mediació.

3. Pluralisme polític

La Llei de comunicació audiovisual de Catalunya (LCA) estableix el respecte del pluralisme polític com una missió específica del servei públic i assenyalava 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 del grup d'informacions estrictament relacionades amb el seguiment de la campanya per candidatura (els anomenats blocs electorals), aquesta missió específica ha estat observada, sense que se n'apreciïn desequilibris notables, pel conjunt dels prestadors públics analitzats. En el cas de TVC, s'ha allunyat del criteri d'equitat que havia aplicat a les anteriors eleccions (les del Parlament de Catalunya del 2006, les generals del 2008 i les europees del 2009) per acostar-se a una proporcionalitat quasi estricta (la

proporcionalitat estricta hauria situat la forquilla d'1 a 10: del 3,03% de Ciutadans, al 31,52% de CiU), que ha permès compensar amb una mica de temps els partits menys votats en les anteriors eleccions. Barcelona TV ha aplicat una proporcionalitat modulada per tal de poder corregir la distància entre els extrems de la forquilla, i TVE a Catalunya ha aplicat una proporcionalitat estricta.

D'altra banda, per bé que els prestadors privats no tenen el respecte al pluralisme polític com a missió específica, i que la LCA afirma que "en els períodes electorals, els mitjans de comunicació han de garantir especialment la pluralitat informativa", es constata que 8tv ha realitzat una cobertura molt escassa de la campanya en els informatius (en total, hi ha dedicat 14 minuts i 41 segons) i s'hi observen desequilibris en els temps dedicats a cada partit.

4. Igualtat d'oportunitats

L'Informe específic de pluralisme durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2006 constata que els partits i les forces polítiques 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 persones que pertanyen a formacions polítiques no representades al Parlament.

Aquesta recomanació ha estat seguida de forma desigual pels diferents mitjans analitzats. En concret, tots els mitjans analitzats han informat de la campanya electoral de Reagrupament, de Solidaritat Catalana per la Independència (excepte 8tv), d'UPyD (excepte també 8tv) i de Plataforma per Catalunya (excepte Barcelona TV). A més, TVE a Catalunya ha inclòs notícies sobre Alternativa de Govern, com també ho ha fet Barcelona TV, que, al seu torn,

també ha informat sobre la campanya electoral del Partit Animalista i d'Escons en blanc-Ciudadanos en blanco.

Cal destacar, en tot cas, que el líder de Solidaritat Catalana per la Independència, Joan Laporta, ha tingut durant la campanya altres espais de projecció mediàtica en la seva qualitat d'expresident del FC Barcelona, tant en els informatius com en altres tipus de programes (*Polònia* i *Crackòvia*).

5. Debats electorals

Tots els mitjans han inclòs entrevistes als candidats de les forces polítiques amb representació parlamentària en la seva programació, així com altres modalitats informatives referents a l'activitat dels candidats. Pel que fa als debats electorals entre els principals candidats, es constata que se n'ha mantingut el nombre en relació amb les eleccions al Parlament de Catalunya del 2006. TV3 ha fet un total de sis debats, i només un d'ells ha tingut un contingut temàtic específic, dedicat als "reptes econòmics". TVE a Catalunya va organitzar dos debats; Barcelona TV, un, i 8tv, cap. Catalunya Ràdio no ha fet cap debat (excepte la retransmissió del debat de TV3 dels sis caps de llista i un programa de tertúlia). COMRàdio i RAC1 tampoc no n'han fet cap. Considerem que caldria aprofitar millor les potencialitats dels mitjans audiovisuals, especialment els públics, que tenen el pluralisme i la participació política com a missions específiques.

