

EL TRIOMF DE L'EMISSOR: L'ÚS DE LES FONTS PERIODÍSTIQUES A LA PREMSA GIRONINA (1996-2016)

Jordi Hernández Piferrer

Per citar o enllaçar aquest document:
Para citar o enlazar este documento:
Use this url to cite or link to this publication:
<http://hdl.handle.net/10803/667625>

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



TESI DOCTORAL

“EL TRIOMF DE L’EMISSOR: L’ÚS DE LES FONTS
PERIODÍSTIQUES A LA PREMSA GIRONINA
(1996-2016)”

JORDI HERNÁNDEZ PIFERRER

2019



TESI DOCTORAL

VOLUM I

“EL TRIOMF DE L’EMISSOR: L’ÚS DE LES FONTS
PERIODÍSTIQUES A LA PREMSA GIRONINA
(1996-2016)”

Autor: Jordi Hernández Piferrer

2019

Programa de Doctorat en Ciències Humanes i de la Cultura.

Doctor per la Universitat de Girona.

Director: Dr. Lluís Costa i Fernández

Tutor: Dr. Lluís Costa i Fernández

EL TRIOMF DE L'EMISSOR:
L'ÚS DE LES FONTS
PERIODÍSTIQUES A LA
PREMSA GIRONINA (1996-
2016)

TESI DOCTORAL

Autor: Jordi Hernández Piferrer

Director: Dr. Lluís Costa i Fernández

ÍNDIX

1.	INTRODUCCIÓ:	21
1.1.	OBJECTE D'ESTUDI:	24
1.2.	OBJECTIUS:	28
1.3.	JUSTIFICACIÓ:	30
1.4.	HIPOTESIS I/O PREGUNTES INICIALS:	33
2.	MARC TEÒRIC:	35
2.1.	QÜESTIONS PRELIMINARS:	35
2.2.	EL CONTEXT ACTUAL: LA INFORMACIÓ COM A MERCADERIA.	38
2.3.	LES FONTS D'INFORMACIÓ. DEFINICIÓ:	42
2.3.1.	ATRIBUCIÓ:	46
2.3.2.	LES FONTS: ESSÈNCIA DE L'ACTIVITAT INFORMATIVA:	48
2.3.3.	LES FONTS COM A PARÀMETRE DE LA QUALITAT PERIODÍSTICA:	50
2.3.4.	FONTS I CREDIBILITAT:	52
2.3.5.	TENDÈNCIES ACTUALS EN L'ÚS DE LES FONTS:	55
2.3.6.	EL PODER POLÍTIC COM A FONT:	57
2.3.7.	INSTITUCIONALITZACIÓ DE LES FONTS:	60
2.4.	ELS GABINETS DE COMUNICACIÓ:	63
2.4.1.	QUÈ SÓN ELS GC?:	65
2.4.2.	EVOLUCIÓ DELS GC A ESPANYA I CATALUNYA:	67
2.4.3.	ELS GC EN L'ACTUALITAT:	68
2.4.4.	RELACIONS PÚBLIQUES VERSUS PERIODISME:	70
2.4.5.	GC INSTITUCIONALS:	73
2.4.6.	ELS GC MUNICIPALS:	76
2.4.7.	MECANISMES DE RELACIÓ AMB ELS MITJANS:	80

2.5.	GC ESTUDIATS: ESTRUCTURA I FUNCIONS: -----	82
2.5.1	GIRONA:-----	83
2.5.2.	FIGUERES: -----	85
2.5.3	LLORET DE MAR: -----	87
2.5.4	BLANES:-----	89
2.5.5	OLOT: -----	93
2.5.6.	SALT: -----	93
3.	METODOLOGIA: -----	96
3.1.	REPÀS BIBLIOGRÀFIC: -----	97
3.2.	Anàlisi de Contingut: -----	98
3.3.	Disseny de l'anàlisi de contingut: -----	103
3.3.1.	Unitat d'anàlisi: -----	104
3.3.2.	Unitat de mostreig: -----	106
3.3.3.	Sistema de codificació: -----	109
3.3.4.	Fitxa d'anàlisi: -----	111
3.3.5.	Descripció de les categories:-----	112
3.3.6.	Fitxa de caracterització de les fonts: -----	117
3.3.7.	Creuament de les dades:-----	119
3.3.8.	Interpretació de les dades: la inferència-----	122
4.	RESULTATS DE L'ESTUDI: L'ÚS DE LES FONTS A <i>EI PUNT</i> I EL <i>DdG</i>	
	EN LES INFORMACIONS SOBRE LA GESTIÓ DE LES POBLACIONS	
	MÉS IMPORTANTS DE LA DEMARCACIÓ DE GIRONA: -----	125
4.1.	INTRODUCCIÓ:-----	125
4.2.	Repàs anual de les dades globals recollides: -----	126
4.2.1	ANY 1996:-----	127
4.2.2.	ANY 1997:-----	131
4.2.3.	ANY 1998:-----	136
4.2.4	ANY 1999:-----	140

4.2.5. ANY 2000:-----	145
4.2.6 ANY 2001:-----	149
4.2.7 ANY 2002:-----	153
4.3.8. ANY 2003:-----	155
4.3.9. ANY 2004:-----	159
4.3.10. ANY 2005:-----	163
4.3.11. ANY 2006:-----	166
4.3.12. ANY 2007:-----	169
4.3.13. ANY 2008:-----	173
4. 3.14. ANY 2009:-----	177
4.3.15. ANY 2010:-----	181
4.3.16. ANY 2011:-----	185
4.3.17. ANY 2012:-----	187
4.3.18. ANY 2013:-----	191
4.3.19. ANY 2014:-----	194
4.3.20. ANY 2015:-----	197
4.3.21. ANY 2016:-----	200
5. RESULTATS I DISCUSSIÓ: ANÀLISI COMPARATIVA DE LES DADES -- -----	205
5.1. INTRODUCCIÓ:-----	205
5.2. LES DADES GLOBALS:-----	205
5.2.1 DADES GLOBALS SOBRE LA DISTRIBUCIÓ TERRITORIAL: ---	206
5.2.2 IMPORTÀNCIA DE LES PECES: PORTADA, VOLUM I SIGNATURA. -----	213
5.2.3. NOMBRE DE FONTS:-----	222
5.2.4: Direcció del flux informatiu:-----	243
5.2.5: Origen de la informació:-----	250

5.2.6. Proporcionalitat i Contraposició:-----	283
5.2.7. Tractament de la informació i presència del GCM:-----	311
5.2.8. Atribució i exclusivitat de les fonts primeres:-----	321
5.2.9. Fonts segones i terceres:-----	342
6. CONCLUSIONS:-----	353
7. BIBLIOGRAFIA:-----	366

-Volum II: Resum de les fitxes d'anàlisi.

-Volum III: Resum anual de les fitxes d'anàlisi.

-Volum III: Llibre de Codis de la Tesi Doctoral.

ÍNDIX DE TAULES:

Taula 1: Nombre de fonts utilitzades per cada peça informativa per ciutats.	134
Taula 2: Ciutats representades en les notícies, 1998.....	136
Taula 3: Nombre de fonts utilitzades per elaborar informació en cada ciutat, 1998.....	137
Taula 4: Contraposició informació 1998.....	139
Taula 5: Representació territorial de les notícies analitzades el 1999.....	140
Taula 6: Relació entre origen de les notícies i nombre de fonts utilitzades el 1999.	142
Taula 7: Direcció del flux informatiu, 1999.....	143
Taula 8: Contraposició informacions 1999.	143
Taula 9: Exclusivitat de les fonts, 1999.	144
Taula 10: Representació territorial en les notícies analitzades l'any 2000.	145
Taula 11: Relació entre la ciutat i el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces, any 2000.....	146
Taula 12: Contraposició informació any 2000.	147
Taula 13: Proporcionalitat de les fonts, any 2000.	148
Taula 14: Representació territorial a les notícies analitzades l'any 2001.....	149
Taula 15: Relació entre ciutats i nombre de fonts utilitzades, 2001.	150
Taula 16: Relació entre la ciutat i l'origen de la informació any 2001.....	151
Taula 17: Proporcionalitat de les fonts, any 2001	151
Taula 18: Contraposició de les peces analitzades, any 2001.	152
Taula 19: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2003.....	156
Taula 20: Relació entre ciutat i origen de la informació, 2003.....	158
Taula 21: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2004.....	159
Taula 22: Relació entre ciutat i origen de la informació, 2004.....	161
Taula 23: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2005.....	163
Taula 24: Proporcionalitat de les peces analitzades el 2005.....	165
Taula 25: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2006.....	167
Taula 26: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2007.....	170

Taula 26: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2008.....	174
Taula 27: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2009.....	178
Taula 28: Proporcionalitat de les fonts en les notícies analitzades el 2009.	180
Taula 29: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2010.....	182
Taula 30: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2011.....	185
Taula 31: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2012.....	188
Taula 32: Proporcionalitat de les fonts en les notícies analitzades el 2012.	190
Taula 33: Contraposició de les informacions analitzades el 2012.	190
Taula 34: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2013.....	191
Taula 35: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2014.....	195
Taula 36: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2014.....	197
Taula 37: Distribució territorial de les peces analitzades el 2015.	198
Taula 38: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2016.....	201
Taula 39. Distribució de les peces aparegudes en portada al DdG.	214
Taula 40: Distribució de les peces aparegudes en portada a El Punt.	214
Taula 41: Distribució total de les peces aparegudes en portada.....	214
Taula 42: Distribució del volum de les peces analitzades al DdG.	215
Taula 43: Distribució del volum de les peces analitzades a El Punt.....	215
Taula 44: Distribució global del volum de les peces analitzades.	216
Taula 45: Relació entre el volum de les peces i la signatura.....	217
Taula 46: Distribució de la signatura de les peces analitzades al DdG... 	218
Taula 47: Distribució de la signatura de les peces analitzades a El Punt.	218
Taula 48: Relació entre la signatura de les notícies i les fonts utilitzades.	220
Taula 49: Dades globals del nombre de fonts utilitzades per notícia.....	223
Taula 50: Nombre de fonts utilitzades per peça a El Punt.	224
Taula 51: Nombre de fonts utilitzades per peça a El Punt.	224
Taula 52: Dades globals de la direcció del flux informatiu.....	244
Taula 53: Dades globals de la direcció del flux informatiu a El Punt.	244
Taula 54: Dades globals de la direcció del flux informatiu al DdG. t	245

Taula 55: Relació entre la direcció del flux informatiu i el nombre de fonts.	249
Taula 56: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives.	284
Taula 57: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives a <i>El Punt</i>.	285
Taula 58: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives al <i>DdG</i>.	285
Taula 59: Taula de la relació entre la font informativa i l'exclusivitat a les fonts segones	347

ÍNDIX DE GRÀFIQUES:

Gràfica 1: Nombre de fonts utilitzades en els exemplars analitzats l'any 1996.	128
Gràfica 2: Percentatge d'origen de les informacions, 1996.....	129
Gràfica 3: Percentatge de tipus de fonts primàries utilitzades el 1996. ..	130
Gràfica 4: Percentatge de fonts utilitzades en les notícies analitzades l'any 1997.	132
Gràfica 5: Origen de la informació, 1997.....	133
Gràfica 6: Tipologia de fonts principals usades en les notícies del 1997.	135
Gràfica 7: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 1998.	137
Gràfica 8: Origen de la informació 1998.....	138
Gràfica 9: Tipus de fonts principals 1998.....	139
Gràfica 10: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 1999.	141
Gràfica 11: Origen de la informació, 1999.....	142
Gràfica 12: Tipologia de fonts principals, 1999.	144
Gràfica 13: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 2000.	145
Gràfica 14: Origen de la informació, any 2000.....	147
Gràfica 15: Tipus de fonts principals any 2000.	148
Gràfica 16: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2001..	149
Gràfica 17: Origen de la informació 2001.....	150
Gràfica 18: Tipus de fonts principals utilitzades l'any 2001.....	152
Gràfica 19: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2002.	153
Gràfica 20: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2002.	154
Gràfica 21: Tipus de fonts principals, any 2002.	155
Gràfica 22: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça, any 2003.	156
Gràfica 23: Origen de la informació de les notícies analitzades el 2003 .	157
Gràfica 24: Tipus de fonts principal en les notícies analitzades el 2003.	158
Gràfica 25: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2004 ..	160
Gràfica 26: Origen de la informació de les notícies analitzades el 2004.	161

Gràfica 27: Tipus de font principal en les notícies analitzades el 2004...	162
Gràfica 28: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça en les notícies analitzades el 2005.....	164
Gràfica 29: Origen de la informació 2005.....	165
Gràfica 30: Tipus de font principal en les notícies analitzades el 2005...	166
Gràfica 31: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2006.	167
Gràfica 32: Origen de la informació en les peces analitzades el 2006. ...	168
Gràfica 33: Tipus de fonts principals el 2006.....	169
Gràfica 34: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2007..	171
Gràfica 35: Origen de la informació de les peces analitzades el 2007. ...	172
Gràfica 36: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2007.	173
Gràfica 37: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2008..	175
Gràfica 38: Origen de la informació de les peces analitzades el 2008. ...	176
Gràfica 39: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2008.	177
Gràfica 40: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2009..	179
Gràfica 41: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2009.	180
Gràfica 42: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2009.	181
Gràfica 43: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2010.	182
Gràfica 44: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2010.	183
Gràfica 45: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2010.	184
Gràfica 46: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2011.	185
Gràfica 47: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2011.	186
Gràfica 48: Tipus de font en les notícies analitzades el 2011.....	187
Gràfica 49: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2012.	188
Gràfica 50: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2012.	189
Gràfica 51: Tipus de font en les notícies analitzades el 2012.....	190

Gràfica 52: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça el 2013.	192
Gràfica 53: Origen de la informació 2013.	193
Gràfica 54: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2013.	194
Gràfica 55: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2014.	195
Gràfica 56: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2014.	196
Gràfica 57: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça el 2015.	198
Gràfica 58: Origen de la informació en les peces analitzades el 2015.	199
Gràfica 59: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2015.	200
Gràfica 60: Percentatge de nombre de fonts utilitzades en les peces analitzades el 2016.	201
Gràfica 61: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2016.	202
Gràfica 62: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2016.	203
Gràfica 63: Evolució del percentatge de notícies referents a la ciutat de Girona.	210
Gràfica 64: Comparativa de la relació entre la signatura i el nombre de fonts utilitzades.	221
Gràfica 65: Evolució comparativa del percentatge de notícies elaborades amb una sola font.	226
Gràfica 66: Tipologia de les fonts principals utilitzades en les notícies analitzades.	229
Gràfica 67: Dades comparades dels tipus de fonts principals al DdG i a El Punt.	231
Gràfica 68: Evolució del percentatge d'ús de les fonts institucionals com a font principal.	233
Gràfica 69: Evolució comparada de les fonts de partits de l'evolució.	235
Gràfica 70: Evolució de l'ús de fonts veïnals com a font principal.	236
Gràfica 71: Direcció del flux informatiu: evolució de l'ajuntament com a generador d'informació.	245
Gràfica 72: Direcció del flux informatiu: l'ajuntament respon a d'altres actors.	246

Gràfica 73: Distribució de l'origen de la informació en les peces analitzades.....	252
Gràfica 74: Origen de la informació a <i>El Punt</i>	257
Gràfica 75: Origen de la informació al <i>DdG</i>	258
Gràfica 76: Evolució anual de l'origen de la informació	262
Gràfica 77: Relació entre l'origen de la informació i el nombre de fonts utilitzades.....	268
Gràfica 78: Relació entre ciutat i origen de la informació.....	274
Gràfica 79: Comparativa de la relació entre la ciutat i l'origen de la informació a <i>El Punt</i> i el <i>DdG</i>	275
Gràfica 80: Relació entre la ciutat i el flux de la informació.	276
Gràfica 81: Comparativa de la relació entre les ciutats i la direcció del flux informatiu.....	278
Gràfica 82: Evolució comparativa de la direcció del flux informatiu a <i>El Punt</i> amb l'ajuntament com a protagonista.	279
Gràfica 83: : Evolució comparativa de la direcció del flux informatiu a <i>El Punt</i> amb l'ajuntament com a protagonista.	280
Gràfica 84: Evolució de la direcció del flux a la ciutat de Figueres al diari <i>El Punt</i>	281
Gràfica 85: Evolució de la direcció del flux informatiu a la ciutat de Figueres al <i>DdG</i>	282
Gràfica 86: Evolució de la proporcionalitat a <i>El Punt</i> , amb línies de tendència.....	286
Gràfica 87: Dades globals de la relació entre origen de la informació proporcionalitat	288
Gràfica 88: Dades globals sobre la contraposició de la informació.	292
Gràfica 89: Dades globals sobre contraposició a <i>El Punt</i>	297
Gràfica 90: Dades globals sobre contraposició al <i>DdG</i>	298
Gràfica 91: Evolució de la contraposició a <i>El Punt</i>	299
Gràfica 92: Evolució de la contraposició al <i>DdG</i>	300
Gràfica 93: Contraposició en les notícies originades en comunicat del GCM.....	302
Gràfica 94: Contraposició en les notícies pròpies dels diaris.....	302

Gràfica 95: Nivell de contraposició de les notícies elaborades a partir de comunicat extern.....	305
Gràfica 96: Relació entre contraposició i direcció del flux informatiu. ...	306
Gràfica 97: Evolució de la contraposició a les informacions generades per l'ajuntament a <i>El Punt</i>	308
Gràfica 98: Evolució de la contraposició a les informacions en que l'ajuntament respon a <i>El Punt</i>	309
Gràfica 99: Evolució de la contraposició a les informacions generades per l'ajuntament al <i>DdG</i>	310
Gràfica 100: Evolució de la contraposició a les informacions en que l'ajuntament respon al <i>DdG</i>	311
Gràfica 101: Dades globals sobre el tractament de la informació	312
Gràfica 102: Tractament de la informació a <i>El Punt</i>	313
Gràfica 103: Tractament de la informació al <i>DdG</i>	313
Gràfica 104: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació de comunicat municipal.	314
Gràfica 105: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació en notícies pròpies.	315
Gràfica 106: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació en notícies provinents de comunicat extern.	316
Gràfica 107: Origen i tractament de la informació a <i>El Punt</i>	317
Gràfica 108: Origen i tractament de la informació al <i>DdG</i>	317
Gràfica 109: Dades globals sobre la presència del GCM en les informacions.....	319
Gràfica 110: Comparativa de la presència de GCM a les informacions publicades.....	320
Gràfica 111: Dades globals sobre la relació entre presència del GCM i tractament de la informació.....	321
Gràfica 112: Dades globals de l'atribució de la informació.....	323
Gràfica 113: Dades de l'atribució al diari <i>El Punt</i>	324
Gràfica 114: Dades de l'atribució al <i>DdG</i>	324
Gràfica 115: Evolució de l'atribució a <i>El Punt</i>	329
Gràfica 116: Evolució de l'atribució al <i>DdG</i>	329
Gràfica 117: Dades globals de la relació entre tipus de font i atribució..	330

Gràfica 118: Distribució de l'atribució en les fonts institucionals.....	331
Gràfica 119: Atribució de les fonts a l'oposició.....	331
Gràfica 120: Atribució de les fonts de particulars.....	332
Gràfica 121: Dades globals sobre l'exclusivitat de les fonts primeres. ..	336
Gràfica 122: Dades sobre exclusivitat de les fonts primeres a <i>El Punt</i>...	337
Gràfica 123: Dades sobre exclusivitat de les fonts primeres al <i>DdG</i>.	337
Gràfica 124: Evolució de l'exclusivitat a <i>El Punt</i>.	338
Gràfica 125: Evolució de l'exclusivitat al <i>DdG</i>.....	339
Gràfica 126: Relació entre tipus de font primera i exclusivitat.	340
Gràfica 127: Relació entre exclusivitat i tipus de font per categoria.	341
Gràfica 128: Comparativa de l'exclusivitat entre fonts primeres, segones i terceres.	342
Gràfica 129: Distribució de la tipologia de fonts segones.....	344
Gràfica 130: Atribució de les segones fonts: les institucionals.....	345
Gràfica 131: Atribució de les fonts segones: els partits a l'oposició.	346
Gràfica 132: Atribució de les fonts segones: les associacions de veïns.	346
Gràfica 133: Tipologia de les fonts terceres.	349
Gràfica 134: Atribució de les fonts terceres.	350
Gràfica 135: Relació entre el tipus de font i l'exclusivitat a les fonts terceres.	351

ABSTRACT:

Català:

El present treball d'investigació estudia de manera quantitativa i qualitativa l'ús de les fonts periodístiques en l'elaboració d'informació sobre les sis principals ciutats de la Província de Girona (Girona, Salt, Figueres, Olot, Blanes i Lloret de Mar) en els dos diaris locals de més importància de la demarcació en el període entre 1996 i 2016. Per a fer-ho s'ha identificat, quantificat i classificat les fonts d'informació utilitzades per elaborar notícies sobre aspectes diversos de la gestió municipal a les ciutats esmentades. A partir d'una aproximació quantitativa i qualitativa hem analitzat les eventuais tendències en l'ús de les fonts periodístiques, així com la seva atribució i la relació entre diversos paràmetres relatius a la recollida i tractament de la informació que aporten.

Castellà:

El presente trabajo de investigación estudia de manera cuantitativa y cualitativa el uso de las fuentes periodísticas en la elaboración de información sobre las seis principales ciudades de la Provincia de Girona (Girona, Salt, Figueres, Olot, Blanes i Lloret de Mar) en los dos periódicos locales de más importancia de la zona en el período comprendido entre 1996 y 2016. Para hacerlo se ha identificado, cuantificado y clasificado las fuentes de información utilizadas para elaborar noticias sobre aspectos diversos de la gestión municipal en las ciudades indicadas. A partir de una aproximación cuantitativa y cualitativa hemos analizado las eventuales tendencias en el uso de las fuentes periodísticas, así como su atribución y la relación entre varios parámetros relativas a la recogida y tratamiento de la información que aportan.

English:

This research aims to study, both in quantity and quality, the use of sources of information in the production of news about the six main cities of the Girona Province (Girona, Salt, Figueres, Olot, Blanes i Lloret de Mar) in the two most important local newspapers during the period between 1996 and 2016. To do

so, sources of information used to produce news about city management in the mentioned towns have been identified, quantified and classified. Through a quantitative and qualitative approach to the research we have made an analysis detecting eventual tendencies in the uses of sources of information and its identification. We have observed as well the relationship among several parameters regarding the gathering and transformation of the information provided by the sources.

A la meva dona Montse i als meus fills Dani i Adrià

1. INTRODUCCIÓ:

L'any 1922 Walter Lippman publicava un clàssic de la literatura sobre comunicació de masses, *La Opinión Pública*. En el primer capítol, sota l'explícit títol *El mundo exterior y las imágenes que nos hacemos en la cabeza*, desenvolupava la tesi de que els mitjans informatius determinen els mapes cognitius que configurem sobre el món (Lippman, 2017). Al no tenir experiència directa sobre tot el que succeeix, els mitjans estableixen un “*pseudo-entorn*” que determina la opinió pública. Es tracta d'una visió del món que existeix en la nostra ment i que sempre és incompleta respecte la realitat i, amb freqüència, inexacta. El nostre comportament es una resposta a aquest “*pseudo-entorn*”, i no a l'entorn real¹.

Evidentment que la societat, la informació i l'opinió pública han canviat radicalment durant el segle XX i especialment en el que portem de segle XXI. Uns canvis que s'han accelerat amb la irrupció d'Internet i la revolució comunicativa que ha comportat. Però tot i que actualment tenim la possibilitat de configurar la nostra pròpia *agenda temàtica*, manllevant la terminologia de la teoria de l'*agenda-setting*, (McCombs: 2006) no tothom està tecnològicament preparat, o té temps, o voluntat, per crear-se la seva base de dades de recursos informatius. Tot i la fragmentació de les audiències i la diversificació de les agendes mediàtiques, no podem oblidar que la majoria de llocs webs informatius, o almenys els més consultats, són sucursals de les grans corporacions mediàtiques (McCombs: 2006). Els estudis actuals en el món de la comunicació de masses no indiquen la individualització de les agendes que preveien alguns investigadors d'Internet, o si més no el fenomen no ha adquirit les dimensions pronosticades. Els mitjans de comunicació segueixen essent un puntal essencial a l'hora de configurar la imatge que ens fem de la nostra existència, especialment en el camp de la informació política (Casero: 2012).

Estem doncs en una vivència mediatitzada “*en el sentido de que nuestra impresión del entorno, la imagen que de él nos hacemos, tiene mucho que ver*

¹ McCombs, M. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós Comunicación, 2006.

con lo que nos llega a través de los medios de comunicación. Unos medios a los que llegará la información, en muchos casos, a través de los gabinetes de comunicación". (Alnamsa, 2011: 12)

En aquesta dinàmica pròpia de la societat de la informació cal inserir la proliferació dels Gabinetes de Comunicació (a partir d'ara GC). En un estudi realitzat entre els mitjans de comunicació espanyols durant la dècada 1990-2000, s'estipulava que el 90'91% de les notícies eren d'iniciativa aliena als propis mitjans (Diezhandino, 2007) . D'altres estudis han situat la xifra de les notícies que es publiquen diàriament i que tenen com a font un gabinet de comunicació entre un 40 i un 60% del total (Risquete, 2006). En tot cas, hi ha consens en que la importància dels GC com a fonts actives és, avui dia, indiscutible.

En el darrers anys, el seu creixement quantitatiu i la seva diversificació ha sigut espectacular. Principalment per la valoració adquirida per la comunicació i per la complexitat que ha adquirit la nostra societat. La comunicació no només és transmissió d'informació, sinó que és una eina de gestió, un motor per l'acció de les organitzacions i empreses (Almansa, 2011). En aquest sentit, els mitjans de comunicació són un dels públics més importants als que es dirigeixen empreses i institucions per poder difondre el seu missatge i gestionar la seva imatge social. I no podem obviar que un dels mecanismes per influir en l'opinió pública és aprofitar la permeabilitat d'aquests mitjans generant vincles fluïts i adaptant-se a les seves rutines productives (Ramírez, 1995).

Actualment, qualsevol organització que vulgui assolir els seus objectius, ja siguin comercials, d'imatge o de credibilitat social, ha de tenir en compte la seva comunicació. La seva correcta gestió és un element clau en una societat saturada d'informació en la que cada actor lluita per posicionar-se i configurar una imatge determinada. Per això necessita desenvolupar estratègies per comunicar-se amb el seu públic. A més, actualment les noves tecnologies permeten una difusió massiva i instantània de material informatiu, pel que es fa més necessari que mai la gestió organitzada de la comunicació. En aquest context hem d'entendre el creixement i consolidació en empreses i institucions

d'estructures que planifiquen i gestionen la comunicació de manera professionalitzada: els GC.

Així doncs, seguint a Lippman i Almansa, si tenim una vivència mediatitzada, almenys en part, per les informacions que rebem dels diaris i aquests basen la seva producció en la informació que reben dels GC, podríem aventurar que la influència del contingut generat per aquestes estructures té cada cop més presència en el debat públic plantejat pels mitjans. I que aquest fet pot condicionar la pluralitat del propi debat.

Però com han entomat les empreses periodístiques aquest procés? Una de les transformacions (de les moltes) que ha patit el periodisme en els darrers anys, fins i tot dècades, ha sigut l'entrada massiva dels GC en el procés productiu de les empreses periodístiques (García Osorio: 2005). Aquesta entrada ha tingut conseqüències evidents en el flux informatiu. La professionalització de les fonts *“ha mejorado la canalización de las informaciones oficiales, especialmente aquellas que interesan a los gobernantes, mientras en algunos casos ha creado nuevos filtros que dificultan el contacto directo de periodistas con los principales actores locales para recabar información”* (López: 109, 2007). La proliferació dels GC ha reforçat el paper de les fonts en el procés de generació de la informació periodística², tot plegat en un context de precarietat en l'exercici del periodisme tradicional.

Aquest fenomen ha reforçat el paper de les fonts oficials en la construcció de la realitat periodística. I no podem oblidar que la relació entre institucions i periodistes és fonamental en la configuració de l'esfera pública en les societats democràtiques. Polítics i periodistes defineixen conjuntament la realitat política (Casero: 2012), pel que les seves relacions informatives tenen conseqüències en la qualitat del debat democràtic.

En qualsevol cas, conèixer l'ús de les fonts en la informació periodística representa conèixer millor com es genera i quines forces operen en la

² *“Bajo esta perspectiva crítica, la profesionalización de las fuentes constituye un poderoso instrumento de control de la información periodística por parte de los actores políticos (Casero: 2012, 24). Por lo tanto, un fenómeno que reduce el margen de maniobra de los periodistas políticos y que impone trabas a su trabajo.”* (Casero: 2012, 24)

construcció de la realitat periodística. Aquest és el punt que pretenem desenvolupar en el present treball, aplicant aquests raonaments al món local.

1.1. OBJECTE D'ESTUDI

La present tesi doctoral està basada en l'anàlisi de contingut de les informacions periodístiques publicades als dos diaris gironins de més importància, el *Diari de Girona*, i *El Punt Avui*, sobre els ajuntaments de Girona, Figueres, Olot, Blanes, Lloret i Salt en el període 1996-2016. Hem escollit aquestes dates perquè ens poden aportar tendències sobre l'evolució en l'ús de les fonts en un període ampli de consolidació de la gestió professional de la comunicació (institucional i privada) i d'irrupció de les TIC en la pràctica del periodisme.

Actualment qualsevol organització que vulgui tenir un mínim de presència pública ha de preocupar-se per la seva comunicació i això evidentment afecta també als ajuntaments, que en els darrers 30 anys han impulsat, en funció de les seves possibilitats i objectius, complexes estructures comunicatives que han anat assumint progressivament funcions més diversificades. En un principi es restringien a les relacions amb els mitjans de comunicació però actualment n'han incorporat moltes d'altres, més pròpies de les relacions públiques. Tot i aquesta diversificació, la relació amb els mitjans de comunicació locals segueix essent una de les funcions importants dels gabinets de comunicació municipals (a partir d'ara GCM).

Aquesta tesi pretén traçar una fotografia en moviment de l'ús, per part dels periodistes, de les fonts oficials, en concret dels gabinets de comunicació municipals, en les informacions publicades en la premsa local de la ciutat de Girona. Per a fer-ho analitzarem informacions publicades des de l'1 de gener de 1996, fins al 31 de desembre de 2016 al *Diari de Girona* (a partir d'ara DdG) i a *El Punt*.

A través de l'anàlisi de contingut de les notícies publicades als diaris sobre la gestió pública en els municipis esmentats, pretenem esbrinar l'evolució de les relacions informatives que s'han establert entre la font activa, la institució (a través del seu GC), i el receptor, els mitjans de comunicació. Així, podrem constatar l'evolució del paper del periodista en el tractament de la informació municipal en els darrers 21 anys, i eventualment avaluar-ne la independència i qualitat.

Ens centrarem en totes aquelles notícies, o peces d'informació, que d'alguna manera tractin temes relacionats amb la gestió municipal. La nostra voluntat és investigar quin paper tenen les fonts en la configuració de la informació periodística sobre els municipis més importants de la demarcació. Parlem d'*informació*, un concepte que, aplicat al gènere periodístic, és definit per Martínez Albertos (1992: 287) com la notícia elaborada sobre la base mínima dels seus elements essencials, a la que s'afegeix algunes circumstàncies explicatives dignes de destacar. És doncs un fet amb l'explicació de les seves circumstàncies o detalls, seguint l'ordre tradicional de la piràmide invertida. Hem inclòs també peces de caràcter informatiu com cròniques (un gènere habitualment usat per cobrir els plens municipals) i reportatges d'actualitat. Cal apuntar també que tant el *Diari de Girona* com *El Punt* són considerats diaris informatius-interpretatius, segons la classificació desenvolupada per Casasús i Roig (1981)³. Cal tenir present que aquesta tipologia de diaris ha desenvolupat un estil de redacció basat en la diferenciació entre gèneres periodístics. Així, "a través de una clarificación adecuada y formal que permite la fácil identificación de géneros, el lector de estos periódicos tiene más posibilidades de conocer el grado de personalización de los materiales escritos y dispone de una cierta guía para la identificación relativa de la información y de la opinión." (Casasús, 1988: 47).

Per tant hem analitzat aquelles peces periodístiques que configuren l'esquelet de la realitat periodística. Hem deixat de banda totes aquelles peces que pertanyin a gèneres purament d'opinió i que per tant no requereixin la utilització

³ Els dos autors conclouen que, tenint en compte diversos factors que han influït en el desenvolupament dels diaris escrits, els grans tipus de diari són l'informatiu-interpretatiu, d'opinió, popular-sensacionalista, i formes híbrides resultants de les mescles entre aquests models (Casasús, Roig, 1981).

de fonts d'informació per a la seva elaboració: articles d'opinió, articles de col·laboradors externs, editorials...tot i que considerem que podria ser un treball interessar copsar les relacions de poder comunicatiu que s'estableixen en aquestes peces periodístiques.

En el procés de creació de notícies (contacte amb les fonts, recopilació d'informació, contrast de la informació, redacció de la peça) Martínez Albertos (1992: 411) recorda que els gèneres informatius es corresponen amb els processos literaris que requereixen documentació, ja sigui oral o escrita. Per això són un element essencial si volem estudiar la presència de les fonts i, eventualment, observar la presència de les informacions generades pels Gabinetes de Comunicació Municipals (GCM). Els gèneres d'opinió no requereixen un treball de documentació pel que han estat exclosos de la nostra investigació.

