

GESTIÓN DE LA AGENDA TEMÁTICA MUNICIPAL Y CAMBIO DE COLOR POLÍTICO

Concepción Campillo Alhama
Universidad de Alicante (UA)
concepcion.campillo@ua.es

Resumen

En los contextos democráticos, una de las principales obligaciones de cualquier gobierno municipal es informar a los ciudadanos de aquellas decisiones o acuerdos alcanzados en la gestión político-administrativa que les influyen o pueden afectarles. Las relaciones con los medios de comunicación social se erigen en una premisa fundamental para propiciar un estado de opinión favorable a los objetivos y estrategias de las organizaciones públicas. En esta comunicación se presentan los resultados de una investigación exploratoria que tiene como objetivo general comparar la agenda temática en prensa escrita durante la última legislatura (2007-2011) en los municipios de Elche (gobernado en coalición por el PSOE y Compromís per Elx) y Alicante (con gobierno en mayoría absoluta del PP), para demostrar si existen coincidencias significativas en la gestión municipal desarrollada en cada uno de ellos, o si, por el contrario, el color político influye no sólo en la prominencia de unos temas frente a otros, sino también en su valoración y tratamiento informativo.

Palabras clave: ayuntamiento, comunicación, información, municipal, color político.

1. Introducción

En los contextos democráticos, una de las principales obligaciones de cualquier gobierno municipal es informar a los ciudadanos-administrados de aquellas decisiones o acuerdos alcanzados en la gestión político-administrativa que les influyen o pueden afectarles. Pero además, es necesario explicar y justificar a la ciudadanía el porqué de tales actuaciones y cuál va a ser la planificación del gasto público. Sólo así será posible que los administrados valoren positivamente las propuestas de un nuevo proyecto político-administrativo cuando se celebren los próximos comicios electorales (Campillo, 2010, 2011).

Los ayuntamientos constituyen el eje básico de referencia cuando nos aproximamos a la gestión de la vida local; sus objetivos están supeditados no sólo a la propuesta programática realizada por el equipo de gobierno en los últimos comicios electorales, sino también a las características específicas del territorio y su comunidad local, al contexto social, político y económico, así como a las competencias propias, delegadas y compartidas que debe asumir a partir de la normativa vigente como la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y el Anteproyecto de ley de racionalización y sostenibilidad de la Administración local, presentado recientemente

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

ante el Consejo de Ministros en febrero del 2013. Esta reforma de la Ley de Bases de 1985, pretende terminar con las disfuncionalidades del modelo actual, donde las competencias se solapan en distintos niveles de la Administración. La reforma que aborda el Gobierno ha sido negociada con la Federación de Municipios y Provincias (FEMP) supondrá la modificación de la Ley de Bases de Régimen Local, aprobada hace 28 años.

El hecho de que todo aquello que se relaciona con la vida local tienda a ser asociado sistemáticamente con el Ayuntamiento, genera dos consecuencias inmediatas: la primera, tiene que ver con la circunstancia de que los ciudadanos concedan gran relevancia al Ayuntamiento en relación con la gestión que atañe a lo cotidiano; la segunda, la exigencia permanente por parte de éstos para que la institución cumpla con las expectativas previstas, durante la legislatura, a partir del programa político. En consecuencia, podemos afirmar que su capacidad administrativa es vital para el logro eficiente de los fines de interés público.

Su entramado organizativo y cada una de las piezas que lo componen constituyen mucho más que un conjunto de factores meramente instrumentales; de manera que, si las estructuras son las adecuadas, si la organización municipal posee suficientes medios y desarrolla las capacidades precisas, es obvio que se facilita la ejecución de los diferentes cometidos asignados a los poderes locales (Baena del Alcazar, 2005; Castells, 2009). Estas estructuras son decisivas para obtener resultados que nos permitan identificar a los entes municipales como entidades verdaderamente eficaces y democráticas. En consecuencia, podemos afirmar que su capacidad administrativa es vital para el logro eficiente de los fines de interés público.

2. Estructuras comunicativas municipales y nueva gestión pública

Para alcanzar los objetivos establecidos, dibujados en la esfera pública y orientados hacia el interés general, en cada periodo legislativo la estructura organizativa y la gestión interna de los procesos administrativos se presenta como una variable de especial trascendencia; en este sentido, la consecución de los objetivos políticos por parte del equipo de gobierno se traslada a los ciudadanos a través de mensajes de diversa índole que autores como Galán (2000), Alameda y Fernández (2002), Beato (2002) o Casals (2004) identifican como comunicación pública. Así, las estructuras comunicativas municipales actúan como subsistemas imprescindibles en la elaboración y el control de los procesos comunicativos que emergen de las distintas unidades administrativas, departamentos y entidades descentralizadas; son procesos que están orientados a configurar en la ciudadanía una percepción positiva de la acción de gobierno municipal, que legitime sus decisiones políticas.

Según el enfoque contemporáneo de la Teoría de la Organización, podemos discernir dos orientaciones contrapuestas que se reflejan en las estructuras administrativas de los ayuntamientos (Olías de Lima, 2001): por un lado, la corriente neoempresarial, basada en la economía, la eficacia y la eficiencia de los aparatos públicos, y que postula una gestión de los recursos públicos desde la óptica de “clientelización” de los

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

administrados; por otro, la neopública: una visión desde la que se deposita un especial énfasis en la repolitización de los cargos públicos, la racionalización y el control de la externalización de los servicios, la participación ciudadana y la ética en la gestión pública. Pues bien, en este sentido, la orientación que se refleja en la estructura administrativa de cualquier organización municipal, va a influir en cómo ésta concibe la función de comunicación pública y, por extensión, los procesos y la estructura de sus subsistemas comunicativos e informacionales.

En consecuencia, sistematizar los procesos de comunicación pública y diseñar las estructuras pertinentes para ello, debería ser una prioridad en el contexto de las organizaciones municipales: de ello depende que los responsables políticos y administrativos rentabilicen su gestión y “la hagan valer” de cara a los próximos comicios electorales. No desarrollar una gestión suficiente de la información que atañe a la entidad o no hacerlo de manera eficaz conlleva serios riesgos para su imagen; ya que serán los propios medios de comunicación a través de otras fuentes informativas (con intereses contrapuestos a los de la organización) los que, lanzando mensajes de diversa naturaleza, se conviertan en artífices de procesos de formación de opinión pública no controlados por la fuente objeto de información.

2.1 La gestión de comunicación integral en las estructuras municipales

En la mayoría de los gabinetes de comunicación municipal se presentan tres vertientes autónomas de gestión (en cuanto subsistemas) que son complementarias como secciones de una estructura comunicativa integral: nos referimos a la publicidad institucional, la gestión de las relaciones informativas y el desarrollo de las relaciones institucionales. Las sinergias e interrelaciones que se producen entre los procesos que se enmarcan en cada una de ellas, justifica la propuesta de un modelo integral de comunicación pública municipal, en el que, sin duda, la relevancia de la gestión de las relaciones informativas resulta indudable, al desempeñar un papel fundamental en la visibilidad del discurso político.

La publicidad institucional, como proceso de comunicación persuasiva, supone la actuación directa por parte de las organizaciones públicas locales para hacer llegar a los ciudadanos mensajes diversos, relacionados con la gestión de lo municipal, utilizando para ello recursos, formas y estilos tradicionales de la publicidad comercial.

