

**Capítulo 10**

**La aplicación de Internet en el  
Gabinete de Comunicación  
Municipal sevillano\* .**

**Dra. M<sup>a</sup> Luisa Cárdenas Rica.**  
Universidad de Sevilla.

---

\* Intervención tenida en el “VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística (SEP)”, celebrado en Sevilla entre los días 7 y 9 de marzo de 2002, cuyo texto original fue presentado como comunicación.

Los Ayuntamientos de la provincia de Sevilla se han sumado a las instituciones que apuestan por las nuevas tecnologías. A las herramientas de las que se sirve el Gabinete de Comunicación, se han incorporado otras fórmulas más novedosas que tiene como soporte Internet. Sus tradicionales instrumentos de comunicación tanto externos, dirigidos a los Medios de Comunicación, ciudadanos y otras instituciones, como internos, destinados al personal político y técnico, adquieren una mayor eficacia.

Los Gabinetes, después de que surgiesen tras las segundas elecciones democráticas (1983-1987), comenzaron a adquirir cada vez más fuerza con el incremento de la demanda de la información municipal. Estas fuentes municipales van a propiciar y fomentar la relación con los Medios Informativos, lo que conlleva a una institución, con pretensiones de transparencia, a romper con el silencio del pasado<sup>1</sup>. El crecimiento de los Medios locales, producido gracias a la citada liberalización del sistema político, especialmente a partir de 1976<sup>2</sup>, y la potenciación de la sección local han posibilitado una mayor penetración de los contenidos generados por los ayuntamientos en las páginas de los periódicos y en los espacios televisivos y radiofónicos provinciales, regionales y nacionales. Esta atención por lo cercano

---

<sup>1</sup> PÉREZ VARELA, Jesús: “La comunicación política en el sistema democrático” en AA. VV.: *La comunicación política*. Ed. Excma. Diputación de Pontevedra, Pontevedra, 1996, págs. 72-73.

<sup>2</sup> PÉREZ VILARIÑO, José: *Los periódicos frente a las autonomías*. Akal Ed., Madrid, 1984, pág. 8.

---

---

---

## LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

---

es utilizada por el Gabinete que consigue que se publiquen los comunicados que envía. Sus actuaciones también experimentan cambios, en su origen se circunscribían a la relación con los Medios, hoy adquieren una mayor dimensión al incorporar el área de relaciones públicas que permite organizar y marcar una estrategia comunicativa, y la publicitaria. Estos tres campos transforman al antiguo Gabinete de Prensa en un completo Gabinete de Comunicación, cuyos objetivos son más ambiciosos y organizados.

Los pueblos se unen, gracias a las prestaciones que ofrece la red de redes, a la difusión multimedia, revolucionando la información municipal. Desde hace apenas unos dos años, a partir de 2000, los Ayuntamientos sevillanos con un mayor número de habitantes y con más experiencia en el campo de la comunicación la utilizan para la difusión de sus noticias e incluso algunos han incorporado a sus tradicionales servicios una página Web. El diseño de esta última ha sido encargado a empresas externas al ayuntamiento o bien han sido confeccionadas por el equipo informático municipal; mientras que un número reducido de Gabinetes de Comunicación se han dedicado a su contenido. Internet les va a permitir un nuevo uso de las herramientas comunicativas utilizadas, cambiando la relación mantenida con los Medios, conexión que requerirá un menor esfuerzo y adquirirá mayor rapidez y eficacia.

Para esta investigación, se ha tomado como referencia los municipios entre los 24.000 y 100.000 habitantes de la provincia de Sevilla, al objeto de continuar estudios anteriores centrados en el nacimiento y funcionamiento de los Gabinetes. Los pueblos pequeños no poseen un presupuesto suficiente como para financiar este servicio, aunque son cada vez más los que invierten en comunicación. Además, los seleccionados ofrecen datos novedosos que pueden resultar útiles a otras instituciones con similares características. La información que se expondrá a continuación procede de los siguientes municipios Alcalá de Guadaíra (56.743), Camas (25.302), Carmona (25.403), Dos Hermanas (94.591), Écija (37.565), La Rinconada (27.673), Lebrija (24.023), Los Palacios y Villafranca (32.452), Mairena del Aljarafe (33.005), Morón de la Frontera

---

---

(28.207) y Utrera (45.862)<sup>3</sup>. Todos ellos cuentan con Gabinete propio a excepción de Morón de la Frontera que tiene contratados los servicios de una empresa de comunicación. Junto a los datos que arrojan se ofrecerán otras propuestas surgidas del análisis de los mismos.