La unitat d'anàlisi, doncs, són les peces periodístiques, unitats d'informació elaborada per un periodista del mitjà o per una agència de notícies contractada⁴. Així, hem analitzat un total de 568 exemplars publicats d'*El Punt* i 573 més del *DdG*. En total un corpus de 1141 notícies. També considerarem part de la peça les fotografies, infografies, o requadres i peces secundàries que ampliiin el tema principal o aportin informació suplementària.

En resum, doncs, la present tesi doctoral s'ha estructurat en tres grans fases. La primera, la recollida i anàlisi de les fonts bibliogràfiques, amb un exhaustiu repàs de la literatura acadèmica sobre el paper de les fonts en la configuració de la realitat periodística, així com del paper dels gabinets de comunicació en el procés productiu periodístic. També hem fet un repàs de les consideracions teòriques sobre l'estudi científic del Periodisme, la Periodística, entesa com el que és, *"aquella rama de la Ciència de la Comunicació que, desde las perspectivas històrica, actual y prospectiva, estudia todos los fenómenos y elementos de las diversas dimensiones complementarias del sistema*

⁴ En aquest sentit, és necessari recordar que la redacció periodística és la *"ordenación y la investigación de los procedimientos para la transformación de los hechos y acontecimientos de la vida real y actual en mensajes que sean susceptibles de ser difundidos masivamente y aprehendidos eficazmente por sus destinatarios."* (Casasús, 1988: 85).

periodístico: la producción, la mediación, la recepción y la transformación social de los mensajes” (Casasús, Ladevéze, 1991: 63).

En segon lloc, hem analitzat les peces informatives identificant determinats paràmetres rellevants per a respondre a les preguntes inicials plantejades. En darrer lloc, hem desenvolupat una anàlisi quantitativa amb un repàs cronològic de les dades més rellevants obtingudes, i una qualitativa, amb un repàs de les dades aïllades i també dels resultats obtinguts de relacionar determinades variables. Així doncs, hem intentat no només quantificar el volum de fonts utilitzades, així com la seva tipologia i atribució, sinó també aproximar-nos a la relació entre el discurs periodístic i l'ús de les fonts com una realitat complexa i interrelacionada que, val a dir, no és aliena als canvis socials⁵. Per això hem intentat no perdre de vista l'impacte de les TIC en les rutines professionals. Finalment, s'arriben a conclusions que eventualment podrien ser preses en consideració. Desenvoluparem tots aquests processos en el capítol 3, dedicat a la metodologia.

Finalment, val a dir que també hem contactat amb els diferents GC per elaborar un perfil comunicatiu, així com per esbrinar quina ha estat l'evolució de les polítiques comunicatives al llarg d'aquests anys, amb especial interès per la seva relació amb els mitjans.

⁵ Cal recordar, en aquest punt, el que Diezhandino afirma respecte la relació entre mitjans i societat: *"los medios se limitan a informar de lo que "alguien dice que ha cambiado". Ahora, no sería extraño pensar que más que adecuarse, más que seguir los pasos a distancia larga o corta, caminan de espaldas a la sociedad. No sería extraño, porque la calle apenas es ya sitio para periodistas"* (Diezhandino: 2007, 147).

1.2. OBJECTIUS:

L'objectiu principal del treball és quantificar i classificar les fonts utilitzades pels diaris gironins en l'elaboració d'informació sobre la gestió de les ciutats ciutats en el període transcorregut entre 1996 i 2016. Aquesta quantificació i classificació ens ha de permetre observar una eventual influència dels GCM, establertes com a fonts actives en el subministrament d'informació sobre els consistoris, tal i com ja hem avançat. I també comprovar fins a quin punt aquestes informacions són contrastades per d'altres fonts alternatives, externes als centres de poder.

Tanmateix, des d'un bon inici ens vam topiar amb condicionants de temps i de recursos. Per tant, calia racionalitzar l'univers d'anàlisi. Calia decidir si focalitzar l'estudi en un període de temps curt i ampliar l'espectre temàtic o bé ampliar la variable temporal i restringir la temàtica. La restricció temporal implicava, lògicament, que els resultats serien més focalitzats en el temps. En d'altres paraules, podríem realitzar una bona fotografia de l'estat de la qüestió. Tanmateix, vam considerar que allargar la variable temporal ens permetria observar tendències evolutives en l'ús de les fonts periodístiques que serien rellevants per comprendre millor les condicions actuals de la relació entre els periodistes locals i les seves fonts.

La meua condició d'historiador va pesar molt a l'hora d'abordar la investigació de la comunicació actual. Vam considerar de vital importància poder presentar tendències, evolucions, camins, més que no pas situacions estàtiques que podrien descriure fenòmens puntuals però que no permetrien copsar l'evolució estructural de la comunicació periodística local. Tenint present el que comentàvem a la introducció, vam considerar molt pertinent intentar relacionar l'evolució de l'ús de les fonts amb la realitat actual en aquesta matèria. En definitiva, no pretenem fer un estudi purament descriptiu sinó copsar la relació entre ús de les fonts i missatge periodístic, tenint en compte que com a activitat essencialment comunicativa, no pot estudiar-se sense tenir present la seva recepció. Efectivament, tal i com apunta Casasús (1989), és necessari tenir en

compte que el missatge periodístic té valor i influència des del moment en que hi ha uns lectors que rebran el missatge i l'interpretaran en base a tota una sèrie de paràmetres. Ara bé, no pretenem elaborar un estudi des d'una perspectiva de recepció dels missatges, sinó de fonts, en el benentès que ambdues perspectives són similars⁶.

Així doncs, i com a síntesi, els objectius secundaris de la tesi són:

- Identificar i classificar les fonts utilitzades pels dos diaris gironins a l'hora d'elaborar informació sobre la gestió municipal
- Catalogar els tipus de fonts utilitzades: la seva naturalesa, atribució i exclusivitat.
- Determinar el nivell de conflicte entre fonts en l'elaboració de la peça informativa.
- Determinar l'origen del flux informatiu i el tipus d'esdeveniment en el que s'ha desenvolupat la informació.
- Determinar l'evolució quantitativa i qualitativa de la presència d'informacions dels ajuntaments estudiats als mitjans.
- Determinar l'evolució qualitativa de les informacions generades pels GC als mitjans de comunicació.

⁶ Casasús apunta que *"la perspectiva recepcional no debe confundirse con el estudio de las fuentes. Son dos líneas semejantes de investigación, pero en su desarrollo se acogen a distintos métodos"*. (Casasús, Ladevéze, 1991: 80)

1.3. JUSTIFICACIÓ:

L'ús de les fonts és un element essencial en la construcció de la realitat periodística, tal i com desenvoluparem més endavant. No cal dir que el seu correcte ús i atribució defineixen la qualitat del producte informatiu (Rodríguez Rey et al.: 2015). Tanmateix, la literatura sobre la qüestió ha posat de manifest un progressiu recolzament dels periodistes en les fonts oficials a l'hora de construir el relat periodístic⁷.

És cert que els mitjans locals operen en un àmbit territorial reduït, tot i que aquesta afirmació és cada cop més relativa si tenim en compte les noves variables introduïdes per les TIC. En qualsevol cas, en aquests entorns els ajuntaments de les ciutats, com és el cas de Girona, són un actor informatiu de primer ordre. L'activitat de l'administració municipal engloba multitud d'àmbits de gestió potencialment interessants, pel que es pot comprendre i fins i tot trobar lògica la tendència a la seva sobre-representació periodística⁸. Ara bé, una cosa és que l'ajuntament sigui un actor informatiu important, i l'altra és que la institució, recolzada en un aparell de comunicació professionalitzat, marqui l'agenda temàtica del mitjà i defineixi els paràmetres del debat públic. La manca de fonts alternatives a les oficials no és un simple dèficit professional, sinó que té conseqüències en la construcció de la imatge de la realitat col·lectiva i en darrera instància, en l'equilibri del debat públic sobre temes d'interès.

En aquest sentit, *l'Observatorio del Periodismo en Internet* de la UAB va elaborar fa pocs anys una sèrie de recomanacions pels periodistes locals. Alguna d'elles era prou significativa, com la que demanava contraposar cada afirmació d'una font oficial amb la d'una no oficial (Molina, 2011).

⁷ Des de clàssics com Tuchmann (1978), Leon V. Sigal (1973), Herbert Strenz (1989) o Herbert Gans (1980) fins a estudis més recents, com els de Mayoral Sánchez (2005), Fernández Gil (2010) o Rodríguez Rey (2015), han alertat de la dependència de les fonts oficials per a elaborar l'agenda temàtica.

⁸ Rodríguez Rey (2015) o Bezunartea (1998) recorden que el fet que els periodistes locals treballin a prop de les administracions és lògic, però alerten de la tendència a crear cercles tancats per on transcorre la informació.

Considerem doncs que és absolutament necessari donar un cop d'ull a l'ús de les fonts periodístiques en la construcció de la informació periodística local, així com estudiar l'evolució que hi ha hagut en els darrers anys en aquest camp. L'observació de l'evolució de l'ús de les fonts ens pot fer comprendre millor no només l'evolució de la praxis periodística, sinó també l'evolució de la comunicació institucional i la influència que el creixement dels Gabinetes de Comunicació ha tingut en el panorama periodístic local.

Sens dubte que la comunicació institucional és un camp d'estudi en alça en els darrers anys. Les transformacions de les administracions públiques, la consolidació de la comunicació com un valor essencial en l'acció de govern i la irrupció de les noves tecnologies han cridat l'atenció dels investigadors. Tot i això, els gabinets de comunicació i el seu paper com a emissor són un fenomen relativament poc estudiat a Espanya. Aquest fet es deu probablement a que es tracta d'un fenomen prou recent i en constant evolució (Almansa:2011). Així, ens trobem amb pocs estudis que hagin abordat els gabinets de comunicació des d'una perspectiva global. Potser el llibre d'Ana Almansa *"Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación"* (Almansa: 2011) representa el primer intent de donar una perspectiva teòrica global sobre el fenomen. Altres autors que han intentat realitzar una fotografia fixe, com per exemple Garcia Orosa, amb el seu estudi *"Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación"* (Garcia: 2005).

En qualsevol cas, la literatura existent sobre els gabinets de comunicació s'ha centrat sobretot en la seva evolució interna, especialment pel que fa als professionals que hi treballen i l'adquisició progressiva de noves funcions comunicatives. En el cas català, investigadors com Jordi Xifra (2006) han aprofundit en el paper dels professionals dels gabinets de comunicació i el pes creixent de les relacions públiques en les tasques dels gabinets.

En el nostre cas ens hem proposat, com hem indicat anteriorment, comptabilitzar i identificar les fonts utilitzades per la premsa en l'elaboració d'informació sobre determinats municipis, i observar l'eventual presència de les informacions generades pels gabinets de comunicació. Per bé que la premsa local és un fenomen àmpliament estudiat a casa nostra, no s'ha fet una

aproximació quantitativa i qualitativa a les informacions publicades sobre els ajuntaments. En una època de crisi i transformació com l'actual, en la que les demandes d'una democràcia participativa i una relació bidireccional entre l'administració i el ciutadà estan a l'ordre del dia, considerem necessari estudiar la relació que s'estableix entre els gabinets de comunicació i els diaris, ja que la premsa segueix tenint un pes específic rellevant a l'hora de projectar la imatge de les institucions.

En aquesta voluntat cal inserir projectes com el de *“Comunicació i periodisme per a la participació ciutadana en el seguiment i l'avaluació de la gestió dels governs locals”*, liderat per Amparo Moreno Sardà, de la UAB, en el qual han participat investigadors de la UdG, entre d'altres universitats, que estudia les pràctiques de comunicació institucional on-line, entenent la xarxa com una eina que permet la relació directa entre administrador i administrat i fomenta la participació. Un projecte que té com a un dels objectius *“renovar el periodisme perquè col·labori al fet que les administracions locals es converteixin en una font d'informació política transparent per als mitjans de comunicació”*⁹.

Des del món acadèmic s'assumeix que les administracions locals, en el que fa referència a la seva relació amb els mitjans, no són actualment una font d'informació transparent i per extensió no ho són per a la ciutadania. Considerem que són una font d'informació translúcida. Apliquen el prisma pertinent a la informació pura i dura per generar percepcions entre els públics externs, entre els que hi ha, evidentment, els mitjans de comunicació. Desenvoluparem aquest concepte més endavant.

Creiem doncs que hi ha camp per córrer en l'estudi dels GCM com a font i en l'ús que en fan els periodistes locals a l'hora de generar la informació. Efectivament, estudiar les fonts periodístiques implica *“someter a evaluación un aspecto sustancial del Trabajo periodístico* (Rodríguez Rey et al.: 2015, 89). Si les fonts són element essencial en la construcció de la notícia, és necessari que ens fixem en l'ús que en fan els periodistes per avaluar la qualitat de les seves informacions i, de retruc, la qualitat del debat públic que generen.

⁹ <http://labcompública.info/activitats/primer-reunio-de-lequip-que-estendra-el-mapa-de-les-bones-practiques-de-la-comunicacio-publica-a-altres-comunitats-autonomes/>

1.4. HIPOTESIS I/O PREGUNTES INICIALS:

Partirem de la hipòtesi de que els gabinets de comunicació municipals aconseguen, en el context actual, penetrar amb més força en les informacions periodístiques. Creiem que aquesta tendència s'ha incrementat al llarg dels darrers anys. Així, considerem que les fonts pròpies i externes utilitzades pels periodistes en l'elaboració d'informacions sobre el govern municipal han perdut pes respecte les fonts institucionals en el període de 21 anys estudiat.

En relació als GC creiem que el necessari contrast de les informacions per part dels periodistes ha disminuït a mesura que ha crescut el volum i les funcions dels gabinets de comunicació municipals (GCM). Aquests tenen més control sobre el flux informatiu a través del subministrament creixent de continguts informatius als mitjans de comunicació, que es veuran reflectits en les notícies publicades.

Ens hem plantejat, però, d'altres hipòtesis:

- El nombre i la pluralitat de les fonts utilitzades pels diaris locals a l'hora de construir les peces periodístiques ha disminuït al llarg de 21 anys.
- El creixement de les informacions generades pel GCM és paral·lel a la disminució de la pluralitat informativa, reduint-se el nombre de fonts alternatives aportades per desenvolupar les informacions periodístiques.
- Les reducció de recursos econòmics i humans a les redaccions periodístiques a conseqüència de la crisi econòmica de 2008 a ha provocat un descens de la pluralitat informativa i una major irrupció de les informacions prefabricades provinents dels GCM.
- Les notícies generades a partir d'actes informatius desenvolupats pels GCM (comunicats, rodes de premsa, trobades informatives) ha augmentat en aquests 21 anys, en paral·lel a les notícies exclusives que parteixen de la iniciativa del periodista.

- La informació d'origen institucional es contraposa menys amb versions alternatives que la que prové d'altres actors aliens a la institució municipal.

En definitiva, estem intentant corroborar una gran paradoxa en l'àmbit de la comunicació, també la comunicació local: tot i l'augment i diversificació dels canals d'informació i comunicació amb els mitjans, el ciutadà és més vulnerable al poder comunicatiu de les institucions: té més informació, però menys diversificada i menys treballada. La progressiva implementació dels gabinets de comunicació, amb el desenvolupament de tècniques pròpies de les relacions públiques i del màrketing institucional, ha tingut conseqüències evidents en el flux informatiu en els entorns locals. Tanmateix, això no ha repercutit necessàriament en la qualitat de la informació que reben els ciutadans i, de retruc, en la qualitat del debat públic.

Així doncs, per bé que s'hagi consolidat un espai mediàtic local, que els ajuntaments hagin desenvolupat potents estructures de comunicació i que les noves tecnologies hagin facilitat la consulta d'informació, el ciutadà cada cop compta amb menys eines interpretatives per a valorar les notícies generades pels seus ajuntaments i per tant és més vulnerable a les estratègies comunicatives dels gabinets de comunicació.

2. MARC TEÒRIC:

2.1. QÜESTIONS PRELIMINARS:

Abans d'abordar algunes de les qüestions que configuren el marc teòric per a desenvolupar aquesta tesi, voldríem comentar alguns aspectes històrics al voltant del periodisme, del seu significat i valor i de la situació actual que pateix la professió en l'actualitat. Són elements que no només han servit de base per a la pròpia tesi, sinó que aporten algunes claus interpretatives per comprendre millor el substrat del nostre coneixement i els motius que ens han impulsat a emprendre un estudi de fonts.

Que el Periodisme (en majúscula) està en crisi no és cap novetat. El sector porta anys analitzant quina pot ser la sortida a la seva situació. Però no sembla que hi hagi consens pel que fa al camí a emprendre. John Lee Anderson, periodista del *New Yorker* assegurava en una entrevista a la revista *Capçalera* que *“és com si dos esquimals sobre un iceberg s'anessin preguntant si el gel s'està fonent. Les respostes sempre són afirmatives, tot i així, no paren de preguntar-s'ho fins que, finalment, s'ofeguen al mar. Més o menys estem així”*¹⁰. S'admet la profunditat de la crisi de la professió però difícilment se'n parla obertament. Hi ha iniciatives empresarials per sortir de la situació però no es debat públicament del que cal fer per recuperar la credibilitat perduda. Una pèrdua de credibilitat que comporta riscos en el desenvolupament del debat públic i democràtic que intenten fomentar els mitjans. Però com s'ha arribat a aquesta situació?

Des de la seva relativa generalització, al segle XVII, la premsa en paper va adquirir un poder fiscalitzador que va espantar al poder establert¹¹. La força que

¹⁰ *Capçalera, Revista del Col·legi de Periodistes*. Desembre 2013, número 62

¹¹ Ens hem basat en Curran (2003) per traçar aquesta petita història de l'evolució de la premsa en relació al poder públic.

pot adquirir l'opinió i la informació impresa en paper i distribuïda d'una manera més o menys massiva és impressionant. Les monarquies europees van copsar ràpidament el perill i van aplicar diverses mesures repressives, com la censura, l'autorització prèvia o les concessions reials per controlar els mitjans.

La narrativa liberal dels estudis sobre mitjans de comunicació considera que el procés de democratització que va viure Europa als segles XVIII i XIX va ser reforçat pel desenvolupament dels mitjans de comunicació moderns. La premsa va ser el primer actor que va alliberar-se de la pressió del poder. Al segle XVII va deixar de necessitar llicència governamental, al XVIII va aconseguir més independència econòmica i a mitjans del segle XIX es van abolir els impostos sobre la premsa, pel que els diaris van poder arribar als estrats socials amb menys recursos econòmics¹².

Aquest creixement de la premsa va permetre un major coneixement del món privat, de l'aristocràcia, la política... i així va contribuir a la creació d'una comunitat política (Curran 2003). L'argument central de la narrativa liberal és doncs que els mitjans van alliberar-se del govern i van donar el poder al poble. Tanmateix, aquesta visió un pel "rosa" (en paraules de Curran), va ser contradita per diverses tradicions historiogràfiques que enfocaven el fenomen dels mitjans des d'altres perspectives. Al nostre entendre, la resposta més acurada va provenir de la historiografia i la sociologia radicals, entre les que destaca l'explicació de l'ascens i la caiguda de la raó pública de Jürgen Habermas (Curran, 2003). Segons aquesta tradició, els mitjans no van alliberar-se vertaderament de l'estructura de poder de la societat i mai van funcionar del tot com a agència de dotació de poder al poble.

Efectivament, el poder va saber desenvolupar noves formes de control, com per exemple els subsidis secrets a canvi de favors polítics (algunes publicacions demanaven diners per desmentir escàndols) o la coacció més o menys indirecta (algunes publicacions locals temien desafiar el poder establert). La narrativa radical sosté, en definitiva, que el poder ha sabut, al llarg dels darrers 200 anys, desenvolupar estratègies per controlar el flux

¹² Curran (2003) fa un repàs acurat de les discussions i les diferències d'enfocament que plantegen les diverses tradicions historiogràfiques i sociològiques sobre els mitjans de comunicació.

informatiu i per emmarcar els temes d'interès: influències, pressions i limitacions que *“propician que los medios graviten hacia la órbita del poder”* (McCurran: 2003, 155).

El nostre plantejament es basa precisament en la narrativa radical sobre la història dels mitjans de comunicació. Jürgen Habermas considerava que l'esfera pública va patir una transformació estructural als segles XIX i XX. En comptes d'estar constituïda pels individus reunits com a públic, va passar a estar formada per interessos privats i per un estat expandit. Els nous mitjans de comunicació van caure sota la influència de les relacions públiques i de les grans empreses: *“propiciaban la apatía del consumidor, presentaban la política como un espectáculo y ofrecían un pensamiento de conveniencia, preenvasado. Los medios de comunicación, en resumen, dirigían al público más que expresaban la voluntad del público”* (Curran: 2003). Unes afirmacions que tenen una sorprenent vigència.

Aquesta tradició, seguida per Williams i Hall, entre d'altres (Curran: 2003), insisteix en les moltes pressions i limitacions que fan que els mitjans de comunicació orbitin al voltant dels centres de poder. Una d'aquestes limitacions és l'abastiment de notícies. Les característiques del treball en un diari, amb horaris de tancament estrictes i poc temps per elaborar la informació, fan que els mateixos professionals optin per aquells canals més àgils, eficients i amb credibilitat per obtenir les informacions. Al desenvolupar una via de comunicació interna i fluïda amb els mitjans de comunicació, les institucions no només poden influir en les temes que es publiquen, sinó també en com s'enfoquen les notícies, és a dir, en el seu enquadrament. El desenvolupament de les relacions públiques corporatives i institucionals, vehiculades a través d'uns departaments de comunicació cada cop més complexes, sembla indicar que les institucions generaven notícies amb un format periodístic per obtenir una millor cobertura mediàtica (Curran, 2003). Tot i referir-se als processos que es desenvolupen entre els grans poders estatals i les grans corporacions mediàtiques, aquest enfocament pot ser vàlid per afrontar i emmarcar la relació entre els gabinets de comunicació municipals i els diaris d'àmbit local a Catalunya.

2.2. EL CONTEXT ACTUAL: LA INFORMACIÓ COM A MERCADERIA.

Hem vist com la narrativa liberal ha establert un discurs sobre el paper del periodisme i de les empreses periodístiques en la configuració d'una comunitat democràtica, i com d'altres escoles han relativitzat aquest paper. Tanmateix, entre els professionals del periodisme difícilment es reconeix que, possiblement, les circumstàncies actuals estiguin transformant aquest teixit de relacions.

Segons la tradició normativa, en els règims democràtics el periodisme compleix quatre grans funcions (McNair: 2009). La primera és el seu establiment com a font d'informació per a la ciutadania. Efectivament, la societat democràtica pot ser definida com una comunitat basada en la comunicació (Brunner, 1994), ja que les notícies es postulen com a base de les avaluacions polítiques i les decisions electorals.

La segona funció és la de realitzar un escrutini crític sobre les elits polítiques i econòmiques de la societat. D'aquesta manera, es defensen els interessos dels ciutadans i s'alerta dels possibles abusos de poder. En aquest sentit, convé recordar, tal i com desenvolupa Casasús (1988), el fort caràcter polític de la premsa, i més en concret, dels diaris escrits a casa nostra. Efectivament, la forta politització de la premsa catalana durant els anys 70, va portar a la creació d'un públic fortament polititzat *“que forzó la configuración de una acusada dimensión crítica en los diarios, o por lo menos, en algunos diarios. La consecuencia adicional de este proceso ha sido una cierta presión de los grupos políticos más activos, ya directamente ya a través de sus representantes en la profesión, de forma que la instrumentalización política activa del diario se convirtió, en los años de la transición hacia la democracia, en un valor aceptado como positivo”* (Casasús, 1988: 43). D'aquesta manera, doncs, els condicionants polítics de l'Estat, en especial *“el alto grado de anormalidad vivida por la prensa en el curso de los años del franquismo”* (Casasús, 1988: 43) ha provocat una evolució particular dels diaris catalans. De

fet, no podem oblidar tampoc que el *Diari de Girona* és el successor de *Los Sitios*, el diari provincial i oficial durant el franquisme.

La tercera funció que atorga l'òptica normativa és la de mediador entre la ciutadania i els actors polítics. El periodisme acostuma al ciutadà informacions que no podria obtenir de cap altra manera. Aquesta funció situa el periodista com un agent fonamental en la construcció de la realitat socio-política. En el sentit invers, el periodisme també trasllada les preocupacions i els problemes dels ciutadans als governants.

La quarta funció situa al periodisme com a advocat de causes concretes. D'aquesta manera el periodisme intervé de manera activa en la vida política, prenent partit per determinades opcions o decisions governamentals. Aquest fenomen pot portar al partidisme periodístic, quelcom comprensible i admissible sempre que no s'oblidin les normes essencials de la praxis professional i es doni cabuda a d'altres posicions polítiques¹³.

Així doncs, almenys en el pla conceptual, el propòsit principal del periodisme és *“proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”* (Kovach i Rosenstiel, 2004: 24). Tanmateix, la teoria i els objectius tradicionals del periodisme s'enfronten al desafiament de les noves tecnologies, que han conformat una nova organització econòmica i comunicativa en els mitjans informatius que ha subvertit, en certa manera, els mecanismes de producció tradicionals. La professionalització de les fonts i la seva progressiva influència en la configuració de l'agenda temàtica ha portat a pensar a alguns professionals de prestigi que el perill en les societats democràtiques actuals ja no és la censura governamental, sinó que *“el periodismo independiente quede desleído en el disolvente de la comunicación comercial y la autopromoción sinérgica”* (Kovach i Rosenstiel, 2004: 25). En aquest sentit, l'any 1997, el periodista italià Furio Colombo apuntava que *“el sistema informativo en la parte industrial y acomodada del mundo ha entrado en una fase turbulenta, en la que parecen confusos los puntos y los valores de referencia, poco claro el juego de las*

¹³ (Casero: 2012: 21-23)

partes ¿Quién dicta una línea de trabajo, los periodistas, el mercado?” (Colombo 1997:20).

Efectivament, ja a finals del segle XX una onada gegant de material rebut d'agents externs i publicat gairebé sense edició inundava les redaccions. Les agències, centres d'investigació, empreses, organitzacions de tota mena, governs...tots divulgaven notícies i proposaven temes que configuraven la nostra visió de la realitat i en certa manera, mediatitzaven les nostres opcions: *“Sexo, consumo, tiempo libre, gustos, pero también simpatías y opciones políticas entran con fuerza en las sedes que el lector sigue considerando fuentes autónomas de información. Éstas, en cambio, se están convirtiendo en sistemas de repoducción y de hospitalidad de las agendas de trabajo y de las intenciones ajenas”*.(Colombo, 1997:20).

Colombo conclouïa que el problema era especialment greu: *“una pérdida de credibilidad y autoridad, cuando cada centro interesado en la difusión de informaciones puede hacerlo directamente a través del fax, del ordenador personal y de las oficinas de prensa, sin la intervención de los últimos y voluntariosos newsmakers”*. (1997:22).

Així, si Colombo dóna poder difusor al fax, què no deu pensar del correu electrònic o les xarxes socials? Es clar que la crisi de la premsa escrita i per extensió del periodisme entès com a professió no és només atribuïble a les noves tecnologies. Però és evident que les dinàmiques introduïdes per les TIC han transformat els processos de creació del contingut periodístic; processos, d'altra banda, fortament estandarditzats. La tirania de la immediatesa ha transformat el paper tradicional del periodista¹⁴, que progressivament es va transformant en un mer transmissor de la informació, en el fil que permet empalmar l'esdeveniment i la seva difusió (Ramonet, 2003: 56).

Estem en una societat en que la informació s'ha convertit, principalment, en una mercaderia i com a tal està sotmesa a les lleis del mercat, de l'oferta i la demanda, més que no pas a la veritat o a un determinat esperit cívic (Ramonet,

¹⁴ En aquest sentit, Arcadi Espada es pregunta *“fins a quin punt l'acabament de les redaccions, la seva paulatina conversió en negociats de gestió no ha fet al periodisme més indefens i irrellevant envers d'altres poders i ha fet perdre notable qualitat al vessant informatiu de l'ofici?”* (Espada, 1999)

2003: 48). Efectivament, la competència en el mercat de la comunicació, l'augment del volum de proveïdors d'informació a Internet i la crisi econòmica i financera de les empreses periodístiques (Casero, 2012) fa que els propis mitjans pateixin un procés de mercantilització, en el que els interessos financers i econòmics determinen la seva política informativa. El resultat és que les informacions busquen principalment el rendiment econòmic, més que no pas el valor social o la contribució democràtica (Casero, 2012).

Sota aquests paràmetres actuals es desenvolupa una informació poc treballada, que consisteix bàsicament en mostrar, en assistir als esdeveniments i traslladar-los al públic sense excessiu tractament. I en aquest context les fonts organitzades, amb coneixement de les tècniques periodístiques i de les relacions públiques, han aconseguit introduir-se cada cop amb més força a les redaccions. No és casual doncs que Diezhandino denunciï que *“Quizás si los medios buscaran realmente noticias, descubrirían tendencias. Pero las noticias propiamente dichas, algo nuevo, buscado y comprobado por el periodista, han desaparecido. No hay noticias, hay información. Lo que los medios llaman noticias, salvo las catástrofes naturales o provocadas, que sobrevienen sin programación ni necesidad de newsmakers, se han reducido prácticamente a actos, declaraciones o intenciones derivadas de las agendas de personajes e instituciones políticas (muy en primer lugar, económicas y sociales.”* (Diezhandino, 2007: 145-146).

Tot plegat en un context ideològic marcat per un mercat que no discrimina entre informació, publicitat i propaganda política¹⁵. Un context, en definitiva, que afavoreix el triomf de les fonts actives i estructurades per aparèixer als mitjans i per definir com han de ser aquestes aparicions. Podem concloure que la pròpia professió ha relaxat, per molts motius que no són objecte d'aquesta investigació, els mecanismes tradicionals de construcció de la realitat

¹⁵ Diezhandino apunta també que *“se ha abandonado la cultura del servicio público. Más aún, la noción de interés general ya no se contempla como aspiración compartida, aspiración que ha recorrido la historia de los medios de comunicación en su raigambre democrática”*(Diezhandino, 2003: 126)

informativa¹⁶. I en aquest sentit pararem atenció a un dels elements clau en la configuració de la informació periodística: l'ús de les fonts.

2.3. LES FONTS D'INFORMACIÓ. DEFINICIÓ:

“És evident que succeeixen més coses de les que podem assumir. Per això resulta imprescindible que disposem de mecanismes per destriar allò que ens és significatiu del que no ens ho és (...) Els periodistes són, doncs, uns especialistes a fer allò que és imprescindible per als humans: observar el món i la seva circumstància de forma interessada” (Berrio, 2000: 93).

La realitat social vertadera, en directe, sembla lenta i difosa. És feina dels periodistes donar una visió *“concentrada, dramatitzadora, suggestiva”* (Gomis, 1991: 18) de la realitat. El periodisme recull allò que ha passat al món, selecciona el que considera més interessant i ho transmet en funció d'un codi preestablert i sota unes condicions de temps i d'espai. Per tant, el periodista té necessitat imperiosa de rebre informació per poder elaborar el seu producte. Les fonts són precisament els actors que li proporcionaran la informació necessària per poder desenvolupar la notícia. Són *“personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias”* (Fontcoberta, 1993:58)¹⁷.

Tot i que el periodista intentarà sempre explicar els fets de primera mà, la realitat és que difícilment podrà aportar informació sobre esdeveniments

¹⁶ Tot i que no pretenem realitzar una anàlisi hemerogràfica global dels diaris estudiats, cal tenir en compte les aportacions en aquest camp de l'Hemerografia des d'una perspectiva general i en particular de l'Hemerografia Analítica, que té en compte “los factores derivados de las condiciones en que se desarrolla el trabajo en las Redacciones y Talleres y a las condiciones del mercado y de los circuitos de distribución” (Casasús, 1998: 103).

¹⁷ Les definicions de font d'informació són in comptables. En el present treball hem volgut aportar la definició més aséptica, tenint en compte que, més enllà de matisos, hi ha un consens més aviat ampli sobre el que són les fonts d'informació. Podem consultar Caminos Marcet (1998), H. Gans (1979) o Manuel López (1995), entre molts d'altres.

imprevistos, en els que no hi ha pogut assistir presencialment. És per això que necessita fonts fidedignes que li aportin informació sobre els fets, però també sobre les possibles causes, conseqüències, i també el context¹⁸. Precisament la selecció i ús de les fonts és un dels factors que marca el diferent tractament que els mitjans poden fer d'una mateixa notícia (Fontcoberta, 1993).

Tot i això, la simple observació com a usuaris també ens indica que la majoria de diaris contenen la mateixa informació. En alguns casos perquè els criteris per a jerarquitzar-la són comuns, però en molts casos també perquè assisteixen a les mateixes rodes de premsa, reben els mateixos comunicats i en definitiva tenen les mateixes rutines de treball¹⁹.

En tot cas, les fonts són, des d'una perspectiva asèptica, elements que aporten informació als periodistes. Ara bé, no només són això. Hem de tenir present la seva intencionalitat. Convé recordar que les fonts aporten informació als periodistes amb uns objectius determinats. Hi ha una estratègia discursiva i comunicativa concreta prèvia a la difusió d'informació. En aquest sentit podem trobar fonts resistents, obertes, espontànies, afamades o compulsives (Fontcoberta, 1993)²⁰, en funció de la seva actitud i la seva predisposició a informar. Però les fonts també es poden dividir pel seu origen, per la seva exclusivitat...