La gestión de las relaciones informativas, en los contextos democráticos, representa la principal función comunicativa que asumen las administraciones municipales; esta segunda vertiente está relacionada con la premisa fundamental de la obligación administrativa de informar a los ciudadanos sobre determinadas decisiones, iniciativas o acuerdos alcanzados en el nivel político-administrativo, que les influyen de manera directa o bien pueden llegar a afectarles. La relación profesionalizada con los medios de comunicación social se erige en condición indispensable (Almansa, 2011; Zamora, 2011; Túñez, 2012) para propiciar sobre las organizaciones públicas un estado de opinión favorable a sus objetivos y estrategias a medio y largo plazo.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

De esta forma, los medios de comunicación locales interpretan la realidad social y política mediante la agenda temática: un conjunto de temas (*o issues*) que el medio recopila con la intención de planificar, de forma genérica, su cobertura informativa para un periodo determinado. Así, la forma en que los aparatos informativos construyen la realidad social y política municipal no parece una operación ni intrascendente ni casual.

Por su parte, *las relaciones institucionales*, como tercera función de las estructuras comunicativas municipales, se articulan a partir de tres dimensiones que se pueden manifestar de forma interpersonal, colectiva o colectiva de masas; estas estrategias de comunicación relacional son: la interacción directa con el administrado, las políticas de participación ciudadana y la gestión de acontecimientos institucionales. Todas ellas son el reflejo de la tendencia neopública que se observa, en la actualidad, en la inmensa mayoría de las estructuras municipales. De hecho, la intervención de entidades declarantes, asociaciones y colectivos ajenos al ente local en el diseño de la tematización municipal, a través de las relaciones externas y la participación ciudadana, viene a reforzar la relevancia que poseen las relaciones institucionales en la dinámica de las entidades municipales.

Tal y como afirman Freixa (2004), D'Adamo y otros (2007) o Verón y Sabés (2008), en la estrategia de comunicación externa de cualquier organización pública, la función de mayor incidencia por su repercusión es la gestión de las relaciones informativas. Y en este sentido, surge la creencia asentada de que el poder mediático procede de la ocupación del espacio público como escenario en el que se plantean debates sobre cuestiones públicas.

A través de los medios se expresa el sentir y el hacer político, se reflejan las posturas de diferentes colectivos y movimientos organizativos, y se expresan las opiniones individuales de intelectuales, líderes de opinión y ciudadanos de a pie. Esto hace que el poder político, o mejor dicho, los poderes públicos, “teman” el tratamiento informativo o los comentarios vertidos sobre determinados asuntos que pueden ser especialmente conflictivos y comprometer seriamente la imagen pública de la Institución o la de sus dirigentes. Por tanto, contar con el favor del público es vital para que cualquier organización sea legitimada en el desarrollo de su función pública.

Diezhandino (2007: 56) lo expresa de la siguiente forma:

“En un mundo alejado del respeto a ninguna autoridad moral, el dedo acusador de los medios representa una autoridad más temida que reconocida”.

A través de la información periodística se interpreta permanentemente y de forma sucesiva la realidad social (Gomis, 1991; Armentia y Caminos, 1998; Almansa, 2011). Este proceso consiste en presentar determinados hechos como una acción discontinua para que la audiencia los capte y comprenda en toda su extensión. Permiten que nos adaptemos a la realidad que representan o actúan como un revulsivo necesario para adaptar posicionamientos enfocados a modificar aspectos de la realidad social.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

En esta constante interpretación de la realidad, los medios se ven abocados a una selección permanente de las informaciones de las que disponen a través de fuentes comunes -agencias de información, gabinetes de prensa o comunicación- o propias – contactos personales de los propios periodistas del medio-, hasta convertir a los hechos, modelados convenientemente, en verdaderos productos informativos (Armentia y Caminos, 1998).

Por tanto, cuando los medios interpretan la realidad social como un conjunto de hechos, tratan de comprender algunos de los asuntos más significativos y trascendentes para comunicarlos en forma de noticias o de cualquier otro de los géneros periodísticos habituales. A partir de esa redacción o configuración del hecho en cuestión, se produce un segundo nivel en el proceso de “interpretación”, orientado a formular, entre otros, todos los elementos formales destacados de la noticia como los textuales -titular, sumario, entradillas, etc.-, el espacio redaccional o tiempo destinado que representan la relevancia del hecho informativo.

Los medios son considerados como “intérpretes”, adoptando secuencialmente el papel de receptor y emisor de mensajes: a través de los estímulos (informativos) que recibe, asumen el primer rol; no obstante es precisamente la asimilación de tales estímulos lo que les permite actuar como emisor-intérprete: verifica la autenticidad e interés de los mismos, completa la información de la que dispone y emite un mensaje global que se refiere a un hecho que se incluye en una parcela específica de la realidad social.

Consideramos que es necesario que las instituciones municipales tomen conciencia de la trascendencia que pueden llegar a alcanzar determinados mensajes, orientados a la ciudadanía, a través de los medios de comunicación social. Un seguimiento pertinente y constante del tratamiento y contextualización de los temas municipales por parte de sus estructuras comunicativas, permitirá confirmar la idoneidad de los discursos públicos del equipo de gobierno, la ausencia de contradicción en los mismos, así como pulsar la actuación de las fuerzas opositoras en determinados ámbitos; ello permitirá tomar decisiones oportunas, modificar o anular determinadas políticas públicas, o bien explicarlas convenientemente a la ciudadanía.

Una mediación informativa efectiva por parte de los gabinetes de comunicación municipal se conseguirá, únicamente, si éstos actúan bajo los parámetros de la transparencia, la equidad en su relación con los diferentes medios, la accesibilidad y la credibilidad como fuente informativa; por tanto, la estrategia global e integrada de comunicación desarrollada por los ayuntamientos, quedará justificada, de forma legítima, siempre que se cumpla la premisa fundamental de garantizar el respeto a los derechos de los ciudadanos, dando a conocer con transparencia la gestión efectuada por sus responsables políticos, aumentando la eficacia de los servicios públicos a través de la evaluación de estándares de calidad y facilitando la participación ciudadana en la gestión de cualquier ámbito de la vida pública.

3. Objetivos, hipótesis y metodología de trabajo

El interés de esta investigación se justifica a partir de tres argumentos fundamentales: en primer término, la gran incidencia de las decisiones político-administrativas de los equipos de gobierno municipal en la vida local; en segundo lugar, la manifestación de la gestión municipal a través de estrategias comunicativas informativas en los medios de comunicación local; y, por último, la necesidad de analizar si la “diferencia de color político” en los municipios se presenta como una variable relevante que repercute en la gestión informativa de los temas o asuntos municipales.

En esta comunicación se presentan los resultados de una investigación exploratoria que tiene como *objetivo general* comparar la agenda temática en prensa escrita durante la última legislatura (2007-2011) en los municipios de Elche (gobernado en coalición por el PSOE y Compromís per Elx) y Alicante (con gobierno del PP en mayoría absoluta), para demostrar si existen coincidencias significativas en la gestión municipal desarrollada en cada uno de ellos, o si, por el contrario, el color político influye no sólo en la prominencia de unos temas frente a otros, sino también en su valoración y tratamiento informativo.

