

Decálogo de Buenas Prácticas de la Comunicación Pública Local

Decálogo elaborado por el Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona y aprobado por el pleno municipal del Ayuntamiento de Xirivella el 28 de enero de 2016.

El artículo 69 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local establece que "las corporaciones locales facilitarán la más amplia información sobre su actividad y la participación de todos los ciudadanos en la vida local ". El apartado 2 de este artículo indica que "las formas, los medios y los procedimientos de participación que las corporaciones establezcan en el ejercicio de su potestad de autoorganización no pueden en ningún caso disminuir las facultad de decisión que corresponden a los órganos representativos regulados por la ley ".

Así pues, los medios de comunicación locales de titularidad pública -prensa escrita, radio, televisión, webs municipales y ciudadanas- deben respetar los siguientes principios:

1. Deben actuar como elementos cohesionadores del municipio

Tienen que hacer «pueblo» o «ciudad» fomentando la identidad local, dando a conocer sus orígenes, las movibilidades, las diferentes condiciones sociales de las mujeres y hombres que con sus actuaciones y relaciones dan vida plural en cada municipio, las tradiciones y las actividades cotidianas: económicas, culturales, sociales, políticas ... y los proyectos de futuro.

2. Deben informar de manera veraz, plural y transparente

Deben dar cuenta de la gestión que hace el equipo de gobierno mostrando las diferentes sensibilidades políticas que se han expresado en las urnas. A través de la crónica periodística del pleno municipal, deben explicar las diferentes propuestas de actuación y reflejar los puntos de vista de los diferentes grupos políticos representados y las votaciones emitidas.

3. Deben ser un referente informativo para la ciudadanía

Los profesionales responsables de los medios de comunicación local de titularidad pública deben poder consolidarlos de acuerdo con las características de cada municipio y con una periodicidad

regular (diaria, semanal, quincenal o mensual). Deben ofrecer alternativas informativas plurales ante el resto de medios locales, autonómicos o nacionales. No deben estar supeditados a los cambios que se produzcan en los equipos de gobierno o cada vez que se celebran elecciones. En periodos electorales, deben ser un vehículo comunicativo esclarecedor de las diferentes opciones políticas.

4. Deben fomentar el debate público para la participación democrática

Los medios de comunicación escritos deben dar un tratamiento periodístico profesional a las informaciones y deben insertar espacios de opinión de los cargos electos, de los grupos políticos, de técnicos especializados, de representantes de las organizaciones de la sociedad civil y de las personas que quieran intervenir. El editorial debe reflejar la opinión de la publicación y no debe estar firmado por el Alcalde. En los medios audiovisuales se debe fomentar tertulias y programas de debate plurales. A través de Internet, se deben promover consultas populares, foros, etc., además de ofrecer soluciones fáciles a problemas concretos y trámites burocráticos.

5. Deben promover las actividades de la sociedad civil y el asociacionismo

Los medios de comunicación local de titularidad pública deben potenciar el asociacionismo y la iniciativa social mediante la publicación o difusión de todas las actividades que realizan las organizaciones de la sociedad civil, especialmente a través de la agenda de actividades o de otros formatos informativos.

6. Deben evitar el partidismo y la falta de profesionalidad

Mediante un tratamiento contrastado y tan completo como sea posible de las principales informaciones, dando voz a los diferentes protagonistas, rindiendo cuentas de la gestión realizada y fomentando la participación ciudadana. Los medios no se pueden utilizar como herramienta de propaganda política del partido o la coalición que detiene el poder.

7. Deben despertar el interés de la ciudadanía

Mediante la utilización de un lenguaje claro, preciso, respetuoso con la diversidad de hombres y mujeres de las diversas procedencias y condiciones sociales que dan vida al municipio, al alcance del gran público, con titulares comprensibles y atractivos. Deben generar procedimientos que favorezcan la identificación y la implicación de la ciudadanía en la información y la participación democrática.

8. Deben estar dotados de los recursos humanos y técnicos necesarios

Deben tener profesionales que reciben una remuneración adecuada a las tareas que realizan y

que disponen de los recursos técnicos necesarios, siempre respetando el código deontológico que rige la profesión periodística.

9. Deben funcionar a través de órganos de gestión participativos

Los medios de comunicación local de titularidad pública deben funcionar con estructuras organizativas -consejos editoriales o consejos de administración- que garanticen la profesionalidad de las personas que trabajan y la participación del conjunto del consistorio, de las organizaciones de la sociedad civil y de la ciudadanía local.

10. Se deben manejar ajustándose a las posibilidades económicas de cada municipio

Las instituciones u organismos públicos que gestionan los medios de comunicación local de titularidad pública deben diseñar planes municipales de comunicación a partir de un diagnóstico y un análisis de la situación comunicacional local y deben definir los objetivos que deben alcanzarse estableciendo los recursos humanos y técnicos y las dotaciones económicas necesarias, siempre de acuerdo con las posibilidades y necesidades de cada municipio.