

MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL Y DEMOCRACIA EN CATALUÑA: ESTUDIOS, PROPUESTAS E INNOVACIONES

*Pedro Molina Rodríguez-Navas
Universidad Autónoma de Barcelona (España)*

Introducción

La comunicación local tiene una gran importancia en Cataluña, tanto por su implantación generalizada en el territorio como por la magnitud de los indicadores cuantitativos y por las funciones que cumple. Se trata de un fenómeno muy característico del país y singular en su contexto, enraizado e imbricado con los medios comarcales, de gran tradición histórica. Guillaumet (1983) define la prensa comarcal como “la modalidad de prensa local propia de Cataluña” [1] (Guillaumet, 1983:17), que ha servido como herramienta para la expresión de todo tipo de movimientos y que abarca diarios, periódicos y revistas locales, comarcales e incluso intercomarcales, incluyendo medios privados, públicos y los editados por entidades sociales. Otros autores prefieren hablar de comunicación local o también de comunicación de proximidad, teniendo en cuenta en este caso todo tipo de medios de alcance, tanto local como supralocal o comarcal, pero considerándola siempre un elemento esencial de vertebración del país (Costa, Ll., 2009).

El *Mapa Interactivo de Medios de Comunicación de Ámbito Catalán* (<http://www.labcompublica.info>), una de las herramientas innovadoras a las que nos referiremos más adelante, muestra esta complejidad a través de una infografía en que sobre el mapa de Cataluña se ofrece información de los medios en cada comarca (41) y municipio. Se aprecia así el gran dinamismo del sector, ya que se contabilizan 1.114 publicaciones en papel, 282 radios, 84 televisiones y 1.127 webs [2] en un territorio con 947 municipios. A la vez, puede verse como se distribuyen en el espacio con más que notable uniformidad, aunque, evidentemente, los grandes núcleos de población (como Barcelona y su área metropolitana) reúnen los medios de mayor difusión y tienen una concentración de producción también mayor. Este hecho resulta bastante insólito dada la reducida extensión de cada una de las comarcas y los bajos índices de densidad de población que se dan en algunas.

Lo que nos proponemos en este texto es ver hasta qué punto esta parte sustancial del sistema de comunicación catalán ha contribuido al desarrollo de la democracia desde el fin de la dictadura (con la desaparición del dictador en 1975) y cuál es la situación actual, atendiendo especialmente a las propuestas innovadoras que se hacen desde la investigación para subsanar las deficiencias que se detectan o para procurar mejoras aprovechando las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales en red.

Presentamos una primera parte en que nos aproximamos al tema desde los trabajos académicos precedentes para describir a continuación las recomendaciones y propuestas innovadoras con que se está experimentando. Finalmente, en las conclusiones reflexionamos en torno al modelo de comunicación local catalán con relación al desarrollo de nuevas formas de democracia participativa.

La transición democrática y la democracia partidista

La transición democrática conllevó la recuperación de las instituciones de gobierno de Cataluña y la centralidad de la preocupación por la identidad cultural y el uso de la lengua catalana. Tras la desaparición del dictador, los medios locales ejercieron un papel esencial en este ámbito, aunque buena parte de la prensa municipal también se editaba en catalán y castellano, especialmente en las localidades con una presencia importante de población llegada desde otros lugares de España en las décadas de las migraciones campo-ciudad. Algunos autores consideraron que editando una publicación *bilingüe* “No se considera y por tanto se rechaza la capacidad de integración lingüística como paso previo a la asimilación social en el tejido humano, cultural, etcétera, catalán” (Figueres, 1983:6), aunque sin oponerse totalmente a la publicación de algunos textos en castellano en los lugares con gran densidad de población castellanoparlante, considerando este un paso hacia la “plena catalanización” (Figueres, 1983:7). En cambio, Guillamet opina en el mismo momento que aunque no se diera una catalanización absoluta de la prensa la situación “se puede considerar ya de normalización” dada la composición social del país (Guillamet, 1983:227). Es esta una cuestión que no ha dejado de debatirse y que se actualizó con las nuevas migraciones del siglo XXI, llegadas desde todos los continentes, que modificaron radicalmente el mapa lingüístico y cultural. Se replanteó en el marco de la aparición de nuevos medios dirigidos a las diferentes comunidades nacionales o lingüísticas, originando de nuevo reflexiones en torno al papel de los medios de proximidad y la lengua catalana como vehículos de integración capaces de dar voz a la diversidad (Guimerà, 2004). Lluís Costa (2009:24-25) emplaza a los medios a defender la interculturalidad y a “definir la identidad de los productos como reclamo y como manera de propiciar la participación en régimen de igualdad en el contexto global” para actuar a favor de la cohesión y revitalizando la sociedad local sin que esto implique la destrucción de la identidad autóctona, ya que la reafirmación de la propia cultura se ha de dar en la interrelación entre el mundo y lo local. A pesar de todo, los intereses comerciales de los medios audiovisuales, les llevan a decantarse por el uso de una u otra lengua para captar audiencia (Guimerà, 2009:23), evidenciando que los hábitos de consumo de la población dependen de múltiples factores y que hay preferencias enraizadas en la población en cuanto a la disposición lingüística.