Así, se establecen como *objetivos específicos*: la identificación de la agenda temática en los municipios de Alicante y Elche, a través de la prensa escrita durante los años 2010 y 2011, para comparar la recurrencia de temas relacionados con la gestión político-administrativa, observando si existen diferencias sustanciales entre las dos agendas temáticas a partir de la variable dependiente que representa la diferencia de color político de los equipos de gobierno; en segundo lugar, pretendemos identificar qué temas municipales se han presentado con un mayor índice de tratamiento positivo y negativo en cada municipio.

A partir de los objetivos anteriores, nos planteamos las siguientes hipótesis de trabajo:

1. Existen temas relacionados con la gestión municipal que tienen una presencia mediática relevante y que coinciden en los dos contextos municipales analizados.
2. El tratamiento informativo negativo de determinados temas principales presenta una coincidencia significativa en los dos municipios.

Las unidades de contexto serán identificadas a partir de un número determinado de ejemplares del Diario Información (edición local de Alicante y de Elche), que utilizaremos para establecer un universo o corpus de noticias para seleccionar una muestra, suficientemente representativa, que garantice el análisis de los datos de forma fiable. Hemos utilizado, para ello, el análisis de contenido (Bardin, 1986; Krippendorff, 1990) como metodología que nos permite realizar, mediante la lectura del soporte informativo seleccionado, una descripción analítica de los hechos a partir de la codificación de las variables independientes temas (*issues*) y naturaleza, e interpretar los datos obtenidos a través de un proceso inferencial. De esta forma, pretendemos que dicho análisis supere la vertiente simplemente descriptiva de lo cuantitativo, para alcanzar ciertas cotas de interpretación basadas en lo cualitativo.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

La gestión político-administrativa de los dos municipios analizados se contextualiza a través de veintisiete temas, siguiendo los siguientes descriptores de la tabla 1, mientras que la valoración o tratamiento de los temas se refleja en la tabla 2, a partir de cuatro categorías:

Tabla 1. Temas municipales

Aperturas: gestión administrativa para el desarrollo de actividades varias, tramitación de licencias municipales de instalación y apertura de establecimientos comerciales, industriales, lúdicos o de otra índole, así como expedientes relativos al aprovechamiento especial de la vía pública. Realización de informes y establecimiento de sanciones.
Asesoría jurídica: asesoramiento en cuestiones jurídicas que afecte al Ayuntamiento o a la Corporación Municipal y seguimiento de sus procedimientos judiciales.
Bienestar social: planificación y gestión de programas y actividades de servicios sociales dirigidos a diferentes sectores de la comunidad local.
Consumo: asesoramiento e información a los consumidores y usuarios de sus derechos. Tramitación de expedientes de denuncias y reclamaciones de consumo. Apoyo y fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios, así como la promoción de la adhesión de empresas al Sistema Arbitral de Consumo.
Contratación: contratación de obras de inversión y mantenimiento; suministros, compras, adquisiciones, consultorías y asistencias, concesiones de obra.
Cooperación al Desarrollo: diseño y gestión de la realización de actividades de cooperación al desarrollo, así como diversos programas y proyectos.
Cultura: diseño y programación de las actividades culturales, así como los proyectos de nuevas infraestructuras e instalaciones culturales y museísticas.
Deporte: fomento de la actividad deportiva, mantenimiento y adecuación de las instalaciones e infraestructuras municipales.
Educación: diseño y gestión de la realización de actividades de carácter educativo y formativo. Gestión y atención de demandas de los centros escolares. Mantenimiento de infraestructuras educativas.
Fiestas: gestión y programación de actos lúdicos y festivos. Colaboración con los diferentes entes festeros del municipio.
Fomento: diseño y gestión de programas y actividades de promoción económica, de carácter industrial, comercial, agrícola y de empleo.
Plan Estratégico: plan estratégico del municipio para desarrollar un modelo de ciudad a partir de un proyecto económico, social y territorial.
Hacienda: análisis y diseño de la política tributaria local e información general al contribuyente sobre tributos locales, procedimientos de gestión y recaudación.
Juventud: diseño y gestión de promoción de acciones de promoción y actividades vinculadas a la dinamización del segmento juvenil.
Medio Ambiente: diseño, promoción de acciones y actividades vinculadas a la promoción de medio ambiente; elaboración de planes y programas de protección y conservación del municipio.
Oficina Municipal de Atención al Ciudadano: organismo cuyo objeto es facilitar a los ciudadanos orientación y ayuda en cualquier consulta o gestión sobre procedimientos, trámites, requisitos y documentación para proyectos, actuaciones o solicitudes, así como el acceso a un servicio público o beneficiarse de una prestación.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Relaciones internas de los partidos políticos: los grupos políticos con representación municipal, como organizaciones, y sus relaciones internas.
Pedanía: gestión municipal descentralizada, desarrollada en las pedanías y partidas rurales.
Relaciones Institucionales: planificación, organización y gestión de actos oficiales así como eventos de gran trascendencia pública para el municipio.
Relaciones externas: relaciones con diferentes administraciones, instituciones públicas y privadas así como colaboraciones y participaciones con diferentes entidades, colectivos, asociaciones, consejos y comisiones municipales representativos de diferentes ámbitos o sectores.
Recursos Humanos, Organización y Calidad: gestión de los recursos propios y comunicación interna. Detección de necesidades organizativas en cuanto a medios y recursos de personal (funcionario, laboral y eventual) y procesos de selección. Implementación de procesos administrativos según el modelo de calidad organizativo, garantizando las condiciones laborales adecuadas para el desempeño de las diferentes tareas de gestión.
Sanidad Municipal: tramitación de denuncias sobre problemas sanitarios que afecten al entorno. Protección de la salud pública a través de la inspección y la información. Vigilancia y control de las condiciones higiénico-sanitarias del espacio público.
Seguridad ciudadana: realización de servicios encaminados a prestar auxilio en los casos de accidentes, sucesos y catástrofes públicos. Protección y vigilancia de edificios e instalaciones públicas. Colaboración con Protección civil. Coordinación con la policía local de estrategias de vigilancia, logística y tráfico.
Servicios y mantenimiento: realización de servicios, trabajos habituales específicos o no habituales por parte del Ayuntamiento. Mantenimiento de la infraestructura urbana viaria de carácter público, edificios municipales y zonas públicas peatonales.
Tráfico: diseño y planificación del tráfico y red viaria, según el planeamiento, ordenación e infraestructuras urbanas. Gestión de aparcamientos públicos.
Turismo: planificación y desarrollo de la política turística del municipio. Diseño y gestión de actividades de promoción del territorio y de actividades turísticas.
Urbanismo: planeamiento, gestión y disciplina urbanística.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Tratamiento informativo

Negativo	Información que distorsiona los objetivos de la organización municipal, por su carácter eminentemente negativo, y que perjudica notablemente la imagen de la Institución y sus dirigentes políticos.
Ambivalente	Cuando existen en ella discursos enfrentados entre el emisor institucional y los implicados en el tema o asunto.
Neutro	Aquellas informaciones que no suponen menoscabo alguno en la gestión municipal y por tanto poseen un efecto neutro.
Positivo	Aquellos hechos que aparecen como una clara manifestación de gestión positiva por parte de los ayuntamientos.