En general però, els fets que apareixen als mitjans no han sigut buscats pels periodistes. La regla és que són prèviament escollits i aïllats a partir d'alguna acció desenvolupada pels interessats en que es coneguin (Gomis, 1991). Així, les fonts ofereixen una sèrie d'ítems informatius que estan interessades en difondre a uns mitjans que necessiten informació per elaborar el seu producte i oferir-lo als seus consumidors. La necessitat actual d'oferir informació de

¹⁸ El context és especialment important en la comunicació mediatitzada. Montero indica que els autors defineixen tres contextos de recepció de la informació periodística: El context de contingut, el context d'aparició del contingut i el context de la creació de significats (Montero, 1994: 141))

¹⁹ En aquest sentit, alguns autors com Cantalapiedra (1997) o Jiménez Teva (2006) posen de manifest aquest fenomen.

²⁰ En el present treball hem tingut en consideració la classificació de les fonts que fa Mar de Fontcoberta (1993) i Manuel López (1995). Però no existeix una tipologia unificada. Consultar Fuentes i Pujol (1995), Casasús (1988), Martín (1995), Cebrián (1997), Torres (1999), Carrizo (2000), Romanos de Tiratel (2000), Cordón (2001), Armentia y Caminos Marcet (2003), Galdón (2002), Giménez (2004).

manera immediata beneficia als poders públics que podrien considerar-se “organizaciones productoras de hechos que disponen además de abundantes canales de comunicación...Y la organización de los medios busca a su vez esas fuentes para llenar los espacios de la programación diaria” (Gomis, 1991: 60).

S'estableix d'aquesta manera una relació simbiòtica entre el periodista (i per extensió l'empresa periodística) i les fonts²¹. Aquestes necessiten als primers per poder difondre les seves informacions i els periodistes necessiten informació per elaborar el producte. El coneixement de les fonts serà doncs fonamental per l'exercici periodístic, juntament amb la seva correcta elecció i identificació, a més de la pertinent recerca d'informació (Martínez, 2012).

Aquesta relació simbiòtica entre el periodista i les seves fonts és una de les més complexes i bàsiques del procés de producció periodístic i per tant defineix les característiques de la informació que reben els ciutadans. En aquest sentit Ramonet alerta de la transformació que ha provocat el canvi del concepte d'informació. Si fins ara es podia descriure el periodisme com una relació triangular entre l'esdeveniment, el mediador, que el filtrava i l'analitzava, i el consumidor, actualment hem passat a un eix en el que el periodista és un vidre transparent que transmet l'esdeveniment (Ramonet, 2003)²². Sovint, i més encara en aquesta època de “personalització periodística” tendim a sobrevalorar el paper del periodista en el procés productiu (Diezhandino, 2007) i oblidem el paper que hi juguen les fonts. En aquest context és estrictament necessari que el periodista les esculli bé i les aporti en quantitat, qualitat i diversitat.

Així doncs, l'obtenció de fonts informatives fiables i de qualitat prestigia el mitjà de comunicació (Fontcoberta, 1993). El seu valor més preuat, la credibilitat, està directament relacionada amb les fonts de les que disposi. Per tant, l'anàlisi

²¹ En aquest sentit, Rodrigo Alsina (1993) cita a Grossi per recordar que la relació entre periodistes i fonts “es una relación entre un sistema (la empresa periodística) y el ambiente (la realidad de los acontecimientos). Las fuentes representan los confines mutables, en ocasiones inestables, que regulan el equilibrio entre los dos ámbitos” (Rodrigo Alsina, 1998: 92).

²² Bezunartea (1998) fa referència a aquesta relació i utilitza la metàfora d'un triangle, amb tres costats, polítics, mitjans i audiència que depenen l'un de l'altre però en el que l'audiència rarament hi podrà participar activament.

de les fonts utilitzades per un mitjà de comunicació ens ha de donar pistes sobre la seva qualitat, o sobre la seva credibilitat, si preferim.

No volem passar a una altra qüestió sense posar sobre la taula el concepte de transparència dels mitjans de comunicació. González (2016) recorda que les fonts no només són un recurs informatiu, sinó el material bàsic amb el que s'elabora un treball informatiu. Per tant, la seva relació amb la qualitat del producte és fonamental. Així doncs, com més diversitat de fonts i més ben identificades estiguin, més claus tindrem per interpretar correctament la informació.

Segons González, *“La transparencia mediática ayuda a incrementar la calidad del periodismo y facilita una relación de confianza con la audiencia, creando un mejor diálogo entre el público y los medios de comunicación”* de manera que *“la única manera práctica de explicar al público lo que sabemos es mostrar nuestros métodos y fuentes en el grado máximo que sea posible”* (Kovach y Rosenstiel, 2003:126). Així doncs, serà especialment rellevant no només quantes fonts s'utilitzen, sinó quin grau d'atribució tenen i quin nivell de contraposició presenten les informacions ja que *“cuanta más cantidad y calidad de fuentes, más credibilidad se le da a la pieza periodística. Pero las fuentes también se consideran un elemento de jerarquización de la información y una variable que permite al lector descifrar la importancia que el medio otorga a la noticia publicada”* (González, 2016: 61)

Bezunartea et al. (2013) i Rodríguez et al. (2015) consideren que la millor manera de respectar la intel·ligència del receptor és informar-lo no només de la procedència de la informació, sinó del mètode utilitzat per obtenir-la i el context en el que s'ha obtingut. Així el lector tindrà claus per comprendre millor les eventuais intencionalitats que s'amaguen darrera d'una informació aparentment asèptica. En aquest context cal entendre el paràmetre de l'atribució, que també hem analitzat en aquesta tesi.

,

2.3.1. ATRIBUCIÓ:

És rellevant, doncs, estudiar quantes fonts utilitzen els periodistes per elaborar una peça periodística. Però no només això. Cal esbrinar també quin ús en fan, si contrasten o no la informació que reben i quin nivell d'atribució tenen aquestes fonts, és a dir, la manera en que “*los periodistas revelan que su información proviene de unas fuentes determinadas*” (Fontcoberta, 1993: 60). L'atribució és un element particularment important perquè dóna credibilitat a la notícia: el públic ho percep com una garantia de fiabilitat i veracitat dels fets²³.

En aquesta tesi hem tingut en compte la classificació d'atribucions proposada per Mar de Fontcoberta en el seu llibre *La noticia. Pistas para percibir el mundo*:

- a) *Atribució directa*: El mitjà identifica a la font i cita la informació que ha proporcionat.
- b) *Atribució amb reserves*: No se cita explícitament a la font però se la situa en un context i poden citar-se les seves informacions.
- c) *Atribució de reserva obligada*: El mitjà no menciona a la font i explica les informacions com si fossin pròpies.
- d) *Atribució de reserva total (Off the record)*: la notícia no es pot publicar ni es pot atribuir. En general aquest tipus d'informació s'utilitza per donar elements d'informació al periodista, perquè pugui interpretar millor els esdeveniments²⁴.

Aquestes són les tipologies. Des de l'àmbit acadèmic també s'ha incidit en el valor de les fonts i en la seva correcta identificació. R. Vilamor (2000) proposa

²³ Tampoc podem perdre de vista que l'ús de les fonts és un paràmetre per comprendre millor els criteris de jerarquització de les notícies que apliquen els diaris i, per tant, els eventuais interessos informatius i comunicatius. (González, 2016)

²⁴ Aquestes fonts són impossibles d'identificar en un text informatiu, per raons evidents. Rodrigo Alsina (1989), per exemple, opta per eliminar aquest tipus d'atribució dels seus estudis de fonts, al ser impossibles de quantificar. No obstant, en alguns casos sí poden ser deduïdes.

un decàleg de bones pràctiques pel que fa referència a l'ús de les fonts. A continuació reproduïm alguns dels punts destacats:

- 1. El periodista debe citar siempre las fuentes. En el caso de que deban permanecer reservadas, informará al lector de tal circunstancia.*
- 2. Es obligatorio citar las fuentes cuando el periodista utiliza materiales de agencia o de otros medios e información.*
- 3. Siempre que una información implique a más de una persona o institución, el periodista habrá de consultar a las distintas partes y citarlas.*
- 4. Las fuentes de información confidenciales no pueden ser reveladas sin autorización expresa de los informadores.*
- 5. La atribución de las fuentes no exime de responsabilidad al periodista.*
- 6. El periodista tiene derecho a negarse a revelar la identidad del autor de la información a su empresa, a terceros y a las autoridades públicas y judiciales.*
- 7. Sin una valoración seria de las fuentes, puede existir pasatiempo, entretenimiento, pero no información en el sentido estricto²⁵.*

Sembla clar doncs que l'atribució és un element fonamental en la gestió de les fonts d'informació. Malauradament el fenomen de no citar les fonts és cada cop més punyent a la premsa del nostre país (Diezhandino: 2007). I no podem oblidar que les fonts s'apropen al periodista amb una intencionalitat concreta, i si aquest no la cita correctament, no tenim elements per contrastar la informació i el seu origen, pel que se'ns priva de dades fonamentals per interpretar la realitat periodística.

Així, és evident que *“el producto periodístico goza de mayor veracidad y credibilidad cuando ofrece un gran número de fuentes atribuidas de forma directa. Aunque, bien es cierto que, en ocasiones, la fuente no puede ser citada y se justifica la apelación al secreto profesional del periodista”* (González, 2016: 61). En aquest sentit, Borrat (2003) recorda que la manca d'atribució, per be que legítima en determinats casos, impedeix realitzar una lectura crítica de la

²⁵ R. Vilamor (2000: 276-277)

informació, ja que no podem interpretar els interessos comunicatius de la font que l'ha aportat. A més, no podem valorar si la manca d'atribució es deu a una mala praxis professional o bé a una voluntat explícita d'emascarar interessos comunicatius no necessàriament legítims.

En definitiva, doncs, estem en un context amb unes fonts *empoderades* (si se'm permet la llicència lèxica) que busquen predeterminar el relat periodístic per obtenir beneficis comunicatius. Però com processa el periodista tradicional aquesta influència? Les condicions socials i econòmiques actuals li permeten desenvolupar mecanismes de defensa per aturar aquesta influència?²⁶.

2.3.2. LES FONTS: ESSÈNCIA DE L'ACTIVITAT INFORMATIVA:

La literatura acadèmica ha deixat ben clara, tradicionalment, la importància de les fonts d'informació per a l'elaboració d'un discurs periodístic de qualitat, tal i com hem apuntat al capítol anterior. Caminos Marcet indica que *"las fuentes son la esencia de la actividad informativa y constituyen el sello de distinción de los medios de comunicación. El mejor medio es el que está mejor informado, y el mejor informado es el que dispone de mejores fuentes de información.* (Caminos Marcet, 1997: 157)²⁷. D'altres autors com Cesareo consideren que les fonts no només condicionen les fases successives de la producció informativa, sinó que, fins i tot, estan directament en disposició de governar-la (Cesareo, 1986: 68).

Les fonts són la gènesi del material informatiu i per tant condicionen la feina del periodista. I recordem que aquest és plenament conscient de la relació directa

²⁶ Mayoral (2005) afirma en aquest sentit que *"no sabemos, en cambio, si el periodismo dispone de un plan de defensa para mantener su relato a salvo de versiones conscientemente deformadas de la realidad (o a salvo de intereses particulares que pretenden servirse del lector, más que contarle algo"* (Mayoral, 2005)

²⁷ Héctor Borrat recorda que *"cuanta mayor sea la cantidad, la calidad y la diversidad de las fuentes que cita, tanto mayor será su credibilidad y, por tanto, su influencia"* (Borrat, 1989, 54).

que existeix entre la font d'informació i la notícia, entesa com a discurs i com a producte. (López M, 1995: 32). De fet, ja des de la facultat s'insisteix als futurs periodistes sobre la necessitat de crear i desenvolupar una bona agenda de contactes a qui poder recórrer en cas de necessitat informativa o documental, tot plegat per estar en disposició de donar la millor informació possible als nostres clients-lectors.

A més, no podem oblidar que en el procés de transformació d'un fet o esdeveniment real en un missatge que pugui ser descodificat pel públic, és a dir, en el "procés informatiu" (Casasús, 1988), l'esdeveniment el periodisme modern ha de concebre's en funció de *"la exigencia de fundamentar el progreso de los métodos de trabajo intelectual dedicados a lograr que la necesaria manipulación a la que deben someterse los acontecimientos para ser informados profesionalmente se realice con las garantías necesarias para que los mensajes lleguen al público con todas sus propiedades originales intactas, con toda su pureza fenomenológica, con la máxima exactitud, con una fidelidad óptima"* (Casasús, 1988: 86)²⁸. En virtut d'aquest objectiu, la cura en l'ús de les fonts es fa més necessari que mai.

Així doncs, si les fonts són *"l'essència de l'activitat informativa"*, no ha de sorprendre que la qualitat i diversitat d'aquestes fonts sigui fonamental, com acabem d'apuntar, per a garantir la qualitat del producte informatiu i, en darrera instància, d'un mitjà de comunicació. Entenem que aquest no és, ni de bon tros, l'únic criteri per a valorar la qualitat d'una peça periodística però l'ús adequat i proporcionat de les fonts, la seva correcta atribució i el correcte tractament i contrast de la informació que ens aporten són elements claus per a definir un bon producte periodístic.

Tenir bones fonts permetrà al periodista ser menys dependent de parts interessades. La pluralitat dels fluxos informatius permetrà diversificar la informació i aportarà una proporcionalitat que en darrera instància repercuteix

²⁸ Casasús (1988) desenvolupa els principis de l'efemorologia periodística i categoritza els esdeveniments periodístics en funció de criteris, com el caràcter de la seva incorporació cultural, la duració dels efectes en el temps, el seu abast social, la duració de desenvolupament, la seva dimensió estructural, el grau de previsibilitat, el seu model de desenvolupament, el seu grau d'actualitat i la seva naturalesa.

en la credibilitat del mitjà. Tal i com recorda Borrat (2003) la diversitat permet que el diari tingui menys necessitat d'utilitzar informació filtrada, i per tant, intencionada (López, 1995).

2.3.3 LES FONTS COM A PARÀMETRE DE LA QUALITAT PERIODÍSTICA:

Actualment estem en un període en que les fonts guanyen terreny als periodistes. En un estudi de l'any 2005, Javier Mayoral conclouia que *“los periodistas emplean un altísimo número de fuentes insuficientemente identificadas, que no compiten con otras fuentes ni, por tanto, con otras versiones de lo sucedido, que ofrecen información que afecta a sus intereses particulares y que, por último, consiguen que el texto periodístico recoja lo fundamental de su versión de lo acontecido”* (Mayoral, 2005)²⁹.

En conseqüència s'acaba construint un missatge d'aparença informativa però d'essència persuasiva (Diezhandino, 2007). El relat de les fonts més potents no competeix amb versions alternatives pel que acaben dominant el relat informatiu signat pel periodista (Mayoral, 2005). Recordem a Colombo, que considerava que les fonts entren amb força en les seues d'institucions (diaris) que el lector considera autònomes, però que en realitat no ho són.

Tom Rosenstiel, corresposal del *Newsweek* al Congrés nord-americà i Bill Kovach, cap de la delegació a Washington del *New York Times*, apunten que existeix una *“nueva cultura en la que los medios de información trabajan 24 horas al día, las noticias son cada vez más fragmentarias, las fuentes ganan poder con respecto a los periodistas que informan de ellas. Diversos criterios periodísticos están quebrando la función de vigilancia de la prensa”* (Rosenstiel, Kovach, 2003: 65). Així doncs els condicionants actuals del periodisme estan

²⁹ Es tracta d'un estudi de fonts realitzat en 5 diaris nacionals durant 15 dies amb un total de 6.162 textos informatius.

trencant la funció de vigilància que tradicionalment tenia, el que ens porta al debat sobre la credibilitat i, per tant, al de la qualitat.

Però què és o com podem definir la qualitat informativa? Aquesta pregunta ha portat de corcoll a molts investigadors en els darrers 20 anys. En primer lloc és difícil definir el que entenem per qualitat, un concepte complex i polivalent que engloba moltes variables. En el cas del periodisme podríem aplicar-ho a la professió i les condicions en les que es desenvolupa i també, evidentment, al producte final que ofereix, la informació. En aquest segon supòsit hauríem de fixar-nos, per exemple, en la qualitat formal de la notícia, la seva redacció, el seu estil i també en la qualitat del procés productiu.

Tanmateix, tot i que intuïtivament potser seríem capaços de diferenciar una informació de qualitat d'una que no ho és, alguns investigadors s'han esforçat en establir una sèrie de categories mesurables per a poder certificar científicament que un producte informatiu és de qualitat. No és feina fàcil. El projecte *Valor Agradado Periodístico*, desenvolupat per la Facultad de Comunicación de la Pontícia Universidad Católica de Chile ha establert una sèrie d'indicadors en els que es defineixen variables per a mesurar la qualitat d'una publicació periodística.

La seva intenció és definir la qualitat en funció d'una sèrie d'estàndards aprovats pel món acadèmic i pels sectors professionals del periodisme. Per resumir, el VAP és *"lo que el medio agrega a la información que el público podría obtener directamente del universo informable"* (VAP-UC, 2005). Per aconseguir-ho, els diaris desenvolupen una funció notarial, seleccionant fets informatius i fonts existents i confiables. També assignen un sentit, jerarquitant i relacionant els continguts. En aquest procés informatiu es diferencien elements: la selecció, la mirada informativa de la realitat; i la creació d'un missatge coherent. Dins del procés de selecció els indicadors tenen en compte la diversitat de fonts per valorar l'accés als mitjans de comunicació i la "demostrabilitat" dels fets dels que se'ns informa³⁰.

³⁰ www.uc.cl/comunicaciones/vap. Els indicadors VAP tenen moltes aplicacions, però es tracta d'un instrument essencialment descriptiu.

En definitiva, les fonts, com a element essencial en el procés de selecció d'informacions que potencialment es convertiran en notícia publicada, són un element clau en la valoració de la qualitat periodística. A més, el periodisme és també un servei públic, pel que no només podem tenir present la capacitat formal i comercial del producte informatiu sinó també les capacitats dels professionals i les possibilitats que se'ls ofereix per a elaborar informacions socialment representatives, proporcionades i fiables. Garantir i, a ser possible, millorar la qualitat informativa és necessari perquè el públic demanda informacions fiables, complertes, diverses i oportunes per poder optar a prendre les decisions que cregui més convenients (Gutiérrez Coba, 2006).

2.3.4. FONTS I CREDIBILITAT:

El mal ús de les fonts, doncs, té conseqüències negatives en la qualitat del producte informatiu, i de retruc afecta a la credibilitat dels mitjans de comunicació i al seu prestigi. Tot plegat en una època en la que necessitem aportar rigor davant l'allau d'informació que rebem cada dia i la immediatesa que imposa el mercat informatiu, elements que juguen en contra de les possibilitats d'anàlisi, contrast i processament de les informacions que reben els periodistes (Ramonet, 2003)³¹.

Tot i això, la societat valora la necessitat del periodista. Una enquesta de l'agost del 2013 del *Centre Pew* de Periodisme indica que un 54% dels enquestats, contra un 38% considera que els periodistes són més necessaris que abans, per canalitzar l'allau d'informació als que estem exposats. I encara més, l'*State of the news media* del 2005, considerava que el periodisme *"tendria que moure en la direcció de hacer su trabajo más transparente y más experto, y de ampliar el campo de su reflector. De ser en el nuevo*

³¹ El mateix Ramonet indica que *"el sistema en vigor nos demuestra constantemente que la acumulación de información amputa la información"* (Ramonet: 2003, 22)

panorama la fuente que mejor pueda ayudar a los ciudadanos a descubrir qué creer o qué no creer, un cambio del rol del gatekeeper al de autentificador o referencia” (Diezhandino, 2007: 150).

Actualment però, la potència dels aparells de relacions públiques d’institucions i empreses ofega al periodista. Pel que fa referència a l’ús de les fonts sembla que el periodista s’ha rendit al creador de notícies, a la font (Diezhandino, 2007). Sense un correcte tractament de les fonts i una menor dependència de les informacions institucionals, el periodisme no podrà recuperar la confiança del ciutadà-client per sobreviure.

Però per això cal oferir un producte de qualitat basat en la credibilitat, una credibilitat que ara com ara, no sembla tenir. No són menyspreables les dades aportades pel *Project for Excellence in Journalism* en les que el percentatge d’enquestats que definitivament no creu la informació que ofereixen els mitjans ha augmentat per quatre en els darrers 20 anys (Pellegrini, Mújica, 2006). I això, com dèiem, repercuteix en el prestigi social del periodista. El febrer del 2013 una enquesta del CIS assenyalava que els periodistes són els segons professionals menys valorats (només per davant dels jutges), amb una valoració del 59% en una escala de 0 a 100³².

Recuperar la credibilitat és clau per recuperar la confiança del lector, i una manera de fer-ho és ser rigorosos en l’ús de les fonts i en la verificació de les informacions que aporten. Ja hem indicat que, com més fonts tinguem més possibilitats tindrem d’obtenir informació diferenciada i contrastable i, per tant, menys vulnerable als interessos particulars de cada una de les fonts (López, 1995).

Tanmateix, acadèmics i periodistes de reconegut prestigi han alertat de la relaxació en l’ús de les fonts per part dels periodistes: s’ha passat del periodisme de verificació al d’afirmació (Rosensthiel, Kovac, 2004) . Estem en

³² Capçalera, *Revista del Col·legi de Periodistes*. Desembre 2013, número 62.

un moment en que el que importa és avançar la notícia, no explicar-la, ser el primer en publicar, sense tenir en compte si s'és el més rigorós³³.

Estudis sobre fonts, com el de Gutiérrez Coba, que analitza 14 exemplars diferents dels diaris “*El Tiempo*” i “*El Colombiano*”, constata l'escassetat i uniformitat de les fonts utilitzades, amb una forta presència de les institucionals. Proposa incorporar més fonts no oficials i identificar-les correctament (Gutiérrez Coba, 2006).

Odriozola analitza l'ús de les fonts durant la cobertura de la catàstrofe del *Prestige* l'any 2002 i constata “*el alto uso de las administraciones públicas como fuente de información fagocita al resto de categorías. Su importancia crece al constatar cómo su presencia aumenta en el inicio de las informaciones y las caracteriza como generadores de los textos periodísticos*” (Odriozola, 2011:90).

García Santamaría, en el seu estudi sobre l'ús de les fonts en la cobertura de l'accident d'un avió d'Spanair a l'aeroport de Barajas l'any 2008, arribava a dos conclusions similars: “*Tendencia mayoritaria a la utilización de fuentes oficiales, y un deficiente empleo de fuentes especializadas. Gran déficit de confrontación de diferentes fuentes: el equilibrio informativo necesita combinar fuentes alineadas con el protagonista de la interacción con aquellas fuentes alineadas con su antagonista, y otorgarles a ambas un trato paritario*” (García Santamaría, 2010).

D'altres autors com P. Coello i M. Martín (2004), Giménez i Torrado (2007) o Fernández Gil (2010) per posar només alguns exemples, han constatat també fenòmens com l'escassetat de fonts a l'hora de construir la notícia, la seva homogeneïtat, o la incorrecta o fins i tot inexistent atribució de les informacions publicades. En aquesta uniformitat, com venen constatant estudis recents, destaquen les de caràcter oficial o institucional... en definitiva, les fonts del poder polític.

³³ Ramonet indica que “*La instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información. Un periodista hoy no debería llamarse periodista, debería llamarse “instantaneísta”*” (Ramonet, 2003: 56)

2.3.5. TENDÈNCIES ACTUALS EN L'ÚS DE LES FONTS:

Tots aquests fenòmens que s'estan constatant afecten al debat democràtic. Si les notícies han de ser un retrat de la realitat social convé que siguin complementàries, en el sentit de que han d'oferir al lector una àmplia visió informativa des de diversos punts de vista, per exemple, utilitzant el major nombre possible de fonts; tot plegat per oferir una informació comprensible al lector. (Fernández Gil, 2010: 138).

Però ja hem vist com diversos estudis posen de manifest una preeminència cada cop més gran de les fonts institucionals a l'hora de construir el relat periodístic. Creiem que aquest fenomen ha anat en augment en els darrers anys, en virtut d'un procés complex en el que hi participarien molts factors com l'explosió de les noves tecnologies, la precarietat creixent en les redaccions periodístiques o l'estructuració de gabinets de comunicació professionalitzats que, mitjançant tècniques de relacions públiques i adaptant-se a les rutines de treball dels mitjans han aconseguit influir amb força l'agenda temàtica. Unes fonts organitzades i professionalitzades que contribueixen a uniformitzar encara més el missatge. (Ramírez: 1995, 48).

També la professió i el que és més important, el públic, detecta aquesta tendència. En una conferència pronunciada l'any 2009 anomenada "La comunicació en temps de crisi", Llúcia Oliva, presidenta del Consell d'Informació de Catalunya, indicava algunes de les tendències negatives en l'exercici de la professió que observaven a través de les queixes que rebien:

- a) *Avui hi ha una tendència a oblidar citar les fonts.*
- b) *En casos d'accidents i tragèdies diverses, encara es veu una tendència a pensar que qualsevol font és bona i no es fa prou esforç per triar les fonts adequades per il·luminar el públic sobre què ha passat.*
- c) *Un altre problema que hem detectat és que, de vegades es dona informació i se'n citen les fonts, però els periodistes no contrasten la informació que donen aquestes fonts i no se'n fan responsables. Per*

exemple, un diari cita la informació que ha donat un altre mitjà sense preocupar-se de quina manera ha aconseguit aquesta informació i no es preocupa de verificar-la, que és la tasca del periodisme.

- d) *En els casos de detencions i d'investigacions policials, no sempre es respecta la presumpció d'innocència.*
- e) *Una altra tendència observada és la distribució de fotografies sense que es doni la informació sobre les circumstàncies en què han estat preses.*
- f) *Finalment, caldria que els periodistes fessin un esforç per comprovar millor les dades i no crear confusió, cal evitar deixar interrogants a la ciutadania. (Oliva: 2009)*

Uns mals usos que Oliva atribueix, en part, a la crisi econòmica, amb una reducció considerable de les plantilles que obliga als redactors a escriure més que abans. La immediatesa fa que s'obviïn normes essencials en l'exercici periodístic i en la revisió dels textos publicats³⁴.

La diversitat, quantitat i qualitat de les fonts ha donat pas a un escenari on la informació d'una sola font ja no sembla ser anatema (Diezhandino, 2007:) i fins i tot pot considerar-se una sort si observem la costum indicada per Oliva de no citar les fonts o de no atribuir les declaracions que recull. Una informació d'una sola font no pot, conceptualment, completar una història periodística perquè *“pasa por alto puntos de vista alternativos y perspectivas relevantes para los lectores”* (O'Neill i O'Connor, 2008: 492). En aquest context alguns autors tendeixen a veure els mitjans de comunicació com a missatgers de les seves fonts principals. Unes informacions que no tracten de política sinó del que els polítics volen comunicar (Gans, 1993).

D'altra banda, tenim la tendència a no contrastar les informacions obtingudes a través, per exemple d'altres mitjans. Els *media* parlen dels *media*, reproduïen els seus continguts, es retroalimenten, creant una esfera d'informació

³⁴ La immediatesa imperant en el periodisme actual tampoc ajuda a un correcte exercici de la professió: *“La pressió per informar més i més ràpidament fa que hi hagi una tendència a oblidar els principis ètics d'actuació que moltes redaccions tenen escrits en els seus llibres d'estil, llibres de redacció, estatuts de redacció o guies per a fer la informació”.* (Oliva, 2009).

(Ramonet, 2003)³⁵, en la que no és fàcil contrastar els diversos mitjans. Utilitzant altres *media* com a font d'informació s'aconsegueix una espècie de legitimitat del sistema, reforça la credibilitat del conjunt de la professió³⁶. Però també provoca la homogeneïtzació dels fets públics (Quiroga, 1998). Una homogeneïtzació reforçada per la institucionalització de les rutines productives i per l'ús habitual de les mateixes fonts d'informació.

2.3.6. EL PODER POLÍTIC COM A FONT:

Tal i com succeeix en d'altres àmbits de l'exercici periodístic, sovint es fa difícil distingir una bona font d'una de dolenta. En principi la bona font serà la que ens porti informació més fiable (que no necessàriament certa o desinteressada). En aquest procés no es pot oblidar que el periodista, com a membre d'una comunitat, accedeix a la realitat a partir d'una percepció personal sobre la societat que el portarà a dividir les fonts en "bones" i "dolentes" en base a idees preconcebudes (López, 1995). I no cal dir que les bones fonts solen ser les que estan a prop del poder.

En certa manera pot semblar lògic. Els poders públics intervenen en una gran quantitat d'àrees de gestió informativament interessants. A més, tenen una potència informativa, una capacitat d'organitzar i difondre el discurs i un prestigi social (cada cop menor) que els donen preeminència a l'hora d'irrompre en l'agenda temàtica. I és que *"sin una presencia activa en los medios, las propuestas o candidatos políticos no tienen posibilidad de reunir apoyos"*

³⁵ Ramonet afegeix que *"hoy un hecho es verdadero no porque corresponda a criterios objetivos, rigurosos y verificados en las fuentes, sino simplemente porque otros medios repiten las mismas afirmaciones y las confirman"* (Ramonet: 2003, 23-24)

³⁶ En aquest sentit podem observar, per exemple, la cobertura del "Cas Bárcenas" per part de dos diaris ideològicament i empresarialment ben diferenciats: *El País* i *El Mundo*. Tots dos han desenvolupat investigacions paral·leles que s'han retroalimentat i han donat legitimitat a les informacions, per bé que les motivacions ideològiques que han impulsat la seva publicació puguin ser ben diferents.

amplios. La política de los medios no es toda la política, pero toda la política debe pasar a través de los medios, sobre todo de los nuevos medios electrónicos” (Castells, 1998, Vol II: 349).

Així doncs, la política, els polítics i les institucions han professionalitzat la seva capacitat com a font no només per tenir accés als mitjans, cosa que tenen garantida intrínsecament, sinó també per influir en l'agenda temàtica i generar percepcions entre el lector-votant. A més, a l'establir-se com a fonts recurrents guanyen legitimitat social i en darrera instància, poder d'influència.

El poder polític s'ha adaptat al procés productiu del periodisme i ha aconseguit imposar-se en la jerarquia de promotors de les notícies. Ha aconseguit elevar esdeveniments (o pseudo-esdeveniments) al rang d'*event public*³⁷, i estructurar el debat públic a través dels temes que genera o proposa. Efectivament aquest és un índex de poder, ja que l'establiment d'un esdeveniment públic depèn, no només dels objectius comunicatius de la font, sinó també dels recol·lectors i selectors de la informació (*gatekeeper*) i de les audiències. En aquest sentit Molotch i Lester mostren la lluita per promocionar els esdeveniments a través del nivell d'accessibilitat als mitjans que tenen els diferents actors socials: “*se establece, por consiguiente, una jerarquía de los promotores de noticias. Así las instituciones a nivel nacional se imponen a las locales, y las grandes empresas a los grupos de ciudadanos*” (Rodrigo Alsina, 1989:89).

Aquesta imposició ve determinada per les característiques culturals de la nostra societat. Una societat en la que la política és essencialment mediàtica, és a dir, es desenvolupa “*en y a través de los medios*” (Castells, 2009:261). Efectivament, “*los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público. Por tanto, solo aquéllos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos tienen la posibilidad de influir en sus decisiones de forma que les lleve a posiciones de poder en el*

³⁷ Molotch i Lester defineixen aquest concepte: “*Los hechos serían todo lo que sucede en el mundo. Los acontecimientos son un conjunto de hechos conocidos. Un acontecimiento, es una información si alguien lo utiliza en un momento dado para estructurar su experiencia. Así, por extensión, califican como event public aquellos acontecimientos utilizados para estructurar la vida colectiva y a través de los cuales las sociedades organizan y comparten de manera simbólica su pasado, presente y futuro*”. (Rodrigo Alsina, 1989:89)

estado y/o a mantener su control en las instituciones públicas" (Castells, 2009: 262).

Els actors polítics organitzen la política al voltant dels mitjans. La batalla per accedir-hi i construir la opinió pública constitueix una condició indispensable per aconseguir el recolzament a les accions polítiques (Castells, 2009: 354). A més, els mitjans són (encara) l'espai on es defineixen les relacions de poder entre les institucions públiques i els diversos sectors socials. Per tant els missatges han de passar pels *media* i s'han d'adaptar a les seves normes editorials, al seu llenguatge, als seus processos productius...I aquest esforç s'ha materialitzat amb el desenvolupament dels GC, com veurem més endavant.

En aquest sentit, Casero i López (2013) alerten de la notable influència de les activitats de relacions públiques desenvolupades pels GC que dificulten l'accés directe dels mitjans a les fonts primàries i que serveixen com a mecanisme de desintoxicació (García Santamaría, 2010). En qualsevol cas, l'accés a la programació habitual dels mitjans de comunicació és el factor més important en la pràctica de la política mediàtica (Castells, 2009). Tanmateix, la font política ha d'adaptar-se a les necessitats de la indústria periodística, que passen entre d'altres coses, per augmentar, però sobretot consolidar, la seva audiència objectiva, identificada prèviament. Molts mitjans es dirigeixen a una audiència objectiva més interessada en confirmar les seves opinions que no pas en informar-se (Castells, 2009).