Pero en los primeros años de la transición hacia la democracia no fue esta la única preocupación que impulsó la aparición de nuevos medios locales. Se liberaron los contenidos informativos y la creación de medios, lo que permitió el acceso a los grupos políticos y sociales que hasta entonces habían sido marginados (Guillamet, 1983:157), aunque los partidos políticos no crearon medios propios ni evitaron la privatización de los periódicos oficiales locales de la dictadura. En cambio, sí dieron soporte “de manera unitaria, en unos casos, o más interesada en otros, a la creación de nuevas publicaciones” (Guillamet, 1983:162-163). En la introducción de Amparo Moreno Sardà al informe *Las corporaciones locales y la información pública (1979-2001)* (Moreno Sardà y Corcoy, 2001) se destaca que tras una larga dictadura los partidos políticos democráticos compartían objetivos comunes, lo que facilitaba la realización de reformas urbanísticas y de mejoras sociales, así como la gestación de gabinetes de prensa y medios municipales, especialmente boletines, cuya misión era informar y también impulsar la participación política.

Como conclusión de las *Jornadas de Información y Comunicación Municipal* de ámbito estatal, celebradas en 1980, a las que asistieron políticos, técnicos municipales y especialistas en

comunicación, se elaboraron unas reflexiones en las que podemos leer los buenos propósitos que alumbraron aquellos comienzos.

La transparencia informativa en un municipio consiste en una comunicación permanente entre administrados y el ayuntamiento.

Este derecho de la población, reconocido en la Constitución, coincide con la voluntad política de los ayuntamientos democráticos.

Los diferentes municipios reunidos en estas Primeras Jornadas de Información y Comunicación Municipal creemos que, a pesar de un año y medio de gestión democrática, no se ha incidido con la fuerza suficiente en el terreno de la comunicación ciudadana.

Nuestra reflexión nos lleva a invitar a todos los ayuntamientos a que formen un “área de información y comunicación” conformada por un concejal miembro de la corporación. Esta área deberá asegurar y canalizar toda la información y comunicación de las diferentes áreas de actividad que componen el municipio, en estrecha colaboración con las mismas y dando una imagen global del Ayuntamiento (CEUMT, 1980:8).

A continuación, en el mismo documento, se detallan los recursos que se precisan y las tareas necesarias para cumplir con esa finalidad, entre las que se encuentran la realización de boletines, la producción de medios audiovisuales (entre los que no se cita la televisión, pero sí el video, el cine y la radio) la presencia de un centro de documentación o la “recogida de información de los vecinos”. Por tanto, se consideró la importancia de informar sobre la gestión municipal para un correcto funcionamiento de la democracia y, a la vez, se percibió la necesidad de contar con la participación de la ciudadanía y de disponer de bancos de información sobre los que construir las informaciones. A esas mismas jornadas Josep M. Soria, jefe de prensa del Ayuntamiento de Barcelona, aportó en su intervención los consejos que se habían elaborado en la *Constitución del Comité Mundial de Periodistas de Información Local* en el marco de la *II Conferencia Mundial Intermunicipal* (Fez, Marruecos, diciembre de 1979). Dichos consejos aluden a la necesidad de una información “ascendente/descendente” entre ciudadanos y políticos y a la constatación de la necesidad de comunicar los documentos públicos que fundamentan y explican las decisiones políticas, así como su presentación de forma accesible y adaptada a las diferentes situaciones socioculturales (Soria, 1980:14).

Paralelamente, el colectivo profesional celebraba las *Primeras Jornadas de Periodistas Jefes de Gabinetes Municipales de Medios de Comunicación* (Hospitalet de Llobregat, julio de 1980 y Manresa, noviembre 1980, en las que se constató la desatención de algunos medios generalistas por los asuntos locales: la prensa –principalmente interesada por los “conflictos internos en el seno de los Ayuntamientos progresistas” (Negre, 1980:10)– o la televisión estatal, lo que lleva a Jordi Negre a posicionarse a favor de un canal de televisión para Cataluña, entonces inexistente, con la esperanza de que así se preste atención a los asuntos particulares de los diferentes territorios. En cambio, considera la radio un medio accesible y valora especialmente las emisoras municipales, “el primer y

más importante medio de comunicación municipal”, por encima de los boletines impresos, indicando que se ha de “procurar” que la programación cubra de forma objetiva la actualidad local, informe de forma transparente sobre el gobierno y las actuaciones municipales, de acceso a entidades y asociaciones e incida en el “hecho cultural” y la normalización de la lengua catalana. Todo ello, a pesar de las limitaciones en las concesiones de autorizaciones de emisión que le llevan incluso a recomendar “emitir sin necesidad de autorización pues el Gobierno no puede conculcar los derechos constitucionales” (Negre, 1980:12).

El periodista Josep María Huertas Clavería, recordando que las primeras elecciones municipales democráticas eran todavía recientes (abril 1979), hizo unas interesantes reflexiones, que vale la pena reproducir.

Conclusión evidente a priori, pero que conviene remachar, es pues que a la derecha – hoy rebautizada como centro o partido interclasista– no le va la información, prefiere oscuridad y manos quietas a luz y taquígrafos. Entre otras razones porque parte de sus elementos activos a nivel municipal provienen de antiguos consistorios franquistas, tras el correspondiente lavado democrático.