Fuente: elaboración propia

A partir de las unidades de contexto que suponen 96 ejemplares de la edición local del Diario Información (12 meses: 6 meses año 2010 + 6 meses año 2011) en cada uno de los dos municipios seleccionados (en total: 192 ejemplares), se establece el universo de noticias tras una aproximación inicial a su número de apariciones por ejemplar, que es de 5. En consecuencia, el universo de las unidades de análisis en cada municipio es

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

de: 192 ejemplares x 5 noticias = 960 noticias. Para un universo finito, se establece un nivel de confianza del 95,5 % y un error del $\pm 3\%$.

$$n = \frac{2 \sigma \cdot P \cdot (1-P) \cdot N}{[e^2 \cdot (N-1)] + [\sigma^2 \cdot P \cdot (1-P)]}$$

$$n = \frac{4 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 960}{(9 \cdot 959) + 10.000}$$

$$n = \frac{9.600.000}{18.631}$$

n = 515 noticias (para cada edición)

515 : 5 = 103 ejemplares del diario x municipio, que serán estratificados proporcionalmente en 12 meses (8 ejemplares x mes en cada contexto municipal).

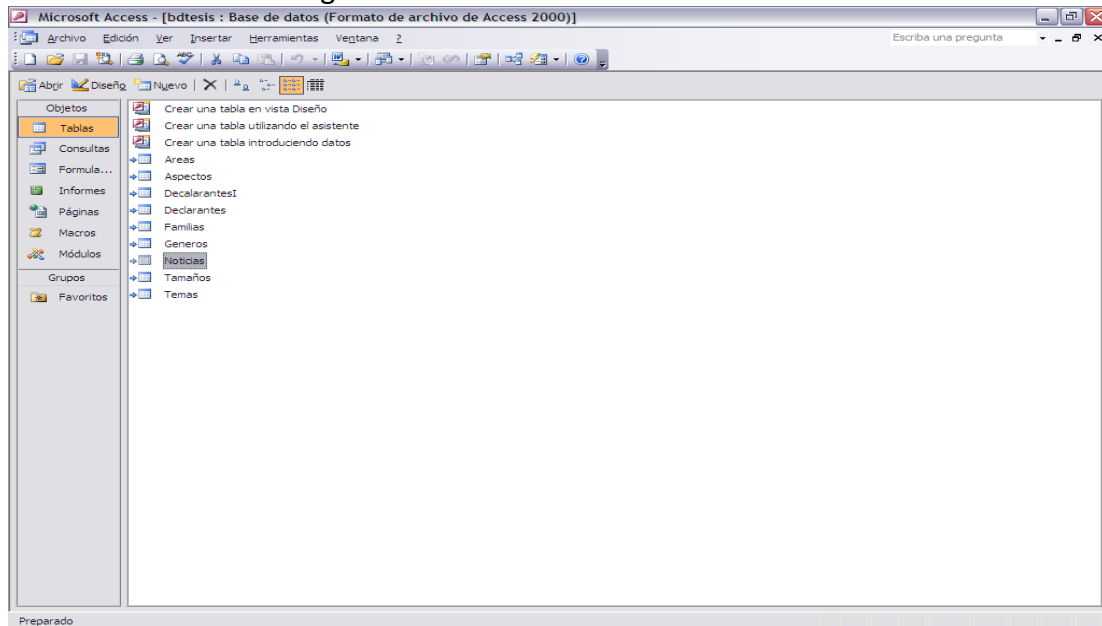
La codificación de las diferentes unidades de análisis que representan los hechos informativos municipales se va a realizar a través de una herramienta metodológica desarrollada con el software ACCESS 2010 (Base de Datos) mediante tablas que representan a las diferentes variables. Se establece una tabla relacional que nos permite vincular unas con otras y se diseña un formulario para introducir, en el proceso de codificación, texto, códigos y menús desplegables que representan los valores de las variables. La explotación e interpretación de los datos se realizará a través de un análisis descriptivo univariante y bivariante, con posibilidad de utilizar análisis multivariable, en función de los resultados obtenidos. Los resultados de investigación se mostrarán utilizando tablas y gráficos dinámicos.

3.1 Diseño de herramienta metodológica para la codificación de los datos

La codificación de las diferentes unidades de análisis que representan los hechos informativos municipales, se ha realizado a través de la base de datos ACCESS 2010 elaborando diferentes tablas que representan, entre otras, las variables anteriores que pretendemos analizar.

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

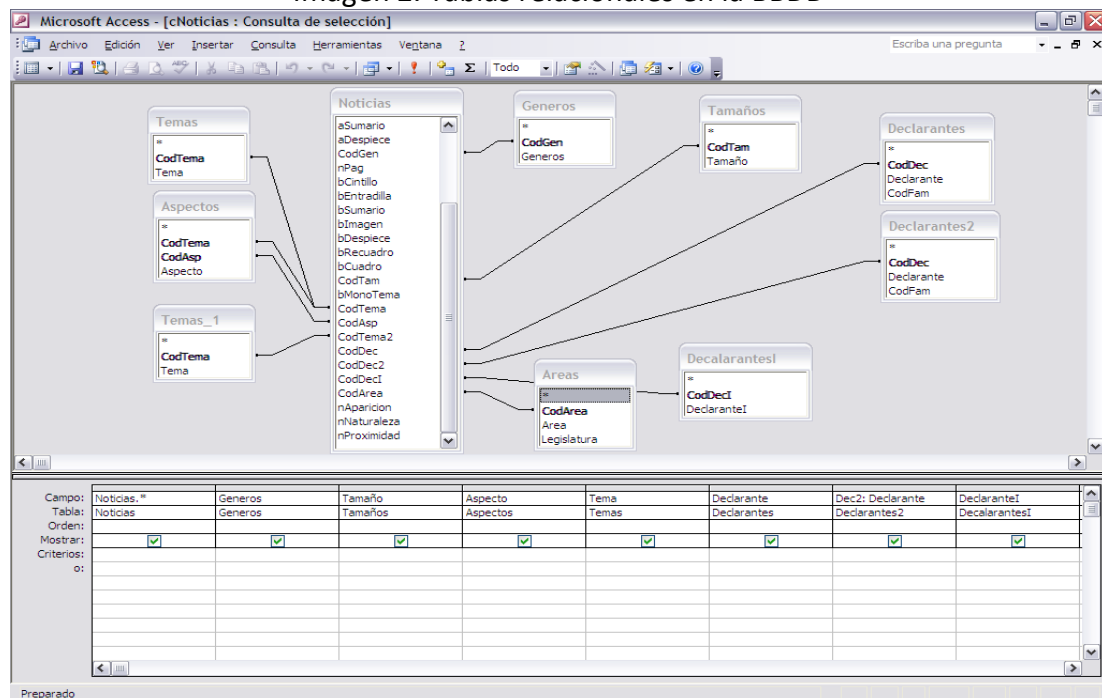
Imagen 1. Tablas de las variables en la BBDD



Fuente: elaboración propia

Para ello, en su configuración, se establece una tabla relacional que vincula unas tablas con otras y que nos permite a su vez, diseñar un formulario para introducir, en el proceso de codificación, texto y códigos que representan los valores de las diferentes variables, tal y como se refleja en las imágenes 2 y 3.