En aquest escenari de política mediàtica la informació que més rendiment pot oferir és la que més s'adapta a les condicions actuals de l'audiència. El raonament és que el que resulta atractiu pel públic augmenta l'audiència, la influència, els ingressos... *"Si trasladamos esto al ámbito político, significa que la información de más éxito es aquella que maximiza los efectos de entretenimiento que corresponden a la cultura de consumismo de marca que se ha hecho predominante en nuestras sociedades"* (Castells, 2009:270)³⁸.

³⁸ Aquest fenomen es produeix en un context de mercantilització de la informació i dels mitjans. Casero indica que *"Bajo estos parámetros, los medios se orientan hacia el mercado, concentrándose en noticias que atraigan la máxima audiencia*

Tanmateix, les institucions hauran de lluitar amb altres sectors socials que també volen accedir als mitjans; i aquests els procuren escoltar, ja que un excessiu acostament al poder els restaria credibilitat i posaria en entredit els principis més elementals de la professió. A més, l'entrada d'opinions polítiques divergents aporta elements interessants a l'*infoentreteniment*³⁹. Tanmateix això obliga als grups socials minoritaris a generar notícies vistoses i cridaneres per travessar les portes dels mitjans⁴⁰, fet que els condemna encara més a la marginalitat mediàtica ja que se'ls identifica amb el gamberrisme i la violència (Castells, 2009), tal i com hem pogut comprovar moltíssimes vegades.

2.3.7. INSTITUCIONALITZACIÓ DE LES FONTS:

Hem indicat anteriorment que la tradició radical posava de manifest els condicionats que provoquen que els mitjans gravitin cap a l'òrbita central del poder. Un d'aquests condicionants és el pensament dominant en un entorn social i en un moment històric determinat. Curran recorda que "*los discursos ideològics predominantes imponen un campo de debate para gran parte de los contenidos de los medios de comunicación*" (Curran, 2003: 154). Tot i que es podria pensar que en una societat democràtica aquests discursos són fruit d'un consens adquirit a partir d'interaccions lliures, no podem oblidar que la circulació d'idees està influïda pels recursos desiguals dels que disposen els diferents grups socials. Així, els grups poderosos exploten la seva capacitat

posible y anteponiendo los beneficios económicos por encima del servicio público y su contribución democrática". (Casero, 2012: 25)

³⁹ Alguns autors, com Avery, consideren que la preeminència del factor entreteniment en la informació política contribueix a una imatge negativa de la política que genera desafecció i pèrdua de compromís cívic. (Casero, 2012)

⁴⁰ Un dels moviments que primer va entendre i aplicar aquest mecanisme és el moviment ecologista: "*la acción ecologista opera utilizando acontecimientos recogidos por los medios de comunicación. Creando acontecimientos que llamen la atención de los medios, los ecologistas son capaces de llegar a una audiencia mucho más amplia que la de sus partidarios directos*" (Castells: 1998, Vol 2, 153)

cultural, econòmica i social per disseminar idees i informacions per influir en els comportaments públics (Curran, 2003).

En aquesta dinàmica de circulació d'idees es produeix la irrupció de les fonts oficials. La seva força determina *“todo el proceso de acceso, selección y producción informativa; fuentes que al igual que las agencias constituyen un flujo constante y habitual para el periódico y los medios audiovisuales. Gabinetes de prensa, portavoces, guardabarreras o gatekeeper a escala gubernamental o mediática son distintas formas de identificar a los responsables de que la información institucional ocupe un lugar privilegiado en los medios de comunicación”* (Pérez, 2008: pàg. 252).

D'altra banda, no podem oblidar els condicionants de temps i de pressupost que tenen els mitjans per elaborar la informació. En aquesta dinàmica, graviten cap a fonts eficients, capaces de proporcionar notícies de manera ràpida i econòmica. En canvi, s'han deixat de banda fonts menys poderoses i per tant amb menys nivell de credibilitat: contrastar les seves informacions és un procés més llarg i més car.

En aquest sentit, Wolf indica que *“desde el punto de vista de la oportunidad y de la conveniencia del periodista de servirse de una determinada fuente, la relación está centrada sobre algunos factores relacionados entre sí y destinados sobre todo a la eficiencia, es decir, a la necesidad de terminar un producto informativo en un tiempo establecido e insuperable y con medios limitados a disposición”* (Wolf, 1994: 136).

Així doncs, els factors que determinen l'ús d'unes fonts en detriment d'altres són relatius a l'eficiència, i per tant, relacionats a les característiques del procés productiu periodístic. I les fonts que més s'han adaptat a aquest procés són les institucionals. Mauro Wolf indica cinc factors determinants en l'elecció de les fonts (Wolf, 1994: 136-137):

-a) L'oportunitat: *“las fuentes que en otras ocasiones han suministrado materiales fiables tienen buenas probabilidades de volver a ser utilizadas, hasta convertirse en fuentes regulares”*.

b) La productivitat: “se refiere a las razones por las que normalmente prevalecen las fuentes institucionales: éstas suministran suficientes materiales para confeccionar las noticias, permitiendo así a los aparatos no tenerse que dirigir a demasiadas fuentes para obtener los datos o los elementos necesarios”⁴¹.

C) La fiabilitat: “desde el punto de vista de los periodistas, las fuentes deben ser fiables de modo que la información suministrada requiera el menor número posible de controles. En caso contrario la noticia debería ser comprobada al menos sobre la base de dos fuentes distintas, pero si la información puede ser explícitamente referida a una fuente, el problema de la fiabilidad pasa del periodista a la fuente explícitamente citada en la noticia. Desde el punto de vista de los procesos productivos periodísticos, las fuentes estables, institucionales, terminan asumiendo una fiabilidad adquirida con el tiempo, a su vez rutinizada.

d) La credibilitat: “si la fiabilidad de la historia no puede ser rápidamente demostrada, el periodista procura basarse en la credibilidad de la fuente, en su honestidad”⁴².

e) L'autoritat: “El factor de la autoridad tiene que ver con el proceso por el que, en igualdad de condiciones, los periodistas prefieren hacer referencia a fuentes oficiales o situadas en posiciones institucionales de autoridad” (Wolf, 1994: 137).

Les fonts institucionals compleixen bona part d'aquests criteris. Sens dubte tenen la capacitat de subministrar informacions fiables de manera organitzada, pel que satisfan la demanda contínua d'informació dels mitjans (Wolf, 1994)⁴³.

⁴¹ Wolf afegeix que “La productividad va unida no sólo al tipo y a la calidad de materiales que una fuente está en condiciones de ofrecer, sino también a la necesidad del aparato de limitar en igualdad de condiciones el número de las fuentes por consultar (para no tener costos demasiado elevados ni tiempos demasiado dilatados). (Wolf, 1994: 136)

⁴² “Aquéllas con las que mantienen frecuentes contactos pueden ser valoradas a lo largo del tiempo, y ésta es otra razón por la que los periodistas prefieren las fuentes estables. Cuando no pueden conocer sus fuentes y sólo pueden basarse por tanto en sensaciones, utilizan otros indicadores” (Wolf, 1994: 137).

⁴³ En aquest sentit, Gans afegeix que “...Esta ventaja todavía es mayor para aquellos organismos que pueden disponer de un portavoz cuyas declaraciones sean

A tot això hem d'afegir un altre factor: tenen la capacitat de programar les seves activitats, fet que facilita als mitjans l'organització i gestió racional dels seus recursos⁴⁴.

Tots aquests factors conflueixen en la qüestió de les fonts d'informació, la qualitat periodística, l'accés a l'agenda temàtica i el desenvolupament d'un debat públic complert i diversificat. Tanmateix, un eventual recolzament exclusiu en les fonts institucionals indicaria que el periodista no *“ha desarrollado la noticia desde otras perspectivas, con otras fuentes, olvidándose de interactuar con el ciudadano y descubrir otra actualidad no menos trascendental”* (Gaibar 2015:99). A més, aquest recolzament excessiu posa de manifest la dependència dels mitjans de les institucions, generalment per qüestions econòmiques o polítiques (Edo, 2009). Així l'activitat del periodisme es mostra com a mecanisme pel manteniment de l'*statu quo* polític i social (Casero i López, 2013). En la present tesi intentarem escatir fins a quin punt tots aquests fenòmens es reproduïxen a escala local.

2.4. ELS GABINETS DE COMUNICACIÓ:

Hem vist com el poder polític (però també l'econòmic i social) té més accés als mitjans de comunicació gràcies al desenvolupament d'un flux d'informació constant i estable. D'aquesta manera no només influeix en els temes que configuren l'agenda mediàtica, sinó també en l'enquadrament dels fets noticiables.

noticiales o bien de fuentes que se pongan a disposición de los periodistas con un breve preaviso, suministrándoles a tiempo las informaciones que necesitan, sin que ello cueste nada a los mismos periodistas” (GANS, 1979, 122).

⁴⁴ No és d'estranyar doncs que alguns autors indiquin que el 90% de les notícies són fruit de circumstàncies que donen a les autoritats un control substancial sobre el contingut polític (Bennet, 1983).

De fet, el poder polític ha intentat sempre tenir presència en l'opinió pública, ja sigui per refermar la seva posició, per generar percepcions determinades o per influir en les decisions preses pels ciutadans. Per a fer-ho tradicionalment ha actuat a través del control de la propietat mediàtica i de les polítiques de comunicació. Actualment però ha introduït una nova estratègia: *“el control de las fuentes de información, es decir, la entrada en las rutinas productivas de los medios con armas puramente periodísticas”* (García Orosa, 2006: 118). Per tenir un control i accedir de manera planificada als mitjans de comunicació el poder ha invertit en el desenvolupament dels GC.

Els GC són els encarregats de dissenyar estratègies comunicatives i d'executar les polítiques d'informació que desenvolupa la institució, empresa o organització (Almansa, 2011). Han adaptat la seva producció informativa a les rutines dels mitjans de comunicació per assegurar un major i millor accés. Tot plegat en un context en el que l'agenda mediàtica ja no l'estableix principalment el propi mitjà.

Efectivament, en un estudi realitzat entre els mitjans de comunicació espanyols durant la dècada 1990-2000, s'estipulava que el 90'91% de les notícies eren d'iniciativa aliena als propis mitjans (Diezhandino, 2007). L'any 2005, un altre estudi indicava que els temes d'agenda pròpia del mitjà només representen el 7'5% del total de notícies publicades (Diezhandino, 2007) . D'altres autors apunten a que la xifra de notícies que es publiquen diàriament i que tenen com a font un gabinet de comunicació són entre un 40 i un 60 per cent del total (Risquete, 2006). Això són només uns exemples d'un fenomen que avui dia sembla acceptat: la importància dels GC com a fonts actives i estables.

Aquest fenomen es produeix en un moment en el que la comunicació ha esdevingut un element de gestió fonamental per a qualsevol organització que pretengui tenir una determinada influència social. Aquesta nova valoració de la comunicació (si és que mai havia deixat d'estar valorada) ha afectat a la informació periodística tal i com l'havíem entès. Actualment informació i comunicació tendeixen a confondre's, des del moment en que les institucions,

organitzacions i empreses, han pres als periodistes l'exclusivitat en la producció d'informació⁴⁵ (Ramonet, 2003).

Així, si volem analitzar l'ús de les fonts en la premsa local, on hi ha una important presència d'ajuntaments com a actors informatius i com a subministradors de notícies, hem de donar un cop d'ull al fenomen dels GC.

2.4.1. QUÈ SÓN ELS GC?:

Els GC van sorgir de la necessitat dels grups socialment poderosos de tenir presència a l'opinió pública. Per a fer-ho calia institucionalitzar un vincle amb els mitjans de comunicació, per tal d'influir en l'agenda mediàtica (García Orosa, 2005: 61). Així, bona part de les institucions, empreses i organitzacions socials més rellevants van desenvolupar estructures per a establir un flux comunicatiu constant. Això no implica només enviar notes de premsa, sinó realitzar accions en base a estratègies concretes dissenyades per projectar una imatge positiva de la institució, empresa o organització per la que es treballa.

Efectivament, el primer que hem de tenir present a l'hora de definir els GC és la seva raó de ser: desenvolupar estratègies eficaces per *“mantener, consolidar o mejorar la imagen corporativa de una institución, organización o empresa”*⁴⁶ (Almansa, 2011: 14). Aquest objectiu determina la seva naturalesa, que, d'altra banda, és molt diversa. La pluralitat que presenta el fenomen dels GC i la manca d'unitat conceptual es fa palesa en la diversitat de denominacions existents: Oficina de Comunicació, Gabinet de Comunicació, Gabinet de Premsa, Oficina de Relacions externes...

⁴⁵ En aquest moment, *“en las democracias católicas, todo el sistema social se ha vuelto astuto e inteligente, capaz de manipular sabiamente a los medios y resistirse a su curiosidad”* (Ramonet, 2003: 24)

⁴⁶ Diversos autors estableixen una diferència entre els objectius del GC: Els estructurals, augmentar la notorietat de l'empresa, transmetre una imatge definida o afavorir-la ...; i també els cojuturals, entre els que hi hauria difondre tota informació útil al públic, lligada a una actualitat d'interès general (Almansa, 2011).

Aquesta pluralitat és també funcional, pel que no existeix un model clar i definit del que és un GC ni de quines són les seves funcions. En conseqüència no hi ha una definició unitària, tot i que diversos autors, com Martín (1988), Pérez Valera (1996), Ramírez (1995), Urzáiz i Fernandez del Castillo (1997), o Vilafañe (1999)⁴⁷, entre d'altres, han plantejat definicions des de diversos punts de vista.

En qualsevol cas, la perspectiva que ens interessa en el present treball és la dels GC entesos com a font periodística. En aquest sentit, Txema Ramírez els defineix com a *“fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de aquellas organizaciones y/o personas que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública”*. (Ramírez, 1995: 27-29). Els GC, doncs, actuen com a font activa, organitzada i estable, fet que podria explicar, almenys en part, l'increment de poder que en l'actualitat han adquirit les fonts en el procés de configuració de la realitat periodística.

És cert que les relacions amb els mitjans de comunicació no són les úniques que manté el GC, però *“son de vital consideración (...) El gabinete debe avenirse como fuente de información permanente para los medios ante cualquier tema sobre el que demanden datos. Esta diligencia no sólo debe ejecutarse a instancia de los medios, sino que motu proprio el gabinete debe mantener una relación permanente con los profesionales de los medios, para que se establezcan canales fluidos de comunicación”*. (Almansa, 2011:49)

Així, el responsable de premsa d'una empresa, institució o organització té com a objectiu principal *“crear un flujo constante de transmisión de información desde el interior de la entidad hacia los medios de comunicación”* (Vázquez, 2004: 34). Per això cal adoptar una actitud de transparència, o més aviat de transparència regulada (Vázquez, 2004), en el sentit de que cal que el GC s'adapti als condicionants i desitjos informatius del periodista.

⁴⁷ Almansa fa un repàs de les principals definicions de GC. (Almansa, 2011: 14-21)

2.4.2. EVOLUCIÓ DELS GC A ESPANYA I CATALUNYA:

El fenomen dels GC va néixer als Estats Units i a Europa a les primeres dècades del segle XX. A Espanya el seu desenvolupament va venir molt més tard, com en d'altres aspectes de la modernitat. A finals dels anys 60 i principis dels 70 empreses i institucions van començar a obrir-se a la societat i també als mitjans de comunicació, que començaven a tenir certa llibertat tot i estar encara condicionats per la dictadura. En aquesta època van començar a crear-se departaments molt lligats a les relacions públiques (Almansa, 2011).

Tanmateix, encara no hi ha consens sobre les causes d'aquest fenomen. Alguns autors, com Pere Oriol Costa, consideren que l'economia de mercat va ser la que el va provocar. En canvi, d'altres autors com Jesús Ibáñez consideren que el naixement dels GC està relacionat amb la necessitat de determinats sectors socials de millorar la seva imatge pública. En tot cas, sembla clar que els gabinets sorgeixen en un context social en el que ja no és suficient oferir un producte o servei, sinó que cal transmetre una filosofia (Almansa, 2011).

A finals dels anys 70, la transició va suposar un impuls espectacular per aquest tipus d'estructures. En primer lloc la llibertat informativa va provocar la multiplicació de les fonts: partits polítics legalitzats, sindicats, associacions ciutadanes...i alhora aquest increment exponencial va generar més complexitat en el procés de distribució de la informació.

A nivell institucional, les eleccions democràtiques van significar la primera experiència comunicativa, especialment en el món local, com veurem més endavant. A aquestes estructures de nova creació se les va denominar "Gabinets de Premsa", ja que la seva funció principal, i gairebé única, era relacionar la institució o el polític de torn amb els periodistes⁴⁸.

⁴⁸ Durant els inicis de la democràcia la relació entre el representant polític i el periodista era molt més directa. Tal i com apunta Ramírez (1995) la relació entre polítics i periodistes s'ha "normalitzat". S'ha passat d'una "*candidez primitiva a una insulsa madurez*" (Ramírez, 1995)

Als anys 80, el creixement econòmic va comportar el desenvolupament de GC, tant a institucions com a empreses. En aquest camp Catalunya va ser pionera. Als anys 90 el procés es va generalitzar, tot i que podríem considerar que estem en contínua evolució, ja que moltes institucions i empreses encara no tenen GC, o bé no el gestionen com caldria (Almansa, 2011).

Aquest desenvolupament va transformar la relació entre els periodistes i les seves fonts. De fet actualment és una relació molt menys directa que durant els primers anys de democràcia, i això ha tingut incidència en els fluxos comunicatius i les rutines productives dels mitjans de comunicació. Un altre element a considerar ha sigut l'explosió de les noves tecnologies. Internet ha democratitzat la comunicació, en el sentit que ha permès que petites organitzacions tinguessin capacitat per difondre els seus missatges sense haver de passar els filtres dels mitjans, tradicionalment més propensos a donar accés a grans estructures, normalment relacionades amb el poder polític, econòmic o social.

Però aquestes també han obtingut beneficis del bon ús de la xarxa. A nivell de comunicació externa Internet ha permès un major control sobre la imatge i la singularitat dels receptors. Ara bé, convé relativitzar el paper de la tecnologia, o si més no, recordar les conseqüències negatives del seu ús (o abús), com la sobresaturació d'informació, o la possibilitat de desenvolupar noves formes de tirania informativa a través de la comunicació massiva de missatges⁴⁹.

2.4.3. ELS GC EN L'ACTUALITAT:

Actualment, qualsevol organització, institució, grup social o fins i tot personalitat pública necessita estructurar la seva comunicació per obtenir uns determinats

⁴⁹ Ramonet apunta que *"la censura no funciona hoy suprimiendo, amputando, prohibiendo, cortando. Funciona al contrario: funciona por demasía, por acumulación, por asfixia. ¿Cómo ocultan hoy la información? Por un gran aporte de ésta.* (Ramonet, 2003: 40)

rendiments (Almansa, 2011). Ja sabem que l'explosió d'Internet i, darrerament, de les xarxes socials, ha provocat canvis profunds en l'estructura comunicativa de la societat i ha donat, com hem apuntat, noves possibilitats a sectors tradicionalment amb més dificultats per difondre el seu missatge de manera massiva i efectiva.

En qualsevol cas, convé posar en perspectiva el paper i la influència d'Internet. L'objectiu del GC és comunicar per projectar una bona imatge i per això evidentment utilitza de manera estratègica les noves tecnologies. Però el propi mitjà, Internet, no garanteix la bona comunicació...potser garanteix la difusió d'informació, però no necessàriament garanteix la creació de coneixement i l'acompliment dels objectius comunicatius establerts. Així, a vegades succeeix (jo mateix vaig viure aquesta situació) que una empresa crea una pàgina al Facebook o un compte de Twitter pel simple fet de tenir presència a les xarxes, sense planificar prèviament com s'utilitzarà de manera efectiva aquesta eina. És més, l'explosió dels *Community Manager* respon precisament a aquesta necessitat d'utilitzar de manera correcta la xarxa per assolir els objectius comunicatius.

En conclusió, actualment existeix un consens al voltant del valor de la comunicació com a element fonamental en la gestió d'una empresa, institució, organització...fins al punt que pot considerar-se que és més forta que la pròpia acció. Autors com Costa indiquen que el com comunica una empresa és fins i tot més important que el que fa i com ho fa (Costa: 2001). No és d'estranyar doncs que en aquest context el GC sigui valorat com un instrument que permet millorar la comprensió i el prestigi social d'una organització.

I dins de les activitats que desenvolupa un GC, la relació amb els mitjans de comunicació segueixen tenint un paper primordial. Així, des de la perspectiva teòrica les funcions del GC respecte els mitjans són: subministrar permanentment informació, atendre les demandes dels periodistes, dissenyar i portar a terme campanyes informatives i conèixer les rutines productives dels mitjans (Vilafañe, 1998: 222)⁵⁰. No ha de sorprendre doncs, que els GC, especialment els institucionals, s'hagin adaptat tant bé a les rutines productives

⁵⁰ Almansa, 2011: 26

dels mitjans, fet que ha facilitat la inserció dels seus productes informatius. (Almansa, 2011).

No podem menystenir tampoc que en els darrers anys la crisi econòmica ha impulsat encara més el valor de la comunicació i les relacions públiques. La crisi de la publicitat ha afavorit les activitats comunicatives de les institucions, ja que les relacions públiques tenen més credibilitat que no pas la publicitat⁵¹.

2.4.4. RELACIONS PÚBLIQUES VERSUS PERIODISME:

Un element significatiu del desenvolupament del fenomen dels GC és la seva evolució terminològica, que sens dubte indica una transformació estructural de les seves funcions. En un principi es va generalitzar el terme Oficina de Premsa, o Gabinet de Premsa, bàsicament perquè la seva funció principal era relacionar-se amb els mitjans de comunicació. De fet, això succeeix encara avui. Un informe de l'Asociación de Prensa de Madrid del 2012 indicava que un 30'5% de la jornada laboral d'un professional del GC estava dedicada a tasques de relació amb els mitjans de comunicació⁵².

Tanmateix actualment gairebé totes aquestes estructures han adaptat el nom de GC, principalment perquè el terme comunicació té connotacions més globals que recullen millor la diversitat de plantejament i funcions que tenen assignades. En aquest sentit *“la comunicación se entiende como un todo, donde caben acciones propias tanto de publicidad, relaciones públicas como del periodismo o la comunicación audiovisual”* (Almansa, 2011: 30).

⁵¹ Ramírez indica que les millors campanyes són les que passen desapercebudes. Són les que creen opinió pública de forma natural, sense grans estridències. Citat en Almansa, 2011)

⁵² En una enquesta realitzada sobre 2.000 professionals, un 22% treballava en gabinets de comunicació i realitzaven tasques no estrictament relacionades amb el periodisme tradicional, tot i que aplicaven tècniques periodístiques. *Informe de la profesión periodística 2012* Asociación de Prensa de Madrid.

Aquesta transformació implica una ampliació de les funcions i dels objectius. Fins i tot en la relació amb la premsa el professional del GC aplicarà tècniques de relacions públiques, com la investigació del sector dels mitjans, el contacte amb periodistes determinats, el seguiment de les relacions o la monitorització de les accions comunicatives, entre d'altres. Des de la perspectiva de les relacions públiques, Del Pozo Lite (1997: 55-76) indica les funcions d'un GC:

- Crear i mantenir la identitat i la reputació organitzativa, enviant constantment informació als diversos públics.
- Ajudar a assegurar la supervivència de la organització detectant les amenaces potencials i dissenyant estratègies comunicatives per a la defensa.
- Augmentar l'eficàcia de l'organització mitjançant la comunicació⁵³.

Així doncs, les relacions públiques són essencials en les tasques que desenvolupen avui dia els professionals dels GC. Tant des de l'àmbit acadèmic (Goretti Palau, 2003) com professional, ha fet fortuna l'expressió "periodistes a l'altra banda" per definir els professionals que treballen als GC. No és objecte d'aquest treball aprofundir en les diferències que existeixen entre ambdós tipus de periodista, però sí que és pertinent aturar-se en les diferències entre el periodisme de fonts i el periodisme tradicional.

Recordem que, en relació a la premsa, la particularitat dels GC és l'adaptació a les rutines productives dels mitjans, elaborant notes informatives amb estructura i llenguatge periodístic, amb titular, fotografia, tall de veu o el que sigui necessari. Els GC, establerts com a font, subministren informació en representació de grups socials amb poder i amb interessos comunicatius determinats. Així, *"funcionen com una mena de «mitjans» o «agències de notícies» d'aquestes institucions en la feina de convertir en notícia fets i esdeveniments de la seva institució"* (Risquete, 2006).

Hem vist però com actualment el camp i els objectius de les estructures que coneixem com a GC s'ha ampliat cap a sectors més propis de les relacions públiques que no pas del periodisme tradicional. En institucions o grans

⁵³ Almansa, 2011: 26

empreses observem una divisió del treball comunicatiu que pot integrar figures com el director de comunicació, el de màrqueting, el cap de premsa, publicistes, redactors...

En tot cas el periodista del gabinet de comunicació utilitza tècniques periodístiques per transmetre missatges positius que prestigiïn la organització per la que treballa. Hem de recordar que la tasca de les relacions públiques és millorar la imatge d'una organització, pel que molts teòrics han conclòs que el periodista del GC és un professional de les relacions públiques en la tasca de donar notorietat a través de l'elaboració d'informació: *“per aquest motiu, establiria la diferència entre els periodistes dels mitjans de comunicació que informen de fets, sigui en positiu o en negatiu, segons l'aplicació dels criteris de noticiabilitat, i els periodistes de gabinets on els fets seleccionats són sempre positius”* (Risquete, 2006: 214). En qualsevol cas, podem concloure que el periodisme corporatiu és una forma de relacions públiques⁵⁴.

Aquesta dualitat periodista-relacions públiques és vital per entendre com funciona un GC i la relació que s'estableix entre els seus professionals i els periodistes dels mitjans. No podem oblidar que a través de la comunicació els GC intenten assolir uns objectius concrets i prèviament establerts a través del diàleg amb els responsables de l'organització. En aquest sentit, la informació que es distribueix ha de ser coherent amb aquests objectius (Vázquez, 2004). Això provoca una transformació de la teoria de la piràmide invertida. O més aviat hauríem de dir que la piràmide invertida del periodista del GC no sempre coincideix amb l'interès general, sinó que ve determinada pels interessos i objectius de l'organització (Vázquez Burgos, 2004).

Aquest fet ha representat la base de la teoria que planteja als GC com a estructures que manipulen (en el sentit etimològic del terme) la informació per aconseguir uns objectius determinats...en el cas de les institucions, objectius definits per un equip de govern amb interessos no sempre basats en criteris estrictament institucionals, sinó partidistes. Tot seguit apuntarem algunes característiques essencials del treball dels GC des de les institucions.

⁵⁴ La relació entre relacions públiques i periodista i la convergència de funcions en els professionals dels GC ha sigut un tema de debat important entre els teòrics de les relacions públiques (Risquete, 2006)

2.4.5: GC INSTITUCIONALS:

Ja hem comentat anteriorment com, en el camp institucional, el desenvolupament dels GC va lligat a la transició. La democràcia va comportar canvis evidents en l'exercici del periodisme i en l'administració pública. Un dels canvis més profunds va ser la revisió de la relació entre administració i administrat, amb dues qüestions fonamentals al capdavant: el control permanent de l'acció de govern, exercida pels partits polítics a l'oposició i pels mitjans de comunicació, i el dret a la informació com a pilar fonamental de la participació ciutadana. (Campillo, 2011).

Les administracions, especialment les locals, van desenvolupar mecanismes de participació ciutadana i d'informació, sobretot a partir de les eleccions municipals del 1979⁵⁵. Per tant podem considerar que el desenvolupament dels GC està intrínsecament lligat a aquest canvi de relació entre l'administració i l'administrat, caracteritzada per una major complexitat, una major obertura i una evolució conceptual central: el ciutadà-administrat passa a ser ciutadà-client (García Orosa, 2006).

Aquesta consideració afecta lògicament la pròpia concepció de la comunicació en una administració. Amb la consolidació del règim democràtic les institucions abandonen el paternalisme propi de les dictadures i s'encaminen cap a un model d'administració integrada que estableix una relació bidireccional amb els ciutadans. Volen saber les seves preferències, prioritats, possibles problemes i nivell de satisfacció (García Orosa, 2005).

A més, els GC, com a estructura integrada en una institució pública, es financen a través dels impostos dels ciutadans pel que han d'atendre les seves peticions i facilitar informació a la vegada que intenten implicar-lo en la cosa pública. En aquest sentit els objectius de les relacions públiques en l'administració són mantenir als ciutadans informats de la política municipal i de les activitats quotidianes, donar al públic l'oportunitat d'expressar els seus

⁵⁵ Alguns autors com Cárdenas Rica fins i tot situen el naixement dels gabinets de comunicació en les primeres eleccions democràtiques (Almansa, 2011).

punts de vista sobre projectes importants abans que es prenguin decisions, instruir sobre el funcionament del govern, informar dels drets i deures i finalment promoure l'orgull cívic (Black, 1994: 191-192).

Les institucions intenten doncs establir un diàleg perquè aquest forma part intrínseca de la seva naturalesa democràtica. Tenen l'obligació de comunicar-se amb la societat elaborant missatges pel seu públic, els ciutadans⁵⁶, tot plegat per reforçar el coneixement de la pròpia institució i per generar consens al voltant de la seva gestió. Efectivament, les administracions no poden actuar d'esquenes a l'opinió pública perquè els representants polítics correrien el risc de no ser reelegits.

Aquesta necessitat d'aconseguir el recolzament de l'opinió pública⁵⁷ ha convertit els GC en una espècie d'arma de doble tall, tal i com observen tant professionals del sector com les anàlisis acadèmiques⁵⁸. Per un costat beneficien el diàleg amb la societat, però de l'altra obtenen, com a representants dels grups poderosos, accés als mitjans de comunicació en detriment d'altres sectors que no han professionalitzat la seva comunicació (García Orosa, 2005).

Així, la intervenció de l'administració en gairebé tots els àmbits de la vida social i la necessitat de generar consensos ha provocat també que sigui cada cop més sensible als judicis de l'opinió pública. I per això també ha buscat mecanismes per generar una bona imatge i, en definitiva, guanyar credibilitat. Bezunartea recorda que *“para los poderes públicos, los medios tienen un papel decisivo en la creación de estados de opinión, como orientadores, cuando no manipuladores de los comportamientos políticos, lo que conlleva una preocupación obsesiva sobre su capacidad de incidir en los lectores, maniobrar*

⁵⁶ Una bona política comunicativa està directament relacionada amb l'eficàcia d'una administració: la comunicació es converteix en un element més de gestió (García Orosa, 2005)

⁵⁷ Recordem el que comenta Castells: *“La política de los medios no es toda la política, pero toda la política debe pasar a través de los medios para influir en la toma de decisiones”* (Castells, 1998: 349)

⁵⁸ *“Lo que para unos son aparatos de propaganda, para otros son imprescindibles fuentes de información. Todos coinciden, sin embargo, en la capacidad que tienen estas oficinas de condicionar el trabajo de los media”* (Ramírez, 1995: 47)

con su discurso sobre su pensamiento ideológico e influir decisivamente en su voto” (Bezunartea, 1998: 11).

Aquesta “preocupació obsessiva” entronca amb l’opinió de Gans, segons la qual les notícies polítiques no tracten tant de política, com del que els polítics volen comunicar . És per això que els mitjans poden arribar a tenir més influència sobre les pròpies institucions, més que no pas sobre els ciutadans⁵⁹.

Així doncs, els GC establerts com a font institucionalitzada i professionalitzada han desenvolupat estratègies per a estrènyer la relació amb els mitjans de comunicació, en un context en el que s’intensifica la pèrdua de poder del periodista com a *gatekeeper*, com a element central en l’establiment de l’agenda mediàtica: *“las oficinas de información de los organismos oficiales se han definido como los nuevos gatekeeper de la comunicación. Cuentan con equipos formados por jefes de prensa, portavoces, asesores de imagen, que defienden el discurso de la transparencia tras el que se esconde una figura publicitaria que busca rentabilizar al máximo ante la opinión pública sus ideas, mediante la producción de noticias con criterios selectivos interesados”* (Pérez, 2008: 254).

Recordem que la professionalització de les fonts és un dels fenòmens que mediatitzen el desenvolupament del periodisme actualment, i que aquest factor, unit a la mercantilització de la informació arran de la crisi econòmica ha generat una *“peligrosa mezcla de información, comunicación y publicidad parece que el quinto poder de las relaciones públicas está ganando terreno al cuarto poder periodístico. La crisis profesional y el exceso de lazos con el poder produce una dependencia estructural respecto a las fuentes informativas institucionales”* (González. 2016: 62).

A la vista de tots aquests factors és pertinent preguntar-se si l’administració realment compleix amb les seves obligacions comunicatives respecte els ciutadans. És a dir, és realment transparent? Considerem que en realitat és translúcida, en el sentit de que aplica els filtres necessaris per mostrar la realitat informativa des d’un punt de vista concret, que vindrà determinat pels

⁵⁹ Citat a Diezhandino, 2007.

objectius comunicatius de la institució, la naturalesa dels esdeveniments dels que informa i el context. De fet, “*todo Gabinete de Prensa es una combinación más o menos inteligente o ajustada de transparencia y opacidad*” (Vázquez Burgos, 2004: 36).