## WEB MUNICIPAL

Las páginas webs presentan distintos diseños y contenidos dependiendo de las necesidades de cada municipio, en estas líneas se atenderá a las características más generalizadas apreciadas en el estudio, tomándose como ejemplo los referidos Ayuntamientos.

Una de las webs con un mayor número de servicios es la de Écija ([www.ecija.org](http://www.ecija.org)), coincide con el resto en los iconos que ocupan la parte superior, incluye información referente a su Ayuntamiento, la ciudad, turismo, agenda de actuaciones y otros datos de interés general. En el marco izquierdo recoge un sumario vinculado, entre otros, con la TV local, el tablón municipal (aprobación de Plenos), información sobre trámites municipales, modelos oficiales; así como la posibilidad de interactuar con el Ayuntamiento por medio del foro ciudad, chat y buzón de sugerencias, como más abajo se explica; en la parte inferior aparece vínculos con otras webs municipales. En el marco central se encuentran actuaciones recientes gestionadas por la corporación y más abajo información sobre al plan de viviendas, empresas locales, plan de residuos, etc. Mientras que en la parte derecha aparecen los titulares de las noticias de actualidad que han sido remitida previamente a los Medios, así como una consulta que se realiza periódicamente a los vecinos sobre contenidos locales. De estos últimos contenidos se ocupa el jefe de prensa.

La de Dos Hermanas ([www.ayto-doshermanas.es](http://www.ayto-doshermanas.es)) recoge cuatro secciones: corporación municipal, delegaciones, servicios al ciudadano y Gabinete de Comunicación. Esta es la única en la que el Gabinete tiene su

---

<sup>3</sup> Los datos de la población proceden del Instituto de Estadística de Andalucía.

---

---

---

## LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

---

propio espacio, desde las páginas secundarias enlazadas con él se puede acceder a las convocatorias, dossier informativo, notas de prensa, álbum de fotos y acreditaciones de prensa.

Carmona ([www.carmona.org](http://www.carmona.org)) divide su publicación del sitio en la red en tres apartados: la ciudad que comprende información sobre ella, su historia y noticias de actualidad; los ciudadanos con datos sobre la población, sociedad, economía, asociaciones y enlaces; y ayuntamiento que contiene los concejales delegados, hacienda municipal, dependencias, empresas, actas municipales y teléfonos. Además tiene imágenes link que trasladan, entre otros, al saludo del alcalde, fotos del municipio, novedades y la posibilidad de entrar en una base de datos para recibir información municipal de actualidad.

El resto no poseen relevantes novedades. Utrera ([www.utrera.org](http://www.utrera.org)) cuenta con una agenda, datos sobre el municipio, ayuntamiento, Produca (sociedad de desarrollo), cultura, página joven, mujer, plano, anuncios gratuitos, enlaces con otras páginas de organismos que incluye información de la ciudad, seguridad vial, medio ambiente, sugerencias y un mapa de la Web. En Alcalá de Guadaíra ([www.alcalaguadaira.org](http://www.alcalaguadaira.org)) la página da la bienvenida a través de las palabras del alcalde y recoge, entre otras, información del archivo municipal, agencia, bomberos, corporación, cultura, educación, policía local, radio, turismo, urbanismo, correo, datos útiles y otros. La Web de Morón de la Frontera ([www.ayto-moronde lafrontera.org](http://www.ayto-moronde lafrontera.org)) se está renovando, actualmente cuenta con varias que se corresponde con distintas áreas municipales. Están trabajando en unificar la información en una sola página, la actual ofrece datos sobre la localización, turismo, plano, comarca, puntos de interés, contactos y novedades (estos dos últimos enlaces sin contenido).

Como puede observarse, sólo el Gabinete de Prensa de Dos Hermanas dispone de una sección específica en la Web, además su jefa de prensa es la que coordina todos los contenidos y recibe el asesoramiento y apoyo de un técnico informático. En Utrera los responsables del Gabinete actúan de intermediarios

---

---

---

## LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

---

entre el departamento de informática y las distintas concejalías. En el resto de municipios los jefes de prensa sólo se ocupan de las noticias que aparecen.

