

Mitjans locals al servei de la ciutadania

Una vegada més, des de l'àmbit periodístic es posen damunt la taula elements de reflexió que tenen com a finalitat última donar garanties als ciutadans que la professió treballa per administrar rigorosament el dret a la llibertat d'informació del qual és dipositària.

En aquest cas, el decàleg que teniu a les mans neix fruit d'una activitat universitària, el Postgrau de Comunicació Local, i es dedica a recomanar un seguit de bones pràctiques imprescindibles en els mitjans locals (publicacions, emissores de ràdio i televisió, webs municipals i ciutadanes) de titularitat pública. Una titularitat que exigeix encara més el compromís ètic i plural d'aquests mitjans, de les administracions que els regenten i dels periodistes que hi treballen.

L'especificitat de la comunicació local –en aquest cas de la que té caràcter públic– és un valor realment a l'alça quan el magma globalitzador ho impregna tot. I fa que aquest decàleg inclogui un seguit d'elements òbviament comuns al conjunt dels mitjans de comunicació, però també d'altres molt més propis dels àmbits territorials més petits i més propers a la ciutadania.

Així, es té molt en compte, per exemple, la necessitat que aquests mitjans actuïn com a elements cohesionadors del municipi, que siguin un referent informatiu per a la ciutadania, que fomentin la participació democràtica, que promoguin les activitats associatives i que funcionin a través d'òrgans de gestió participativa.

En uns moments en què l'actual model dels mitjans de comunicació públics, en l'àmbit nacional o estatal, està molt qüestionat i hi ha força coincidències entre els professionals en el sentit que cal reformular-lo profundament, aquest decàleg per a la comunicació pública més proper a la ciutadania aporta elements molt útils de reflexió que cal tenir en compte.

Des del Col·legi de Periodistes ens complau especialment coincidir una vegada més amb el món universitari, en aquest cas amb la UAB, en l'objectiu comú de millorar cada dia més els nivells de rigor, ètica i bones maneres de la nostra professió.

Montserrat Minobis

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

Una eina per a la democràcia participativa

Coincint amb el trenta aniversari de la nostra facultat, s'ha inaugurat el Postgrau sobre Producció i Gestió de la Comunicació Local, fruit del treball en equip del professorat dels departaments de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, i de Comunicació Audiovisual i de Publicitat, que han comptat amb professionals dels mitjans locals de comunicació, tècnics municipals i càrrecs electes com a docents i estudiants.

En tres dècades, la societat ha canviat decisivament: de la dictadura hem passat a una democràcia integrada a la Unió Europea i a la societat global; els mitjans de comunicació convencionals, premsa, ràdio i televisió, diferenciats a través de les seves respectives tecnologies analògiques, han estat reemplaçats per d'altres amb els quals les diferències desapareixen a causa del tractament digital de la informació i l'abast dels quals arriba a la societat global a través d'Internet... I, mentre que la Facultat s'ha anat adequant a aquests canvis amb la lentitud que imposa la burocràcia universitària, les noies i els nois que van cursar els seus estudis de llicenciatura en aquestes aules s'han vist en la necessitat de respondre dia a dia als nous reptes com a professionals al ritme accelerat de l'actualitat.

Amb aquest postgrau, la Facultat vol obrir-los de nou les portes per oferir-los l'espai i el temps necessaris per reflexionar, aprofundir des de noves perspectives, posar en comú i debatre sobre els problemes que quotidianament han de resoldre, moltes vegades sense temps per parar-se a pensar. Però també perquè el professorat puguem enriquir-nos amb les seves experiències, adequar els nostres coneixements a les exigències de l'actualitat professional i col·laborar a respondre a les noves demandes.

La coincidència d'aquest primer curs amb les primeres eleccions municipals del segle XXI ha afavorit que veiéssim la necessitat d'elaborar aquest decàleg de bones pràctiques de la comunicació local pública, que, gràcies al suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya, desitgem que es converteixi en una eina idònia perquè els mitjans locals de comunicació de titularitat pública modifiquin les seves rutines actuals i col·laborin en la implantació dels nous models de democràcia participativa que requereix l'actual societat global.

Marcial Murciano Martínez

Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Amparo Moreno Sardà

Directora del Postgrau de Producció i Gestió
de la Comunicació Local

Decàleg de bones pràctiques de la comunicació local pública 2003



Universitat Autònoma de Barcelona

Facultat de Ciències de la Comunicació



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Hi col·labora:



Diputació
Barcelona
xarxa de municipis

L'article 139 de la Llei de règim local defineix les funcions de les publicacions municipals de la manera següent:

Les corporacions locals han de facilitar la informació més àmplia sobre la seva activitat i la participació de tots els ciutadans en la vida social. Les formes, els mitjans i els procediments de participació que les corporacions estableixin en l'exercici de la seva potestat d'autoorganització no poden en cap cas disminuir les facultats de decisió que corresponen als òrgans representatius.