Otra conclusión, más delicada, pero que se puede también avanzar, es la de que a la izquierda la información le va por principios pero la teme en la práctica concreta, de cada día (Huertas, 1980:15).

En descargo del colectivo político, el autor admite que las infraestructuras originarias eran muy precarias, que los nuevos gobiernos eran inexpertos y la falta de recursos económicos de los ayuntamientos. Huertas emplaza a la creación de gabinetes de información que han de suministrar una información no sectaria “lo que en modo alguno significa que debe ser aséptica” e incide en el tema común de la transparencia informativa con una elegante metáfora: “la casa de todos tiene el tejado y las paredes de vidrio”. Contradictoriamente, afirma que los gabinetes deben “consolidar” las cualidades del alcalde y ejemplifica la independencia que deben tener con asuntos que no afectan a los contenidos, como el tamaño de un boletín, el estilo, el género periodístico, etcétera, ya que asume la “supervisión política del gabinete de prensa” (Huertas, 1980:17).

Como vemos, el momento en que realizaron las primeras *Jornadas de Información y Comunicación Municipal* resultó ser clave, ya que casi dos años antes se habían constituido los primeros ayuntamientos democráticos tras el franquismo. Por tanto, tiempo de grandes expectativas que impulsaban a hacer propuestas pero contando ya con una experiencia de gobierno que había permitido determinar los problemas existentes, tanto desde el punto de vista político como profesional, las carencias a subsanar y las aspiraciones de los diferentes colectivos. Manuel Campo Vidal reflexionó sobre esas circunstancias aportando una visión nueva al entender que información municipal es un “elemento de formación del ciudadano” y que la prensa escrita tiene un papel fundamental en esa función ya que “fija opinión” (Campo Vidal, 1980:20) y a la vez que se muestra crítico con los boletines municipales que se publican (por burocratismo, triunfalismo o pesimismo, proselitismo, etc.) anota algunos grandes ejemplos, como el de un ayuntamiento que explicaba los

presupuestos municipales utilizando cómics. También resulta muy interesante que en ese momento hable ya de “democracia participativa” o que aborde la tipología de boletín o medio de comunicación necesario para cada municipio atendiendo a cuestiones tales como las tasas de analfabetismo o post-analfabetismo locales o las tasas de desempleo, considerando que la publicación puede poner en contacto a empresas y trabajadores en paro. Aunque, finalmente, se muestra favorable a la existencia en cada localidad de prensa independiente que incluya la información municipal en sus páginas (Campo Vidal, 1980:21-22-23).

En esos primeros años de democracia, la necesidad de participación política y social de la ciudadanía, hizo aparecer multitud de publicaciones vecinales, políticas y sociales que posteriormente se fueron diluyendo y abriendo paso a las iniciativas empresariales e institucionales (Costa, Ll., 2009). Cabe destacar también la importancia de las publicaciones en los barrios de Barcelona ya durante la década de los 70, en su mayoría impulsadas por asociaciones de vecinos pero que también partieron de iniciativas empresariales, de entidades culturales, de comerciantes, movimientos alternativos, etcétera, registrándose 121 revistas en el año 2001 (Maristany y Musons, 2002:151). Se generarán también emisoras de radio y, desde finales de la década de los 80, televisiones y entidades como la *Asociación para la Promoción de los Medios de Comunicación Local del Distrito Sants-Montjuïc* que además de promover diferentes medios impartirá formación en comunicación local (Maristany y Musons, 2002:102-103).

La primera televisión local de Cataluña fue *R.T.V. Cardedeu*, que comenzó sus emisiones en 1980, impulsada y gestionada por una asociación cuya propuesta fue “elevar el nivel cultural de los ciudadanos”, avanzar en la “integración colectiva” y apoyar el establecimiento de medios de comunicación en la población (Garriga, 1981:14). A esta televisión pionera la fueron acompañando otras iniciativas, hasta la reciente implantación de la TDT, que no ha respondido ni mucho menos a las expectativas, ya que de los 37 programas reservados a entes públicos tan solo 12 emitían en el momento inicial (2010) y con pocas esperanzas respecto de la ampliación de este número, mientras que en el año 2006 se contabilizaban 54 televisiones analógicas municipales. La situación se puede calificar de “crítica” (Guimerà y Alborch, 2011), a la espera de comprobar si las posibilidades de emisión por internet potencian nuevas iniciativas.

En cuanto a la radio (Costa, Ll., 2009), las llamadas radios libres y radios piratas inician ya sus emisiones a finales de la década de los 70, muchas veces sin ninguna autorización, pero amparadas en un contexto social propicio que demandaba información y oportunidades de expresión política y cultural. Aunque las necesidades de financiación fueron llevando a su absorción por las administraciones, aún pueden contabilizarse un centenar de radios que podríamos llamar comunitarias. Por lo que respecta a las municipales, la falta de recursos económicos y humanos hace que muchas veces se provean de los informativos de las cadenas generalistas o que los contenidos exclusivamente musicales ocupen buena parte de la programación. Actualmente, también es relevante el interés generalizado por internet como vehículo para las emisiones.

