



ELS GOVERNS LOCALS I LA COMUNICACIÓ PÚBLICA

Cens dels mitjans públics catalans de comunicació local

Direcció: PERE ORIOL COSTA

Realització: MARTA CORCOY i PATRICIA L. GÓMEZ



Setembre 2006



amb el suport de
Generalitat de Catalunya

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona
LABORATORI DE COMUNICACIÓ PÚBLICA



Edició:



Universitat Autònoma de Barcelona
Facultat de Ciències de la Comunicació
LABORATORI DE COMUNICACIÓ PÚBLICA

Campus de la UAB. Edifici I - 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) Barcelona
Adreça electrònica: gr.lcp@uab.es
Telèfon: 93 581 46 96 Fax: 93 581 20 05

PRESENTACIÓ

L'objectiu del present treball d'investigació és l'elaboració i processament del Cens dels mitjans públics catalans de comunicació local i el corresponent Mapa dels sistemes de Comunicació utilitzats pels Ajuntaments de Catalunya per informar als seus públics.

La comunicació és actualment, a part d'una exigència legal, un instrument necessari per a una bona acció de Govern. Des que l'any 1979 es van constituir els primers Ajuntaments democràtics, la comunicació ha anat incrementant la seva importància com a mitjà per donar a conèixer el treball realitzat pels representants públics dels municipis.

Durant els primers anys els Governos locals van centrar la seva acció comunicativa en l'atenció als periodistes de cada localitat o comarca amb la creació dels gabinets de premsa, subministrant notícies, organitzant rodes de premsa i facilitant la comunicació i el contacte entre els informadors i els responsables municipals.

En aquesta etapa inicial també es van començar a crear les revistes i butlletins municipals. Amb aquests instruments es volia assegurar que la informació sobre la gestió del govern local arribés puntualment a totes les famílies.

A partir de 1980, els Ajuntaments catalans van començar a prendre consciència que els grans Mitjans de Comunicació abandonaven cada cop més la informació local amb el supòsit que el que passava a les diverses localitats catalanes només interessava a la globalitat dels seus lectors i lectores quan els successos prenién un caire extraordinari. Aquesta realitat, junt amb la conscienciació per part dels Governos municipals que era necessari contribuir a la creació d'un espai informatiu local o comarcal com una eina útil per a la participació ciutadana i la consolidació de la democràcia, va propiciar també la posada en marxa de les emissores de ràdio locals i posteriorment de les televisions.

El Govern de la Generalitat, però sobretot les Diputacions i en especial la de Barcelona, van jugar un paper impulsor molt decisiu en la creació d'aquests mitjans.

Des de llavors fins ara, la comunicació governamental ha sofert una important evolució. Moltes transformacions i novetats ens han arribat de la mà del desenvolupament tecnològic. Cal esmentar, en aquest sentit, la xarxa, que ha propiciat l'aparició de les webs municipals i ciutadanes i la introducció de la digitalització que obre noves possibilitats als mitjans tradicionals de comunicació com la premsa escrita, les ràdios i les televisions, donant lloc a la creació de nous instruments com les pantalles informatives i per tant, també, una informació cada vegada més segmentada i especialitzada.

Tant important, però, com l'evolució tecnològica, ha estat el canvi de concepte que està fent que els Governos amb una major cultura de comunicació la vegin i la utilitzin com un vertader instrument de govern.

Avui en dia els i les responsables de la informació municipal no es limiten només a les relacions informatives sinó que a més elaboren plans de comunicació estratègica, derivats de l'acció de govern, però també vinculats a ella amb l'objectiu d'aconseguir que tots els públics tinguin una informació adequada i actualitzada de la gestió i del treball diari dels governs municipals, dels seus projectes i de la seva realització.

Per a assolir aquests objectius se serveixen de tots els instruments que tenen al seu abast, les publicacions externes, els mitjans propis, notícies en línia, missatges de mòbil, així com altres eines més convencionals com fulletons, cartells, campanyes, exposicions, llistats, etc.

Aquest procés de desenvolupament de la comunicació en els governs locals ha estat discontinu i desigual. A Catalunya hi ha localitats en les que els seus sistemes de comunicació s'han convertit en uns vertaders models d'informació, de participació i de democràcia local. Això no es pot dir, però, de tot arreu. Aquestes diferències i la voluntat de contribuir a augmentar el nivell de qualitat i eficàcia arreu és un dels motius que ens ha mogut a elaborar aquest estudi.