Pel que fa als debats cara a cara, el Consell s'ha pronunciat en diverses ocasions en el sentit que poden encaixar en una televisió i unes ràdios públiques sempre que estiguin integrats en un pla de cobertura que garanteixi l'equilibri final entre els diferents actors i les forces polítiques en escena. L'emissió d'un debat d'aquestes característiques sense les compensacions corresponents podria haver contribuït a crear un desequilibri. En aquest sentit, l'atenció informativa que va generar la possible realització del debat cara a cara entre Artur Mas i José Montilla, tant abans de la campanya com en ple període electoral, ja ha mostrat una tendència bipartidista, que s'expressa en l'elevat

temps de notícia dedicat a un debat que no es va celebrar (24 minuts a TV3; 2 minuts 22 segons a TVE a Catalunya, 2 minuts 47 segons a 8tv i 3 minuts 3 segons a Barcelona TV).

En resum, i com a resultat de l'experiència en aquestes eleccions, reiterem la reflexió efectuada en informes anteriors: els cara a cara poden encaixar, i ho han de fer, en la televisió i les ràdios públiques sempre que s'integrin en un pla de mitjans i de cobertura electorals que garanteixin un equilibri final entre els diferents actors i les forces polítiques, i s'especifiquin les compensacions a altres forces polítiques.

6. Ús de noves tecnologies de la informació

El canal 3cat24, com a pàgina web o portal informatiu de TV3 i Catalunya Ràdio, ha obert durant el període de campanya electoral un mòdul que recull via Twitter, de manera automàtica, les aportacions formulades des dels partits polítics i els candidats respectius a través d'aquesta xarxa social, així com els comentaris formulats per part de periodistes de TV3 i de Catalunya Ràdio. Per les seves pròpies característiques, els continguts de la xarxa social Twitter, així com el mòdul de la pàgina web 3cat24 que els recull, no entren, en principi, dins de l'àmbit dels serveis de comunicació audiovisual (lineals o a la carta), motiu pel qual no han estat objecte de seguiment i d'anàlisi per part d'aquest Consell.

Això no obstant, cal tenir en compte que determinats serveis de la societat de la informació com el que acabem d'esmentar constitueixen també un mecanisme a través del qual la CCMA dóna compliment a la seva missió principal de servei públic, consistent a satisfer les necessitats democràtiques, socials i culturals dels ciutadans i, per tant, la utilització d'aquests serveis i, en concret, de la xarxa Twitter, no pot portar-se a terme sense respectar la missió de servei públic de la Corporació, especialment la relativa a la transmissió d'una informació veraç, objectiva i equilibrada, respectuosa amb el pluralisme polític, social i cultural, i també amb l'equilibri territorial. En aquest sentit, el Consell

crida l'atenció sobre el fet que els comentaris dels partits polítics i els candidats procedents de la xarxa Twitter han estat directament i automàticament recollits a l'apartat corresponent del portal 3cat24, sense que quedi clara l'existència d'algun criteri editorial de selecció o de moderació. De fet, el mateix document de criteris per a la cobertura informativa de la campanya electoral de la CCMA indica de forma expressa que la incorporació és automàtica, si bé posteriorment s'explica, de forma no gaire clara, que s'intentarà que "els periodistes de TV3 i CR que segueixin aquesta campanya puguin participar en aquesta iniciativa, seguint sempre la proporcionalitat establerta pel document de criteris del Consell de Govern de la CCMA".

El Consell valora positivament la incorporació de nous serveis dins de l'àmbit general del servei públic. Tot i admetent, però, que xarxes com la de Twitter no es poden analitzar amb criteris idèntics que els serveis televisius tradicionals, cal remarcar el fet que els portals web de la CCMA són, per a la ciutadania, un referent i una garantia vinculada a la marca mateixa de servei públic audiovisual que representen TVC i Catalunya Ràdio. Resultaria, doncs, convenient, segons el parer del Consell, que aquests serveis complementaris se subjectessin a un seguiment editorial sobre la base de criteris clars i preestablerts, i posats a disposició de la ciutadania, tenint en compte els riscos que planteja la incorporació automàtica de comentaris i d'informacions originades en els mateixos partits polítics i els candidats. A l'espera que el futur contracte programa tracti, segons exigeix la legislació vigent, aquestes qüestions, el Consell recomana amb vista a futures conteses electorals que s'elaborin els criteris esmentats.