Los demás Ayuntamientos investigados no cuentan con ella como son Los Palacios y Villafranca, Camas y Lebrija. Mientras que en La Rinconada y Mairena del Aljarafe poseen Web otros organismos municipales, concretamente sus respectivas sociedades de Desarrollo Económico, Soderinsa y Sodefesa, en las que se puede conseguir información municipal genérica.

Las páginas posibilitan la relación con los Medios, localizan las notas de prensa, convocatorias, fotos y vídeos; además de la visualización de la información dirigida a los ciudadanos y la interacción con éstos. En otras secciones se pueden consultar las revistas digitales (internas o externas) y acceder a la Televisión o Radio municipal.

El crecimiento de los Gabinetes, gracias a las nuevas tecnologías, hace que se requiera de un mayor número de personas al frente y a especialistas en informática para sacarles un mayor rendimiento, aunque también es conveniente que el periodista tenga conocimiento de cuáles son las herramientas comunicativas y junto a los técnicos aprovechar mejor los recursos. El incremento del personal y la adquisición de equipos más sofisticados hacen que sólo los ayuntamientos con presupuestos elevados puedan contar con un Gabinete adaptado a los nuevos tiempos, con páginas Webs con actualización diaria.

Existen otras instituciones como la Diputación Provincial ([www.dipusevilla.es](http://www.dipusevilla.es)) que ofrece datos de todos los municipios sevillano referidos a su heráldica, historia monumentos, gastronomía, economía, fiestas, turismo, población, planos y presupuestos. También la Junta de Andalucía publica ([www.iea.junta-andalucia.es/sima](http://www.iea.junta-andalucia.es/sima)) extractos de los principales indicadores estadísticos de todos los municipios de esta Comunidad Autónoma.

---

---

## LA NUEVA NOTA DE PRENSA

Toda información dirigida a los Medios y Agencias de Comunicación es conveniente que se realice por escrito, de este modo se evitan malentendidos y errores de interpretación. Por ello, la nota de prensa es uno de los métodos más utilizados, además de ser uno de los más baratos y cómodos. Los Ayuntamientos tendrán que competir con otros muchos comunicados que mandan cada vez más instituciones, por lo que han de trabajar para que los suyos estén perfectamente redactados<sup>4</sup>.

Gracias a las nuevas tecnologías, las notas son remitidas a los distintos Medios de Comunicación a través de correo electrónico (e-mail). Con esta nueva prestación cibernética, el envío es mucho más rápido porque no se realiza de forma individualizada a cada destinatario sino a todos a la vez. De los Ayuntamientos sevillanos consultados las utilizan el 72,7%. No obstante, el gran avance está en que el profesional que las recibe no tendrá que picar el texto sino que las podrá volcar directamente en la página del periódico. Para garantizar su difusión, el responsable del Gabinete las remite a la sección de Local del Medio para que cualquier periodista tenga acceso, y también lo hace a personas concretas como el redactor jefe y al corresponsal si lo hubiese. Se actúa así por si sucediese que alguno de ellos no abriese ese día el correo, esto puede ocurrir si tenemos en cuenta que los descansos laborales en los Medios son imprevisibles y no siempre coincide con las jornadas festivas, se trabaja todos los días de la semana.

Sin embargo, el 45,4% de los responsables de los Gabinetes consultados siguen utilizando el multifax (permite el envío a todos los Medios a la vez), por considerarlo más cómodo y rápido que el correo electrónico, expresan que a las horas que ellos hacen uso de Internet están colapsadas las líneas y pierden mucho tiempo. En las cifras ofrecidas se encuentran Lebrija y Utrera que utilizan ambos sistemas para asegurar que la información llega a su destino.

---

<sup>4</sup> CASTILLO, J. del, BAYÓN, M., y ARTETA, R.: *La empresa ante los medios de comunicación*. Deusto, Bilbao, 1992, pág. 175.