En 1983, Guillamet habla de la prensa comarcal como “periodismo popular” que pone en relación a periodistas, escritores locales y lectores-protagonistas de las informaciones, y que,

Ofrece un modelo de práctica no profesional del periodismo que es una expresión directa de la realidad cultural y política de las comarcas, fruto tanto de una necesidad de información, comunicación y debate, como de una voluntad colectiva de afirmación, identificación y diferenciación comarcal (Guillamet, 1983:231).

Figueres (1983) señala que la tarea de crear gabinetes de comunicación municipales topó en un inicio con falta de infraestructuras e indefinición en las políticas informativas pero que las administraciones y entidades supramunicipales (Generalitat, diputaciones provinciales, etc.) elaboraron una serie de documentos de ayuda para que los responsables municipales pudieran fijar cada modelo informativo en consonancia a las necesidades municipales. El mismo autor resalta la importancia cualitativa de la prensa local como plataforma informativa para los habitantes de un territorio y como portavoz de los ayuntamientos democráticos que han de explicar su gestión y rendir cuenta de ella. Pero en su investigación aprecia que estos esfuerzos no ocultan otros problemas, advirtiendo que en los boletines municipales se detectan dos supuestos que considera rémoras del franquismo: línea informativa unidireccional (de los ayuntamientos hacia los ciudadanos) y falta de participación de la ciudadanía en la concepción del medio (Figueres, 1983:2). También anota la importancia del fenómeno: de los 170 boletines municipales que se publican en ese momento tan solo 13 comienzan su andadura antes de 1979, el resto nacen en tres años, 1979-80-81, preferentemente en las áreas urbanas con mayor densidad de población e impulsados, también predominantemente, por gobiernos municipales formados por partidos de izquierdas.

La euforia democrática fue dando paso a intereses partidistas relacionados con la consolidación del poder obtenido en las elecciones cuatrienales en que los ciudadanos eligen a sus representantes para dirigir las corporaciones locales, de forma que cuando en 2001, Moreno Sardà y Corcoy estudian los boletines publicados por las administraciones locales, llegan a la misma desoladora conclusión:

... estas organizaciones responsables de gestionar la democracia se han orientado cada vez más a la confrontación por la conquista o perpetuación de zonas de influencia, olvidando a menudo la imprescindible colaboración a que están obligados en aras de la vida colectiva, así como el papel fundamental que las y los ciudadanos desempeñan en un sistema democrático. Y esta dinámica de confrontación e infravaloración de la ciudadanía se ha puesto de manifiesto en los medios de información municipales convencionales, tal como hemos detectado con el análisis de los boletines (Moreno Sardà y Corcoy, 2001: 4).

Años después, Lluís Costa ratifica este diagnóstico, identificando que la prensa local municipal, "... se sitúa en la línea vaporosa que separa la información de la propaganda" y ya sin ambages declarar que, especialmente los boletines de información municipal, han sido utilizados "... como herramienta partidista y, finalmente, como instrumento para potenciar la imagen de los equipos de gobierno y de los alcaldes respectivos" (Costa, Ll., 2009:33).

Como consecuencia del proceso globalizador, las instituciones municipales debieran modificar sus rutinas administrativas y comunicativas para dar respuestas a las nuevas necesidades, pero el estudio de Moreno Sardà y Corcoy (2001) detecta que los nuevos sistemas de comunicación se utilizan en el mismo sentido que los recursos ya tradicionales, como los boletines municipales.

Estas rutinas informativas y políticas se caracterizan por un rasgo común: la relación vertical y unidireccional entre las administraciones y la ciudadanía reducida a la recepción pasiva de las decisiones políticas. Y se han interiorizado con tal fuerza que condicionan la vida política y la información, así como las actuaciones de los equipos de gobierno y de los grupos de oposición, sin que se adviertan diferencias significativas en relación con los distintos partidos que se ocupan del gobierno o se encuentran en la oposición (Moreno Sardà y Corcoy, 2001:3).

Entre los problemas detectados se destacan, además de los ya expuestos, la falta de atención a los órganos establecidos, como los plenos municipales, la deshumanización en el protagonismo de las informaciones en textos e imágenes y el déficit en el tratamiento de los presupuestos municipales. Además, se sugiere la necesidad de potenciar la gestión participativa y la función de fomento del asociacionismo local (Moreno Sardà y Corcoy, 2002).

Si bien esta desviación de los objetivos generales es generalizada, no es menos cierto que hay notables excepciones que dignifican la profesión periodística, así como la política, y que los medios locales cumplen con una parte de las misiones encomendada.

El *Censo de los medios públicos catalanes de comunicación local* destaca en positivo el soporte que las administraciones locales dan a los medios privados locales o comarcales, ya que el 76% de los municipios dan subvenciones o insertan publicidad (Costa, P. O. y Corcoy, 2006:14) y que se utiliza la comunicación como un instrumento de gobierno para conseguir que el público disponga de información sobre la gestión y los proyectos municipales, sirviéndose para ello de:

... todos los instrumentos que tienen a su alcance, las publicaciones externas, los medios propios, noticias en línea, mensajes de móvil, así como otras herramientas más convencionales como folletos, carteles, campañas, exposiciones, mailings, etcétera (Costa, P. O. y Corcoy, 2006:1-2).

