

El Consell acorda suprimir els blocs i transformar els antics espais gratuïts en espots de 30''

El Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha aprovat, durant la sessió ordinària mantinguda avui, els criteris de cobertura informativa durant la campanya electoral de les eleccions al Congrés dels Diputats del dia 9 de març. En consonància amb el nou marc legislatiu, aquests criteris responen a la voluntat de dotar de plena independència els mitjans de la CCMA.

Aquests criteris també tendeixen a equiparar de forma permanent les dinàmiques de funcionament dels mitjans de la CCMA amb els principals referents europeus en el camp audiovisual.

Supressió total dels blocs electorals

Un dels criteris aprovats és la supressió total dels anomenats *blocs electorals*, eliminant les rigideses en l'ordre i el còmput diari del temps dels espais dedicats a informació electoral, i assumint les instruccions aportades pel Consell Audiovisual de Catalunya.

“En base a aquests criteris, coincidents amb les recomanacions d'equitat, professionalitat i interès informatiu expressades pel CAC, durant la campanya la informació electoral als informatius diaris no estarà sotmesa al que es coneix com a *blocs electorals*; és a dir, no estarà supeditada a cap repartiment de temps ni ordre d'aparició determinat per la representativitat de les forces polítiques en anteriors eleccions. La durada total diària dels espais informatius sobre les eleccions al Parlament serà variable en funció de l'interès informatiu, així com el temps i l'ordre destinat a les diverses forces polítiques que s'hi presenten, que s'aplicarà de manera flexible i en funció de l'actualitat”

Per tal d'objectivar el principi de representativitat demanat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), la presència entre el partit menys votat i el més votat es distribuirà dins d'una forquilla entre 1 i 2,5.

Distribució dels espais gratuïts de publicitat electoral

Ja fa un cert temps que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va obrir un període de reflexió de cara a establir un model més eficaç d'espais gratuïts per a la publicitat electoral.



Aquesta proposta vol incrementar l'eficàcia de la comunicació, oferint alternatives per una campanya ben programada i que pugui abastar tots els públics.

L'objectiu és substituir l'anterior model de llargs espais gratuïts de propaganda electoral, amb una repercussió mínima en termes d'audiència, per l'emissió d'espots i falques radiofòniques de 30" distribuïts durant els espais publicitaris de tota la programació a TVC i Catalunya Ràdio.

Barcelona, 13 de febrer de 2008