---

---

En cualquier caso, debe conocerse a qué persona ha de remitirse. Es esencial que trabajen con una lista de distribución actualizada, de modo que sea posible enviar los comunicados sin retraso. Internet permite seleccionar los receptores del correo, se atenderá a la información enviada. Para mantener una lista al día puede contarse con la ayuda de guías, en Andalucía se distribuye gratuitamente la Agenda de la Comunicación que es renovada todos los años<sup>5</sup>.

La nota también se leerá en la página Web del municipio en la sección correspondiente al Gabinete, en el apartado destinado a ellas, así funciona el Ayuntamiento de Dos Hermanas. Podrá consultarse en la base de datos, ésta permite su localización a través de la fecha en la que fue enviada o bien por temas. Esta nota tendrá enlace con la delegación municipal de la que mana su contenido, aquí el periodista obtendrá mayor información si lo requiere. También cuenta con una base de datos similar Carmona, organizada por meses. Écija incluye una sección denominada noticias donde ubica la información municipal más relevante.

La función del Gabinete no terminará con el envío de la nota, sino en su publicación. Por ello hay que redactarla adecuadamente para que la difundan. En éstas suelen aparecer algunos errores como que intervengan muchas plumas, proporcionándole falta de unidad; intentar comprimir los asuntos que trata, especialmente si aborda temas complejos en una sola página; que sean vagas, sosas, aburridas y mal escritas<sup>6</sup>; que el material sea improcedente, se mezcle información con la publicidad o su contenido carezca de interés periodístico.

Según Westphalen consiste en *un texto conciso que informa de una actualidad precisa. Redactado expresamente para la prensa, está destinado a*

---

<sup>5</sup> Vid. AA. VV.: *Agenda de la comunicación de Andalucía*. Ed. Junta de Andalucía, Consejería de la Presidencia (Oficina del Portavoz), Sevilla, 2002.

<sup>6</sup> VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo: "La comunicación institucional" en AA. VV. : *Manual del periodismo*. Ed. Prensa Ibérica, Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Barcelona, 1995, págs. 508-510.

---

---



*ser publicado, sea en parte, sea en su totalidad, en el periódico al que se envía. Al no gozar de garantía de publicación automática y aún menos de difusión in extenso, debe presentar una información inédita y pertinente a fin de que el periodista se sienta incitado a transmitirla a sus lectores*<sup>7</sup>.

Para su diseño, la nueva nota de prensa cuentan con una plantilla<sup>8</sup> fija que tiene la misma composición que la tradicional. Posee el logotipo a la izquierda, para identificar a la institución que la envía con un simple golpe de vista. La fecha a la derecha, aunque el e-mail tiene este dato, de este modo se identifica rápidamente cuándo ha sido enviada y también servirá para que el jefe de gabinete la archive en la base de datos. Valbuena<sup>9</sup> añadirá que también hay que expresar la fecha en la que se desea sea publicada, cuando se trate de comunicados que se reciben con varios días de anticipación, evitando de este modo errores si el acontecimiento se suspende. En este caso, hay que llamar a los Medios que hayan recibido el comunicado e informales sobre el hecho.

Estará encabezada con el indicativo de nota de prensa en mayúscula. Constará de título y antetítulo o subtítulos (ambos opcionales) y la información, seguirá las estructura de la noticia (pirámide invertida). Si sigue las normas de la redacción periodística tendrá más posibilidades de ser publicada sobre todo con el avance que ha supuesto Internet, el periodista no tendrá que volver a rescribirla sino que podrá volcarla en el espacio destinado para ella en el periódico, esto conlleva un ahorro de tiempo.

Ha de escribirse dejando márgenes amplios a cada lado a fin que el periodista tenga sitio para hacer anotaciones una vez impresa, si lo requiere. En cuanto a las dimensiones no deben ocupar más de una página, si el asunto es de tal importancia que precisa más de una, indíquese 1/2 al final de la primera y

---

<sup>7</sup> WESTPHALEN, M. H., y PIÑUEL, J. L.: *La dirección de comunicación: Prácticas profesionales, diccionario técnico*. Ed. Prado, Madrid, 1993, pág. 594.

<sup>8</sup> AA. VV.: *Diseño de páginas Web*. Ed. Anaya Multimedia. Madrid, 2001, pág. 208.

<sup>9</sup> VALBUENA DE LA FUENTE, F.: *op. cit.*, pág. 509.