Sin embargo, el proceso no ha sido igual en todos los municipios y así mientras algunos son “verdaderos modelos de información, de participación y de democracia local” (Costa, P. O. y Corcoy, 2006:3) esta afirmación no puede generalizarse. En el mismo estudio se destaca sobre las publicaciones escritas que, en general, no disponen de mecanismos de participación y que se da una,

... fuerte concentración de decisiones en manos del responsable político que en un porcentaje importante es la alcaldía. No llegan al 5% los municipios que disponen de Consejo de Administración de sus publicaciones. Un 26% han creado un Consejo de

Redacción y solamente un 7% disponen de un Consejo Asesor, con participación de la sociedad civil y de la ciudadanía (Costa, P. O. y Corcoy, 2006:4).

En el caso de las comunicaciones en línea censan 753 webs municipales, pero solamente 62 disponen de elementos de participación, incluyendo en esa cifra a aquellos que permiten realizar trámites en línea o descargar formularios. En cuanto a la utilización de los medios audiovisuales, un 56,6% de los municipios no transmitían los plenos municipales (Costa, P. O. y Corcoy, 2006). Lluís Costa (2009:75) alude a un estudio comarcal para resaltar la mínima presencia que los grupos políticos de la oposición tienen en las webs municipales, muchas veces reducida a una simple relación de nombres y correos electrónicos y las escasas oportunidades de participación ciudadana que se detectan, reducidas a menudo a una simple opción de sugerencias.

Recientemente, en las conclusiones del *Censo de medios digitales de proximidad en Cataluña*, (Llamero y Domingo, 2010:20), se apunta la realidad de las posibilidades de interacción y participación que se utilizan, en un estudio con una muestra de 160 medios digitales, de los cuales 110 son de ámbito local o comarcal:

Respecto a indicadores clave que nos retratan el grado de seguimiento de las tendencias de consumo de información y de relación con la audiencia, se observa que las redes sociales se están popularizando mucho en el periodismo digital con Facebook y Twitter como las más utilizadas. En cambio, la aportación de contenidos de la audiencia está más limitada y gira básicamente en torno a la posibilidad de añadir comentarios a las piezas informativas.

Las suscripciones RSS son también una herramienta utilizada habitualmente, aunque son los medios nativos digitales los que la facilitan con más notoriedad.

Finalmente, es significativa la poca incidencia de las versiones diseñadas para ser consultadas a través de teléfonos móviles.

En la Presentación del *Libro Blanco de la Prensa Comarcal* (ACPC, 2010), dirigido principalmente a editores ya que se estudia la prensa de pago, Estanis Alcocer indica que durante los últimos quince años (1995-2010) la información distribuida a través de internet, sin coste para el usuario, y el auge de la prensa gratuita ponen en cuestión los productos tradicionales. Sin embargo, y a pesar de la profunda crisis económica, la prensa comarcal y local crece en número de lectores y en el resto de indicadores, por diferentes motivos entre los que se destacan la proximidad y credibilidad que ofrece (ACPC, 2010:6-7). En el primer capítulo, Jaume Guillamet (Guillamet, 2010) apunta con mayor detalle los factores que permiten sortear la crisis y la competencia de los medios gratuitos u otros de mayor alcance territorial, y a los ya aludidos añade algunos que nos interesan porque contribuyen a definir actualmente al medio en democracia, viendo cómo las cuestiones fundamentales no han variado sustancialmente a pesar de los años transcurridos. Así, se presta atención a la función social y cultural que refuerza la relación con los lectores, la función de “identidad de grupo” que de esta forma asigna al periódico local una “representación como portavoz del territorio” o la

identificación de los miembros de la redacción con el proyecto periodístico por formar parte, generalmente, de la comunidad local (Guillamet, 2010:21). A pesar de todo, los autores no dejan de reflexionar en torno a las amenazas que la crisis económica actual ha añadido a la crisis general de la prensa escrita, sugiriendo alguna solución que "... podría permitir retornar a un periodismo de 'servicio público', como revulsivo ante la mercantilización actual de la prensa" (Manzano y Corbella, 2010:137), lo que evidencia de nuevo el sentido perdido de la prensa, en este caso de pago, aunque por motivos en parte diferentes a lo sucedido en las publicaciones municipales, puesto que las cuestiones económicas tienen aquí un peso sustancial.

Propuestas e innovaciones por una democracia participativa

Como hemos visto, existe coincidencia total o parcial en algunos de los diagnósticos de gran importancia en cuanto a la función de los medios en democracia, como en lo relativo a la evidencia de un excesivo control político en los medios municipales y la falta de opciones para la participación ciudadana. El grupo de investigación *Laboratorio de Comunicación Pública* (LCP) de la Universidad Autónoma de Barcelona –dirigido por la Dra. Amparo Moreno Sardà y especializado en comunicación local–, realiza estudios y elabora propuestas para explotar las tecnologías digitales con el objetivo de mejorar la labor periodística, la gestión de la información y la participación ciudadana.