2.4.6. ELS GC MUNICIPALS:

L'àmbit local és un dels més importants en la implementació dels GC institucionals. Els ajuntaments van ser els primers en desenvolupar sistemes de comunicació, abans fins i tot de la consolidació de lleis que garantissin la participació ciutadana (Almansa, 2011). A partir de les eleccions municipals de l'abril de 1979, les corporacions locals van desenvolupar accions comunicatives amb partides pressupostàries concretes, i es creen productes com butlletins o elements publicitaris, o estructures com els GC, que començaran a dissenyar estratègies per millorar la comunicació (Costa, 2001).

Aquest desenvolupament de la comunicació als governs locals té dues vessants: per un costat la possibilitat i voluntat de crear un espai informatiu local i de l'altra promoure la comunicació amb els ciutadans. En definitiva, la comunicació és necessària per donar transparència a la gestió o fomentar la participació ciutadana (Costa: 2001).

Ara bé, això és la teoria. El *Mapa Infoparticipa*, que mesura la qualitat i la transparència de la informació pública, i en el que hi participa el signant d'aquesta tesi, indica que l'any 2013 només un 24'18% dels ajuntaments catalans publicava informació bàsica (nom i cognoms, fotografia i partit polític) dels membres del govern, i un 19'01% ho feia de la oposició. Si mirem les notícies publicades, un 14'99% penja informacions sobre membres del govern en relació a la gestió municipal, però només un 2'64% publica notícies sobre les actuacions dels membres de l'oposició en relació al control de l'acció de govern. I si mirem municipis grans, per exemple d'entre 50.000 i 100.000

habitants, amb un GC estructurat i professionalitzat, veiem com un 92'31% publica notícies dels membres del govern relacionades amb la gestió davant el 30'77% que publica notícies relacionades amb membres de l'oposició⁶⁰.

Això són només alguns exemples que indiquen la tendència dels GC a no reflectir per igual les actuacions dels membres de l'equip de govern que les dels membres de l'oposició. I a nivell teòric no hauria de ser així perquè els GC municipals són els gabinets de la Institució, no de l'equip de govern que la gestiona. Per tant, hauríem d'observar més equilibri en la informació que se'ns ofereix, en el benentès de que govern i oposició formen part per igual del consistori. Els ciutadans tenen dret a saber qui són els responsables de les diferents àrees, què fan i quin cost tenen les seves actuacions.

Hi ha tota una sèrie de condicionants que podrien explicar aquest fenomen. Els GC necessiten un diàleg constant amb els responsables de la institució, no només per consensuar estratègies i decisions comunicatives, sinó per rebre la informació que necessiten per difondre-la a partir de criteris professionals. Així, molts d'ells estan adscrits directament al gabinet d'alcaldia, pel que pot resultar fins i tot comprensible que es tendeixi a plantejar la realitat informativa des de la perspectiva de l'equip de govern. A més, el GC intenta generar adhesions a la seva gestió, pel que procurarà projectar una imatge positiva de la mateixa. Aquesta tendència no és necessàriament negativa ni sorgeix de la mala fe o la voluntat d'engany. Però és fins a cert punt lògic que si el GC està per generar una imatge positiva de l'ajuntament, moltes vegades això implicarà donar una imatge positiva de l'acció de govern.

Els professionals dels GC municipals intenten transmetre la informació de manera cohesionada, i per això hauran de centralitzar la difusió dels missatges. A més, intentaran lògicament projectar una bona imatge. Aquests dos factors provoquen una certa tendència a insistir en la comunicació externa, en detriment de la comunicació interna, i a sobredimensionar els elements positius de la gestió municipal, en detriment dels negatius (Almansa, 2011). Altre cop

⁶⁰ <http://mapainfopublica.com/es>. Aquesta eina, desenvolupada per Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural de la UAB permet fer cerques a partir de diversos criteris com població, franja de població, partit polític...les dades indiquen el nivell de transparència dels ajuntaments a partir de 41 indicadors.

sorgeix la idea recurrent dels GC com a instruments de propaganda⁶¹. Hi ha la certesa, en qualsevol cas, de que existeix certa confusió entre el que és comunicació institucional i el que és comunicació del partit o partits que governen (Almansa, 2011).

No podem oblidar tampoc que molts GC estaven configurats pel que coneixem com a “càrrecs de confiança”. La tendència a considerar que algú afí al partit de govern transmetrà millor la informació, o si més no tindrà una visió similar a la de l'equip de govern, els interessos dels representants del govern, la necessitat de recompensar aquells que han recolzat els representants de l'equip de govern, entre molts d'altres factors, havia provocat que molts caps de gabinet fossin persones alienes a les professions relacionades amb la comunicació (Almansa, 2011). Això, sens dubte, mediatitza el tipus de missatge i reforça el paper polític dels GC, paper que, almenys a nivell teòric, no haurien de tenir. També provocava que, quan hi havia un canvi en l'equip de govern, aquests professionals fossin rellevats per d'altres de més confiança pel nou partit de govern, perpetuant aquesta tendència.

Actualment el fenomen sembla anar en retrocés. Molts acadèmics han alertat de la necessitat de donar un perfil tècnic i professional als GC. Per això s'han obert oposicions que fixaven les condicions per accedir a aquest lloc de treball des de criteris estrictament professionals. Aquesta tendència indica que progressivament els GC es dissenyen amb criteris professionals i relativament apolítics, encara que les rutines professionals, l'estructura de la comunicació interna en una institució i els condicionants estructurals de la labor que realitzen impedeixin en molts casos la diferenciació entre comunicació institucional i comunicació política.

En qualsevol cas, el que està clar és que el periodista del GC necessita credibilitat per poder establir fluxos comunicatius estables amb els mitjans de

⁶¹ Vázquez Burgos (2004) recorda que, estructuralment, el periodista del GC beu només d'una font i el seu objectiu és millorar la imatge de la institució per la que treballa. Per tant és comprensible la convicció de que només mostrarà el que li interessi i de la manera que li interessi fer-ho. Aquest fet reforça la noció del periodista del GC com a manipulador de la informació (Vázquez Burgos, 2004:24-26).

comunicació⁶². El silenci no és rentable (Vázquez, 2004), pel que cal establir mecanismes de diàleg fluït amb tot tipus de periodistes de diversos mitjans de comunicació. I la professionalització dels serveis de comunicació pot ajudar a garantir la credibilitat. El fet de que els periodistes del GC siguin funcionaris d'oposició implica, en primer lloc, una major permanència al servei i per tant un major coneixement de les estructures administratives municipals i fins i tot un lligam més empàtic amb el consistori i el servei cap als ciutadans. A més, l'estabilitat i el manteniment en unes normes de funcionament *“generan confianza en los medios de comunicación. Hace disminuir los recelos habituales ante una información procedente de un Gabinete de Prensa. Ello produce una visión más coherente y global de lo que es la institución pública y evita el distanciamiento de la actualidad puramente política respecto del conjunto de la entidad institucional”* (Cárdenas, 1999: 139).

Tanmateix, la realitat no sembla confirmar aquesta visió optimista, tal i com ens mostren les dades del Mapa Infoparticipa, i la posada en funcionament, a finals de 2014, de la Llei de Transparència, Accés a la Informació Pública i Bon Govern. Evidentment que la gran majoria de professionals observen el codi deontològic a l'hora de realitzar la seva tasca informativa però com dèiem és difícil desfer el lligam estructural que existeix a la pràctica entre informació institucional i informació del partit que governa la institució. No és casual doncs que un argument que es dona als alcaldes de pobles petits que volen rebre assessorament en comunicació és que, a través de millorar la seva activitat comunicativa, obtindran més vots⁶³.

Efectivament, per bé que la informació que ofereix un GC municipal hauria d'estar (i assumim que gairebé sempre està) subordinada a l'interès general, no podem oblidar que, en tant que informació difosa a partir d'una estratègia que

⁶² En aquest sentit, *“concentrar les funcions de relacions públiques i del periodista d'un gabinet en una mateixa figura és contraproduent, ja que un altre dels elements del periodista d'un gabinet és la credibilitat com a font. Depèn del perfil de la institució, el periodista pot convertir-se en font de notícia i en aquest punt la seva pràctica professional ha de seguir les rutines i la deontologia del periodista del mitjà”* (Risquete, 2006: 216).

⁶³ En les III Jornades de Comunicació pel Canvi Social, realitzades a la UdG el 7 i 8 de novembre de 2013, el professor de la UVIC Xavier Ginesta, explicava que aquest era un dels arguments que es donava als ajuntaments que cercaven assessorament.

cerca complir uns objectius, no sempre la podrem considerar asèptica, basada en l'interès general i sense una finalitat comunicativa concreta⁶⁴.

2.4.7. MECANISMES DE RELACIÓ AMB ELS MITJANS:

Ja hem comentat la incidència que té la informació generada pels ajuntaments en els mitjans de comunicació local. En l'àmbit reduït de la informació local l'Ajuntament té un pes informatiu evident, per les pròpies característiques de la informació i el seu àmbit temàtic i territorial (Cantalapiedra: 1997). Aquesta incidència dóna un accés important als ajuntaments a l'agenda mediàtica local. A això hi hem d'afegir la capacitat de generar informació i d'organitzar esdeveniments potencialment interessants pels mitjans. En aquest apartat apuntarem alguns dels mecanismes habituals que utilitzen els GC municipals per relacionar-se amb els mitjans de comunicació. Ens hem basat en les explicacions de Fernando Sabés i José Juan Verón (2008) en el seu llibre *“La gestión de la información local”*.

1-La nota de premsa i el comunicat: és la forma més habitual de relacionar-se amb els mitjans de comunicació. Actualment s'han introduït canvis, com la incorporació de nous elements com fotografies, talls de veu, vídeos...o fins i tot enllaços a blogs o webs informatives. Normalment és la primera aproximació del GC cap als mitjans i és habitual que, si el tema té interès per algun d'ells, es posin en contacte amb el GC per gestionar una entrevista o ampliar la informació. En aquest sentit, és necessari que la informació estigui redactada amb un estil periodístic per facilitar la seva introducció en el mitjà. També cal que el tema tingui interès periodístic, pel que és necessari que s'aparti del caràcter estrictament publicitari. En definitiva, *“la obligación que siempre le es exigible al jefe de prensa es la de utilizar criterios periodísticos para deslindar lo*

⁶⁴ Cárdenas indica que *“al Estado le interesa que la información sea siempre beneficiosa para el Estado, lo que él representa y a los ciudadanos a los que sirve. Porque en cuanto se introduzca la finalidad en el proceso informativo, se pasa al campo de la propaganda o, al menos, al campo de la opinión”* (Cárdenas, 1999: 139-140).

que es información relevante para los medios de lo que no lo es (Vázquez Burgos, 2004: 37)⁶⁵.

2-Les rodes de premsa i les exclusives: Les rodes de premsa han sigut tradicionalment importants. Tot i que actualment el seu paper potser s'ha reduït una mica, segueixen tenint un rol determinant en la configuració de les relacions informatives. El principal objectiu és que tingui una resposta massiva. Per tant cal preparar-la amb cura, tenint en compte tots els detalls, com per exemple si és realment necessari fer-la o si ja n'hem convocat alguna recentment i per tant podem saturar els mitjans. Una vegada més cal tenir molt presents les rutines productives dels diferents mitjans de comunicació i els formats que poden necessitar. Cal enviar-la amb temps perquè els periodistes puguin organitzar les seves agendes. Un cop en marxa cal cuidar tots els detalls, des de l'escenografia, a la col·locació dels participants, aspectes tècnics (especialment per ràdio i televisió). Un cop finalitzada cal difondre la informació que s'ha aportat a tots els mitjans, especialment els que no hi han pogut assistir.

3-Filtracions: *“son informaciones sobre determinados temas que una fuente cuenta a un periodista o a un medio de comunicación para que éste sea el único que lo publique”* (Sabés, F. Verón, J.J., 2008, 64). En certa manera representa trencar el criteri habitual de tractar a tots els mitjans per igual. En tot cas, són producte d'un *“pacto entre la fuente y los medios de comunicación para lograr que esa información interesante para el emisor pueda aparecer en un medio de forma notable y con una repercusión de acuerdo a los intereses de la persona o colectivo que lo filtra* (Sabés, Valerón, 2008: 65). Cal que la filtració sigui veraç per no malmetre la credibilitat del periodista que la signa. Tampoc és bo abusar de les filtracions pel malestar que pot generar en d'altres mitjans.

4-Les declaracions: Són properes a les rodes de premsa, tot i que en aquest cas l'esdeveniment no està institucionalitzat. *“Son intervenciones que algún*

⁶⁵ El cap de premsa ha de conèixer els criteris de noticiabilitat, que Vázquez Burgos resumeix en: interès intrínsec, proximitat, caràcter inusual, caràcter novedós o extrany, caràcter singular (Vázquez Burgos, 2004). En qualsevol cas, aquest és un dels motius pel que els caps de premsa sovint han treballat anteriorment en mitjans de comunicació.

responsable de la organización efectúa a preguntas de uno o varios periodistas en relación a un determinado tema, encuentro, reunión...” (Sabés, Valerón, 2008: 65). Una de les característiques que ha de tenir aquest missatge és la contundència. Ha de ser clar directe i senzill, sense mostrar desconeixement o dubte.

5- Altres formes de relació: D'altres formes de relació podrien ser la publicitat institucional, els publireportatges, l'esponsorització, regals, dinars, visites o intercanvi de serveis⁶⁶.

Més enllà d'aquestes formes més tradicionals també caldria apuntar les relacions a través d'internet, i més en concret de les xarxes socials. El creixement d'aquesta eina ha provocat canvis en les rutines informatives i ha creat nous fluxos informatius entre el GC municipal i els periodistes locals.

(Els apartats que venen a continuació sorgeixen de les enquestes que es van fer al 2013)

2.5. GC ESTUDIATS: ESTRUCTURA I FUNCIONS:

En aquesta tesi volem analitzar l'ús de les fonts en l'elaboració d'informació sobre 6 ajuntaments de la província de Girona entre l'1 de gener de 1996 i el 31 de desembre de 2016. Tal i com hem anat desenvolupant, la informació generada per l'ajuntament té un accés privilegiat a l'agenda temàtica dels mitjans locals, principalment per la presència dels ajuntaments en molts camps informativament interessants. Els GC tenen una importància vital com a

⁶⁶ En aquest camp convé apuntar que la crisi econòmica ha fet disminuir notablement algunes d'aquestes formes secundàries de relació, com els dinars o els regals.

generadors d'informació i com a pont entre el periodista, el fet informatiu i els seus protagonistes. En aquest apartat fem una petita explicació del funcionament dels GC dels 6 ajuntaments objecte de l'estudi. La informació l'hem extret d'enquestes dirigides als caps de comunicació de cadascun dels ajuntaments:.

Per elaborar l'enquesta hem desenvolupat una sèrie de preguntes agrupades en tres àmbits temàtics: oficina de comunicació, on es fan preguntes en relació a l'estructura del GC i al perfil dels professionals que hi treballen; gestió diària, amb preguntes relacionades amb les rutines de producció d'informació, amb especial interès en la relació establerta amb els mitjans de comunicació; mitjans de comunicació municipals, amb preguntes relacionades amb els mitjans de comunicació propis (ràdio municipal, butlletins, newsletter, televisió...) que gestiona el GC⁶⁷:

2.5.1 GIRONA:

Comencem amb l'ajuntament de Girona per raons evidents. En primer lloc és l'Ajuntament més gran i també és el més proper als mitjans de comunicació. Per tant és el que genera més volum informatiu i el que té més cobertura mediàtica.

-Oficina de Comunicació:

A Girona l'oficina de comunicació es va establir com a unitat o servei propi amb l'entrada del nou equip de govern, al juliol del 2011. Anteriorment existien estructures diferenciades que s'ocupaven de diverses branques de la comunicació. Actualment està unificat en una sola oficina. El cap de premsa, Oriol Cases, treballa a l'oficina des del 2009 i és llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques i màster en Direcció de Comunicació.

Al GC de Girona hi treballen 12 persones, la majoria amb estudis superiors. El cos de treballadors de l'Oficina de Comunicació està compost per persones

⁶⁷ Aquesta informació prové d'enquestes personals realitzades als responsables dels Gabinetes de comunicació d'aquestes poblacions el 2014.

amb contracte d'obra i servei i d'altres son personal laboral, amb plaça de funcionari adquirida a través d'oposició.

A grans trets, el GC està format per un servei de premsa, un equip de disseny gràfic i web; un equip que gestiona els continguts web, la bústia d'avisos i l'agenda municipal; un servei de dinamització del català; un darrer equip treballa les xarxes socials i els projectes TiC. Finalment tots aquests equips depenen d'un Responsable de Comunicació i premsa que coordina l'equip i que dóna la informació pertinent a Gerència. És important ressenyar que el GC depèn de l'àrea d'alcaldia.

-Gestió diària:

L'ajuntament de Girona envia entre 10 i 12 notes de premsa per setmana, aproximadament, el que implica unes 2 per dia laborable. De rodes de premsa se n'organitzen, de mitjana, unes 4. Pel que fa a les peticions diàries que rep per part dels mitjans de comunicació escrits, el cap de premsa en comptabilitza entre 5 i 10, el que és un nombre significatiu.

Preguntat per la relació que manté el GC amb els diaris, si fluïda, neutra o conflictiva, el cap de premsa indica que és fluïda, constant i respectuosa. Per tant observem com s'estableix una constància i una fluïdesa en les relacions. A més del respecte que es pressuposa entre col·legues professionals. Ja hem comentat la importància d'establir un canal de comunicació fluït, element indispensable per a les dues parts. El GC necessita tenir bona relació amb els mitjans i aquests necessiten dels serveis de mediació del gabinet per tenir accés a més continguts informatius i de més qualitat.

A la pregunta "Com valoraria la presència de la institució per la que treballa als mitjans de comunicació escrits", el cap de comunicació respon que "intensa". Pel que fa al seguiment del recorregut que segueix una nota de premsa, el GC de Girona només contacta amb el mitjà en funció de la rellevància del tema. I un cop publicada la notícia només realitzen aclariments amb el periodista si és necessari. Pel que fa a la comunicació de crisi, el GC de Girona té una sèrie de protocols establerts per situacions crítiques.

Finalment, pel que respecte al pes de la relació amb els mitjans en el dia a dia dels professionals del GC, el cap de premsa indica que “la tasca de l’Oficina de Comunicació no és només l’atenció a mitjans. S’ocupa de tota la comunicació corporativa de la institució i conseqüentment, tot el que la integra. Tot i això, al haver-hi una estratègia unificada de comunicació els diferents canals es coordinen i l’agenda mediàtica també influència a la resta”. Per tant, constatem com els GC actuals treballen des d’una òptica global, amb diferents camps comunicatius per desenvolupar, però amb un interès especial en l’agenda mediàtica i en la influència que té sobre la resta de l’activitat comunicativa. Per tant, no ha de sorprendre que consideri que la seva feina s’escau més en el marc de les relacions públiques que no pas al de periodista tradicional.

-Mitjans de comunicació municipals:

L’Ajuntament de Girona no disposa de mitjans de comunicació propis. El que sí té és un apartat propi al web de l’Ajuntament, on es penjen les notes informatives des de gairebé el 2009, així com fotografies, memòries, logotips corporatius...l’apartat està mantingut per l’equip web de l’Oficina. Pel que fa al newsletter, existeix un butlletí electrònic que s’envia a unes 2.500 persones i que inclou informació d’actualitat municipal, actes destacats d’agenda i un conjunt de banners amb enllaços a programació rellevant.

2.5.2. FIGUERES:

Figueres és la segona població de les comarques de Girona. La seva presència informativa també és molt important. Tot seguit analitzarem alguns aspectes organitzatius del seu GC.

-Oficina de comunicació:

A Figueres l'oficina de comunicació funciona des del 1996, i el seu cap de premsa hi treballa des del 2007. És llicenciat en Comunicació i Relacions públiques. Sorprèn que sigui la única persona que treballa a l'oficina de comunicació, i no té plaça de funcionari. Observem doncs el fenomen que comentàvem abans, el dels caps de gabinet com a càrrecs de confiança.

A nivell organitzatiu, el gabinet depèn directament d'alcaldia, tot i que a través de l'estructura del consistori "es programen altres accions comunicatives per donar resposta a les accions que es realitzen des dels serveis municipals".

-Gestió diària:

Pel que fa a la gestió diària de la relació amb els mitjans, el gabinet de Figueres envia, de mitjana, una nota de premsa al dia, i convoca una roda de premsa setmanal, tot i que puntualment aquesta xifra pot augmentar. Els mitjans escrits també fan moltes peticions diàries. El Punt i Diari de Girona solen fer dues peticions diàries. A més, Figueres té un panorama comunicatiu particular i molt viu, amb la presència de setmanaris locals i d'altres publicacions. En aquest sentit, gestionen informació amb els setmanaris locals Empordà i Hora nova durant la setmana. Des del gabinet qualifiquen la relació amb els mitjans escrits com a "molt fluïda".

La presència de l'Ajuntament de Figueres als mitjans escrits és "notable". Com a segona ciutat de la demarcació la capital de l'Alt Empordà genera molta quantitat d'informació, a més de moltes demandes informatives. A l'hora de fer seguiment de les notes enviades, des del gabinet realitzen un treball previ, amb trucades per avisar de les previsions diàries i setmanals, per ajudar als diaris a organitzar els seus recursos. Un cop més observem la voluntat dels GC d'adaptar-se a les rutines productives dels mitjans per garantir un major èxit de la seva activitat comunicativa. Un cop publicada realitzen aclariments en el cas de que sigui necessari. Diàriament el GC rep unes dues peticions diàries, entre publicacions diàries i setmanals.

A nivell de la consideració professional, des del GC indiquen que la feina que realitzen té la doble vessant de relacions públiques i de periodista tradicional, tot i que al final destaca la tasca periodística.

-Mitjans de comunicació municipals:

L'Ajuntament de Figueres té un web amb un apartat destacat on es publiquen les notes de premsa, així com les rodes de premsa i els diversos actes relacionats. L'apartat també té notícies en vídeo. L'actualització del lloc web corre a càrrec de l'àrea de comunicació. Pel que fa als newsletter, actualment no se n'envia, però s'està treballant en la renovació del web, que inclourà la possibilitat de personalitzar-se'n un.

L'Ajuntament també compta amb mitjans de comunicació propis, com la Revista municipal "Viu Figueres" que es publica dos cops a l'any. L'Àrea de Comunicació és l'encarregada de gestionar aquesta publicació, on es dona informació nel Govern municipal, dels serveis, d'entitats de la ciutat i també hi ha un espai reservat on l'oposició hi pot fer els seus escrits. El pressupost d'aquesta publicació és de poc més de 10.000 euros anuals, pressupost que inclou redacció, maquetació, impressió i repartiment dels 22.000 exemplars.

2.5.3 LLORET DE MAR:

Lloret de Mar és una població informativament interessant, degut principalment a la seva activitat turística i a la seva projecció internacional.

-Oficina de comunicació

La primera particularitat del servei de comunicació de Lloret de Mar és que el GC no es troba integrat en l'organigrama municipal, sinó que està adscrit directament al Gabinet d'Alcaldia. La seva cap de premsa ens indica que treballa al servei des del 2007 i que és Llicenciada en Ciències de l'Educació i

amb un postgrau en especialització de Comunicació Corporativa i màster en Direcció de la Comunicació.

Actualment hi ha dues persones que realitzen tasques de comunicació a l'Ajuntament, totes dues amb estudis superiors. Una d'elles té plaça de funcionari. L'estructura de l'oficina és senzilla, atès que només són dues persones. Hi ha la coordinadora de premsa i després un tècnic en Comunicació Cultural.

-Gestió diària:

Pel que fa a la gestió diària de la relació amb els mitjans, l'oficina de comunicació envia una o dues notes de premsa diàries. Pel que fa les rodes de premsa, ens comenten que "donat el context difícil econòmic actual, que ha motivat una reducció a les plantilles dels diferents mitjans, només convoquem rodes de premsa en casos puntuals".

Qualifiquen la relació amb els mitjans de comunicació escrits com a "fluïda", i de fet reben una petició d'informació al dia. Segons la cap de premsa, la relació amb els mitjans que s'ha anat forjant i el desenvolupament d'una comunicació més proactiva han propiciat un major coneixement de Lloret de Mar, una població sovint estigmatitzada pels incidents puntuals que succeeixen especialment en els mesos de més afluència turística. Com hem comentat en diverses ocasions, la creació de fluxos estables i d'una relació fluïda amb els mitjans ajuda a generar una bona imatge del municipi i permet presentar temes informativament interessants i constructius, més enllà de l'interès que puguin suscitar els conflictes que puguin sorgir a la població.

D'altra banda, ens comenten que no sempre contacten amb el mitjà un cop s'ha enviat la nota de premsa, i que només es fan aclariments un cop s'ha publicat la notícia si es considera que és necessari. Altra cop indiquen que la relació amb els periodistes que cobreixen la població és prou fluïda per fer trucades de seguiment.

Lloret de Mar, com a població encarada principalment al turisme, ha desenvolupat més que d'altres poblacions la seva vessant de màrqueting institucional. En aquest sentit, la tasca dels professionals del GC combina tant

elements de les relacions públiques com del periodisme tradicional. De fet, indiquen que a banda de la comunicació externa donen importància especial a la comunicació interna, per la generació de notícies, recopilació de dades i la planificació de la comunicació en relació a la projecció de la imatge de marca.

A banda de la comunicació externa destacaríem la importància de la comunicació interna, per la generació de notícies i recopilació de dades i la planificació de la comunicació així com tot ho relacionat amb la imatge de marca.

-Mitjans de comunicació municipals:

Pel que fa als mitjans propis de l'Ajuntament, el web municipal disposa d'una sala de premsa on s'hi pengen fotografies i *podcasts*. La mateixa cap de premsa és l'encarregada de l'actualització. També disposen d'un newsletter que s'envia a les persones subscrites. Hi apareixen informacions referents a activitats i accions municipals. D'altra banda, cada setmana s'ofereixen notícies de l'Ajuntament en vídeo a través d'un contracte amb *Miramartv*

Lloret disposa d'una ràdio municipal, Nova Ràdio Lloret, que funciona com a organisme autònom. S'ofereix informació d'àmbit municipal i es obreix la informació que arriba dels diferents partits polítics. La ràdio disposa d'un pressupost propi i compta amb 6 treballadors, un coordinador, dos redactors, dos tècnics i un comercial.

2.5.4 BLANES:

El GC de Blanes té algunes característiques especials, tal i com veurem a continuació.

-Oficina de comunicació:

El GC de Blanes està en funcionament des del gener del 2012. Anteriorment les tasques de comunicació les realitzaven agències de comunicació especialitzades, o bé una el cap de gabinet de l'alcalde o un assessor extern del propi alcalde. La cap de premsa ocupa el càrrec des del gener del 2012 i és llicenciada en Ciències de la Informació, branca Periodisme, per la UAB.

Al GC de Blanes hi treballa només una persona, tot i que compta amb el suport de l'Àrea d'Alcaldia. Els treballadors d'aquesta àrea tenen plaça de funcionari, però no el cap de comunicació. L'estructura, lògicament, és unipersonal i depèn directament d'Alcaldia.

-Gestió diària:

El nombre de notes de premsa setmanals que envia el GC varia en funció de l'activitat informativa. Així, fluctua entre 5 i 10 notes setmanals. Pel que fa a les rodes de premsa, la dinàmica és la mateixa que la de Lloret de mar. A més, la cap de premsa ens aporta una explicació similar. La reducció de plantilles als mitjans de comunicació i la manca de mitjans que comporta fa que només s'organitzin rodes de premsa en cas de notícies destacades. Des del GC de Blanes opten per les notes de premsa i les entrevistes telefòniques amb mitjans radiofònics "sobretot pels periodistes als quals no els paguen sovint les dietes de desplaçament, i que agraeixen que se'ls enviï notes de premsa + material de suport gràfic. També enviem talls de veu a diversos mitjans radiofònics perquè puguin elaborar les seves informacions amb el material adequat"⁶⁸.

Pel que fa a la relació amb els mitjans escrits, normalment reben entre 4 i 5 peticions d'informació setmanals, tot i que aquest nombre pot augmentar en funció de l'activitat informativa. Qualifica la relació amb la premsa com a "més que cordial", tenint en compte que la cap de premsa ha treballat durant 30 anys a la premsa tradicional, pel que coneix perfectament les seves necessitats. Un cop més observem com el fet d'haver treballat als mitjans dóna un valor afegit

⁶⁸ Observem doncs com els GC s'adapten a la situació dels mitjans i els faciliten la feina. Això les dóna més força i més presència en la configuració de l'agenda mediàtica. En darrera instància és lògic que els mitjans donin cobertura a aquelles fonts amb autoritat, "organitzades i estables", que satisfan les seves necessitats informatives amb celeritat i

importantíssim al cap de premsa, donada la voluntat dels GC d'adaptar-se a les seves rutines productives per maximitzar l'efectivitat de la seva tasca.

Pel que fa a la presència de l'Ajuntament als mitjans de comunicació escrits, la cap de premsa considera que té una presència suficient, encara que desitjaria que fos millor. En aquest punt fa una aportació interessant. Segons el seu testimoni, sovint la publicació d'una nota depèn de si s'ha contractat o no publicitat en un mitjà determinat. Fins i tot, quan s'ofereix la possibilitat de que es faci un tema informatiu sobre la ciutat, aquesta opció està supeditada a la contractació de publicitat. Una situació que no només es dona als mitjans escrits, sinó també a la ràdio i a determinats mitjans electrònics. Un símptoma més de la decadència deontològica en la que han caigut alguns mitjans per mantenir les engrunes d'un mercat publicitari que, estructuralment, mira cap a d'altres sectors.

La cap de premsa del GC de Blanes sol contactar amb els periodistes per aportar-los més informació, o si més no per intentar satisfer les seves necessitats. A més, regularment es posa en contacte amb els dos diaris principals de la demarcació perquè tingui present la nota en les seves previsions. També per avançar-los temes que poden haver-hi en un futur o per atendre eventuais peticions.

Un cop publicada la notícia, no hi ha aclariments, almenys en el que fa referència a les notes o rodes de premsa. Ara bé, la situació canvia quan són informacions obtingudes d'altres fonts. Segons indica la cap de premsa, a vegades *“ha calgut un aclariment respecte informacions publicades sobre l'Ajuntament de Blanes que no s'atenien a la realitat”*. Aquesta situació passa a vegades per una deficient cobertura de l'acte informatiu. Un cop més la precarietat laboral (en tots els sentits) afecta la qualitat de la informació. Efectivament, no és el mateix enviar un redactor a cobrir un ple que seguir-lo a distància.

Respecte la dicotomia plantejada entre relacions públiques i periodisme tradicional, la cap de premsa considera que la seva tasca s'assembla més a la del periodista tradicional. De fet, una de les seves tasques principals és la relació amb els mitjans, amb tot el que això implica (redacció de notes de

premsa, suport als departaments de l'Ajuntament, producció de vídeos informatius, redacció de les notícies que es penjen a la web de l'Ajuntament, el suport a entitats del municipi en la redacció de notes de premsa i suport a entitats amb la cessió de material i/o mitjans humans per esdeveniments especials, entre d'altres.

-Mitjans de comunicació municipals:

El GC de Blanes disposa d'un apartat al web de l'Ajuntament, amb dos apartats: les notes de premsa (amb el seu material de suport) i les notícies que també estan a la plana principal d'accés al web municipal. Respecte el newsletter, actualment no existeix, però s'està treballant per posar el servei en marxa properament.

Pel que fa als mitjans municipals, actualment hi ha una ràdio municipal (Ràdio Blanes, que no disposa de serveis informatius, i una televisió per internet (televisioblanes). També es va estudiar la possibilitat de fer un butlletí escrit, però no va fructificar el projecte, bàsicament per la dificultat de trobar anunciants que suportessin el projecte a nivell financer.

Respecte el model de gestió, la ràdio depèn directament de l'Ajuntament des del gener de l'any 2013. Anteriorment es gestionava a través d'una societat anònima de capital públic. Està adscrita a l'Àrea d'Alcaldia. Pel que fa a la televisió a través de la xarxa, la gestiona la cap de premsa.

La ràdio municipal no té informatius, i la televisió on-line restringeix el material informatiu als plens municipals, on apareixen reflectides les votacions de tots els grups, a més de talls de veu de tots els grups municipals. Pel que fa al pressupost, en els darrers dos anys no s'ha invertit en la ràdio, tot i que l'any 2010 es va fer una important inversió. Pel que fa a la televisió, tampoc no s'han fet inversions ni hi ha costos de manteniment del mitjà específic, perquè els vídeos es penjen al YouTube . Finalment, afegir que Ràdio Blanes té una persona en plantilla, que és la que s'encarrega de coordinar els col·laboradors dels diferents programes que hi ha actualment a la graella, així com d'omplir les plantilles de la continuïtat automatitzada dels continguts informatitzats.

2.5.5 OLOT:

En el cas d'Olot hem de lamentar no poder tenir l'enquesta que vam enviar al cap de premsa. Tot i la nostra insistència en demanar que se'ns retornés complerta, finalment no vam rebre resposta, pel que vam desistir en l'intent. En qualsevol cas, una petita recerca ens ha donat algunes claus del servei de comunicació del Gabinet a Olot.