La primera part que ara presentem conté un cens i el mapa dels instruments de comunicació que disposa cada Ajuntament de Catalunya, el seu desenvolupament, els anys d'existència i el potencial de cada un d'ells en base a la seva posició en l'organigrama municipal i el nombre de professionals destinats. Es tracta d'un estudi bàsicament quantitatiu elaborat a partir d'una enquesta que ha contestat la gran majoria dels Consistoris catalans.

El projecte preveu una segona fase, en la que utilitzarem una metodologia qualitativa que ens permeti ressaltar bones pràctiques en comunicació municipal desenvolupades en uns Ajuntaments concrets. Es farà mitjançant entrevistes en profunditat, focus grups i explicació sobre com afrontar i desenvolupar cadascun dels elements que configuren un procés de comunicació estratègica, des de l'elaboració d'un pla de comunicació fins el seguiment i la imatge de la comunicació local que percep la ciutadania.

Considerem que el conjunt de tot el treball serà un bon referent sobre com ha de ser una comunicació local pública de qualitat i un bon instrument perquè els actuals i futurs equips dels governs locals així com els i les professionals que hi treballen es puguin fixar nous reptes i nous objectius.

Pere Oriol Costa

Co – director

Laboratori de Comunicació Pública - UAB

INTRODUCCIÓ

Han passat més de vint-i-cinc anys des de l'aprovació del primer Estatut d'Autonomia de Catalunya i de la Constitució Espanyola -que reconeix els drets de participació política, informació i llibertat d'expressió i, per tant, garanteix una vida política democràtica- així com també des de les primeres eleccions municipals que van tenir lloc la primavera de l'any 1979. Un temps suficient per censar els mitjans públics locals catalans de comunicació, fer balanç del què s'ha fet en aquest àmbit, i definir línies d'actuació futures.

Posar en pràctica els principis democràtics no ha estat una tasca fàcil. En part, per la pervivència de diversos condicionants de la dictadura. Però també, per les nombroses transformacions socials, econòmiques, polítiques, culturals, tecnològiques, que s'han produït en aquest temps en diferents àmbits geogràfics i estretament interrelacionats, i que han generat nous problemes.

En l'àmbit comunicatiu i a l'escenari local públic, no podem oblidar que Catalunya és un exemple de com la iniciativa institucional pot millorar la relació de l'administració amb la ciutadania a través de la comunicació. A cap lloc d'Espanya es poden trobar tantes experiències de comunicació local. Els municipis catalans han intentat sempre aprofundir en la millora de la comunicació, en apropar-la a la ciutadania, aportant experiències significatives en aquest sentit. La creació de gabinets de premsa i la posada en funcionament de diferents mitjans d'informació i comunicació, posen de manifest la seva preocupació per informar a la ciutadania i per afavorir el desenvolupament d'una opinió pública local, base d'una participació política democràtica.

Conèixer quin és l'actual mapa de la comunicació local municipal pública catalana ha estat per tant l'objectiu d'aquest Cens dels mitjans públics locals catalans, elaborat des del Laboratori de Comunicació Pública de la Universitat Autònoma de Barcelona. Revistes o butlletins municipals, ràdio, televisió, webs, gabinets de premsa, en definitiva, eines que formen part de l'univers comunicatiu de moltes localitats catalanes i que serveixen per a la informació, la participació i la construcció de l'opinió pública.

LA COMUNICACIÓ LOCAL PÚBLICA EN XIFRES

Sistemes d'organització

31 Ajuntaments de tot Catalunya (3,2%) disposen d'un Pla d'Actuació municipal, d'un Pla de Comunicació i d'un Manual d'Identitat Corporativa. Per separat, un 13,4% disposen del Pla d'Actuació municipal, només el 6,7% han elaborat un Pla de Comunicació i el 9% han dissenyat el Manual d'identitat corporativa.

Aquestes xifres són molt baixes fet que indica el llarg camí que encara queda per recórrer fins aconseguir un reconeixement i la dotació dels recursos adequats a cada Institució.

169 Ajuntaments de tot Catalunya (17,9%) disposen de Gabinet de premsa o comunicació, la majoria dels quals (56%), s'han creat en els dos últims mandats, és a dir des de l'any 1999 i sobretot en aquest actual mandat (2003-2007) i un 67,5% depenen directament de l'alcaldia.