Las tecnologías digitales proporcionan la oportunidad y las herramientas para hacer visibles y restituir a las mujeres y hombres como ciudadanos con derecho y capacidad para participar en la construcción de conocimiento sobre cómo hemos colaborado a hacer la sociedad tal como es hoy, y cómo queremos que sea, y en la evaluación de las políticas públicas (Moreno Sardà, 2009:445).

Desde este presupuesto, el LCP emplaza a los medios a utilizar estas tecnologías para propiciar que la ciudadanía pueda disponer de informaciones y de la posibilidad de hacer contribuciones que desarrollen la democracia participativa. Esto implica tener acceso a la información sobre la gestión local pública y poder hacer aportaciones que clarifiquen si dicha gestión responde a los intereses de los diferentes colectivos y personas para impulsar cambios sociales fundamentados en el conocimiento social (Moreno Sardà, 2009). La idea de participación que así se plantea comporta involucrar a la ciudadanía en la vida política y social del municipio utilizando la comunicación como elemento articulador. La digitalización de los contenidos no es así tan solo una conversión tecnológica, sino que implica su adecuación a las nuevas necesidades sociales.

En los trabajos desarrollados por el LCP se otorga una gran importancia, junto a la función informativa de los medios, a la participación ciudadana, promoviéndose a partir de recomendaciones, prototipos de herramientas digitales y otras actuaciones en el campo de la comunicación local pública. Instrumentos periodísticos para que los profesionales del periodismo elaboren información de calidad para que ciudadanos y ciudadanas puedan seguir y evaluar la acción de los gobiernos locales, brindando la oportunidad de hacer aportaciones que contribuyan a mostrar la compleja pluralidad social interrelacionándola para hacerla comprensible (Moreno Sardà, 2009: 453). Se

recogen así todas las funciones asignadas a la comunicación local como instrumento a favor de la democracia, repensándolas en el nuevo contexto comunicativo y social del siglo XXI, y aportando prototipos de herramientas para cumplir con ese papel.

En el año 2003, el LCP elaboró, con la participación de organizadores y de estudiantes del *Postgrado en Comunicación Local*, el *Decálogo de Buenas Prácticas de Comunicación Local Pública* (2003), con una clara voluntad de incidencia y de contribución democrática. Los puntos del decálogo expresan que los medios de comunicación locales de titularidad municipal deben: actuar como elementos cohesionadores del municipio, informar de una manera veraz, plural y transparente, ser un referente informativo para la ciudadanía, fomentar el debate público para la participación democrática, promover las actividades de la sociedad civil y el asociacionismo, evitar el partidismo y la falta de profesionalidad, despertar el interés de la ciudadanía, estar dotados de los recursos humanos y técnicos necesarios, funcionar a través de órganos de gestión participativos y gestionarse ajustándose a las posibilidades económicas de cada municipio. Estas recomendaciones se dirigen tanto a los profesionales de la información como a los cargos electos, ya que se atiende a cuestiones económicas y de gestión de los medios, pero resulta también de gran interés la voluntad por comprometer a los medios municipales en dar respuesta a intereses ciudadanos y, más aún, porque resulten ser elementos dinamizadores de la ciudadanía y de fomento de la democracia participativa.

También el *Observatorio del Periodismo en Internet* (OPEI) de la Universidad Autónoma de Barcelona publicó unas recomendaciones dirigidas a profesionales del periodismo de proximidad para mejorar la calidad informativa, redactadas como resultado de una investigación sobre las fuentes informativas en que se analizaron medios de pago. Las conclusiones señalaron que se utilizan una cantidad de fuentes suficientes pero que los profesionales deberían depender menos de las fuentes oficiales y nutrirse de una mayor diversidad de fuentes, utilizando colectivos sociales y sus medios de difusión. Especialmente interesante es el punto en que proponen que “Para cada afirmación de una fuente oficial es necesario contraponer una no oficial” (López, 2007:123).

La necesidad profesional de desvelar las propias rutinas de trabajo llevó al LCP a la elaboración de una metodología de análisis, el *Test ADSh*, que permite a los periodistas evaluar la representación de la diversidad humana presente en sus informaciones (Moreno Sardà, Rovetto y Buitrago, 2007). Igualmente, el LCP ha hecho propuestas de herramientas de gestión de la información y la memoria en línea, pensadas para organizar la información de forma que visibilice la pluralidad de memorias presentes en la sociedad local (portal *SocTortosa* <http://www.soctortosa.cat>) y capaces de relacionar la memoria personal con la colectiva utilizando herramientas colaborativas (*Paseos por las redes de comunicación desde...* http://dev-oid.uab.es/geowiki/index.php/P%C3%A0gina_principal). Asimismo, se han hecho propuestas de investigación e intervención social en el mismo sentido (Molina, 2010).

Junto a estos trabajos, el *Mapa Interactivo de Medios de Comunicación de Ámbito Catalán*, al que ya nos hemos referido en la introducción, ha censado todos los medios mostrándolos en una infografía que permite acceder a la información a través de la cartografía. Esta herramienta se diseñó para dar respuesta a la necesidad de organizar la información disponible desde un planteamiento excéntrico que dé relevancia a toda la información sin jerarquizarla, de forma que la importancia no

venga determinada por una mirada que privilegia los centros de poder político y económico, sino que sea el usuario quien la determine en función de sus intereses.