---

---

---

## LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

---

2/2 en la segunda. Cuando el comunicado tiene que ser obligatoriamente largo, comprimir lo esencial en una página y añadir un dossier al final del comunicado, en el que figuren todos los detalles, aunque ocupe varias hojas. Los caracteres tendrán como mínimo 10 puntos para que sean legibles.

Es necesario mostrar el nombre, número de teléfono y dirección del correo electrónico de la persona del Gabinete de Prensa Municipal con la que puede contactar el periodista si precisa ampliar o aclarar la información.

Las notas tendrán que llegar con tiempo suficiente para que puedan ser incluidas sin apuros en la próxima edición del periódico o en los informativos de Radio o Televisión, para que no pierdan actualidad.

### RECURSOS MULTIMEDIA

Los comunicados se pueden acompañar con fotos, dependiendo de la importancia de la información que remita el ayuntamiento y la repercusión que el Gabinete quiera que tengan. Las imágenes harán que la información municipal adquiera un mayor protagonismo en la página de un periódico. No es habitual que los Medios impresos envíen a fotógrafos a los municipios de la provincia, por ello agradecerán que el ayuntamiento se la mande. Tan sólo cubrirán la noticia si se trata de una información relevante que trascienda el interés a nivel regional o local.

Todos los Gabinetes consultados resaltan lo beneficioso que ha sido Internet para el envío de fotos. El 81,8%, utilizan las cámaras digitales, con ellas han resuelto el problema que suponía revelar las fotos tras los actos municipales de forma inmediata para que no perdiesen actualidad y posteriormente hacerlas llegar a través de un mensajero. Internet les ha hecho ahorrar tiempo y coste económico.

---

---

---

## LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

---

Mientras que las notas de prensa y las convocatorias aún son enviadas por sistemas tradicionales (45,4%), como se expresaba más arriba, los jefes de prensa, sin embargo, apuestan y alaban las posibilidades que les ha ofrecido la red para poder enviar las fotos de forma inmediata y sin que pierdan calidad.

Las imágenes deben incluir un pie que explique lo que se ve de forma clara, breve y sencilla, y han de nombrar a las personas de izquierda a derecha. Las fotografías conservan bastante valor comunicativo y llaman la atención, por lo que tendrá más posibilidades de que se publique la noticia.

El sistema multimedia también permite la retransmisión de Plenos y otros actos municipales. Anteriormente, los Ayuntamientos enviaban el contenido de los referidos actos en antiguos formatos de vídeo, los remitían a los Medios locales porque son los interesados, los regionales y nacionales suelen grabar con sus propias cámaras. Hoy gracias a las cámaras digitales las imágenes se sirven en la Web municipal y los Medios disponen en cualquier momento de ellas, así actúa Dos Hermanas. Otros Gabinetes como el de Écija permite a través de su página el acceso a algunos programas que emite la TV municipal en directo. El resto no la utilizan.

De este mismo modo se obra con las fotos. En la sección destinada al Gabinete, el Ayuntamiento de Dos Hermanas posee una galería de imágenes de los distintos actos, esta página es muy visitada por los vecinos porque suele aparecer fotografiados, los periódicos también se sirven de ellas. En Carmona junto a las notas de prensa almacenadas en la base de datos aparecen también en alguna de ellas la foto correspondiente.

Otra de las posibilidades que permite la red es la interacción con los periodistas. Dos Hermanas responde a través del correo electrónico a sus preguntas y les remite la documentación que solicitan. Además no sólo atienden a los Medios convencionales, la demanda crece, los Gabinetes reciben peticiones de nuevos Medios digitales y además de portales que han nacido en el ámbito provincial y contienen información municipal.