Imagen 2. Tablas relacionales en la BBDD



Fuente: elaboración propia

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Imagen 3. Formulario de introducción de datos

The image shows a screenshot of a Microsoft Access data entry form. The window title is "n o t i c i a s - Microsoft Access (Error de activación de productos)". The ribbon includes "Inicio", "Datos externos", and "Herramientas de base de datos". The form displays the following information:

- Record ID: [04764]
- Title: Comercio prevé terminar las obras de reyes Católicos a finales de junio
- Date: jueves, 05 de mayo de 2011
- Page: 15
- Options: Cíntilo, Imagen, Entradilla, Despiece, Sumario, R.apoyo, Monotema
- Genre: **Noticia**
- Size: 1/2 PÁGINA
- Natureza: Neutra
- Irrupción: Previsible
- Proximidad: Nivel uno
- Topic: Tema: FOM **FOMENTO**
- Aspect: PROMOCIÓN ECONÓMICA COMERCIAL LOCAL
- Tema Sec: -
- Ent.Dec.1: A407 **CONCEJALÍA DE COMERCIO, MERCADOS Y ESTADÍSTICA**
- Dec. Indiv: 4 **CONCEJAL**
- Area: 4060 **ÁREA DE EMPLEO Y FOMENTO** / 5
- Ent.Dec.2: -
- Footer: Conchi Campillo Alhama, Dpto. Comunicación y Psicología Social

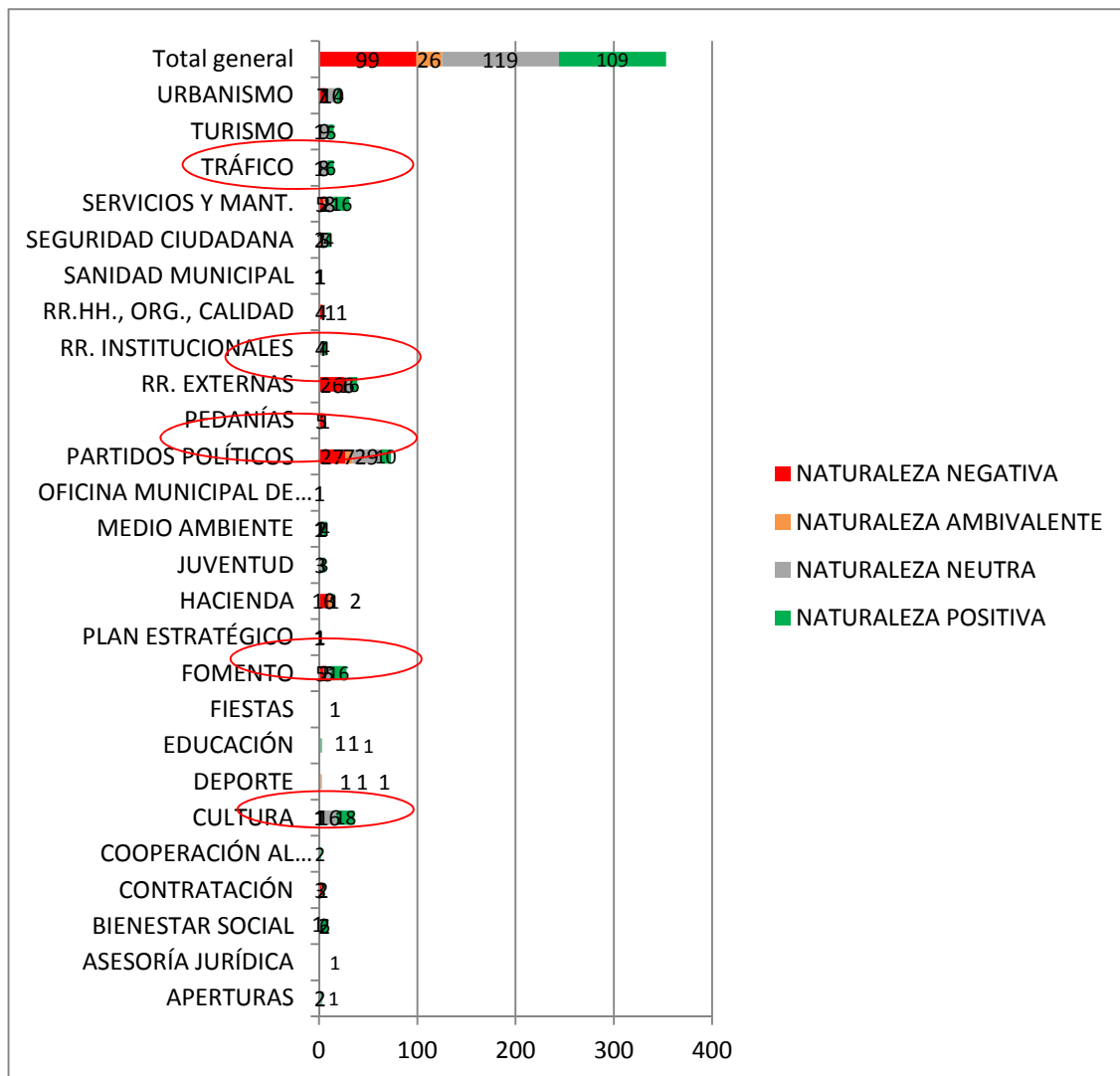
Fuente: elaboración propia

4. Resultados obtenidos

En el gráfico que se incluye en la página siguiente se muestran la visibilidad de los temas municipales durante el periodo analizado en un análisis que es bivariante, al introducir el tratamiento informativo como segunda variable.

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Gráfico 1. Distribución de temas y su tratamiento (Elche_Leg. 2007-2011). Datos absolutos