Por último, con el proyecto *Infoparticip@* se desarrollan criterios y herramientas digitales para un periodismo de calidad que posibilita hacer seguimiento y evaluación de la actividad de los gobiernos locales, pudiéndola contrastar con las de otras administraciones y propiciando la participación ciudadana. El proyecto se ha concretado en la elaboración de una herramienta para el seguimiento de la aplicación de la llamada *Ley de Barrios* en el ámbito concreto de la equidad entre mujeres y hombres en el uso del espacio urbano y de los equipamientos, que utiliza coordenadas geográficas y temporales para representar la información de forma accesible y en diversas escalas de dificultad (Moreno Sardà, 2009-b). Todos estos recursos permiten avanzar hacia un nuevo modelo de comunicación.

Finalmente, un prototipo de periodismo digital para la participación ciudadana efectiva ha de incorporar innovaciones gráficas y multimedia para traducir informaciones complejas en explicaciones claras y accesibles a las ciudadanas y a los ciudadanos. Por esto, se utilizarán especialmente recursos infográficos y cartográficos. La infografía puede contribuir también a fomentar la participación ciudadana efectiva por medio de procesos interactivos. Y el Sistema de Información Geográfica (SIG), permitirá localizar datos en el espacio, y organizarlos en capas cronológicas, para hacer un seguimiento sincrónico, y una evaluación histórica de las actuaciones (Moreno Sardà, 2009-a: 457).

Conclusiones

Hemos visto la importancia de la comunicación local en Cataluña, fundamentada en elementos que distinguen positivamente su papel como agente democrático. Entre estos se ha destacado su valor en los procesos de identificación cultural y de cohesión social en un país que ha recibido importantes contingentes de nueva población en diferentes décadas. Igualmente, tras la dictadura, las iniciativas privadas, públicas y sociales han permitido a los diferentes colectivos e intereses sociales disponer de medios de expresión en libertad e instrumentos a través de los cuales las administraciones locales han informado de sus actuaciones. Pero todos estos atributos no han estado exentos de deficiencias, entre las que destacan la excesiva dependencia de los medios municipales de los gobiernos locales, la tendencia progresiva a la uniformidad en las propuestas y la falta de interés real por propiciar la participación de la ciudadanía. A la vez, se hace necesario en la actualidad repensar el papel de la comunicación local, no tan solo por la existencia de las nuevas tecnologías digitales, sino porque los cambios sociales exigen nuevas fórmulas democráticas.

Por su parte, la viva dinámica del sector ha impulsado estudios y ha hecho necesario confeccionar documentos que contribuyen a reorientar las políticas y el trabajo profesional para dirigir los diferentes productos informativos hacia el servicio público y la participación ciudadana. Resulta especialmente importante que la comunicación municipal observe rigurosamente el seguimiento del *Decálogo de Buenas Prácticas de la Comunicación Local Pública*, que debiera ser relanzado para obtener una mayor notoriedad también más allá del ámbito catalán.

Las propuestas innovadoras que hemos estudiado evidencian que es posible aprovechar las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales y en red para contar con herramientas de gestión de la información y el conocimiento personal y colectivo que mejoren el trabajo de los profesionales, útiles también para cargos electos y ciudadanía, generando espacios de participación y de colaboración que conlleven una mejor gestión pública. El desarrollo de la democracia precisa de una comunicación que favorezca el trabajo de las administraciones a favor de todos los colectivos y personas. Esto solamente es posible si los medios que se utilizan para informar son accesibles para cualquier persona, permiten hacer el seguimiento de las actuaciones y favorecen la participación responsable.

Los nuevos movimientos ciudadanos, que utilizan los medios y redes sociales como plataformas para difundir su ideario y actividades, descubren cada día lagunas informativas y dificultades de acceso que les impulsan a crear sus propios canales de difusión. Es por ello necesario generar herramientas que den voz a los diferentes intereses y transparencia a la gestión gubernamental y utilizarlas de la forma adecuada para que puedan cumplir con estas finalidades. Por tanto, los medios locales han de ser gestionados dotando de sentido a las prácticas democráticas e incorporando la diversidad del conocimiento social presente en cada comunidad.

Las innovaciones que se están proponiendo se han originado merced a la importancia que la comunicación local tiene en Cataluña, pero la trascendencia de las propuestas con que se está experimentando les confiere interés general y pueden ser aprovechadas en otros lugares del mundo glocal como modelos a seguir y adecuar.

Notas

[1] Las traducciones de las citas literales, títulos y nombres de entidades o proyectos, cuya lengua original es el catalán son del autor.

[2] Información disponible el 04/07/2011.

[3] El autor es miembro de este grupo de investigación (<http://www.labcompublica.info>).

[4] Ver herramienta en <http://www.infoparticipa.cat/icd>.

Bibliografía

ACPC- Associació Catalana de la Premsa Comarcal (2010). *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal. Premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament*. Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local.

CAMPO VIDAL, M. (1980). "Prensa escrita" (Resumen de la ponencia). *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 32. Noviembre 1980, pp. 20-23.