2.5.6. SALT:

Salt és la darrera població analitzada, tenint en compte el criteri demogràfic. Tanmateix, les característiques de la població, amb un alt índex d'immigració, la converteixen en una població informativament molt interessant, i també amb importants reptes en aquesta faceta. Sovint un tema tan potent com al immigració pot crear un flux informatiu que distorsioni la visió externa que es té de la població i del que s'hi fa. Tot seguit veurem com s'organitza el servei de comunicació en aquesta població:

-Oficina de comunicació:

El primer que crida l'atenció és que l'oficina de comunicació no s'ha establert mai de manera estricta. L'any 1994 es va convocar una plaça estricta com a tècnic de comunicació, tot i que les tasques pròpies d'un GC s'han anat assumint progressivament des de l'emissora municipal. Actualment el tècnic de comunicació de l'Ajuntament fa de director de l'emissora, cap de premsa i manteniment del web.

L'actual cap de premsa ocupa el càrrec des del 1994, tot i que hi ha hagut interrupcions. Determinats equips de govern han preferit delegar els temes de premsa en persones o empreses de fora de l'ajuntament. Curiosament, en el

cas de Salt, tot i haver-hi un tècnic de comunicació integrat a l'Ajuntament, amb formació superior (Ciències de la Informació), determinats equips de govern han preferit externalitzar el servei.

L'oficina de comunicació està formada per una sola persona que té plaça de personal laboral. L'estructura, per tant, és molt senzilla, i depèn directament del gabinet de l'alcalde.

-Gestió diària:

Des de l'oficina de comunicació de Salt es solen enviar unes tres notes de premsa setmanals, tot i que depèn, evidentment, de l'activitat informativa. S'organitza, de mitjana, una roda de premsa setmanal, i reben unes tres o quatre peticions setmanals per part dels mitjans escrits, tot i que depèn, lògicament, del ritme de l'actualitat.

El cap de premsa qualifica la relació amb els mitjans de fluïda, i de correcta la presència de la institució per la que treballa als mitjans escrits. No es considera partidari de contactar amb el mitjà un cop enviada la nota de premsa, i en molts pocs casos, un o dos l'any, contacten amb el periodista per realitzar algun tipus d'aclariment.

Pel que fa a la consideració de la seva tasca, el cap de premsa assegura considerar-se un "tècnic servidor públic". És el responsable de que les informacions arribin a la població. En aquest sentit no es considera un periodista tradicional, en tant en quant treballa "a l'altra banda", però tampoc seria un relacions públiques perquè "no treballa per la imatge dels polítics".

Tot i les característiques informatives de la població de Salt, des de l'oficina indiquen que no tenen un pla de comunicació de crisi, tot i que admet que seria necessari tenir-lo. Pel que fa a la consideració de la tasca principal de l'oficina, indica que un terç de la seva feina està dedicada a la ràdio, un altre terç al manteniment del web i un altre terç a atendre als mitjans.

-Mitjans de comunicació municipals:

L'oficina de Comunicació de Salt no té apartat propi al web, però es dedica a fer-ne el manteniment de continguts. Normalment s'hi penja qualsevol

informació que es consideri útil/interessant per als ciutadans. No s'envia butlletí electrònic i, com a mitjà municipal, només compten amb la ràdio, que depèn directament d'alcaldia. Es dona informació de tot el que passa a l'ajuntament, i cada grup municipal disposa d'un espai propi. Assegura també que molt poques vegades han patit pressions pels continguts. En total, la ràdio compta amb 3 treballadors, incloent-hi el cap de premsa.

3. METODOLOGIA:

Tal i com hem indicat en la introducció, aquesta tesi doctoral vol traçar una fotografia en moviment de l'ús de les fonts d'informació en l'elaboració de notícies sobre els ajuntaments de Girona, Figueres, Olot, Blanes, Lloret i Salt en els dos diaris de més importància, (en difusió) de la demarcació, el *Diari de Girona*, i *El Punt*.

Parlem d'informacions periodístiques, per tant recordem que ens centrem en totes aquelles notícies, o peces d'informació, que d'alguna manera tractin temes relacionats amb la gestió municipal. Ja hem avançat en el marc teòric que la nostra voluntat és investigar quin paper tenen les fonts d'informació en la configuració de les notícies sobre els municipis més importants de la demarcació. Recordem que al parlar d' "informació", ens basem en la definició de notícia de Martínez Albertos, és a dir, la notícia elaborada sobre la base mínima dels seus elements essencials, a la que s'afegeix algunes circumstàncies explicatives dignes de destacar (Martínez Albertos: 1992, 287). És doncs un fet amb l'explicació de les seves circumstàncies o detalls, seguint l'ordre de la piràmide invertida.

Per tant, ens hem centrat en aquelles peces periodístiques que transmeten una informació més essencial i que configuren l'esquelet de la realitat periodística. Aquesta elecció es basa en l'objectiu principal de la tesi, que és quantificar i classificar les fonts utilitzades pels diaris gironins en l'elaboració d'informació sobre els ajuntaments de les ciutats ciutats. Aquesta quantificació i classificació ens ha de permetre observar una eventual influència dels gabinets de comunicació com a fonts actives a l'hora de subministrar informació sobre els consistoris. Per tant doncs, és necessari fixar-nos en la peça més essencial en la configuració d'un diari: la notícia. Recordem que hem deixat de banda totes aquelles peces que no impliquin la presència i la utilització de fonts d'informació per a la seva elaboració, com articles d'opinió, articles de col·laboradors externs, editorials...

Efectivament, en el procés de creació de notícies (contacte amb les fonts, recopilació d'informació, contrast de la informació, redacció de la peça) els gèneres informatius es corresponen amb els processos literaris que requereixen documentació, ja sigui oral o escrita, Martínez Albertos (1992: 411) pel que són un element essencial si volem estudiar la presència de les fonts i eventualment observar la presència de les informacions generades pels Gabinetes de Comunicació Municipals (GCM).

La unitat d'anàlisi, doncs, són les peces periodístiques, unitats d'informació elaborada per un periodista del mitjà o per una agència de notícies externa, composta principalment per un titular, a vegades amb subtítol, amb un cos textual a sota el titular. També considerarem part de la notícia peces secundàries que ampliïn el tema principal o que aportin informació suplementària. Tanmateix, també hem considerat unitat d'anàlisi cadascuna de les fonts analitzades, tal i com desenvoluparem més endavant.

Així doncs, la present tesi s'ha elaborat en tres grans fases metodològiques:

3.1. REPÀS BIBLIOGRÀFIC:

La primera fase ha consistit en la recollida i anàlisi de les fonts bibliogràfiques, amb un exhaustiu repàs de la literatura acadèmica en relació al paper de les fonts en la configuració de la realitat periodística, així com del paper dels gabinets de comunicació en el procés productiu periodístic. En aquest buidatge bibliogràfic s'ha tingut en compte la necessitat d'emmarcar correctament l'objecte d'estudi, des de la perspectiva teòrica. L'anàlisi de contingut, del que parlarem més àmpliament en la segona part d'aquest apartat, és bàsicament una tècnica quantitativa d'investigació útil per l'estudi sistèmic dels missatges comunicacionals (Lozano, 1994). Tanmateix, tradicionalment *“se ha tendido a exagerar el uso del análisis de contenido para realizar estudios exploratorios o descriptivos sin sustentos conceptuales claros y definidos”* (Lozano, 1994: 143)

Així doncs, si pretenem aplicar una perspectiva holística i fins i tot historicista a l'anàlisi de contingut, és necessari dotar-lo del context teòric necessari per fonamentar-lo. Però a més cal un context històric que ens permeti interpretar amb més exactitud els resultats numèrics que es derivin de l'anàlisi. És per això que el marc teòric no només s'ha desenvolupat per conceptualitzar correctament els elements que s'analitzaran en la tesi, sinó també per exposar els plantejaments teòrics que es fan sobre les fonts periodístiques i el seu ús, sense perdre de vista el context històric i social en el que es desenvolupa el periodisme, i també evidentment l'impacte de les novetats tecnològiques i socials en les rutines professionals.

El marc teòric s'ha dividit en diversos apartats, necessaris per contextualitzar l'objecte principal d'anàlisi. Prèviament hem de tenir present la complexitat de del tema de les fonts periodístiques. El seu ús està definit per l'estructura dels fluxos comunicatius, que es configuren a partir de una gran diversitat de factors, com ara les rutines professionals dels periodistes, els condicionants econòmics i socials d'empreses periodístiques i consistoris, l'evolució del paper de la premsa, la seva relació amb els lectors, el canvis tecnològics, la política comunicativa de les institucions,...tots aquests elements s'han tingut en compte per poder traçar un panoràmica general de l'objecte d'estudi i les circumstàncies que el mediatitzen.

3.2. ANÀLISI DE CONTINGUT:

La segona fase de la investigació ha consistit en una anàlisi de contingut dels exemplars escollits. Abans d'entrar en detalls sobre l'elecció de la mostra, voldríem fer un parell d'apunts sobre el concepte d'anàlisi de contingut, de la seva evolució i dels seus fonaments, tant quantitativus com qualitativus.

Tal i com hem apuntat en la introducció, la intenció d'aquesta tesi és quantificar i classificar, principalment. Però no només això, la reducció d'una activitat tan complexa i profundament lligada al context social i cultural com el periodisme a

simples caràcters numèrics ens sembla, conceptualment, limitada. Ja hem apuntat més amunt la necessitat que l'anàlisi de contingut estigui sustentada en un marc teòric. De fet, l'anàlisi de contingut és una tècnica àmpliament utilitzada en l'anàlisi dels mitjans de comunicació, principalment perquè permet l'estudi del contingut periodístic de manera sistemàtica, estructurada i objectiva, però també permet desenvolupar la subjectivitat per detectar allò ocult, (Camacho, I., Aiestarán, A. i Echegarayeizaguirre, I.: 2014) allò que roman implícit i que és material indispensable per una bona investigació sobre un producte periodístic.

En termes generals podem afirmar que l'anàlisi de contingut *"se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida"* (Abela (2002: 2). Efectivament, partim de la base de que qualsevol lectura crítica d'un producte textual, sigui del tipus que sigui, implica una tasca d'interpretació i, per tant, d'anàlisi. La particularitat de l'anàlisi de contingut és però l'aplicació de regles sistemàtiques i reproduïbles; per tant objectivables i quantificables⁶⁹. Seguint la definició clàssica de Berelson (1952) l'anàlisi de contingut és una tècnica que permet la descripció objectiva, sistemàtica i quantitativa del contingut manifest de la comunicació. Berelson afegia a més, que la informació codificada havia de ser "manifesta", per raons evidents relatives a la pròpia capacitat de codificació. Tots aquests conceptes han sigut àmpliament discutits per diversos autors al llarg de la segona meitat del segle XX, tenint en compte especialment l'aplicació d'aquesta tècnica a la investigació en ciències socials.

Casasús traça l'evolució de l' "anàlisi de mitjans" de diferents escoles i apunta que la tècnica d'anàlisi de contingut, desenvolupada per autors dels Estats Units, mostrava una aproximació més pragmàtica a l'hora d'estudiar el missatge periodístic. I de fet, no només periodístic, ja que l'anàlisi de contingut

⁶⁹ Casasús (1998) indica que quan es parla de "sistemàtica" es fa referència a la necessitat d'estudiar el text en relació a allò que s'estudia, a diferència d'una lectura crítica o analítica en la que *"la persona que la realiza puede seleccionar cualquier parte del contenido que vaya en apoyo a su argumentación"* (Casasús, 1998: 123)

és una tècnica utilitzada en d'altres camps d'estudi, com l'anàlisi de documentació política (Casasús: 1998).

Encara més, Hostil i Stone (1969), proposen una definició que elimina els conceptes de "quantificable" i "manifest" proposats per Berelson, obrint la porta a una anàlisi qualitativa, fent referència a allò implícit en els productes textuais, un element fonamental per la investigació d'un producte periodístic. Així, indiquen que l'anàlisi de contingut és una tècnica que serveix per a formular inferències identificant característiques específiques dins d'un text.

Així doncs, les aportacions de Hostil i Stone ens acosten al concepte modern de l'anàlisi de contingut, que té en compte no només aquelles dades que es poden objectivar i quantificar i que, per tant, són manifestes, sinó també el contingut latent, simbòlic, que es pot inferir dels productes textuais. Tanmateix, Casasús (1998) recorda que els procediments dels autors que es basaven en el "*content analysis*" van ser molt criticats "*por su excesivo formalismo, y por limitarse a la observación de aspectos muy reducidos*" (Casasús, 1998: 50). Així, es basaven en l'estudi del contingut en sí mateix, aïllant-lo de "*los sujetos agentes (su psicología, su estrategia) y los receptores (los individuos, la audiencia, y el medio social. La especialización era excesiva*" (Casasús, 1998: 50)

Aquesta posició és bàsica per entendre com apliquem en aquesta tesi l'anàlisi de contingut, perquè, com ja hem dit, partim de la base conceptual de que les característiques del missatge periodístic no es poden reduir sempre a variables numèriques, ja que formen part d'un context que el mediatitza i en defineix la forma final. En relació al context cal recordar que algunes especificacions metodològiques, com les de l'escola del "*frequency content analysis*", analitzaven el contingut d'un missatge aïllant ítems (paraules, símbols, estereotips...) i comptabilitzaven la freqüència d'aparició (Casasús, 1998). Tanmateix, analitzaven aquests ítems "*en detrimento de la atención que merece un contexto que, generalmente, modifica el sentido de lo expresado*" (Casasús, 1998: 51).

Precisament, Krippendorff (1990) afegeix a les definicions anteriors el concepte de context, definint l'anàlisi de contingut com una tècnica d'investigació

destinada a formular, a partir de dades, inferències reproduïbles i vàlides, que es puguin aplicar a un context (Krippendorff, 1990). Així doncs, l'anàlisi de contingut ha de interpretar les dades en funció d'un context, i les inferències que se'n derivin també han de referir-s'hi.

En aquest petit repàs de l'evolució de l'anàlisi de contingut, del seu concepte i de les seves ramificacions, no podem oblidar tampoc les aportacions d'Osgood, que va centrar les seves aportacions en l'anàlisi associatiu o "*contingency analysis*" (Casasús, 1998). Aquesta metodologia permet examinar "*las combinaciones comunicacionales en lugar de limitarse al estudio de la acumulación de ítems y mensajes*". (Casasús, 1998, 52), de manera que es poden estudiar "*las relaciones que los diferentes elementos mantienen en el interior de un mismo mensaje*" (Casasús, 1998: 53)

Finalment, Lawrence Bardin (1996) estableix una definició que recull les aportacions realitzades per diversos investigadors al llarg de la segona meitat del segle XX i que, amb certes modificacions i interpretacions, segueix essent vigent avui en dia. Així, Bardin defineix l'anàlisi de contingut com "*el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes*" (Bardin, 1996: 32).

Per tant, i en resum, l'anàlisi de contingut, tal i com el concebem i l'utilitzem, seria el conjunt de tècniques que ens permetrà sistematitzar el contingut del missatge periodístic per extreure deduccions lògiques en referència a la seva font o emissor. El missatge periodístic, doncs, ha estat sistematitzat i codificat per tal d'extreure deduccions lògiques sobre, en el cas que ens ocupa, la utilització de fonts periodístiques per elaborar la informació sobre els municipis de les comarques de Girona.

Cal recordar en aquest punt, que l'anàlisi de contingut preveu la codificació dels missatges textuais manifestos, és a dir, aquells que són explícits i per tant fàcilment identificables, i d'aquells latents, això és, implícits i a vegades no fàcilment identificables. En la present tesi, tal i com veurem a continuació, hem

tingut present principalment els continguts manifestos, per tal de poder obtenir resultats “quantificables i objectivables”. Ara bé, també hem tingut present el contingut latent, o almenys part d’ell, fet que introdueix un cert factor de subjectivitat que tanmateix no desvirtua els resultats de l’anàlisi, ans al contrari, s’adequa millor a la base epistemològica de la tècnica i dóna més valor a les interpretacions: l’anàlisi de contingut *“no producirá interpretaciones relevantes de los datos si éstos mismos no son relevantes para conocer condiciones de comunicación; y estas condiciones son de naturaleza sociocognitiva”* (Piñuel, 2002: 3).

Per tant la naturalesa pròpia dels textos comunicatius implica que les dimensions reals de les dades analitzades es troben fora del propi text comunicatiu, és a dir, en les ments dels subjectes productors dels missatges i dels seus usuaris⁷⁰. És evident que l’ús de les fonts condiciona el missatge periodístic i, per tant, és essencial per entendre la recepció d’aquests missatges. Així, tot i que aquest no sigui un treball sobre recepció del missatge periodístic, hem tingut volgut aproximar-nos a les peces periodístiques des d’una perspectiva teòrica basada en la definició de Periodística que fa Casasús (1989:2), és a dir, una branca de les Ciències de la Comunicació que, *“desde las perspectivas histórica, actual y prospectiva, estudia los procesos de producción, selección y valoración de hechos e ideas; los procesos de composición y comunicación social; las formas y modalidades de expresión; y los estilos y las estructuras internas y externas que adoptan los mensajes de actualidad, y el resto de unidades redaccionales periodísticas (encuadradas en cualquiera de los géneros informativos, interpretativos, instrumentales y de opinión), cuando se canalizan a través de la prensa, la radio, la televisión, u otros medios de comunicación de masas”*.

Així doncs, tenint en compte les aportacions de Casasús, hem valorat la necessitat que l’anàlisi de contingut sigui quelcom més que una simple recollida de dades traslladades a un llenguatge numèric. Un discurs, i en el cas que ens ocupa, un discurs de notícies, té molts nivells i dimensions que

⁷⁰ Casasús (1989) recorda la importància que les noves corrents d’investigació en teoria del Periodisme dediquin esforços en conèixer la recepció del missatge periodístic, tenint en compte la rellevància fonamental dels lectors pel Periodisme.

s'interrelacionen de manera complexa, de manera que moltes propietats i característiques dels textos apareixen de manera indirecta i només es poden deduir a partir d'un anàlisi semàntic subtil (Van Dijck, 1998).

En definitiva, la pròpia naturalesa de l'anàlisi de contingut ens porta a enfocar la nostra investigació des d'una perspectiva quantitativa i qualitativa, entesa aquesta darrera com la verificació de la presència de temes, paraules o conceptes en un missatge textual (Mendoza, Ángel: 2000). De fet, des d'una perspectiva crítica, l'anàlisi de contingut ha mostrat validesa per estudiar fenòmens com el *newsmaking*, pel que està més que justificada la utilització d'aquesta tècnica en la nostra tesi. La complementarietat i pertinença de les dues perspectives és la tendència actual que hem intentat aplicar en aquesta investigació.

3.3. DISSENY DE L'ANÀLISI DE CONTINGUT:

A l'hora de dissenyar aquesta investigació hem seguit els passos proposats per Abela (2002), que proposa 5 passes fonamentals per a desenvolupar qualsevol projecte d'anàlisi de contingut:

- 1.- Determinar l'objecte o tema d'anàlisi.
- 2.- Determinar las regles de codificació.
- 3.- Determinar el sistema de categories.
- 4.- Comprovar la fiabilitat del sistema de codificació-categorització.
- 5.- Inferències.

Així, en una primera fase hem definit el tema de l'anàlisi, que fonamentalment és l'estudi de l'ús de les fonts municipals en els dos principals diaris gironins

per l'elaboració de notícies sobre les 6 ciutats amb més població de la província de Girona (Girona, Salt, Olot, Blanes, Lloret i Figueres) al llarg de 21 anys, concretament entre el 1996 i el 2016. Així, observarem la dinàmica en l'ús de les fonts i la seva atribució, a més d'altres paràmetres, en el període comprès entre l'1 de gener del 1996 i el 31 de desembre de 2016.

En aquest arc temporal esperem poder observar si els fenòmens que plantejem a les hipòtesis inicials en relació a les fonts i al seu ús es corroboren o bé es refuten. Partirem de la hipòtesi de que els gabinets de comunicació municipals aconseguixen, en el context actual, penetrar amb més força en les informacions periodístiques. Creiem que aquesta tendència s'ha incrementat al llarg dels darrers anys. Així, considerem que les fonts pròpies i externes utilitzades pels periodistes en l'elaboració d'informacions sobre el govern municipal han perdut pes respecte les fonts institucionals en els 21 anys estudiats.

3.3.1. UNITAT D'ANÀLISI:

Un cop establert el tema a analitzar, hem d'escollir la unitat d'anàlisi, és dir, el segment dels continguts dels missatges que s'analitzaran. En aquest sentit, les possibilitats són enormes, des d'una paraula, un tema, un ítem...En el nostre cas hem pres com a unitat d'anàlisi la notícia, tal i com ha hem explicat anteriorment, entesa com la peça elaborada sobre la base mínima dels seus elements essencials, a la que s'afegeixen algunes circumstàncies explicatives dignes de destacar. L'elecció de tota una notícia com a unitat d'anàlisi comporta riscos, ja que hem de definir clarament les categories excloents en les quals classificarem la informació. Però d'altra banda té l'avantatge de tenir en compte el context i permet, fins a cert punt, la gestió d'aspectes qualitatius (Lozano, 1994).

Ara bé, ja que la nostra investigació pretén quantificar i classificar les fonts, convé també gestionar una altra unitat d'anàlisi, que és la pròpia font informativa. És per això que hem desenvolupat una fitxa específica d'anàlisi que recull diverses categories que fan referència a cadascuna de les fonts identificades. Lozano (1994) posa com a exemple estudis realitzats a Mèxic sobre l'ús de les fonts i insisteix en la necessitat d'establir com a unitat d'anàlisi la font periodística. Això és estrictament cert, però si bé és necessari saber com és la font, quines característiques té, i quina és la seva atribució, també és necessari posar-la en el context general de la notícia, establint quantes fonts utilitza la notícia, quin és el seu origen, quin nivell de contraposició presenta, entre d'altres aspectes.

Un cop definit què és el que volem descobrir i a on ho observarem, ha sigut necessari escollir l'univers d'estudi del qual se'n desprendran les unitats de mostreig. Com ja hem dit anteriorment, la intenció és elaborar una fotografia en moviment de les tendències en l'ús de les fonts per elaborar la informació municipal, per tant era necessari escollir un nombre d'anys suficient que ens permetés observar canvis estructurals. Cal tenir present que aquesta qüestió ens ha generat molts dubtes, especialment en les fases inicials del disseny de la investigació, principalment perquè havíem de mantenir un equilibri entre la representativitat dels resultats obtinguts i els recursos materials i humans dels que disposàvem. Els humans són escassos: jo mateix com a autor de la tesi. Aquest fet ha provocat que haguéssim de filar prim a l'hora d'escollir un mostreig suficientment significatiu, però que alhora fos assumible per a l'investigador.

3.3.2. UNITAT DE MOSTREIG:

A l'hora d'escollir la unitat de mostreig hem de tenir present que la nostra anàlisi de contingut és sobre dos mitjans de comunicació. D'aquesta manera podem veure diferents maneres de tractar la informació municipal, i més important encara, comprovar si la presència (o absència) de fonts institucionals es deu a característiques pròpies de cadascun dels mitjans o podem atribuir-les a qüestions pròpies de la tasca periodística a les comarques de Girona. Tanmateix, el fet d'analitzar dos diaris multiplica el nombre d'exemplars a analitzar i per tant, calia filar prim en l'elecció del nombre d'unitats de mostreig extretes de l'univers.

Efectivament, a l'hora d'escollir-les, convé tenir present quina quantitat d'unitats són necessàries per obtenir resultats significatius. Als Estats Units, pioners en l'ús d'aquesta tècnica, diversos investigadors han realitzat estudis per comprovar la fiabilitat dels resultats utilitzant diversos mètodes. Així, l'any 1952, va comparar els resultats de mostres de 12, 18, 24, 36 i 48 capçaleres per any, i va concloure que incrementar en més de 12 els exemplars analitzats no comportava canvis significatius en els resultats (Lozano, 1994). En aquest sentit, Riffe, Aust i Lacy (1993) van comparar 20 grups de mostres de 7, 14, 21 i 28 edicions de diari utilitzant tres tècniques per triar el mostreig: el mostreig aleatori simple, el de les setmanes compostes i el de les setmanes cronològiques. Van concloure que per un univers d'un any dos setmanes compostes (*constructed week*) oferirien estimacions vàlides sobre les notícies locals per tot un any d'edicions periodístiques (Riffe, Aust, Lacy, 1993).

Així doncs, per escollir el mostreig hem utilitzat la tècnica de la *constructed week*. Aquesta tècnica és senzilla: consisteix en escollir un dia inicial, generalment un dilluns. En el nostre cas és el dilluns 8 de gener de 1996. A partir d'aquest dia, s'escull el dia següent de la setmana següent, el dimarts 16 de gener de 1996. Posteriorment escollim el dia següent de la setmana següent, el dimecres 24 de gener de gener de 1996, i així progressivament fins

que arribem al setè dia de la setmana, diumenge, que serà escollit de la setena setmana.

En resum: set setmanes en les que hem escollit set dies, tots ells diferents, per evitar distorsions temporals. Si tenim en compte les conclusions de Riffe, Aust i Lacy (1993) segons la qual dues setmanes compostes eren suficients per garantir la representativitat de un any, ja tenim els resultats. A més, en la comparació entre diverses tècniques de mostreig, cal tenir present que escollir mostres a través de les setmanes es mostra més efectiu que d'altres mètodes per analitzar universos de més de sis mesos o més. Aquests autors conclouen que: *“constructed weeks produce better estimates than purely random samples of days because they avoid the possibility of oversampling Sundays or Saturdays. Our comparisons with consecutive day sampling, which may also avoid oversampling individual weekdays, demonstrate the further importance of sampling across weeks (as in constructed week sampling) if one seeks generalizability beyond the consecutive day period itself. Consecutive day samples are very easy and convenient to use, and different weekdays may be represented, but they are not a reliable means of estimating content for a six-month period or longer”* (Riffe, Aust, Lacy, 1993: 139).

Convé apuntar tanmateix, que alguns autors consideren que aquest mètode, anomenat “mostreig no probabilístic de setmanes compostes”, tot i ser vàlid no contempla l'aleatorietat (Lozano, 1994), pel que es contempla com a més efectiu el model probabilístic, que escull dies per setmana composta de manera aleatòria. Tanmateix, tenint en compte el nostre objecte d'investigació que és bàsicament de caràcter tècnic i no tant temàtic, considerem que l'aleatorietat no és un element decisiu en els resultats, pel que s'ha optat pel mètode no probabilístic.

Així doncs, aplicant aquest mètode hem analitzat un total de dues setmanes compostes per any, el que ens ha donat 14 exemplars per capçalera i any. El resultat final és de 28 exemplars anuals que, multiplicats per 21 anys dona un total de 588 exemplars, 294 d'*El Punt* (incloent les diverses nomenclatures de la capçalera) i 294 del *Diari de Girona*. Com es podrà suposar, aquesta quantitat d'exemplars conté un nombre ingent de notícies que compleixen amb

els nostres criteris d'anàlisi. Estudiar cadascuna de les notícies, per bé que seria l'ideal, suposaria una tasca titànica i en la pràctica impossible d'assumir. És per això que hem decidit escollir dues notícies per exemplars, bastant-nos en un nou mostreig basat també en el mètode de la *constructed week*. El mecanisme ha consistit en escollir, pel primer dia de la setmana, les dues primeres notícies que complissin amb els criteris d'anàlisi. El segon dia hem escollit la tercera i la quarta, el cinquè la cinquena i la sisena...i així progressivament⁷¹.

Així doncs, tot aquest procés ens ha donat com a univers d'anàlisi un total de 1141 notícies, 573 corresponents al *DdG* i 568 a *El Punt*⁷². En aquest punt cal dir que al llarg de l'anàlisi ens hem trobat amb alguns exemplars que no tenien dues notícies que complissin els criteris d'anàlisi, especialment aquells dies en que l'actualitat informativa era escassa, especialment els dilluns, pel que hem optat per analitzar només una peça o, en alguns casos, cap. Així, cal alertar que si haguéssim analitzat dues peces per capçalera s'haguessin analitzat un total de 1176 peces. Tenint en compte això, si a aquest total hi restem el nombre de peces realment analitzades, 1141, obtenim un total de 35 peces que no s'han analitzat.

Els exemplars s'han obtingut de la plana web del Servei de Gestió Documental de l'Ajuntament de Girona⁷³, que compta amb un extens catàleg de premsa digitalitzada de les comarques de Girona, des del 1795 fins avui dia . El recurs permet realitzar cerques aplicant diversos criteris i permet la descàrrega de planes soltes o bé d'exemplars sencers. Finalment, apuntar que les dates que apareixen a l'annex són les escollides inicialment. Ara bé, en alguns casos, molt pocs, no hem trobat l'exemplar de la data establerta pel que s'ha optat per descarregar l'exemplar del dia següent.

⁷¹ Ens hem basat en l'explicació de Lozano (1994) per a escollir i desenvolupar la tècnica necessària per obtenir les unitats d'anàlisi.

⁷² Consultar l'Annex per veure el quadre amb les dades per capçalera, anual i global, i totals, per capçalera i global.

⁷³ <http://www.girona.cat/sgdap/cat/premsa.php>

3.3.3. SISTEMA DE CODIFICACIÓ:

Un cop escollides les unitats d'anàlisi i de mostreig, era necessari desenvolupar una fitxa de registre que ens permetés classificar l'objecte d'anàlisi, les fonts periodístiques, per poder tractar les dades. Aquest procés és la codificació, i consisteix essencialment, “*en una transformación mediante reglas precisas de los datos brutos del texto*” (Andréu Abela, 2002: 14). Així doncs, les dades en brut necessiten d'un criteri per transformar-se en dades numèriques o alfabètiques que podran ser tractades estadísticament. En aquest sentit, a l'hora de dissenyar la investigació hem tingut present les aportacions realitzades per diversos investigadors que han tractat temes similars, tot i que no hem trobat cap fitxa que fos vàlida per a la nostra investigació .

Per això hem creat dues fitxes, corresponents a les dues unitats d'anàlisi (notícies i fonts). Aquest fet es justifica per la necessitat d'observar dos fenòmens, en el que fa referència a l'ús de les fonts en la premsa local. En primer lloc, la necessitat d'obtenir una panoràmica general en cadascuna de les peces analitzades. És evident que necessitem saber quantes fonts s'utilitzen en cadascuna de les peces i també és necessari saber la seva classe, en quin entorn s'ha obtingut la informació, si la peça presenta contraposició de versions...i en segon lloc és necessari que cadascuna d'aquestes fonts estigui ben classificada, a partir de pocs criteris però clars i definitius per establir-ne la seva naturalesa.

La fitxa s'ha desenvolupat en un document amb el programa *Microsoft Excel*, que ens ha permès el tractament estadístic de les dades. En aquest punt convé tenir present que aquest programa era més que suficient per a poder realitzar el tractament desitjat de les dades. Reiterem que el nostre objectiu era, sobretot, un anàlisi descriptiu quantitatiu i qualitatiu d'una sèrie de variables molt concretes referents a l'ús de les fonts en les peces informatives. És per això que no hem utilitzat programes de tractament estadístic més complexos, com el SPSS, que superaven amb escreix les nostres necessitats.

A l'hora de desenvolupar la fitxa hem intentat adaptar-la a l'objecte de la nostra investigació, consultant propostes metodològiques, com les de Josep Maria Casasús en el seu treball *"Ideología y análisis de medios"* (1998). En el seu apartat dedicat a l' Hemerografia Registral, Casasús recorda que en la fitxa que proposa, que inclou tota una sèrie d'ítems per identificar i classificar les publicacions, *"ni todos los elementos del registro de identificación son indispensables ni todos los elementos del expediente de identidad son simplemente útiles"* (Casasús, 1998: 106). Tanmateix, en el cas de la present investigació, ens hem centrat en recollir dades que ens aportessin informació sobre la praxis periodística en relació a l'ús de les fonts, per poder així realitzar inferències sobre les característiques dels missatges periodístiques, sense analitzar en profunditat els condicionants ideològics o empresarials que mediatitzen el missatge, tot i que hi són, es poden identificar i en fem referència.

La fitxa desenvolupada, que es pot consultar als annexos I i II, conté fulles relatives a cada any i a cada capçalera, i una tercera fulla anual en la que es calculen els resultats obtinguts en conjunt. Finalment, la darrera fulla del document Excel conté els resultats finals, amb gràfiques de percentatges i comparatives en les que podem donar un cop d'ull global a l'anàlisi. A continuació adjuntem les dues fitxes d'anàlisi que s'han desenvolupat⁷⁴.

⁷⁴ La fitxa que aportem a continuació està copiada en format Word. Si es vol consultar la original consultar els annexos.

3.3.1. FITXA D'ANÀLISI:

Nº Codificació	CRITERIS DE CODIFICACIÓ
REF.	A. Dades d'identificació de la Unitat de Registre:
	1. Ciutat
	2. Titular:
	3. Pàgina de publicació:
	4. Data de publicació:
CIUTAT/TEMA	
	B. Dades formals Unitat de Registre:
	1. Presència del tema en portada.
	2. Volum de la peça.
	3. Signatura
	C. Caràcter general de les fonts
	4. Nombre de fonts utilitzades en la peça.
	5. Direcció del flux informatiu.
	6. Origen de la informació.
	7. Proporcionalitat de les fonts.
	8. Contraposició de la informació
	9. Tractament de la informació.
	10. S'identifica o es pot deduir la presència d'informació feta pel GCM?

