

Decálogo de buenas prácticas de la comunicación

Elaborado el año 2003

En 2003 en el marco del Postgrado de **Comunicación Local: Producción y Gestión**, organizado desde el Laboratorio de Comunicación Pública de la UAB y coincidiendo con la conmemoración del 30 aniversario de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se elaboró el Decálogo de Buenas prácticas de la Comunicación Local Pública.

Este documento cuenta también con el apoyo del Colegio de Periodistas de Cataluña, con el objetivo común de mejorar los niveles de rigor, ética y buenas maneras de la profesión.

Los 10 puntos del decálogo

El artículo 154 del Texto refundido de la Ley municipal y de régimen local de Cataluña, regula la función de informar desde las corporaciones locales de la siguiente manera:

Facilitación de información y participación ciudadanas

154.1 Las corporaciones locales facilitarán la más amplia información sobre su actividad y la participación de todos los ciudadanos en la vida local.

154.2 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 facultades de decisión que corresponden a los órganos representativos.

Este mandato legal requiere que los medios de comunicación locales de titularidad pública - prensa escrita, radio, televisión, webs municipales y ciudadanas - respeten los principios siguientes que incluye este decálogo:

1.- Deben actuar como elementos cohesionadores del municipio.

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

2.- Deben informar de una 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 representantes 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 celebren elecciones. En periodos electorales, deben ser vehículo comunicativo clarificador 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. La editorial tiene que 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 lo más completo posible de las principales informaciones dando voces 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 ostenta 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, han de 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 contar con profesionales que reciban una remuneración adecuada a las tareas que realizan y que dispongan 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 gestionar ajustándose a las posibilidades económicas de cada municipio.

Las instituciones u organismos públicos que gestionen 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 a alcanzar estableciendo los recursos humanos y técnicos y las dotaciones económicas necesarias, siempre de acuerdo con las posibilidades y necesidades de cada municipio.

<https://www.mapainfoparticipa.com/index/home/8>