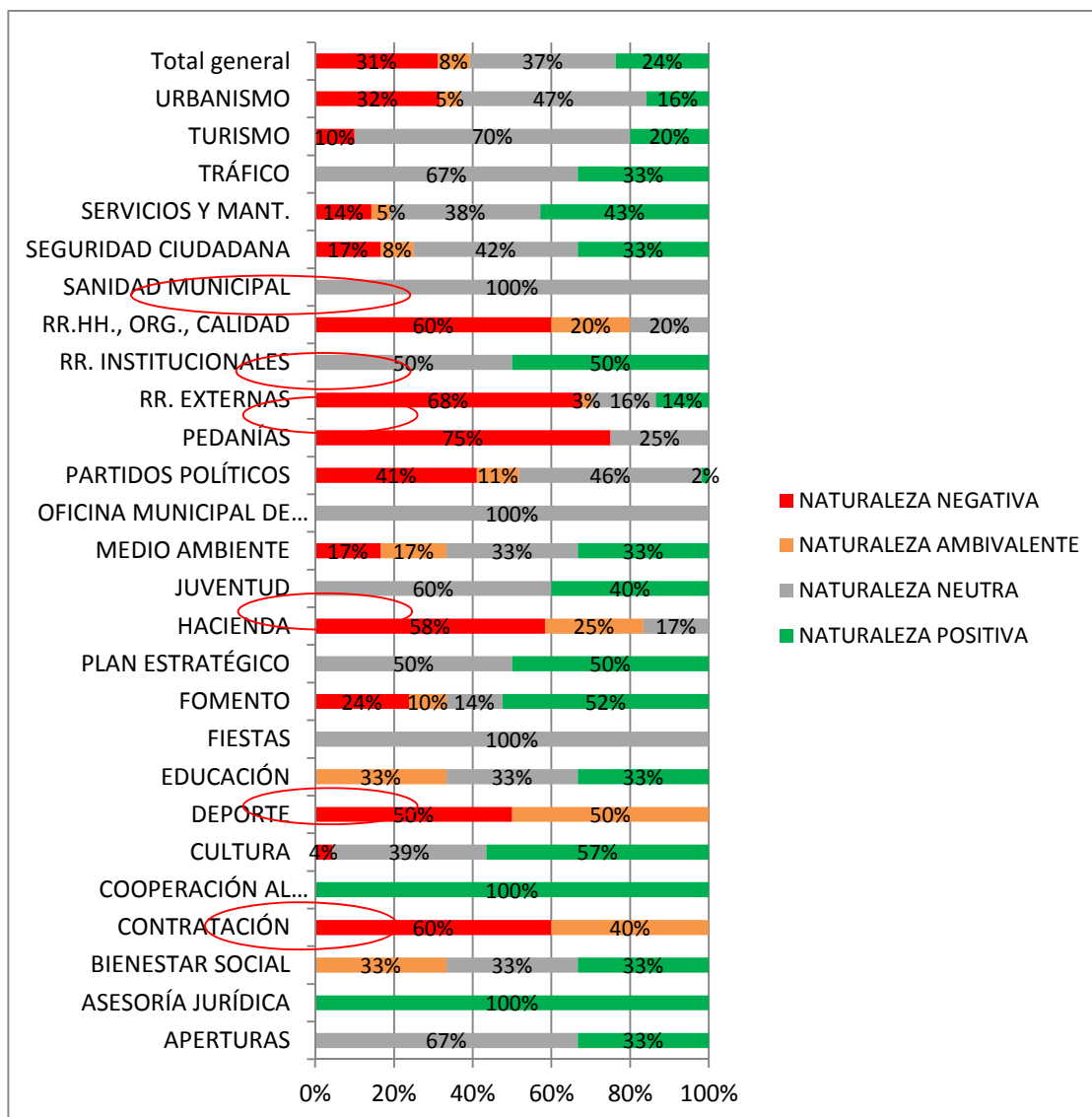
Fuente: elaboración propia

Los temas fundamentales que han sido reflejados por la prensa local en Elche, durante el periodo analizado son, en este orden: en primer término, la gestión interna de los grupos políticos con representación municipal como organizaciones; la gestión de las relaciones externas con otras instituciones públicas y privadas, la gestión cultural (desarrollada por Compromís, como socios de gobierno del PSOE con quien gobiernan en coalición durante esta legislatura), servicios y mantenimiento como oferta de la carta de servicios, trabajos habituales o específicos por parte del Ayuntamiento, mantenimiento de la infraestructura urbana viaria de carácter público, edificios municipales y zonas públicas peatonales. Por último, aparecen los temas relacionados con fomento, como el diseño, gestión de programas y actividades de promoción económica, de carácter industrial, comercial, agrícola y de empleo.

En el gráfico siguiente se analiza el tratamiento informativo de los temas como distribución relativa.

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Gráfico 2. Naturaleza informativa de los temas municipales (Elche_Leg. 2007-2011).



Fuente: elaboración propia

Los temas que presentan el mayor porcentaje de noticias con tratamiento negativo son: pedanías (con un 75%), relaciones externas (con un 68%), recursos humanos, organización y calidad, así como contratación (con un 60% respectivamente, cada uno de ellos), hacienda (58%) y deporte (con un 50%); todos ellos, son asuntos que durante el periodo analizado han repercutido claramente de forma negativa en la proyección pública de la organización municipal, obligando al equipo de gobierno local a generar estrategias reactivas que contrarresten dichos efectos perjudiciales para la imagen de la institución.

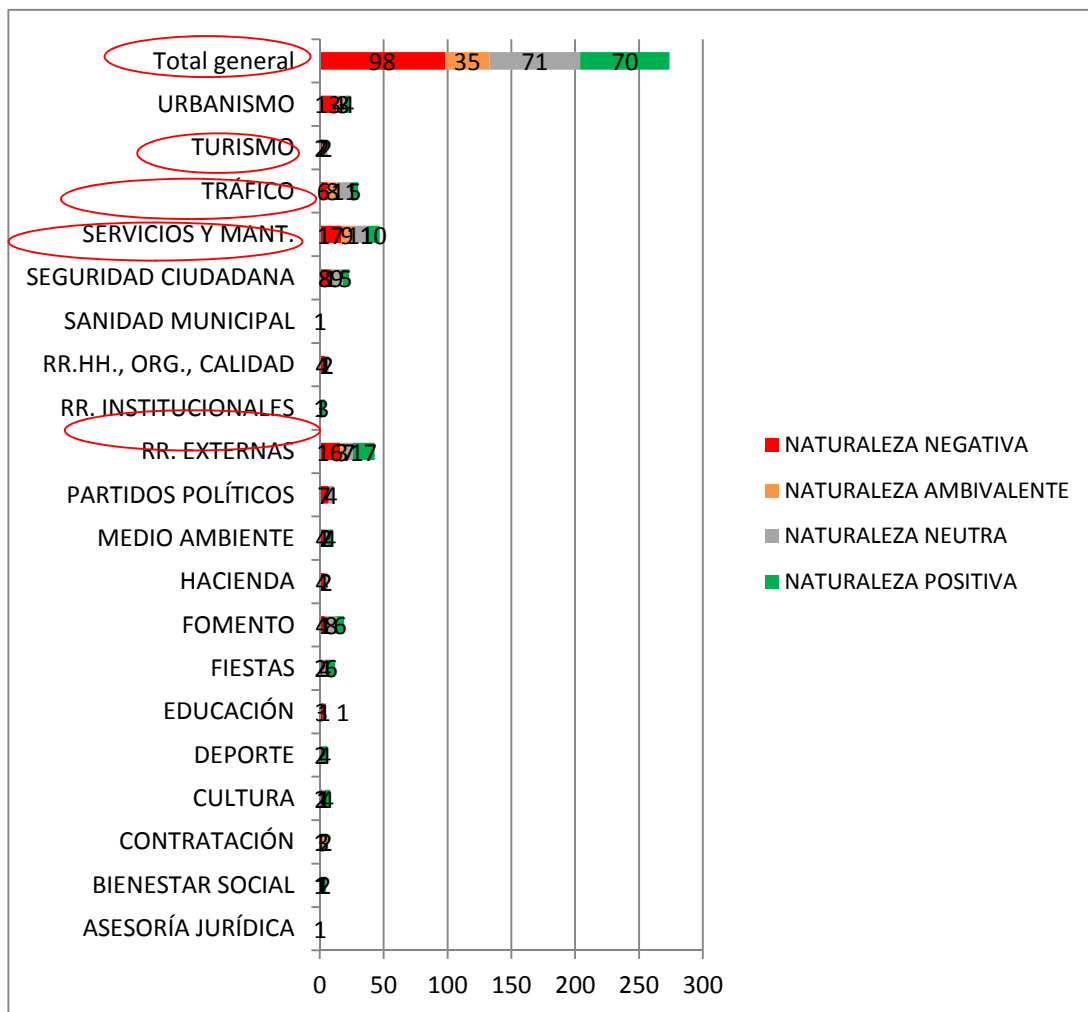
Lo contrario sucede con temas como: asesoría jurídica (100%) o cooperación al desarrollo (100%) que se manifiestan en la totalidad de sus apariciones como hechos noticiosos en el medio de comunicación analizado, como informaciones de carácter positivo. Le siguen cultura (con un 57%), fomento (con un 52%) o el plan estratégico

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

de la ciudad (con un 50%). De esta forma, los temas apuntados se han convertido, durante el periodo en el que se ha analizado la información municipal, en los principales ejes vertebradores de la gestión político-administrativa positiva, por parte de los máximos representantes del equipo de gobierno.