Un 75% dels caps de gabinets de premsa són periodistes titulats i les dones són majoria (59,4% del total).

Els comunicats de premsa, una pràctica molt habitual. El 95,9% en fan i un 45%, diàriament. Percentatges similars trobem en la realització de rodes de premsa: un 79% en fan com a mínim una o dues a la setmana i només un 21,7% manifesten que convoquen rodes de premsa puntualment o quan la situació o el tema ho requereix.

Remarcable és el suport que es dona des de l'administració local als mitjans privats del municipi o de la comarca, doncs el 76% dels casos els donen suport i un 21,8%, no, essent la publicitat, molt en especial a la província de Barcelona el sistema més utilitzat, amb un 62,8%. La subvenció és un sistema de suport molt més habitual a Lleida (66%) seguida de Tarragona i Girona.

Comunicació externa

29 municipis de tot Catalunya (3%), disposen de tots els mitjans públics de comunicació local: Revista o butlletí, Ràdio, TV i Web. En alguns casos concrets també disposen d'un diari digital o han creat el servei de notícies en línia.

En els municipis de menys de 1.000 habitants i especialment a les províncies de Lleida i Tarragona, com a contrast, fan pregons per informar a la ciutadania a través d'un sistema de megafonia instal·lada a alguns llocs estratègics del poble.

464 municipis (49%) disposen de Revista o butlletí d'informació municipal i ciutadana.

205 municipis (21,7%) disposen de Ràdio municipal.

64 municipis (6,8%) disposen de TV local municipal.

753 municipis (79,6%) disposen d'una pàgina Web.

Publicacions escrites

464 municipis de tot Catalunya (49%) disposen de Revista o butlletí d'informació municipal i ciutadana. Barcelona és la província amb el percentatge més alt de butlletins (70%) i Lleida la més baixa (18%).

A tot Catalunya la periodicitat més habitual és la trimestral, amb un 32% dels casos, seguida de la mensual, amb un 19%. Destacable és també el nombre d'Ajuntaments que editen la revista una o dues vegades a l'any: un 14% semestral i un 6,7% anual. A Barcelona la periodicitat mensual és la més habitual, amb un 29%.

En canvi a les altres províncies les periodicitats trimestrals, semestrals o anuals tenen més pes, indicador clar de les diferents polítiques informatives, unes, més dirigides a la informació d'actualitat, de futur i de seguiment de la gestió i altres més de balanç d'accions ja fetes.

Només un municipi de la província de Barcelona disposa d'una publicació setmanal.

El nombre d'exemplars que s'editen mensualment és destacable: Més d'un milió sis-cents mil exemplars al mes a tot Catalunya.

Al llarg dels 7 mandats electorals municipals, veiem com augmenta la necessitat i la preocupació per informar a la ciutadania. Només un 14% de les publicacions es van crear els anys 80, mentre que el 52% s'han posat en marxa en les dues últimes legislatures, tal i com també ha passat en la creació dels gabinets de premsa.

Pel que fa a la distribució, un 89,7% és bústia a bústia, és a dir gratuïta a tots els habitatges. Per tant l'accessibilitat i la proximitat a la ciutadania són dos elements molts importants a tenir en compte a l'hora de respectar i valorar aquest tipus de premsa. Un 5% es distribueixen a través de punts estratègics del poble.

Trobem un índex baix pel que fa a la titulació periodística de les persones responsables de la publicació: només un 32%, diferent al que succeeix amb els i les responsables del gabinet de premsa que en aquest cas un 75% dels seus responsables són llicenciats en Ciències de la Comunicació.

Poques eines participatives i una forta concentració de decisions a mans del responsable polític que en un percentatge important és l'alcaldia. No arriba al 5% els municipis que disposen de Consell d'Administració de les seves publicacions. Un 26% han creat un Consell de redacció i només un 7% disposen d'un Consell Assessor, amb participació de la societat civil i de la ciutadania.

Emissores de Ràdio

205 municipis de tot Catalunya (21,7%), disposen d'emissora municipal de ràdio, essent majoria la província de Barcelona amb un 34,7% i la de Lleida, la que menys emissores disposa, amb un 9%.

A diferència del que hem vist en el cas de la posada en marxa dels gabinets de premsa i de les publicacions escrites, la gran majoria de ràdios (48%) es van crear els anys 80, just estrenada la democràcia al nostre país. De totes maneres en cada legislatura se n'han creat de noves.