---

---

## RUEDA DE PRENSA INTERACTIVA

Las ruedas de prensa no han experimentado cambios en su celebración, pese a las posibilidades que también les brinda la red. A través de la webcam los periodistas podrían visualizar y contactar en directo con los dirigentes municipales sin que tuviesen que desplazarse al consistorio, siempre que el Medio también contase con este sistema. Sin embargo, los municipios argumentan que no es necesarios este servicio, al menos por el momento. A ellas acuden los colaboradores de los Medios ubicados en la zona y los locales, por lo que no les supone ningún esfuerzo asistir a la cita informativa, llegando a organizar varias a la semana como es el caso de Dos Hermanas o Alcalá de Guadaíra<sup>10</sup>. En municipios donde no cuentan con estos corresponsales, porque el número de habitantes es menor o tengan una escasa oferta informativa diaria, también las ruedas de prensa son restringidas, sólo se realizan en ocasiones puntuales, para actuaciones relevantes que despierten el interés de los Medios. De este modo, se sigue la principal norma dada para su celebración, sólo deben convocarse cuando sean realmente necesaria. Nadie quiere que se le haga perder el tiempo y menos aún los periodistas que siempre se quejan de su falta<sup>11</sup>. No hay que convocarlas para dar un documento, sino cuando el tema tenga suficiente interés para los periodistas asistentes y les permita formular preguntas.

El horario aconsejado por los distintos autores consultados sitúan la hora de celebración hacia el mediodía. Se desechan las primeras horas de la mañana porque los periodistas no son madrugadores, suelen terminar tarde su trabajo (sobre todo en los periódicos), tampoco son recomendables las últimas horas de la tarde, cuando se acerca el momento del cierre; mientras que para la

---

<sup>10</sup> CÁRDENAS RICA, M<sup>a</sup> Luisa: *Gabinetes de prensa municipales en la provincia de Sevilla. la información como servicio local*. Diputación provincial de Sevilla, 2000, págs. 175-176.

<sup>11</sup> CASTILLO, J. del, BAYÓN, M., y ARTETA, R.: op. cit, pág. 177.

---

---

Televisión y la Radio es preciso tener en cuenta el horario de los informativos. Se sugiere entre las 11.00 y 13.00 horas.

El Gabinete tiene que confeccionar una lista de los profesionales que han venido, de forma que se sepa quién está en el auditorio y se pueda controlar la efectividad de la convocatoria. También se realiza para saber a qué Medios hay que mandar el dossier y la nota sobre lo expresado en la rueda de prensa. No obstante, algunos jefes de prensa se niegan a esto último, por un lado, porque consideran que el profesional que no asiste es que no le interesa y, por otro, por respeto a los que han hecho el esfuerzo de acudir a la cita. Sin embargo, otros teóricos expresan que nunca se sabe si no lo han hecho por falta de interés o de tiempo. Según Fernando Martín, *pasados unos 15 ó 20 minutos del comienzo, se procederá a enviar por fax, a los medios que no hayan podido asistir, la Nota y el Dossier, (...) si es demasiado voluminoso, se les remitirá por mensajero*<sup>12</sup>.

### 3.1. CONVOCATORIA

La convocatoria experimenta los mismos cambios que la nota de prensa. Al igual que ésta dispondrán de un espacio en la sección dedicada al Gabinete dentro de la Web municipal. También es confeccionada con una plantilla encabezada con el término convocatoria para que se identifique y contendrá el logotipo. Se indicará cuál es la razón para celebrarla de forma breve y los nombres de los oradores (si es posible). Hay que informar claramente sobre el lugar, la fecha y la hora, y rechazar de forma amable los ruegos de información adicional.

Cuando el Gabinete estime necesaria su realización, deberá planificar todos los detalles. Citará de 4 a 8 días de antelación a los Medios, sin discriminar a ninguno, salvo que se trate de un tema muy específico dirigido a

---

<sup>12</sup> MARTÍN MARTÍN, Fernando: *Comunicación en Empresas e Instituciones. De la Consultora a la Dirección de Comunicación*. Ed. Universidad de Salamanca, Salamanca, 1995, pág. 88.

---

---

Prensa especializada. El mismo día de la celebración confirmará la asistencia telefónicamente, esto sirve de recordatorio y control.

Contará con las ventajas que le permite la red y que anteriormente se citaban, será remitida al unísono a los distintos responsables de los Medios a través de correo electrónico, enviándose por triplicado a diferentes remitentes como se explicaba previamente. Así suelen hacerlo 72,7% de los Ayuntamientos sevillanos consultados.

### 3.2. DOSSIER INFORMATIVO

El dossier informativo o de prensa es un elemento básico para cualquier rueda de prensa o acto institucional, así como complemento de un comunicado municipal. En él se combina la información escrita con otros aportes documentales tales como gráficos o fotos, dando a los periodistas todos los elementos necesarios para elaborar la noticia, sin que haya lugar a errores. El dossier se suele entregar en mano en las ruedas de prensa y en los actos protocolarios que lo requieran. Ayuntamientos como Lebrija o Dos Hermanas también los utilizan cuando los Medios les solicitan información más detallada sobre un tema municipal, los envían por e-mail.