Analizamos a continuación, la visibilidad de los temas municipales y su naturaleza informativa en Alicante, como segundo contexto que hemos seleccionado, y cuyo equipo de gobierno ejerce sus responsabilidades políticas desde la perspectiva que nos ofrece la diferencia sustancial de color político respecto al municipio de Elche.

Gráfico 3. Distribución de temas y su tratamiento (Alicante_Leg. 2007-2011). Datos absolutos



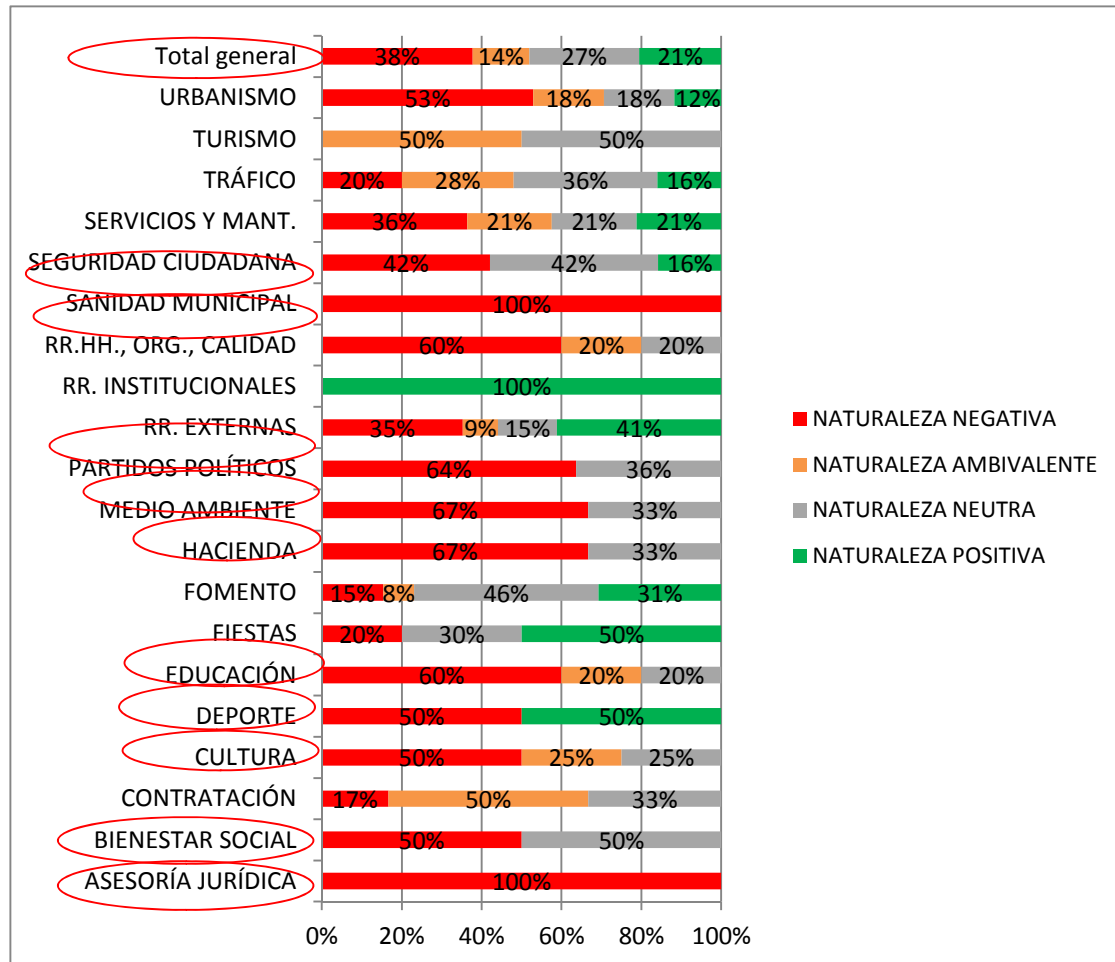
Fuente: elaboración propia

Destacan como temas principales en la información periodística en el municipio de Alicante, en primer lugar, servicios y mantenimiento; le sigue la gestión de las relaciones externas con otras instituciones públicas y privadas de diversa índole; tráfico como el diseño y la planificación del tráfico y la red viaria, según el planeamiento, ordenación e infraestructuras urbanas, así como la gestión de aparcamientos públicos; a continuación aparece urbanismo, en el que se integra el planeamiento, la gestión y la disciplina urbanística; por último, dentro de estos temas

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

de mayor recurrencia con encontramos con seguridad ciudadana, que se identifica con la realización de servicios encaminados a prestar auxilio, la protección y vigilancia de edificios e instalaciones públicas, la colaboración con protección civil, así como la coordinación con la policía local de estrategias de vigilancia, logística y tráfico.

Gráfico 4. Naturaleza informativa de los temas municipales (Alicante_Leg. 2007-2011)



Fuente: elaboración propia

En este caso, los temas que emergen con un mayor porcentaje de noticias de carácter negativo son: asesoría jurídica y sanidad municipal (con un 100% de informaciones de signo negativo); le siguen asuntos como hacienda y medio ambiente (con un 67%, respectivamente), la gestión interna de los partidos políticos (64%), educación y recursos humanos, calidad y organización (con un 60%, cada uno de ellos); urbanismo (53%), así como bienestar social, deporte y cultura (con un 50% de informaciones de índole negativa, respectivamente). Todos ellos, representan diferentes asuntos que han repercutido de forma negativa en la proyección pública de la organización municipal durante la legislatura analizada, y que ha motivado que el equipo de gobierno diseñe diferentes estrategias de reacción, encaminadas a paliar los efectos nocivos para la imagen de la organización municipal.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

En el extremo opuesto nos encontramos con: la gestión de las relaciones institucionales (con un 100% de informaciones positivas), fiestas (con un 50%), deportes (con un 50% de informaciones positivas que contrarrestan el 50% de informaciones negativas), y, por último, las relaciones externas (con un 41%). Tales temas se erigen, en consecuencia, durante el periodo analizado, en los principales ejes vertebradores de la gestión político-administrativa positiva, por parte de los máximos representantes del equipo de gobierno en el municipio de Alicante.

A partir de las hipótesis que hemos planteado en este proyecto de investigación, podemos constatar que existe una cierta coincidencia en la recurrencia de los temas en los dos contextos municipales (Elche y Alicante), a partir de la presencia de noticias relacionadas con la *gestión de relaciones externas, servicios y mantenimiento*. No así con otros temas específicos, que aparecen en cada uno de ellos: en el caso de Elche (*la gestión interna de los grupos políticos, cultura y fomento*); en el caso de Alicante (*tráfico, urbanismo y seguridad ciudadana*). Por tanto, podemos afirmar que la primera de las hipótesis únicamente se cumple parcialmente.