En general els recursos humans que s'hi destinen no són del tot suficients, doncs en un 21,5% dels casos no hi trobem cap persona fixa contractada i és molt elevat el percentatge de persones col·laboradores que es mouen per les emissores municipals catalanes de ràdio fet que dificulta l'elaboració d'una programació estructurada i, per tant, una bona implantació al territori; malgrat això, aquestes emissores són ben rebudes donat que la informació local sempre desperta interès.

Un 59,5% de les emissores de ràdio no tenen al seu front una persona responsable que sigui periodista.

La transmissió dels plens municipals no és una pràctica habitual ja que en un 56,6% dels casos no es transmeten. De les que ho fan, un 87% és en directe.

Per completar la programació, un 64,4% connecten amb altres cadenes generalistes. La ComRàdio és la cadena a la que més es connecten (59,8%), seguida de Les Emissores de la Generalitat amb un 32,6%. També cal fer esment dels organismes supralocals que s'han creat a les Terres de L'Ebre i a alguns municipis de Lleida. Ens referim a l'EMUTE i l'EMUN, a través dels quals les emissores associades comparteixen programes informatius, musicals i també la gestió de publicitat.

Emissores de Televisió

64 municipis de tot Catalunya (6,8%) disposen d'emissores municipals de TV, concentrades la gran majoria a la província de Barcelona amb un 12,2% mentre que la de Lleida, és la que menys emissores disposa, amb un 0,9%.

Pel que fa a la data d'entrada en funcionament, veiem que s'han anat posant en marxa al llarg dels diferents mandats. Així un 31% es van crear els anys 80 i un 38,5% els anys 90. En els dos darrers mandats electorals, se n'ha creat les restants.

Tal i com també succeeix en les Ràdios municipals, en general els recursos humans que s'hi destinen són escassos, doncs en un 17,2% dels casos no hi trobem cap persona fixa contractada i un 10,9% compten solament amb una persona fixa. Un 20% de les TV municipals disposen de 5 persones o més contractades i aquestes es concentren en gran majoria a la província de Barcelona mentre que Girona és la província amb un percentatge més elevat de Televisions locals municipals que no tenen cap persona contractada (33,3%)

Com a contrapartida és alt el percentatge d'emissores que funcionen amb 5 o més persones col·laboradores (31%)

Un 35,9% de les emissores de televisió tenen al seu front una persona responsable periodista de les quals un 43,5% són dones.

Un 48,4% manifesten que transmeten els plens municipals. Un 38,7% ho fan en directe i un 54,8% en diferit.

Un 34,4% es financen totalment a través dels pressupostos municipals i en un 32,8% dels casos el percentatge de finançament a través del pressupost municipal és ubica al 75 i el 99%

A l'igual que en el cas de les ràdios, poques són les que es financen només a través de la publicitat, essent la formula mixta però amb predomini del finançament municipal, la més utilitzada.

Un 71,9% manifesten no connectar amb altres cadenes. De les que ho fan, la Xarxa de Televisions Locals de Catalunya és l'opció majoritària.

Pàgines Web

753 municipis de tot Catalunya (79,6%) disposen de pàgina web, amb informació de caire municipal i ciutadà. Una part és gestionada directament i, per tant, amb una puntual actualització. En la resta més estàtiques o webs aparadors, la gestió es fa externament, ja sigui a través d'una empresa o d'un conveni amb la Diputació o el Consell Comarcal.

Un 63,7% dels casos manifesten que actualitzen els continguts o disposen de les eines per fer-ho.

Si a les 753 webs registrades hi afegim les 37 que en el moment de recollir les dades del cens van manifestar que estaven posant en marxa la web, ens trobem amb més del 80% de municipis que disposen d'una pàgina a Internet amb informació municipal i ciutadana. Aquest és un percentatge alt, fet que denota l'obertura a les noves tecnologies i als nous formats de mitjans de comunicació. Encara, però, queda molt a fer pel que fa a la gestió i actualització dels continguts així com l'aprofitament de les possibilitats que ens ofereixen Internet i la xarxa.

Finals del segle XX, en especial els anys 1999 i 2000 va ser el moment de creació de la majoria de les webs a tot el territori català, doncs només un 4,6% es van crear abans de 1998. Per tant no fa ni deu anys que gaudim d'aquest poderós mitjà de comunicació i participació ciutadana.