Se ha de cuidar la presentación y los contenidos. Su estructura, según Westphalen<sup>13</sup>, ha de ser: a) una portada con un título orientador del tema, junto al logotipo de la institución para que sea identificable, este último aparecerá en todas sus páginas; b) un sumario con los contenidos; c) un comunicado de apertura; d) una serie de artículos que permitan profundizar sobre el tema; e) documentos diversos: resúmenes, bibliografía, ilustraciones, estadística. Cuando es presentado en una rueda de prensa: a) una portada; b) programa previsto; c)

---

<sup>13</sup> WESTPHALEN, M. H., y PIÑUEL, J. L.: op. cit., págs. 603-604.

---

---

lista de personas que intervienen; d) texto íntegro o resumen de las intervenciones; e) papel blanco para tomar notas<sup>14</sup>.

## SEGUIMIENTO INFORMATIVO

Los jefes de prensa de los Ayuntamientos consultados realizan el seguimiento diario de las noticias aparecidas en los Medios, será la única forma de controlar y evaluar el resultado de su trabajo. La recopilación y el archivo de las informaciones se continúan haciendo como siempre: fotocopian la noticia íntegra, indican la fecha de su aparición y el Medio de Comunicación que se ha hecho eco de ella.

Con los recortes que se recopilan se elabora una revista de prensa en la que se presenta las noticias ordenadas obedeciendo bien a su cronología, al Medio en la que es recogida, por temas, etc. Para su localización ha de contener un índice que permita encontrarlas rápidamente.

Sólo el Ayuntamiento de Écija está trabajando en presentar en su página Web las noticias publicada en los periódicos que contengan información del municipio. En la publicación de su sitio en la red aparece bajo el título de hemeroteca, aunque en el momento en que se realizaba esta investigación no estaba operativa. El resto de las instituciones locales utilizan el antiguo procedimiento de fotocopiar aquella información que interesa a políticos y técnicos relevantes y se encuaderna un ejemplar para casa interesado, además no tienen intención de renovarlo.

## MEDIOS MUNICIPALES DIGITALES

Los Ayuntamientos no sólo contactan con los Medios de Comunicación para que difundan la información municipal sino que además cuentan con los

---

<sup>14</sup> CÁRDENAS RICA, M<sup>a</sup> L.: op. cit., pág.115.

---

---

suyos propios. Las primeras en nacer fueron las revistas, lo hicieron tras las primeras elecciones democráticas (1979). Son muy accesibles, gratuitas y de distribución controlada por el Gobierno local<sup>15</sup>. Los contenidos como expresa Rosa Cal *terminan siendo un perfecto ejemplar de propaganda propia*<sup>16</sup>.

Éstas aún son elaboradas en papel por el 36,3% de las instituciones investigadas, ninguna de ellas las han transformado en periódico digital. No obstante, existen publicaciones municipales de contenidos culturales y deportivos que tienen su espacio en Internet pero son redactadas por otros departamentos y no por el Gabinete de Comunicación.

También con la democracia proliferaron las Televisiones y Radios municipales, muy pocos de los pueblos consultados cuentan con sus servicios, y sólo algunos programas de la TV de Écija se ven en directo a través de la red. Los jefes de prensa no descartan que en un futuro no muy lejano los Medios municipales también puedan leerse, escucharse y verse en Internet.

## INTRANET

Internet no sólo va a facilitar la comunicación con el exterior sino que además permitirá la conexión entre los distintos departamentos municipales. La red local de ordenadores, disponible solamente entre los miembros de una compañía u organización, se denomina Intranet. Ésta será utilizada por las áreas municipales para intercambiar información privada de forma confidencial, también lo hacen con el Gabinete de Comunicación, al que le envían las noticias que generan. Así trabaja el Ayuntamiento de Dos Hermanas, su responsable

---

<sup>15</sup> PICOS FREIRE, José J.: "Estructura de la prensa local en España" en AA. VV.: *Manual del periodismo*. Ed. Prensa Ibérica, Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Barcelona, 1995, pág. 608.