FONTS:

Nº Codificació	CRITERIS DE CODIFICACIÓ
	1. Tipus de font
	2. Atribució
	3. Protagonisme o antagonisme de la font
	4. Espai destinat a cada font
	5. Exclusivitat

3.3.2. DESCRIPCIÓ DE LES CATEGORIES:

Un cop establerta la codificació, es tractava de determinar el sistema de categories. Aquest procés, segons Bardin “*es una operació de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación*” (Bardin, 1996: 90). Per tant, havíem de desenvolupar les categories en les quals classificaríem els diversos elements a analitzar a partir de criteris prèviament establerts. En aquest sentit, cal remarcar que la fitxa està dividida en tres apartats, cadascun dels quals destinat a recollir elements essencials de la unitat d’anàlisi i dels seus elements constitutius.

A més, hem d’apuntar que una de les preocupacions que ens ha perseguit al llarg de la realització d’aquesta tesi és la necessitat d’aportar dades concretes individualitzades, és a dir, per categoria, però també la necessitat de crear determinades dades per observar com es relacionen entre si els criteris. A continuació explicarem cadascuna de les categories individuals, però també els creuaments de dades que hem realitzat per obtenir dades comparades.

Cal apuntar també que totes aquestes categories han estat desenvolupades de manera personal per l’investigador, a partir d’un profund procés de reflexió

basat en els objectius de la tesi, evidentment, però també en la pròpia experiència com a periodista, en investigacions d'altres autors i en les aportacions metodològiques realitzades per diverses escoles. Així per exemple, en la categorització de l'apartat sobre la signatura hem tingut en compte la classificació de fonts que realitza l'Hemerografia Estructural (Casasús, 1998), adaptant-la a les característiques de la premsa local.

En primer lloc, necessitàvem un criteri per identificar cadascuna de les unitats analitzades. Si l'anàlisi de contingut és reproduïble, és necessari que registrem on i quan es va publicar la notícia analitzada. Així, el primer apartat s'anomena "*Dades d'identificació de la Unitat d'Anàlisi*". En aquest apartat hi trobem quatre criteris:

1. Ciutat
2. Titular de la notícia.
3. Pàgina de publicació.
4. Data de publicació.

En segon lloc hi trobem el grup "*Dades formals de la Unitat d'Anàlisi*". Tal i com indica el títol l'objectiu d'aquest apartat és caracteritzar formalment la peça periodística. Aquest és un fet important perquè la dimensió de la notícia, per exemple, pot mediatitzar la quantitat i el mode en que s'usen les fonts periodístiques. Així per exemple, considerem que és més probable que trobem manca de fonts o una incorrecte atribució en els breus més que no pas en notícies de gran extensió. Per tant, l'ús de les fonts s'ha de poder relacionar amb les característiques formals de la notícia. En aquest apartat hi trobem quatre criteris més:

1) Presència del tema en portada: amb aquest criteri intentem posar en relació la importància del tema amb l'ús de les fonts. Les respostes només poden ser *si* o *no*, i serveixen per contextualitzar millor la jerarquia de la peça a l'interior del diari.

2) Volum de la peça: aquest és un criteri que cal tenir en compte a l'hora d'analitzar l'ús de les fonts. El volum està directament relacionat amb la importància del tema, pel que és rellevant tenir-lo present a l'hora de

caracteritzar la peça periodística. A l'hora de valorar aquesta variable hem tingut en compte només la superfície redaccional, formada "*por los textos, títulos e ilustraciones elaborados o preparados por los periodistas*" (Casasús, 1998: 116). En el nostre sistema de codificació, hem tingut presents les extensions des d'un breu fins a més d'una pàgina⁷⁵. Som conscients que aquest sistema té quelcom de simple, tenint en compte els mètodes proposats per l'Emerografia Estructural en relació a l'anàlisi morfològica dels diaris. El mètode clàssic consisteix en "*medir las superficies en centímetros cuadrados y obtener, por una sencilla regla de tres, los tantos por cientos relativos*" (Casasús, 1998: 117). Ara bé, cal tenir en compte que hem treballat amb arxius digitals en format PDF, pel que aquest mètode no ens hagués servit. A més, aquesta variable, tot i que rellevant, no constituïa una part essencial de la nostra anàlisi, pel que hem optat per un mètode menys exacte, però, creiem, suficientment il·lustratiu.

3) Signatura: amb aquesta categoria intentem posar en relació l'ús de les fonts amb la responsabilitat que implica signar la peça. Hem de tenir present que sovint s'aprofita la manca de signatura per "afusellar", tal i com es coneix en l'argot periodístic, notes de premsa. Per això hem considerat necessari tenir present aquesta categoria. El sistema de codificació preveu fins a quatre possibilitats: redactor, agència, redacció/agència, redacció.

El tercer apartat d'aquesta categoria és el "*Caràcter general de les fonts*". Per caràcter general entenem l'ús general de les fonts periodístiques en la construcció de la peça periodística. Aquest és un element especialment important, ja que es pot observar en el seu context com es construeix la realitat informativa. Ja hem indicat en el marc teòric com l'ús de les fonts és un element fonamental de la construcció del relat periodístic, i en conseqüència, de la imatge de la realitat que construeixen els mitjans. Així, tenim en compte els següents criteris:

1) Nombre de fonts utilitzades en la peça: En aquest criteri apuntem el nombre absolut total de peces que s'han utilitzat per construir la peça periodística. Parlem de fonts que apareguin explícitament.

⁷⁵ Veure el Llibre de Codis de l'Annex III.

- 2) Direcció del flux informatiu: En aquest apartat tenim present quin és l'origen, i per tant la direcció, del flux informatiu que es plasma en la notícia. Així, observem si la informació en que es basa està generada per l'ajuntament o bé si la institució respon a una informació generada per altres actors, siguin els que siguin. En aquest apartat tenim present quatre codificacions: un, si l'ajuntament és la font principal de la notícia i el generador d'informació, o bé si l'ajuntament desenvolupa o afegeix informació a un tema propi publicat amb anterioritat; dos, si l'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors (oposició, associacions culturals, associacions veïnals...); tres, altres possibilitats; i quatre, no definit, si no es pot determinar l'origen del flux d'informació.
- 3) Origen de la informació: En aquest apartat intentem determinar, a partir de la notícia, l'origen de la informació que la configura. La informació pot provenir de molts actes o accions comunicatives: la cobertura d'una roda de premsa o d'un ple municipal, d'un acte oficial... pot ser també que sigui un tema generat pel gabinet de comunicació o bé un tema propi desenvolupat pel diari. En aquest cas, hem d'apuntar que introduïm cert factor de subjectivitat i interpretació, ja que a vegades no és fàcil determinar si el tema que es desenvolupa és propi del mitjà de comunicació o bé sorgeix de la iniciativa comunicativa de l'Ajuntament. Tanmateix, moltes vegades si és possible determinar-ho pel context. Finalment, també tenim en compte la possibilitat de que sigui un tema generat des d'altres mitjans de comunicació, d'altres actors polítics o d'actors de la societat civil, etc.
- 4) Proporcionalitat de les fonts: En aquesta categoria es classifica l'ús general de les fonts en funció de la proporcionalitat, entesa com l'equilibri entre fonts de diversa tipologia i naturalesa utilitzades per a construir la peça periodística. Així, hi poden haver més fonts municipals que alternatives, equilibri entre ambdós tipus, o més fonts alternatives. En aquesta categoria també hem tingut present que a vegades, en funció de la tipologia de la informació, no existeix conflictivitat entre les fonts; és a dir, que el tema desenvolupat no precisa de la contraposició de versions, al no presentar cap conflictivitat. Per exemple, si un

ajuntament presenta un nou camió d'escombraries, no és necessari contraposar cap versió, al tractar-se d'un tema sense conflictivitat i que no precisa la intervenció de fonts alternatives per construir el discurs informatiu.

- 5) Contraposició de la informació: En aquesta categoria recollim si la informació principal és contraposada per alguna font alternativa. És a dir, si el relat informatiu que proposa la informació principal té resposta per part d'una font alternativa. La resposta no necessàriament ha de ser contrària, pot ser una font que aporti informació addicional que corrobori la posició de la primera. En qualsevol cas ha de ser una font que respongui o complementi d'alguna manera allò que aporta la font principal.
- 6) Tractament de la informació: Aquesta categoria conté una valoració, i per tant és subjectiva, del mode en que es tracta la informació. L'objectiu és intentar copsar la idea general del missatge i plantejar-se si està escrit des d'una òptica positiva cap a l'ajuntament o si bé és negativa. Val a dir que aquest tractament estarà probablement determinat per la tipologia de fonts que s'utilitzin i pel tractament de la informació que s'aporta per part del periodista.
- 7) S'identifica o es pot deduir la presència d'informació generada pel GCM?: La darrera categoria de la fitxa general està destinada a una pregunta que només pot respondre's de tres maneres: si, no o no determinable. Entemem que es tracta d'una pregunta que inclou un element purament subjectiu, que és el d'interpretar si en algun punt de la notícia, o bé en el seu conjunt, s'identifica explícitament (cosa poc probable) o es pot deduir a partir del llenguatge que s'utilitza, a partir de les dades que s'aporten o d'elements tangencials, la presència d'informació elaborada pel Gabinet de Comunicació de l'ajuntament corresponent. Aquesta és una dada interessant ja que ens ajuda a comprendre com els periodistes utilitzen la informació aportada per aquestes estructures per construir el relat periodístic. Més enllà del factor de subjectivitat que inclou, creiem que és pertinent afegir aquesta categoria per entendre millor el conjunt de la praxis periodística local.

3.3.3. FITXA DE CARACTERITZACIÓ DE LES FONTS:

Un cop explicades les categories de la fitxa general, és el moment d'explicar les categories que hem desenvolupat per caracteritzar cadascuna de les fonts que identifiquem en cadascuna de les notícies.

- 1) Tipus de font: La primera categoria és la més evident, i és la que recull el tipus de font que identifiquem. En aquest punt, convé clarificar que les classificacions de les fonts són molt diverses, en funció del criteri que utilitzem per a fer-ho. Per a la nostra tesi ens hem fixat en la seva naturalesa en relació al seu origen, i no tant en relació a l'actitud informativa respecte el mitjà. Això ho hem fet perquè el que ens interessa és identificar quines fonts s'utilitzen i per tant és obligatori classificar-les en funció del seu origen. Així, tenim la categoria de les fonts institucionals, que es refereixen en aquest cas a les fonts de l'ajuntament, incloent-hi qualsevol institució o organització gestionada pel consistori (museus, centres cívics, centres culturals...). Posteriorment, hem tingut en compte el que López (1995) defineix com a fonts espontànies, és a dir, aquelles que entren en conflicte o en contraposició amb el poder públic. Nosaltres les hem classificat sota el paraigües de "fonts privades" i inclouen partits polítics a l'oposició, altres institucions (tot i no ser, evidentment, privades), associacions de veïns, particulars...Val a dir que autors com Casasús (1988) han establert una diferenciació tipològica de les fonts lleugerament diferent a la proposada en aquesta tesi. Així, inclou dins les fonts "específiques i eventuais" als organismes públics i les organitzacions polítiques, i en canvi, col·loca els comunicats d'oficines i gabinets de premsa en les "estables o organitzades". Tanmateix, hem optat per adaptar aquesta classificació i

diferenciar les informacions obtingudes en relació a l'origen (ajuntament / altres institucions / partits polítics a l'oposició) basant-nos en la proliferació ja explicada de les oficines de premsa al llarg dels darrers 20 anys, que s'han estès a tot tipus d'organitzacions, públiques i privades, i tenint en compte els objectius de la tesi.

- 2) Atribució: L'atribució és la manera en que *“los periodistas revelan que su información proviene de unas fuentes determinadas”* (Fontcoberta, 1993: 60). Tal i com desenvolupem més endavant en el marc teòric, l'atribució és un element particularment important perquè dona credibilitat a la notícia: el públic ho percep com una garantia de fiabilitat i veracitat dels fets. Per això ho hem inclòs, i hem tingut present la classificació d'atribucions proposada per Mar de Fontcoberta en el seu llibre *“La noticia. Pistas para percibir el mundo”*:

-Atribució directa: el mitjà identifica explícitament la font i cita la informació que ha proporcionat. EX: “El president del govern ha assegurat que baixaran els impostos”)

-Atribució amb reserves: (no se cita explícitament a la font però se la situa en un context i poden citar-se les seves informacions. EX: “fonts del ministeri de l'interior...” o “fonts properes a l'equip de govern”

-Atribució de reserva obligada: El mitjà no menciona a la font i cita les informacions com si fossin seves. Sobretot en el cas d'informacions proporcionades per agències informatives o bé pels Gabinetes de Comunicació.

- 3) Protagonisme o antagonisme de la font: En aquesta categoria hem intentat establir si la font d'informació té la iniciativa en la generació de continguts noticiables, és a dir, que el relat informatiu pren com a referència i es basa en el seu discurs i, per tant, és protagonista del relat informatiu; o bé si la font respon a informació generada per altres actors, és a dir, si actua com a balanç o en resposta d'un input informatiu aliè. En aquest segon cas, implicaria que la font no té el control del flux informatiu i que actua com a antagonista de la informació principal.

- 4) Espai destinat a cada font: Aquest criteri l'hem inclòs perquè considerem que a vegades no n'hi ha prou en comptar les fonts. També és representatiu del seu tractament l'espai que se li dóna en el redactat final (Lozano, 1994). Així, comptar només el nombre de fonts, tot i ser representatiu, no acaba d'aportar els matisos necessaris per a un correcte estudi sobre les fonts. En aquest sentit, és necessari fer un petit esment al nombre de paràgrafs dedicats a cadascuna de les versions sobre un fet determinat⁷⁶.
- 5) Exclusivitat: Finalment, hem inclòs un criteri per valorar si la font utilitzada és pròpia del diari, és a dir, que ha estat cercada pel periodista de manera individual, o bé si és comuna, és a dir, si la informació s'ha aportat a partir d'un esdeveniment, del tipus que sigui, obert a tots els periodistes (roda de premsa, comunicat, atenció als mitjans...)

Aquestes fitxes han sigut l'eina de codificació que hem utilitzat per classificar les fonts. Apuntar a més que tenint present la doble vessant quantitativa i qualitativa d'aquest treball, hem considerat oportú omplir un document per a cadascun dels anys i cadascuna de les capçaleres analitzades. En aquest document, que es pot consultar a l'annex, hi hem apuntat totes aquelles dades, impressions i fins i tot reflexions sobre les peces informatives que no són necessàriament objectivables però que poden constituir elements d'anàlisi rellevants.

3.3.4. CREUAMENT DE LES DADES:

Ben aviat se'ns va fer evident que l'anàlisi de totes aquestes dades, si bé interessant a nivell estadístic, potser no seria suficient per observar la complexitat i les implicacions que l'ús de les fonts té sobre la construcció del relat periodístic. És per això que hem considerat necessari creuar determinades

⁷⁶ Casasús (1998) proposa un sistema basat en la medicació...tanmateix no l'hem utilitzat, ja que els nostres arxius en format digital ens impedié desenvolupar-lo.

dades per poder obtenir informació addicional i rellevant sobre el fenomen. En aquest sentit convé puntualitzar, però, que no hem realitzat tots els creuaments de dades possibles, ni molt menys. Altre cop ens hem vist limitats per les nostres possibilitats i hem hagut de descartar creuaments de dades més complexos que segurament aportarien informació extra. Tanmateix, considerem que els que hem realitzat són més que suficients per aportar-nos dades significatives i rellevants.

Així doncs, tot seguit explicarem quines dades hem creuat en cadascun dels anys i les capçaleres estudiades:

1. En primer lloc hem intentat copsar la relació que pugui haver-hi entre la ciutat sobre la que s'informa i diverses variables relatives al nombre de fonts, l'origen de la informació i la direcció del flux informatiu. Hi ha relació entre la ciutat de la que s'informa i com s'utilitzen les fonts. Podria ser que hi haguessin alguns GC més "efectius" a l'hora de col·locar el seu discurs informatiu als mitjans? En aquest sentit, hem explorat altres relacions entre la ciutat i diversos paràmetres.
2. Relació entre ciutat i origen de la informació.
3. Relació entre ciutat i direcció del flux informatiu
4. Relació entre el volum de la peça i la signatura.
5. Relació entre la signatura i el nombre de fonts.
6. Relació entre el nombre de fonts i l'origen de la informació.
7. Relació entre el nombre de fonts i la direcció del flux informatiu.
8. Relació entre la direcció del flux informatiu i la contraposició de la informació .
9. Relació entre origen de la informació i contraposició de la informació municipal.
10. Relació entre origen de la informació i proporcionalitat de les font.
11. Relació entre direcció del flux informatiu i proporcionalitat de les font.
12. Relació entre origen de la informació i tractament de la informació.
13. Relació entre proporcionalitat de les fonts i tractament de la informació.
14. Relació entre presència del GCM i direcció del flux informatiu.
15. Relació entre presència del GCM i tractament de la informació.

Tots aquests creuaments corresponen a dades genèriques de la notícia. Però a més també hem creuat algunes dades referents a les fonts informatives de manera individual. En aquest sentit hem optat per comparar cadascuna de les variables de manera individualitzada, contrastant cadascuna de les categories amb el tipus de font. És especialment important intentar copsar la relació que hi ha entre el tipus de font i les altres variables exposades, en especial l'atribució o l'exclusivitat. En aquest camp hem observat el següent:

1. Relació entre tipus de font i atribució.
2. Relació entre tipus de font i exclusivitat.
3. Relació entre tipus de font i espai dedicat.

Totes aquestes dades s'han interpretat i codificat seguint un llibre de codis expressament desenvolupat per a l'ocasió, en el que hem intentat incloure les diferents possibilitats que aportava cadascuna de les categories d'anàlisi. El llibre, que es pot consultar a l'Annex III d'aquesta tesi, desenvolupa, categoria per categoria, les diverses opcions en les que podríem incloure les dades que aporten les informacions periodístiques. Aquestes dades complexes s'han codificat numèricament per a poder ser tractades estadísticament. Val a dir, a més, que hem fet un esforç per intentar especificar, de la millor manera possible, els diferents conceptes expressats en la fitxa d'anàlisi⁷⁷. En aquest sentit, cal tenir present que l'harmonització de conceptes és un aspecte de la Periodística que ha preocupat als principals investigadors sobre la qüestió. Casasús recorda que *“una altra tasca urgent que suggereixo és la d'harmonitzar la terminologia científica relativa als estudis sobre teoria dels esdeveniments. Cal unificar el vocabulari, i sistematitzar els conceptes i els mètodes acumulats progressivament en aquesta àrea de coneixement. Per assolir això cal aprofitar el vocabulari que ja tenim, i evitar la temptació de batejar contínuament les coses.”* (Casasús, 1990: 76-77)

⁷⁷ En algunes ocasions la terminologia ha estat desenvolupada a nivell teòric, com és el cas del concepte d'esdeveniment periodístic, entès com un fet *“susceptible de ser informado periodísticamente”* (Casasús, 1988: 85). En aquest camp, Casasús ha desenvolupat una elaborada taxonomia efemerològica que hem tingut en compte, tot i que la classificació temàtica dels fets noticiables no és l'objectiu central d'aquesta tesi.

Finalment, la fitxa que hem desenvolupat ha estat sotmesa a prova. Val a dir que aquesta és la versió definitiva, després d'un profund procés de reflexió i també d'anàlisi. Aquesta fitxa va ser provada en el projecte SING12/07 "*Comunicació local i democràcia: pluralisme i transparència en la comunicació dels ajuntaments del nord-est de Catalunya*", una Acció Singular de la Universitat de Girona que pretenia estudiar l'ús de les fonts en els diaris gironins de més importància a l'hora d'elaborar informacions sobre les sis poblacions més importants de la demarcació en un període de mig any. La investigació va donar resultats reveladors sobre tendències actuals en la construcció del relat informatiu en la premsa local. La fiabilitat és necessària per a poder establir que els resultats s'han obtingut independentment del succés i de l'investigador (Abela, 2002). Recordem que l'anàlisi de contingut requereix que els resultats siguin objectivables i reproduïbles, pel que es fa necessària una prova de codificació.

3.3.5. INTERPRETACIÓ DE LES DADES: LA INFERÈNCIA

Un cop realitzat el buidatge de dades hem procedit a la seva interpretació, és a dir, a la realització d'inferències. Inferir és deduir el que s'amaga en un text. O en el cas que ens ocupa, deduir tendències en l'ús de les fonts a partir de les dades recollides. En aquest apartat voldríem fer referència a dues qüestions.

La primera és l'estructura que tenen les inferències quan parlem de la investigació en ciències socials, i més en concret en la investigació periodística: Bardin (1996) estableix que en el procés d'inferència hi ha tres elements essencials: les variables d'inferència, el material analitzat i la interpretació explicativa. En el nostre cas, la variable seria l'ús de les fonts municipals en la premsa local gironina, el material analitzat els exemplars dels diaris gironins, i l'explicació de les dades la interpretació explicativa.

En segon lloc, apuntar que les inferències que es poden extreure d'un text són gairebé innumbrables, tal i com també ho és la seva tipologia. En aquest sentit, segons Krippendorff (1990) l'anàlisi de contingut ens pot portar a inferències sobre el sistema, sobre els estàndards, els índex, les comunicacions i els processos institucionals. Partint d'aquesta base el tipus d'inferències que hem extret fan referència principalment als estàndards, entesos com l'avaluació de la qualitat, nivell, objectivitat o neutralitat del producte periodístic a partir de la proximitat o llunyania de diversos criteris (Andréu Abela, 2002); les comunicacions, entesos com els factors que interactuen en els processos de transferència de la informació, en aquest cas entre les fonts i els periodistes; i finalment els processos institucionals, i com aquests es veuen reflectits en el producte periodístic.

Finalment, i com a consideració general, no podem oblidar el que apunta Casasús (1998) a l'hora d'interpretar el missatge periodístic: *“La ideología, por tanto, opera en todo el proceso de semantización y en el momento de comunicar un mensaje se vuelve invisible hasta el punto de que el receptor cree estar ante el objeto o acontecimiento cuando en realidad está, simplemente, ante la forma en que el medio da a leer este objeto o este acontecimiento”*.

L'ús d'un vocabulari determinat en detriment d'un altre, o l'ús de determinades estructures gramaticals (com oracions impersonals, per exemple) així com la construcció lingüística d'un missatge periodístic amaga, sens dubte, ideologia. I tot i que no pretenem realitzar una identificació ideològica dels mitjans estudiats, és evident que la ideologia influeix, i no només en la construcció del missatge, sinó en la selecció i jerarquització de notícies i de fonts periodístiques. Així, cal acceptar que *“la ideología es consubstancial a los medios de comunicación de masas, porque no existe una transformación automática de la verdad en noticias..”* (Casasús, 1998: 155).

4. RESULTATS DE L'ESTUDI: L'ÚS DE LES FONTS A *EL PUNT* I EL *DdG* EN LES INFORMACIONS SOBRE LA GESTIÓ DE LES POBLACIONS MÉS IMPORTANTS DE LA DEMARCACIÓ DE GIRONA:

4.1. INTRODUCCIÓ:

Després de desenvolupar un marc teòric en el que hem repassat les diferents visions sobre els aspectes clau que pretenem analitzar, és el moment d'entrar a fons en l'estudi de cas. En primer lloc, voldríem recordar que l'estudi pretén analitzar quantitativament i qualitativa l'ús de les fonts periodístiques en la informació local relacionada amb les principals ciutats de la demarcació de Girona i publicada en les dues capçaleres més importants de la demarcació, *El Punt* i *Diari de Girona*.

Tal i com ja hem comentat en la introducció, ens sembla especialment rellevant la necessitat d'analitzar les informacions periodístiques i l'ús de les fonts d'informació amb certa perspectiva temporal. La dilatació en el temps del nostre estudi hauria de permetre observar tendències en l'ús i atribució de les fonts d'informació. Només a partir de l'estudi evolutiu, a partir de l'observació de tendències es pot reconèixer cap a on camina l'activitat periodística i també quina és l'evolució en l'ús de les fonts, tenint en compte l'impacte de les TIC en la comunicació professional i per suposat en l'activitat periodística,

Tal i com hem apuntat en l'apartat de metodologia el total de peces d'informació analitzades és de 1141, 573 del *Diari de Girona* i 568 d' *El Punt*. Abans d'entrar a observar els resultats, però, voldríem indicar alguns aspectes rellevants en la investigació que permetran entendre millor l'aplicació d'alguns dels criteris d'anàlisi, tot i que ja s'han explicat a l'apartat de la metodologia.

En primer lloc, cal tenir present que estem analitzant una activitat complexa i a vegades difícilment quantificable com el llenguatge. És per això que al llarg de l'estudi de cas intentarem especificar criteris d'anàlisi i justificar amb exemples algunes de les conclusions a les que arribem. En aquest sentit, tot i que no es tracti d'un treball que se centri en la temàtica informativa, sí que podem fer referència a alguns dels temes més tractats a les notícies, ja que en alguns casos ens pot servir per entendre millor determinades dinàmiques en l'ús de les fonts d'informació. Així, informacions rellevants referides a les infraestructures, per exemple, poden comptar amb més fonts d'informació que en d'altres temàtiques de menys interès pel ciutadà.

En segon lloc, atesa la gran quantitat de dades recollides, ens hem vist en l'obligació de fixar-nos en algunes d'elles i ignorar-ne d'altres. Així, una primera part de l'anàlisi serà una exposició de caràcter quantitatiu de les dades més rellevants recollides any per any. Farem un repàs de les dades anuals globals, és a dir, de la suma de les dades d'*El Punt* i del *DdG*. Hem considerat que repassar any per any i capçalera per capçalera hagués dilatat excessivament el treball, i de fet seria redundar en el comentari d'unes dades que es poden consultar directament a l'annex.

Finalment, un cop haguem repassat les dades any per any entrarem en la fase qualitativa de l'anàlisi. En aquest apartat interpretarem les dades observades de manera global, capçalera per capçalera i conjuntament. També observarem i analitzarem algunes tendències rellevants, amb l'ús de cites textuais i d'exemples dels propis diaris que ens ajudaran a visualitzar alguns aspectes comentats.

4.2. REPÀS ANUAL DE LES DADES GLOBALES RECOLLIDES:

Comencem el repàs anual d'aquelles dades que considerem més significatives per a poder extreure conclusions, és a dir, aquelles referides a la ciutat a la que es refereix la notícia, al nombre de fonts utilitzades i la seva tipologia; i també a

l'origen de la informació, és a dir, en quin context informatiu s'ha obtingut. A més, puntualment hem afegit dades que hem considerat rellevants, com determinats creuaments de dades, especialment entre ciutat i font d'informació.

4.2.1 ANY 1996:

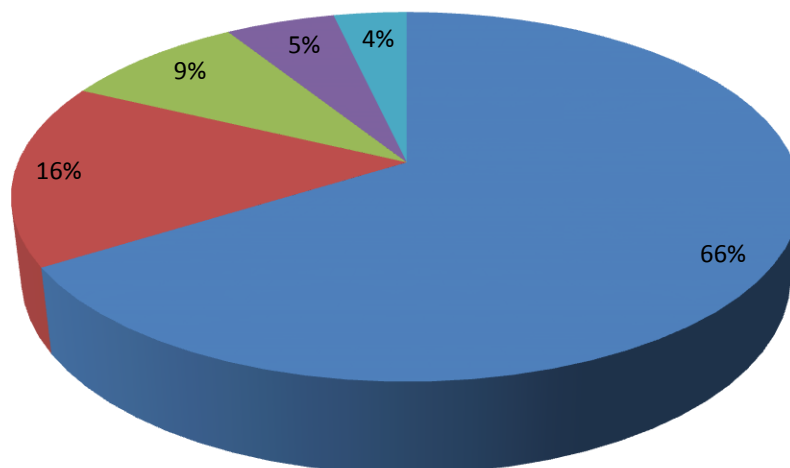
Per l'any 1996 s'han analitzat un total de 56 notícies, 28 d'*El Punt* i 28 més del *DdG*. S'observa una tendència a la sobre-representació de Girona: 25 notícies corresponen a la capital, un 44,64%, 10 a Salt, amb un 17,86% 7 a Figueres, amb 12,50%, 9 a Olot amb un 16,07% 2 a Blanes, amb un 3,57% 3 a Lloret amb un 5,36%

Pel que fa a l'extensió, destaca que un 39'29% de les peces tenen menys de mitja pàgina, una tendència que veurem repetida al llarg dels anys i que és de suposar, tenint en compte que sovint, per incloure-hi la publicitat i per una qüestió d'economia d'espai, les peces amb menys de mitja pàgina solen ser les més habituals quan parlem d'informació local. Un 28,71% de les peces analitzades tenen més de mitja pàgina, cosa que podria relacionar-se amb l'important índex de notícies que té presència en portada (26 per 30 que no en tenen). Un 70% de les peces estan signades pel redactor, pel 30% que estan signades per redacció. En aquest apartat indiquem una tendència que es repeteix al llarg dels anys, i és la tendència d'*El Punt* a signar totes les seves informacions encara que siguin breus que provinguin directament de nota de premsa. No passa el mateix al *DdG*, que sol signar amb "Redacció" aquelles peces que ha obtingut de nota de premsa i que gairebé no ha editat. Finalment, un 19,64% són columnes o mitges columnes i un 10,71% breus.

Pel que fa al nombre de fonts utilitzades en cadascuna de les peces, en aquest 1996 s'han utilitzat un total de 84 fonts. En aquest any comencem a observar una tendència que es repetirà al llarg dels anys, i és que la majoria de peces analitzades estan elaborades a partir de la informació que ens aporta una sola font. Concretament un 66, tal i com observem a la següent gràfica:

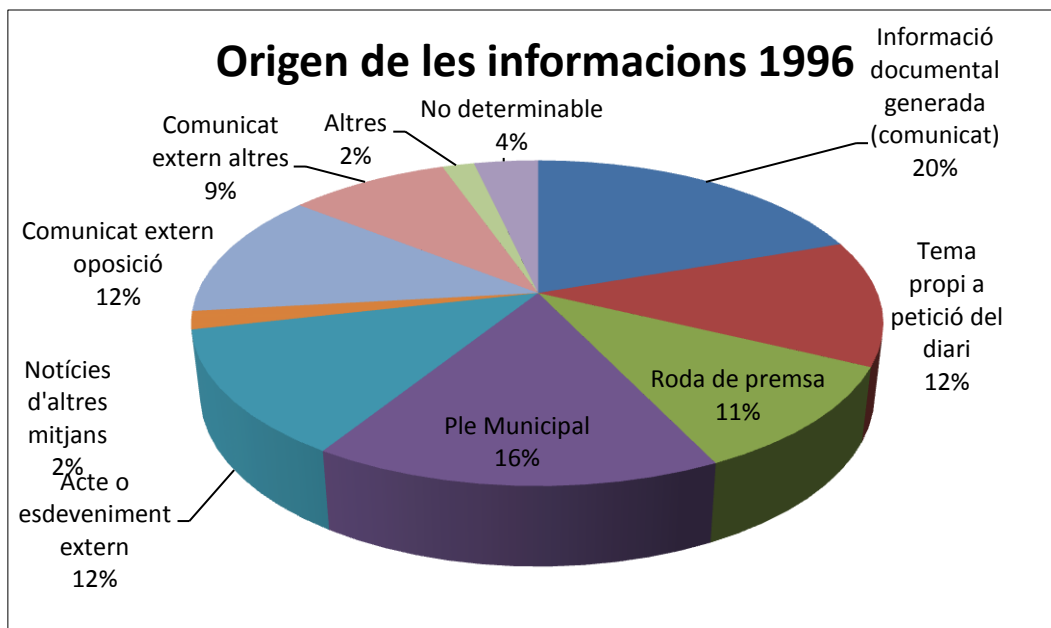
Nombre de fonts utilitzades per peça 1996

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5



Gràfica 1: Nombre de fonts utilitzades en els exemplars analitzats l'any 1996.