Respecto a la segunda hipótesis planteada en nuestra investigación, podemos observar que temas de gestión municipal como *recursos humanos, organización y calidad*, así como *hacienda y deporte*, presentan un elevado índice de tratamiento informativo negativo en ambos contextos municipales; en consecuencia, y aunque se verifica la segunda hipótesis de trabajo, hemos podido constatar que los temas de naturaleza negativa que aparecen en el medio de comunicación analizado durante los años 2010 y 2011, es significativamente superior en el municipio de Alicante, con un 55% de los temas, que en el de Elche, con tan sólo un 23% de temas que se caracterizan por presentarse en un porcentaje elevado (más de 50% de noticias acaecidas) como información negativa que desvirtúa seriamente los objetivos estratégicos de las organizaciones municipales analizadas.

5. Conclusiones

En los ayuntamientos, el desarrollo de la estrategia organizacional se articula mediante un plan estratégico territorial (a medio o largo plazo) que alcanza sus máximas cotas de significado a través de diferentes procesos de comunicación; la gestión de las relaciones informativas se erige como un factor determinante en los procesos de formación de opinión pública, conducentes a generar una imagen positiva que es la resultante de la identificación, aprobación, consenso e implicación de la ciudadanía en la acción de gobierno. A través de estos procesos, la administración municipal debe mostrar (y demostrar) que el ciudadano constituye el epicentro permanente de sus actuaciones ya que, en caso contrario se producirían serias consecuencias negativas para la imagen de la organización pública.

Consideramos que la estrategia comunicativa desarrollada por los ayuntamientos quedará justificada, de forma legítima, siempre que se cumpla la premisa fundamental de garantizar el respeto a los derechos de los ciudadanos, dando a conocer con transparencia la gestión efectuada por sus responsables políticos, aumentando la

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

eficacia de los servicios públicos a través de la evaluación de estándares de calidad y facilitando la participación ciudadana en la gestión de cualquier ámbito de la vida pública.

En el contexto actual, los equipos de gobierno municipales necesitan, para garantizar su continuidad al frente de los Ayuntamientos, estructuras comunicativas profesionalizadas, integradas (o reforzadas) por recursos humanos con perfiles especializados. Resulta conveniente, por tanto, garantizar a estos recursos (o al menos a parte de ellos) su continuidad en el desempeño de tales funciones mediante fórmulas contractuales pertinentes, no sujetas a los posibles “vaivenes políticos” a los que está sometida cualquier organización pública.

En un estado social y democrático, esta decisión, que huye de planteamientos politizados y del uso (o abuso) de cargos de confianza por parte de los responsables políticos, es la mayor garantía de que la gestión de la comunicación pública de la Institución municipal se va a desarrollar no sólo dentro de los parámetros (legítimos) del derecho a la información de la ciudadanía, sino desde la perspectiva que se establece a partir de los objetivos estratégicos de la organización municipal. Es una muestra clara del compromiso con la transparencia administrativa asumida por las organizaciones municipales que permitirá instalar en el imaginario colectivo su credibilidad como fuente informativa y su compromiso permanente con la ciudadanía.

Las estructuras comunicativas municipales deben desarrollar, dentro de sus mecanismos y rutinas de trabajo, procesos orientados al monitoreo y control de la información municipal, que les permita, dentro de las funciones propias que desempeñan, ofrecer a los responsables de los equipos de gobierno análisis puntuales y concluyentes de cómo se manifiestan los principales temas de gestión político-administrativa en la agenda mediática, a partir de variables tales como: el tratamiento de la información, sus elementos estructurales, las entidades emisoras declarantes (centralizadas y descentralizadas), los declarantes individuales, la irrupción, el nivel de la información, los subtemas (o aspectos) fundamentales en los que se centra cada uno de los temas, o la actividad desarrollada por los miembros de la oposición política, entre otras cuestiones.

Dicho análisis, realizado a través de herramientas metodológicas adaptadas al contexto social, político y económico del municipio, junto con la estructura de los medios de comunicación local y las prioridades de los equipos de gobierno a partir de sus necesidades programáticas, resultaría sumamente pertinente para establecer una radiografía de la proyección pública de la gestión municipal durante un periodo determinado, y podría servir como referencia o punto de inflexión para establecer nuevas políticas estratégicas de comunicación durante el actual periodo legislativo o bien como ejercicio de prospección de cara a futuras legislaturas.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

6. Referencias bibliográficas

ALAMEDA, D. y FERNÁNDEZ, E. (2002): Aproximación conceptual a la publicidad institucional. En *Sphera Pública*, revista de CC. Sociales y de la Comunicación, nº 2, pp. 159-174.

ALMANSA, A. (2011). *Del gabinete de prensa el gabinete de comunicación*. Madrid: Comunicación Social.

ANTEPROYECTO DE LEY DE RACIONALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL, FEBRERO 2013.

ARMENTIA, J.I. y CAMINOS, J.M. (1998). *La información. Redacción y estructuras*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

BAENA, M. (2005). *Manual de Ciencia de la Administración*. Madrid: Síntesis.

BEATO, M. (2002). *Cauces de comunicación de las administraciones públicas con los ciudadanos*. Barcelona: Tecnos.

CAMPILLO, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. En: *Pensar la Publicidad*, vol. IV, nº 1, pp. 45-62.

CAMPILLO, C. (2011). *Comunicación pública y gestión estratégica municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática*. "Colección Premios Blas Infante 2010". Sevilla: Instituto Andaluz de Hacienda y Administración Pública.

CASALS, M.J. (2004) (coord.). *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid. Fragua.

CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

D'ADAMO, O. el at. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw Hill.

DIEZHANDINO, P. (2007). *Periodismo y poder: políticos, periodistas y ciudadanos voluntariamente desinformados*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

FREIXA, R. (2004). El director de comunicación. En BEL MALLÉN, Jose Ignacio (coord.). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Navarra: Eunsa, pp. 155-170.

GALÁN, A. (2000). Comunicación Pública. En TORNOS, Joaquín y GALÁN, Alfredo (coords.), *La Comunicación pública: información administrativa al ciudadano*. Madrid: Marcial Pons, pp. 25-146.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

GOMIS, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Ibérica.

KRIPPENDORF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona. Paidós Comunicación.

LEY 7/1985, DE 2 DE ABRIL, REGULADORA DE LAS BASES DEL RÉGIMEN LOCAL.

OLÍAS DE LIMA, B. (2001) (coord.). *La nueva gestión pública*. Madrid: Pearson Educación.

TÚÑEZ, M. (2012). *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Madrid: Comunicación social.

VERÓN, J.J. y SABÉS, F. (2008). *La gestión de la información en la administración local*. Sevilla, Zamora. Comunicación Social.

ZAMORA, R. (ed.) (2011). *Claves para gestionar la comunicación de la política local*. Madrid: Comunicación social.

THEMATIC AGENDA MANAGEMENT AND MUNICIPAL POLITICAL CHANGE COLOR

Summary

In democratic contexts, one of the main obligations of any municipality government is to inform citizens of their decisions or agreements reached at the political and administrative management which affect or may affect them. Relations with the media are erected on a fundamental premise to foster a state of opinion favorable to the objectives and strategies of public organizations. In this paper we present the results of an exploratory study that aims to compare the overall thematic agenda in newspapers during the last legislature (2007-2011) in the towns of Elche (coalition governed by the PSOE and Compromís per Elx) and Alicante (with majority government in the PP), to establish whether there are significant overlaps in municipal management developed in each of them, or, on the contrary, the political color influences not only the prominence of some issues against other but also in their assessment and treatment information.

Keywords: city council, communication, information, municipal, political color.