



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

*Informe específic de pluralisme durant la campanya de les
eleccions al Parlament de Catalunya 2006.*

*Valoració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (aprovada
en sessió de 22 de novembre de 2006)*



Generalitat
de Catalunya

La lectura de l'Informe específic de pluralisme durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2006 i de la seva síntesi final ha 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 de la campanya mostra que els dos descriptors temàtics amb una freqüència més alta –gairebé del 50%– són *dinàmica política* (33,8%), definida com les al·lusions genèriques a les característiques o actituds d'altres candidats, i *pactes electorals i postelectorals* (14,8%). El resultat, en conseqüència, fa que les qüestions programàtiques i els ítems que més preocupen l'elector, de les infraestructures a la immigració, quedin en un segon pla. Ens trobem davant d'un fenomen que interpel·la totes les parts –els protagonistes de la notícia i els professionals que en fan la tria– i que, en un o altre grau, no es aliè a la davallada crònica de la participació electoral. En aquest sentit, la manca de debats electorals entre els principals candidats –el debat de TV3, amb notable èxit d'audiència, n'és l'excepció més notable– aconsella aprofitar millor les potencialitats dels mitjans audiovisuals, sobretot els públics, que tenen el foment del pluralisme i de la participació polítiques com a missions específiques. Val a dir que fins i tot els *cara a cara*, integrats en un pla de mitjans i cobertura electorals que garantís l'equilibri final entre els actors en escena, podrien tenir encaix en una televisió i ràdio públiques.

2. Qualitat de la informació.

Es constata de nou, com ho reflectia també l'informe de pluralisme de la campanya del referèndum sobre l'Estatut, que les referències a l'anomenada *vaga de signatures* dels periodistes de TVC han estat –a banda de la

informació de la campanya electoral– les que més temps han sumat. Es tracta d'un fet, que a menor escala, s'evidencia també en els informatius de TVE Catalunya. El Ple del Consell va considerar aleshores que aquesta reiteració s'havia d'intentar evitar en un futur perquè pot fer que, a ulls del teleespectador, 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 té espais de coincidència amplis amb la preocupació expressada pels professionals d'aquests mitjans i defensa un model que garanteixi millor el principi de professionalitat i superi l'actual sistema d'assignació de temps i d'ordenació estrictes dels fins ara anomenats *blocs electorals*. 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 especial responsabilitat d'acord 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 assegurar una informació suficient sobre les diverses ofertes electorals.

Es tracta de no posar en contradicció els criteris informatius i el principi de pluralitat. En conseqüència, el respecte d'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 operador públic acaba invalidant els intents de coregulació de la informació en períodes electorals. A aquests efectes, i per tal de contribuir a millorar la qualitat de la informació en properes consultes, el Consell recorda que entre les seves funcions està la d'exercir, a instàncies de les parts, i en l'àmbit de les seves competències, funcions arbitrals i de mediació.

3. Pluralisme polític.

La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya estableix el respecte del pluralisme polític com una missió específica del servei públic de comunicació audiovisual. Una missió, pel que fa a l'anàlisi quantitativa, que el conjunt de mitjans públics analitzats han observat sense que s'apreciïn desequilibris sensibles. D'altra banda, per bé que els operadors privats no tenen aquesta missió específica, es constata en proporcions diferents en els mitjans analitzats una cobertura escassa de la campanya en el seus informatius i s'observen alguns desequilibris.

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 òptica, l'informe constata que, fora del bloc d'informacions sobre la campanya electoral, només TV3 (*La nit al dia*) dóna veu a algunes de les candidatures sense representació parlamentària (2 minuts i 43 segons de temps de notícia sobre un total de 4 hores i 42 minuts). Ens trobem davant d'una excepció a la regla del conjunt de mitjans analitzats: els partits i les forces no parlamentàries no gaudeixen d'una igualtat mínima d'oportunitats informatives i el resultat és que s'alimenta *de facto* l'endogàmia del sistema i se'n frena la renovació. Aquesta tendència s'hauria d'intentar corregir en el futur. Entre els possibles criteris a estudiar es troba un dels principis de referència del Consell Superior de l'Audiovisual francès: "Els editors han de vetllar per tal d'assegurar un temps d'intervenció equitatiu a les personalitats que pertanyen a formacions polítiques no representades al Parlament".

Barcelona, 22 de novembre de 2006