Aquest mandat legal requereix que els mitjans de comunicació locals de titularitat pública –premsa escrita, ràdio, televisió, webs municipals i ciutadanes– respectin els principis següents:

1 Han d'actuar com a elements cohesionadors del municipi

Han de fer «poble» o «ciutat» fomentant la identitat local, donant a conèixer els seus orígens, les mobilitats, les diferents condicions socials de les dones i homes que amb les seves actuacions i relacions donen vida plural a cada municipi, les tradicions i les activitats quotidianes: econòmiques, culturals, socials, polítiques... i els projectes de futur.

2 Han d'informar d'una manera veraç, plural i transparent

Han de donar compte de la gestió que fa l'equip de govern mostrant les diferents sensibilitats polítiques que s'han expressat a les urnes. A través de la crònica periodística del ple municipal, han d'explicar les diferents propostes d'actuació i reflectir els punts de vista dels diferents grups polítics representats i les votacions emeses.

3 Han de ser un referent informatiu per a la ciutadania

Els professionals responsables dels mitjans de comunicació local de titularitat pública han de poder consolidar-los d'acord amb les característiques de cada municipi i amb una periodicitat regular (diària, setmanal, quinzenal o mensual). Han d'oferir alternatives informatives plurals davant la resta de mitjans locals, autonòmics o nacionals. No han d'estar supeditats als canvis que es produeixen als equips de govern o cada vegada que se celebren eleccions. En períodes electorals, han de ser un vehicle comunicatiu clarificador de les diferents opcions polítiques.

4 Han de fomentar el debat públic per a la participació democràtica

Els mitjans de comunicació escrits han de donar un tractament periodístic professional a les informacions i han d'inserir espais d'opinió dels càrrecs electes, dels grups polítics, de tècnics especialitzats, de representants de les organitzacions de la societat civil i de les persones que hi vulguin intervenir. L'editorial ha de reflectir l'opinió de la publicació i no ha d'estar signat per l'alcalde o alcaldessa. En els mitjans audiovisuals s'ha de fomentar tertúlies i programes de debat plurals. A través d'Internet, s'han de promoure consultes populars, fòrums, etc., a més d'oferir solucions fàcils a problemes concrets i tràmits burocràtics.

5 Han de promoure les activitats de la societat civil i l'associacionisme

Els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de potenciar l'associacionisme i la iniciativa social mitjançant la publicació o difusió de totes les activitats que realitzen les organitzacions de la societat civil, especialment a través de l'agenda d'activitats o d'altres formats informatius.

6 Han d'evitar el partidisme i la manca de professionalitat

Mitjançant un tractament contrastat i al més complet possible de les principals informacions, donant veu als diferents protagonistes, retent comptes de la gestió realitzada i fomentant la participació ciutadana. Els mitjans no es poden utilitzar com a eina de propaganda política del partit o la coalició que deté el poder.

7 Han de despertar l'interès de la ciutadania

Mitjançant la utilització d'un llenguatge clar, precís, respectuós amb la diversitat d'homes i dones de les diverses procedències i condicions socials que donen vida al municipi, a l'abast del gran públic, amb titulars entenedors i atractius. Han de generar procediments que afavoreixin la identificació i la implicació de la ciutadania en la informació i la participació democràtica.

8 Han d'estar dotats dels recursos humans i tècnics necessaris

Han de tenir professionals que rebuin una remuneració adient a les tasques que realitzen i que disposin dels recursos tècnics necessaris, sempre respectant el codi deontològic que regeix la professió periodística.

9 Han de funcionar a través d'òrgans de gestió participatius

Els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de funcionar amb estructures organitzatives –consells editorials o consells d'administració– que garanteixin la professionalitat de les persones que hi treballen i la participació del conjunt del consistori, de les organitzacions de la societat civil i de la ciutadania local.

10 S'han de gestionar ajustant-se a les possibilitats econòmiques de cada municipi

Les institucions o organismes públics que gestionin els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de dissenyar plans municipals de comunicació a partir d'un diagnòstic i una anàlisi de la situació comunicacional local i han de definir els objectius que s'han d'assolir establint els recursos humans i tècnics i les dotacions econòmiques necessàries, sempre d'acord amb les possibilitats i necessitats de cada municipi.