COSTA, LL. (2009): *La comunicació local*. Barcelona: UOC.

COSTA., P. O., CORCOY, M. y GÓMEZ, P. L. (2006). "Els governs locals i la Comunicació Pública. Cens dels mitjans públics catalans de comunicació local". Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona <<http://www.labcompublica.info/cens.htm>> (04/07/2011).

CEUMT. La revista municipal. Edició Catalunya, 32. Noviembre 1980.

DECÀLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN LOCAL PÚBLICA (2003). <<http://www.labcompublica.info/downloads/decaleg.pdf>> (01/07/2011).

FIGUERES, J.M. (1983). "Els butlletins d'informació municipal, línia per a la informació democràtica". *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 59. Febrero 1983, pp. 2-20.

GARRIGA, T. (1981). "Una tercera vía a la televisión. La experiencia de RTV Cardedeu". *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 35. Febrero 1981, pp. 14-15.

GUILLAMET, J. (2010). "La premsa comarcal o la força de la proximitat" ACPC- Associació Catalana de la Premsa Comarcal. *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal. Premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament*. Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local, pp. 13-22.

GUILLAMET, J. (1983). *La premsa comarcal. Un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

GUIMERÀ I ORTS, J. A. y ALBORCH GIL, F. (2011): "La crisis de la TDT local pública en España: el caso de Cataluña". *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 292-312. <http://www.revistalatinacs.org/11/art/934_UAB/13_Guimera.html> (01/07/2011).

DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-934-292-313 / CrossRef link

GUIMERÀ I ORTS, JOSEP ÀNGEL y OTROS (2009). "La comunicació local a Catalunya Informe 2008". Barcelona: InCom-UAB, Diputació de Barcelona. <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/down/infome_comloc_2008.pdf> (01/07/2011).

GUIMERÀ I ORTS, J. A (2004). "La comunicació local com a escenari de la diversitat cultural: el cas de Catalunya". Barcelona: Forum Universal de les Cultures. <http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/154_guimera.pdf> (01/07/2011).

HUERTAS CLAVERÍA, J.M. (1980). "Las oficinas de prensa y los boletines municipales". *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 32. Noviembre 1980, pp. 15-20.

LÓPEZ, M. (Dir.) (2009). "Les fonts informatives en el periodisme de proximitat". Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència.

LLAMERO, LL. y DOMINGO, D. (2010). "Cens de mitjans digitals de proximitat a Catalunya". Observatori de la Comunicació Local; Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/locals.pdf> (01/07/2011).

MANZANO, C. y CORBELLA, J.M. (2010). "Els reptes de futur de la premsa comarcal i local de Catalunya", ACPC- Associació Catalana de la Premsa Comarcal (2010). *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal. Premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament*. Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local, pp. 121-137.

MAPA INTERACTIU DE MITJANS DE COMUNICACIÓ D'ÀMBIT CATALÀ <<http://www.labcompublica.info>> (01/07/2011).

MARISTANY, G. y MUSONS, A. (2002). *Del desencant a la contrainformació. La premsa de barris a Barcelona. 1976-2001*. Barcelona: Diputació de Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya. Vaixells de Paper, 28.

- MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, P. (2010). "Participación y fuentes de la memoria. Nuevos métodos para nuevos retos". Prisma Social, 5. Fundación IS+D para la Investigación Social Avanzada. <<http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/5/10-participacion-fuentes-memoria.html>> (06/07/2011).
- MORENO SARDÀ, A. (2009-a). "Aportacions del periodisme a una democràcia participativa a l'era digital". FIGUERES, J.M. *Poder polític i resistència periodística. Actes de les Segones Jornades d'Història de la Premsa*. Barcelona: Generalitat de Catalunya; Lexikon, Papers, 4, pp. 445-459. <http://www.labcompública.info/downloads/periodisme_democracia_participativa.pdf> (01/07/2011).
- MORENO SARDÀ, A. (Dir.) (2009-b). *Periodisme per a fer visible la participació de les dones en els projectes de millora de barris subvencionats per la Generalitat de Catalunya*. Bellaterra, Laboratori de Comunicació Pública. <<http://www.infoparticipa.cat/icd>> (01/07/2011).
- MORENO SARDÀ, A., ROVETTO, F., y BUITRAGO, A. (2007): *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria.
- MORENO SARDÀ, A. y CORCOY, M. (2002). "Las corporaciones locales y la información pública (1979-2001)". LÓPEZ LITA, R., FERNÁNDEZ BELTRÁN, F. y DURÁN MAÑES, A. (eds.). *La Prensa local y la prensa gratuita*. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I., pp. 371-381.
- MORENO SARDÀ, A. y CORCOY, M. (2001). "Les corporacions locals i la informació pública (1979-2001)". <<http://www.labcompública.info/downloads/corporacionslocals.pdf>> (04/07/2011).
- NEGRE I RIGOL, J. (1980). "Política de comunicación de los Ayuntamientos". *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 32. Noviembre 1980, pp. 9-12.
- SORIA, J.M. (1980). "Prensa y política municipal". *CEUMT. La revista municipal*. Edició Catalunya, 32. Noviembre 1980, pp. 13-15.