<sup>16</sup> CAL MARTÍNEZ, M<sup>a</sup> Rosa: "Fórmulas nuevas de información local" en AA. VV.: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989, págs. 491-494.

---

---



explica que de este modo se ahorra trabajo y tiempo. Porque las Intranets se utilizan como almacenes de la información de la administración y los funcionarios acuden a los servidores Webs para recabarla, de este modo serán utilizadas como espacios de trabajo bidireccionales, donde los usuarios puedan publicar, compartir, colaborar y administrar documentos en un sólo lugar<sup>17</sup>.

La Diputación provincial de Sevilla también está trabajando en la conexión a través de la Intranet con todos los municipios de la provincia, así se remitiría toda la información a través de esta red interna y se podría fomentar la relación con los Gabinetes de Comunicación, hasta ahora sólo se mantiene para temas puntuales, en actos en los que participan ambas instituciones.

De esta forma ya se comunican en algunas mancomunidades de la provincia que además cuentan con una página Web propia donde informan de los servicios y ofrecen datos de los distintos municipios que la conforman.

## RELACIÓN CON LOS CIUDADANOS

Los Ayuntamientos, al igual que otras instituciones públicas, han cambiado su relación con los ciudadanos al instaurarse la democracia en España. Este sistema va a propiciar el nacimiento de un nuevo modelo de organización burocrática basado en el acercamiento. También con su aparición la Administración se convierte en agente de desarrollo económico y garantiza el progreso social, al sentirse más comprometida con el medio exterior, va a poner en marcha nuevos elementos de apertura, basados en transmitir eficacia y en comunicarse. Porque ésta se hace cada vez más sensible y vulnerable a los

---

<sup>17</sup> CAÑIZARES, Carmen: *Creación de página Web con office 2000*. Ed. Anaya Multimedia, Madrid, 2000, pág. 23.

---

---

juicios de la opinión pública, y lo que busca es revalorizar su imagen conociendo las necesidades de los ciudadanos<sup>18</sup>.

Los Gabinetes, entre otros, se convertirán en los receptores de las demandas de la población e Internet les abrirá nuevas puertas para la interacción. La página Web municipal va a favorecer este diálogo, incorporando la idea de *retorno social*, como explica Villafañe, *la obligación implícita que las empresas tienen de devolver a la sociedad una parte de lo que recibe de ésta*<sup>19</sup>. Lo expresado conduce al término marketing social, en el que se recoge la idea de que la institución satisfaga las necesidades de los ciudadanos, favoreciendo al mismo tiempo sus intereses en cuanto al beneficio que obtendrá su imagen y el correspondiente apoyo que recibirá en las urnas.

Los Ayuntamientos investigados incorporan en la Web municipal servicios que permiten la interacción. Sólo lo harán 36,3%. Écija ofrece distintas alternativas a sus ciudadanos para participar en la gestión municipal, lo pueden hacer a través de un *buzón de sugerencias*, también por medio de lo que denominan *foro de la ciudad*, los vecinos mandan sus respuestas a preguntas que les son formuladas, los datos obtenidos se pueden consultar en la página en *resultado de las encuestas*, para participar en él es necesario dar los datos, evitando así las descalificaciones e insultos que se han recibido, además cuentan con una sección de *chat*. Carmona está elaborando una base de datos para aquellos que quieran recibir en su domicilio información municipal. Utrera realiza preguntas a los ciudadanos para conocer sus inquietudes sobre los temas municipales. Mairena tiene un correo electrónico dirigido al alcalde. El resto de municipios que trabaja en el diseño o renovación de la Web municipal, como Dos Hermanas, Los Palacios y Villafranca y Morón de la Frontera tienen

---

<sup>18</sup> MARTÍNEZ BARGUEÑO, M.: "Información administrativa un derecho constitucional" en AA. VV.: *Informació Institucional. Primeros encuentros*. Ed. Generalitat Valenciana, Valencia, 1985, págs. 17-18.

<sup>19</sup> VILLAFANE, Justo: *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Ed. Pirámide, Madrid, 1999, pág. 296.

---

---

---

## **LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA**

---

previsto incorporar secciones que les permita conocer las inquietudes de sus vecinos.

---

---