Només 62 municipis faciliten la interactivitat, és a dir posen a l'abast ciutadà elements de participació i debat o la possibilitat de realitzar tràmits en línia i descarregar formularis.

Desglossant aquesta oferta d'interactivitat en percentatges, només un 13,9% faciliten la participació de la ciutadania, un 20% ofereixen la possibilitat de fer tràmits en línia i en un 44% dels casos es dona l'opció de baixar els formularis o documents per fer els tràmits.

En general la gestió d'aquest mitjà de comunicació depèn, orgànicament, de l'alcaldia (63%)

i un 24% d'una regidoria. En els municipis petits, la gestió s'acostuma a fer des de Secretaria, encara que la dependència formal sigui de l'alcaldia.

Pel que fa als departaments o serveis que gestionen els continguts, hi trobem una certa diversitat. L'alcaldia amb un 39% és el percentatge més alt, en especial a la província de Lleida (54%) i el més baix a la de Barcelona (19%).

En canvi a la província de Barcelona és el Gabinet de premsa qui té el percentatge més alt (31%) i a la de Lleida el més baix (3%) fet que s'explica pel nombre d'habitants i per disposar de més o menys estructura. És remarcable el 10% de dependència d'una empresa externa, en especial a la província de Girona amb un 17,9%.

Comunicació interna

232 Ajuntaments de tot Catalunya (24,5%) ofereixen algun tipus d'informació als seus treballadors i treballadores. En aquest àmbit queda molt camí a fer, perquè aquesta informació estigui estructurada i sistematitzada.

Pocs encara fan ús de les noves tecnologies ja que només un 23% de tots ells manifesten preocupació per la comunicació interna, han posat en marxa una Intranet o se serveixen del correu electrònic.

Assenyalar també que segons el número d'habitants varien molt les eines que s'utilitzen. En el cas dels Ajuntaments més petits i en especial a la província de Lleida es confia molt en el boca a boca o en la informació més directa i verbal.

Troblem una certa dispersió i poca definició sobre la importància de la comunicació interna per a un bon funcionament de la Institució. Els criteris per a informar a la població o als treballadors i treballadores de ben segur seran diferents, ja que generalment les relacions internes no depenen dels responsables de comunicació. Seria recomanable fer un treball més transversal entre recursos humans i comunicació.

RESUM DE DADES

Ajuntaments catalans amb

Gabinets de premsa	18%
Revistes o butlletins	49%
Ràdios municipals	22%
TV municipals	7%
Webs	80%
Algun sistema de comunicació interna	25%

FITXA TÈCNICA

Execució: Laboratori de Comunicació Pública, Universitat Autònoma de Barcelona

Recollida d'informació: Desembre 2005 a juny 2006, amb qüestionaris autosubministrats per correu electrònic i entrevistes telefòniques

Univers: Ajuntaments de la Comunitat Autònoma de Catalunya

Grandària de l'univers: 946 casos

Unitats d'anàlisi: Ajuntaments

Processament de dades: SSPS 11.0

Principals variables contemplades:

- Disponibilitat pla d'actuació municipal, pla de comunicació i manual d'identitat corporativa.
- Disponibilitat gabinet de premsa / comunicació: data de posada en funcionament, àrea de dependència, recepció de peticions, nombre personal permanent i col·laborador, titulació i sexe responsable en cap, realització de recull de premsa (tipus i destinataris) i rodes de premsa, i suport a mitjans privats.
- Disponibilitat de publicacions periòdiques: nom, periodicitat, data de sortida primer exemplar, formats, nombre pàgines, tiratge, distribució, titulació i sexe responsable en cap, existència de consell d'administració, de redacció i assessor, edició de suplementos o monogràfics.
- Disponibilitat d'emissora de ràdio: nom, data de posada en funcionament, nombre personal permanent i col·laborador, titulació i sexe responsable en cap, transmissió de plens municipals, tipus de finançament, connexió amb altres cadenes de ràdio.
- Disponibilitat d'emissora de TV: nom, data de posada en funcionament, nombre personal permanent i col·laborador, titulació i sexe responsable en cap, transmissió de plens municipals, tipus de finançament, connexió amb altres cadenes de TV, previsió de televisió digital terrestre.
- Pàgina web: adreça, data de posada en funcionament, interactivitat, disponibilitat de tràmits en línia i descàrrega de formularis, àrea de dependència, responsabilitat dels continguts.
- Comunicació interna: disponibilitat i formats d'informació a treballadors/es