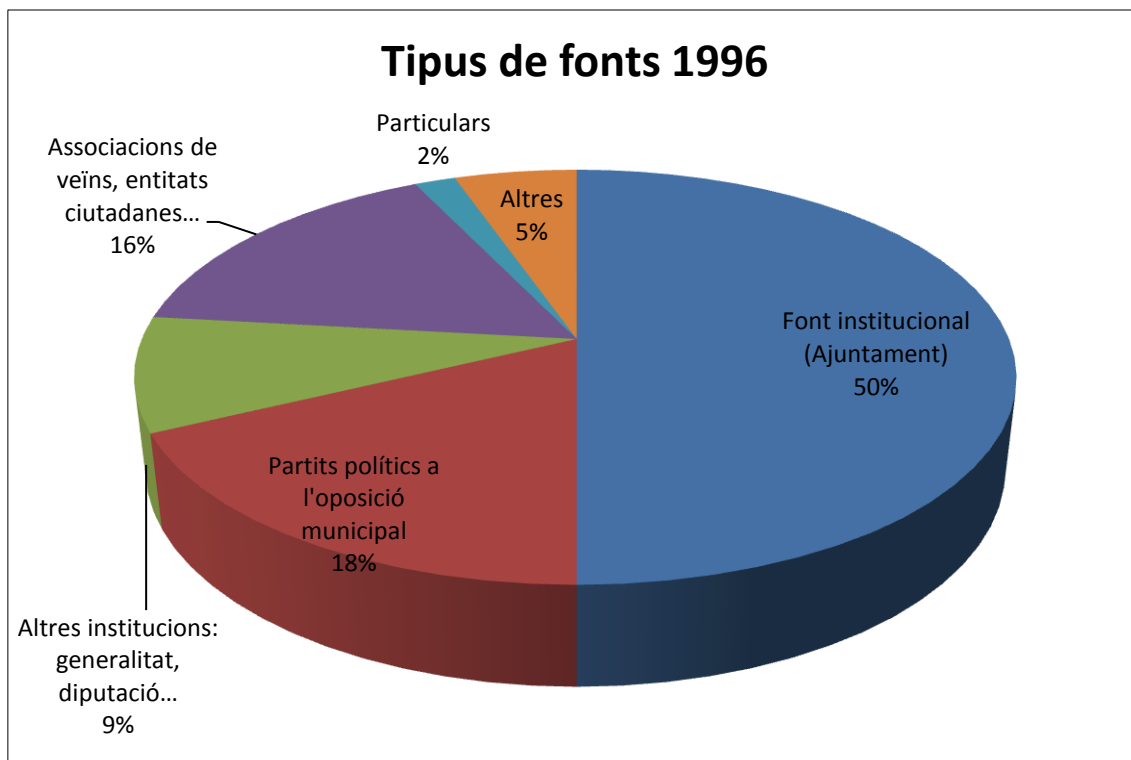
Pel que fa a l'origen de la informació observem cert equilibri, especialment entre les informacions generades per comunicat, que representen un 19,64% de les peces analitzades, i les notícies elaborades a partir de ple municipal, un esdeveniment informatiu clau en la informació local. Aquestes representen un 16,07% del total. A destacar també el percentatge de temes propis i els elaborats a partir d'actes o esdeveniments externs, un 12'50%:



Gràfica 2: Percentatge d'origen de les informacions, 1996

Aquestes dades mostren un cert equilibri que s'observa també en d'altres variables, com la proporcionalitat de les fonts. Així, un 26% presenta més fonts municipals, enfront el 30% que presenta més fonts alternatives i el 28% que no presenta conflictivitat. Ara bé, en l'apartat de contraposició si que observem un desequilibri entre les notícies contraposades, un 12%, enfront les que no estan contraposades, un 37%. Cal tenir present però que gairebé la meitat, un 46% no calen contraposar al no generar cap continuïtat informativa.

Finalment, donant un cop d'ull a les fonts, observem com un 50,00% de les fonts primàries utilitzades corresponen a fonts municipals. Un percentatge acceptable, tenint en compte que s'ha intentat donar cabuda també als partits del 'oposició, amb un 17,86%, a d'altres institucions, amb un 8,93% i sobretot a les fonts d'associacions ciutadanes, que representen un 16,07% de les fonts primàries utilitzades:



Gràfica 3: Percentatge de tipus de fonts primàries utilitzades el 1996.

Tal i com passa en d'altres anys, aquesta tendència s'observa ciutat per ciutat, si bé és més fàcilment identificable en poblacions amb un volum d'informació més elevat. Per exemple, un 33% de les notícies analitzades parlen sobre Girona i només estan elaborades amb una sola font, per l'11% que presenta més d'una font. En algunes ciutats com Olot, per exemple, les 5 notícies analitzades estan elaborades amb una sola font. Només a tall d'exemple, perquè observem que és una tendència general i que no es pot compartimentar per poblacions.

Aquest percentatge varia lleugerament si observem les fonts secundàries. En aquest cas, les fonts municipals disminueixen fins a un 44%, mentre que els partits de l'oposició i les associacions ciutadanes augmenten (un 22 i un 33% respectivament).

Pel que fa a l'atribució i a l'exclusivitat, dos elements d'alta importància per valorar la qualitat d'un producte periodístic i de la capçalera que l'elabora, observem com un 80,36% de les fonts tenen atribució directa, pel 16,07% que

tenen atribució amb reserves. En aquest punt, convé indicar que l'atribució amb reserves sol ser indicadora de fonts pròpies, és a dir, que han estat contactades pel periodista i que ha fet les declaracions al redactor en particular i no en un acte obert a la premsa. Ara bé, sospitem que a vegades els periodistes usen aquesta fórmula com a recurs estilístic i estètic, però que no respon a una praxis informativa determinada. D'aquesta manera, s'indueix al lector a pensar que el periodista s'ha mobilitzat per contactar fonts alternatives i així ampliar la informació, però en realitat la informació l'han aportat els propis gabinets de comunicació. Així el mitjà es legitima i adquireix prestigi de cara a l'opinió pública. Ho comentarem més endavant, en la part global de l'anàlisi. Pel que fa a l'exclusivitat, un 21,43% de les fonts primàries són pròpies, davant el 78,57% que són comunes.

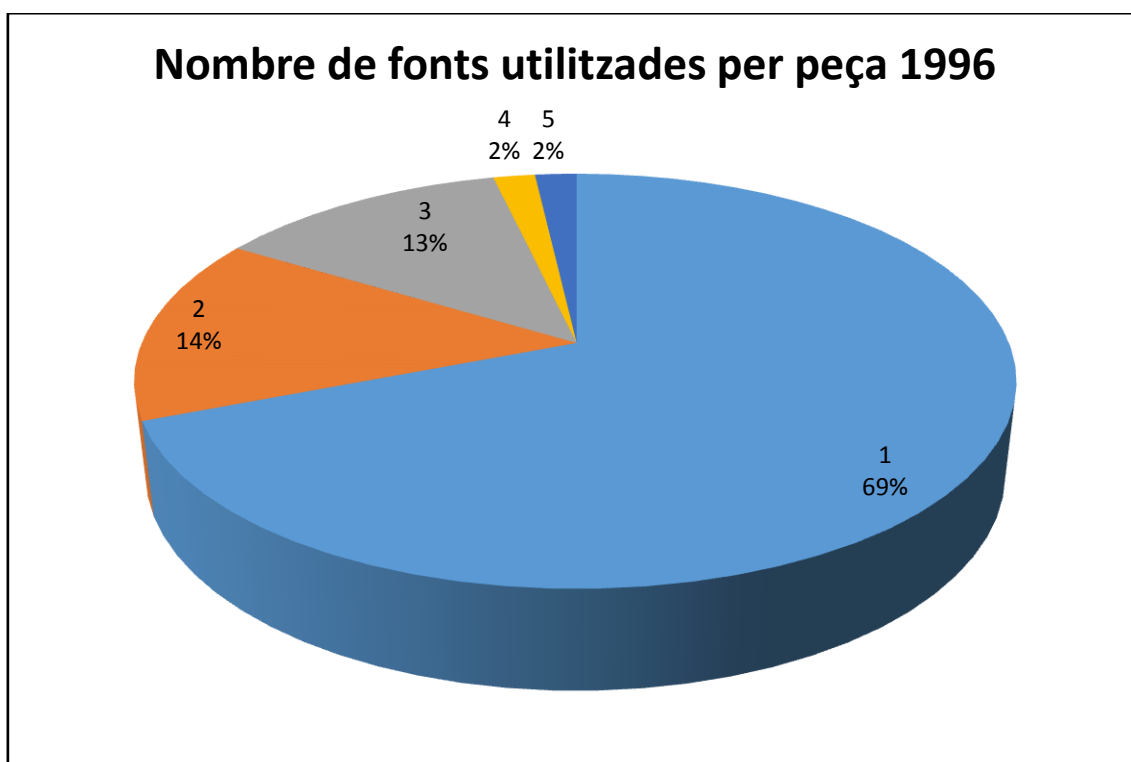
Aquestes tendències observades en les fonts primàries s'inverteixen lleugerament en el cas de les fonts secundàries. En part és natural, tenint en compte que l'ajuntament sol ser el protagonista de les informacions que apareixen a les ciutats, per bé o per mal. En aquest sentit, és d'esperar que les fonts secundàries, en el cas que hi siguin, solin ser partits a l'oposició, que solen valorar decisions municipals, o bé entitats ciutadanes que responen a determinades decisions. Així, els partits a l'oposició, representen el 55'56% de les fonts secundàries, davant el 22'22% de les fonts institucionals, és a dir, l'ajuntament. Les associacions de veïns i entitats ciutadanes representen 5,56% de les fonts secundàries.

4.2.2. ANY 1997:

Per l'any 1997 s'han analitzat un total de 56 notícies, 28 d'*El Punt* i 28 més del *DdG*. Seguim amb la tendència amb la sobre-representació de Girona, que s'incrementa respecte l'any anterior. Les notícies sobre la capital són 32, que representen un 57'14%: Segueix Figueres, amb un 16,07%, Olot, amb un 10'71%, Salt amb un 8,93%, Blanes amb un 5,36% i Lloret amb un 1,79%.

Pel que fa a l'extensió, un 30,36% de les peces tenen menys de mitja pàgina,. Un 23,21% de les peces analitzades tenen més de mitja pàgina. Així doncs més de la meitat de notícies tenen un pes important a nivell d'extensió. Segueixen les columnes i mitges columnes, amb un 21,43% i els breus amb un 10,71%. Pel que fa a la signatura, un 76,79% de les peces estan signades pel redactor, pel 23,21% que estan signades per redacció.

Pel que fa al nombre de fonts utilitzades en cadascuna de les peces, en aquest 1997 s'han utilitzat un total de 84 fonts. Es manté la tendència a elaborar peces amb una sola font, principalment de l'ajuntament. Cal tenir present però, tal i com hem assenyalat en l'any anterior, que les notícies no sempre és necessari contraposar-les, ja que presenten una informació que no genera conflicte i que no cal ampliar. Tot i això, en aquest any les notícies elaborades amb només una fonts s'eleva a un 69%::

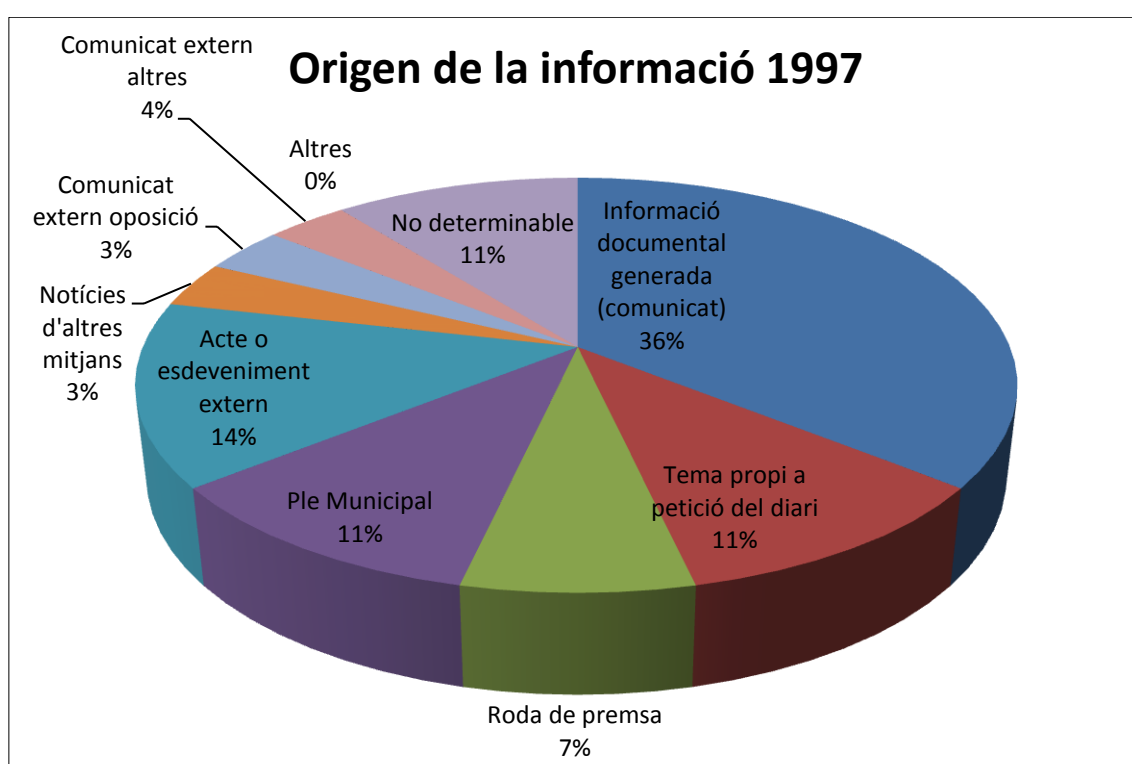


Gràfica 4: Percentatge de fonts utilitzades en les notícies analitzades l'any 1997.

Pel que fa a l'origen de la informació l'any 1997 observem un repunt de les notícies generades a partir de comunicat, que augmenten fins un 36%. Les notícies elaborades a partir de comunicat, generalment, tenen una sola font, i no hi ha una contraposició (recordem però que a vegades està justificat). Així,

les notícies generades a partir de comunicat del GCM amb una sola font representen el 34,55%, per només l'1,82% de les notícies generades a partir de comunicat del GCM amb més d'una font.

En qualsevol cas, es manté la importància dels esdeveniments o actes informatius, que representen un 14% del total. Les notícies pròpies elaborades independentment de les fonts utilitzades representen un 11%, el mateix percentatge que les de ple municipal. En canvi, es mantenen en percentatges baixos les elaborades a partir de comunicat extern de l'oposició i notícies d'altres mitjans, un 3% i els comunicats externs d'altres, un 4%.



Gràfica 5: Origen de la informació, 1997.

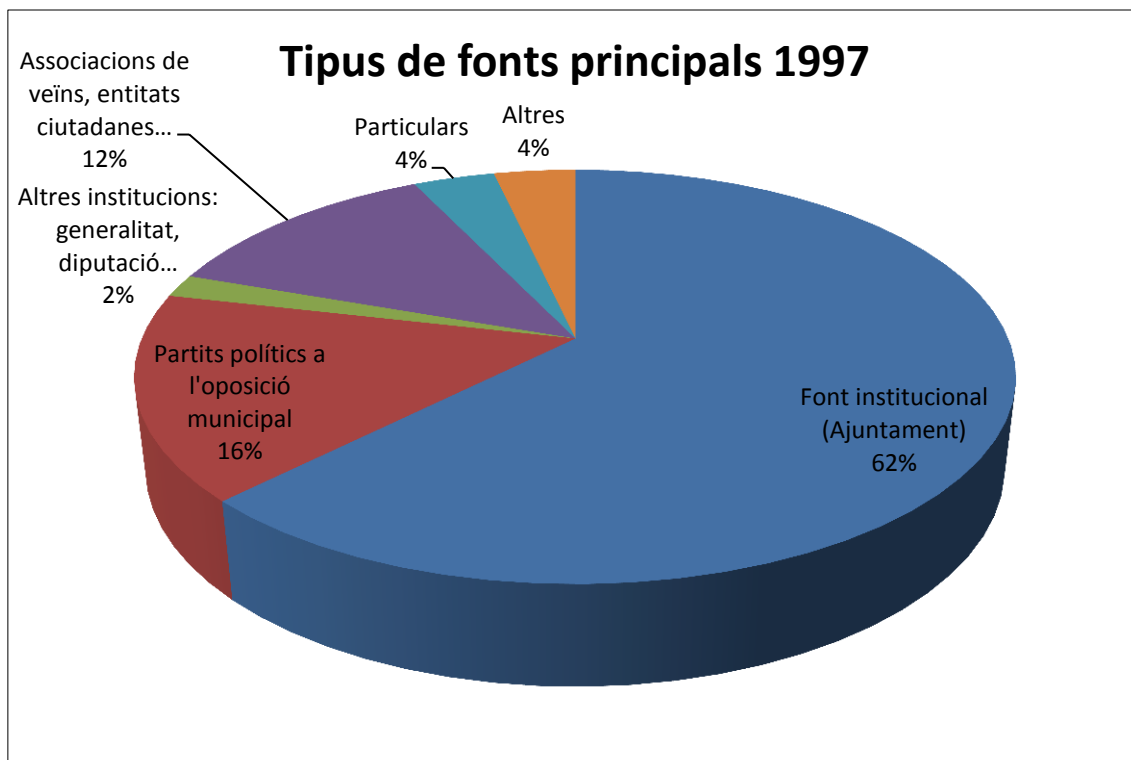
En aquest punt, convé fer un incís sobre la categoria “no determinable”. Tal i com hem vist en l’elaboració del marc teòric, un dels problemes que genera l’anàlisi de l’ús de les fonts en un diari és, precisament, un dels seus dèficits: la transparència. La manca d’informació sobre el lloc, el moment o el protagonista que ens ofereix informació a vegades dificulta la tasca d’identificar l’origen de la informació. Tot i que a vegades aquesta pot ser implícita, es pot deduir, o pot obtenir-se a través de la fotografia que il·lustra la peça, això no és sempre així. Desenvoluparem aquest punt en l’anàlisi de tendències.

Les notícies analitzades en aquest 1997 també mostren un increment de les peces que no es poden contraposar i que no presenten una conflictivitat d'interessos. Aquest tipus d'informacions solen estar reservades a peces de poca importància informativa i que es releguen a columnes o breus. Les notícies que no tenen conflictivitat i que no es contraposen representen el 50%. En l'apartat de contraposició, cal destacar que hi ha equilibri entre les peces que contraposen la informació, un 23% i les que no, un 25%. En aquest sentit, si observem les dades per ciutats veiem com les notícies elaborades amb una sola font sempre superen les elaborades amb més d'una:

Girona una sola font	20	36,36%
Girona més d'una font	11	20,00%
Salt una sola font	5	9,09%
Salt més d'una font	0	0,00%
Figueres una sola font	6	10,91%
Figueres més d'una font	3	5,45%
Olot una sola font	6	10,91%
Olot més d'una font	0	0,00%

Taula 1: Nombre de fonts utilitzades per cada peça informativa per ciutats.

Finalment, donant un cop d'ull a les fonts, observem un increment de l'ús de les fonts municipals, que representen un 62%. Els partits del 'oposició es mantenen amb un 16% i destaca l'increment de les associacions de veïns i d'altres entitats ciutadanes amb un 12%.



Gràfica 6: Tipologia de fonts principals usades en les notícies del 1997.

Tal i com passa en d'altres anys, les fonts secundàries equilibren aquesta tendència. Així, un 27,78% de les fonts secundàries corresponen a partits de l'oposició, el mateix percentatge que el consistori. En canvi, observem un clar augment de les fonts pertanyents a associacions ciutadanes, cosa que podria representar un increment de la seva presència, almenys com a fonts alternatives, en la informació local.

Pel que fa a l'atribució i a l'exclusivitat, seguim amb la tendència a atribuir correctament les fonts, amb una atribució directa del 80,36% davant el 10% que presenten una atribució amb reserves. Destacar també el petit augment de les informacions amb reserva obligada, un 7%. Finalment, pel que fa a l'exclusivitat, un 16,07% de les fonts primàries són pròpies, davant el 83,93% que són comunes. Val a dir que aquests percentatges es mantenen en les fonts secundàries (88,89% comunes per 11,11% de pròpies) i en les terceres (83,33% comunes per 16,67% de pròpies).

4.2 3. ANY 1998:

En aquest any 1998 s'han analitzat 52 notícies, 26 d'El Punt i 26 més del DdG. Generalment la manca de notícies té a veure amb la manca de peces d'actualitat, generalment associades a jornades amb poca activitat informativa com ara els diumenges. Pel que fa a la representació territorial observem un major equilibri que en d'anys anteriors:

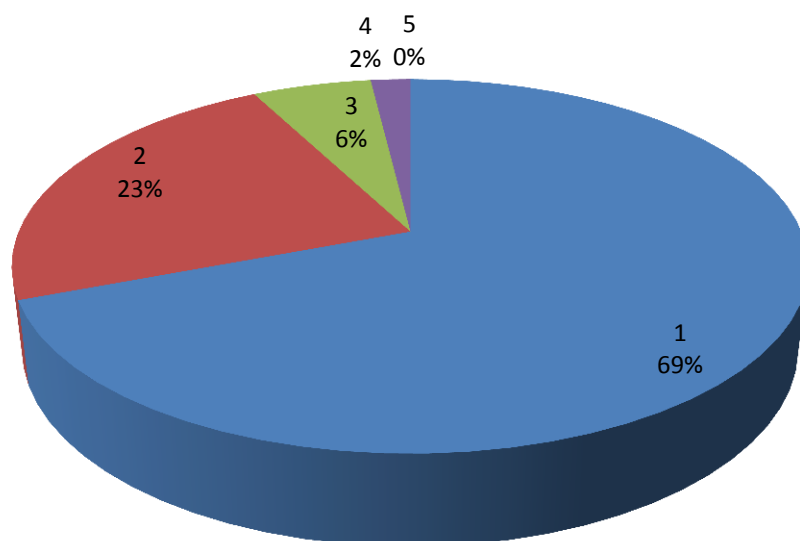
Girona	24	46,15%
Salt	7	13,46%
Figueres	10	19,23%
Olot	9	17,31%
Blanes	2	3,85%

Taula 2: Ciutats representades en les notícies, 1998.

Tot i que Girona segueix essent protagonista, com és lògic, hi ha un increment de les peces, per exemple a Figueres i també a Olot. Les notícies de la població de la Selva segueixen essent les menys nombroses, ja que no s'ha analitzat cap peça referent a Lloret en aquest any.

Pel que fa a l'extensió, comentar un increment de les columnes i mitges columnes, que són les peces més nombroses, representen un 36,54% de les peces analitzades, fet que podria tenir incidència o no en el nombre de fonts utilitzades. En aquest sentit, es manté la tendència dels anys anteriors, amb gairebé un 70% de notícies elaborades a partir d'una sola font. Un 23% té dues fonts i un 6%, 3 fonts.

Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 1998



Gràfica 7: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 1998.

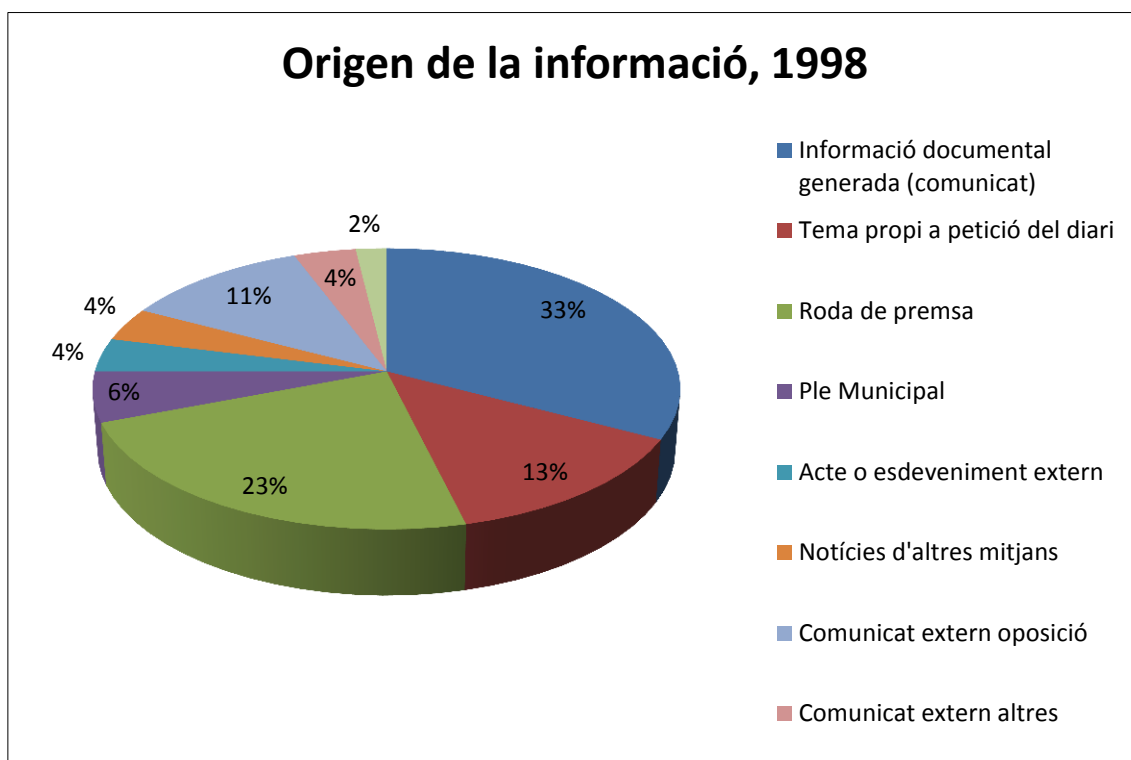
La tendència a elaborar peces a partir d'una sola font l'observem en percentatges similars en totes les ciutats:

Girona una sola font	18	34,62%
Girona més d'una font	6	11,54%
Salt una sola font	5	9,62%
Salt més d'una font	2	3,85%
Figueres una sola font	6	11,54%
Figueres més d'una font	4	7,69%
Olot una sola font	6	11,54%
Olot més d'una font	3	5,77%
Blanes una sola font	1	1,92%

Taula 3: Nombre de fonts utilitzades per elaborar informació en cada ciutat, 1998.

Aquesta tendència es pot relacionar sens dubte amb l'origen d'aquesta informació. Tal i com observem en la següent gràfica, els comunicats

municipals segueixen essent majoria en la base de les informacions, per davant de la roda de premsa, que de fet també és un acte informatiu (per bé que aquí no discriminem les municipals de les convocades per d'altres protagonistes, i els temes propis.



Gràfica 8: Origen de la informació 1998.

Aquesta variable cal observar-la, a més, amb la direcció del flux informatiu. En aquest 1998, l'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació en un 44,23% de les peces, per només el 26,92% en les que respon a notícies generades prèviament i un 28,85% que provenen d'altres fluxos.

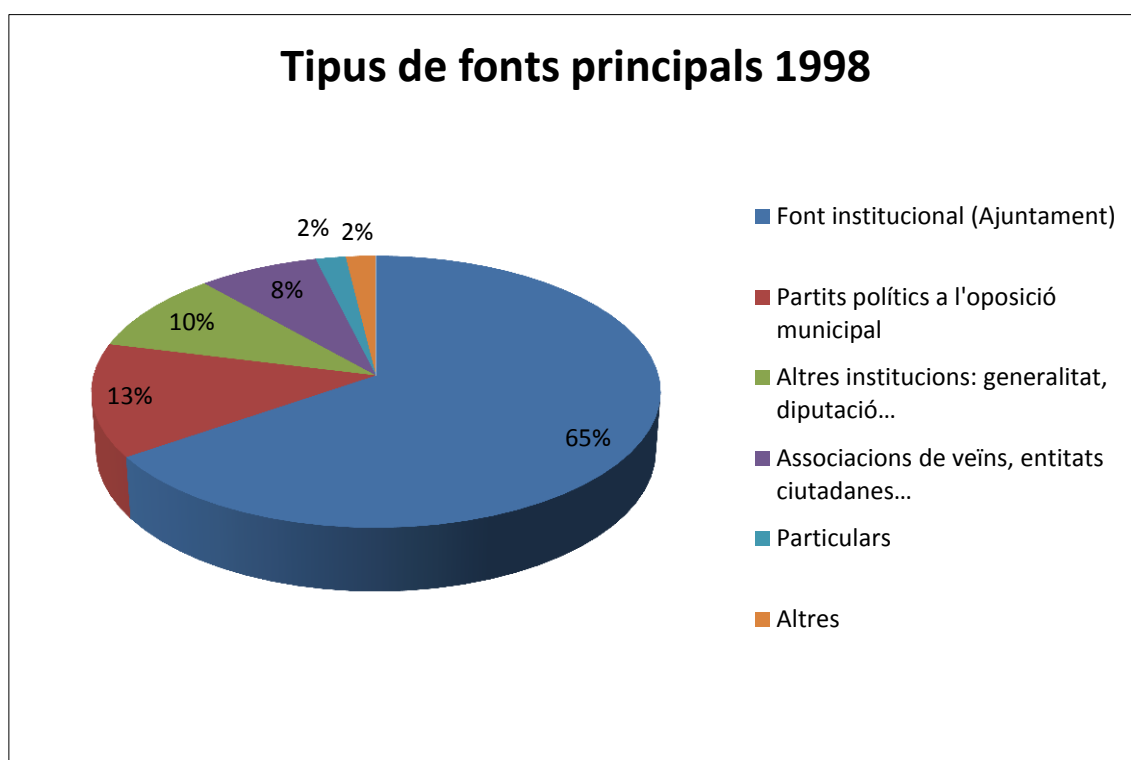
Cal apuntar també que la presència dels GCM no només es circumscriu a les notícies elaborades amb una sola font. Observem com en un 60% de les peces s'identifica o es pot deduir la presència d'informació elaborada per aquestes estructures, cosa que mostra la seva eficàcia com a servidors d'informació útil pels periodistes. Caldrà veure si aquesta proporció augmenta a mesura que es vagin ampliant i professionalitzant, al llarg de la primera dècada del segle XXI.

Pel que fa a la contraposició i la proporcionalitat, observem dades similars a les dels anys anteriors. Es manté la tendència favorable a notícies que no presenten conflictivitat i a la igualtat entre notícies contraposades i les que no:

Si	13	25,00%
No	15	28,85%
No contrastable	24	46,15%

Taula 4: Contraposició informació 1998.

El mateix podem dir de la proporcionalitat, ja que un 46,15% de les notícies no generen conflictivitat, pel 19,23% que presenten més fonts municipals, el 21,15% que presenten igualtat de fonts i el 13,46% que presenten més fonts alternatives. Pel que fa a les fonts principals les municipals segueixen essent les principals, amb un 65%, enfront els partits a l'oposició i les altres institucions. Les associacions representen el 8.



Gràfica 9: Tipus de fonts principals 1998.

L'atribució és directa en totes les fonts principals i pel que fa a l'exclusivitat s'observen percentatges similars als d'anys anteriors amb un 11% de fonts pròpies per un 89% de fonts comunes.

Pel que fa a les segones fonts, les municipals segueixen essent les protagonistes, amb un 58,82%, pel 29,41% dels partits a l'oposició, i un 5,88% d'altres institucions i associacions de veïns i entitats ciutadanes. En aquestes fonts l'exclusivitat es manté al voltant del 80% les comunes i el 20% les pròpies.

4.2.4 ANY 1999:

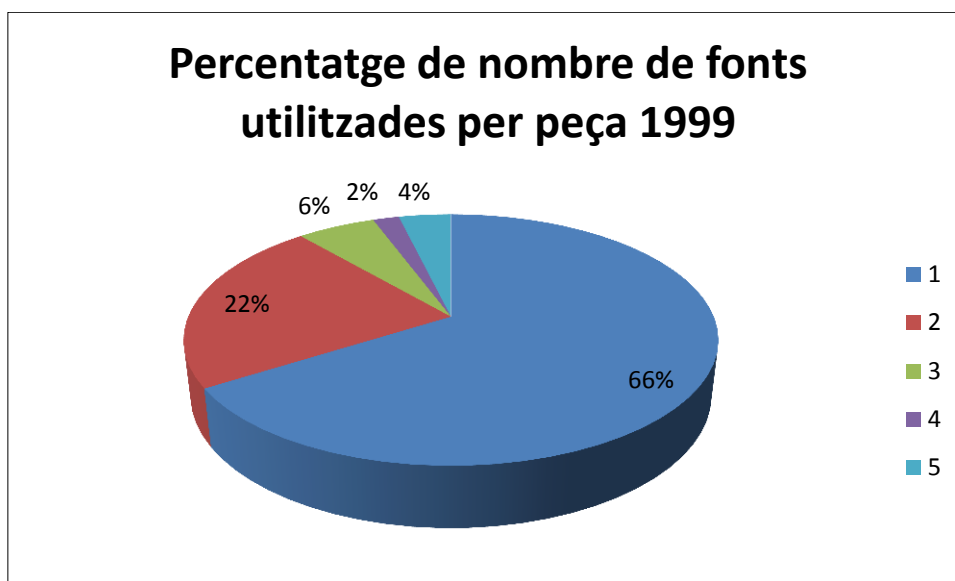
En aquest any 1999 s'han analitzat 53 notícies, 26 d'El Punt i 27 més del DdG. Girona segueix davant en la representació territorial, tal i com s'observa en el quadre següent.

Girona	24	45,28%
Salt	8	15,09%
Figueres	3	5,66%
Olot	11	20,75%
Blanes	6	11,32%
Lloret	1	1,89%

Taula 5: Representació territorial de les notícies analitzades el 1999.

Pel que fa a l'extensió, es manté la importància de les peces de menys de mitja pàgina, que representen un 43% de les peces analitzades, i les de més de mitja pàgina, amb un 26% del total. Les columnes i mitges columnes representen un 15%.

En aquest sentit, es manté la tendència dels anys anteriors, amb gairebé un 70% de notícies elaborades a partir d'una sola font. Un 23% té dues fonts i un 6%, 3 fonts.



Gràfica 10: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 1999.

En aquest 1999 s'han utilitzat 82 fonts per elaborar les peces analitzades, i la tendència a elaborar peces a partir d'una sola font es manté en percentatges similars als dels anys anteriors, entre el 65 i el 70%, i s'observa també si segmentem les dades per ciutat. Per exemple, a Girona les notícies elaborades amb una sola font són 16, per les 8 elaborades amb més d'una font, i a Salt són 7 contra una. Caldrà veure però la relació que hi ha entre el nombre de fonts i l'ús de fonts oficials. Tanmateix, tot i que la informació, si l'observem ciutat per ciutat, no sempre té com a origen un comunicat del GCM, si que comencem a veure com les notícies generades a partir de comunicat municipal tenen normalment una sola font, tal i com observem en la següent taula.

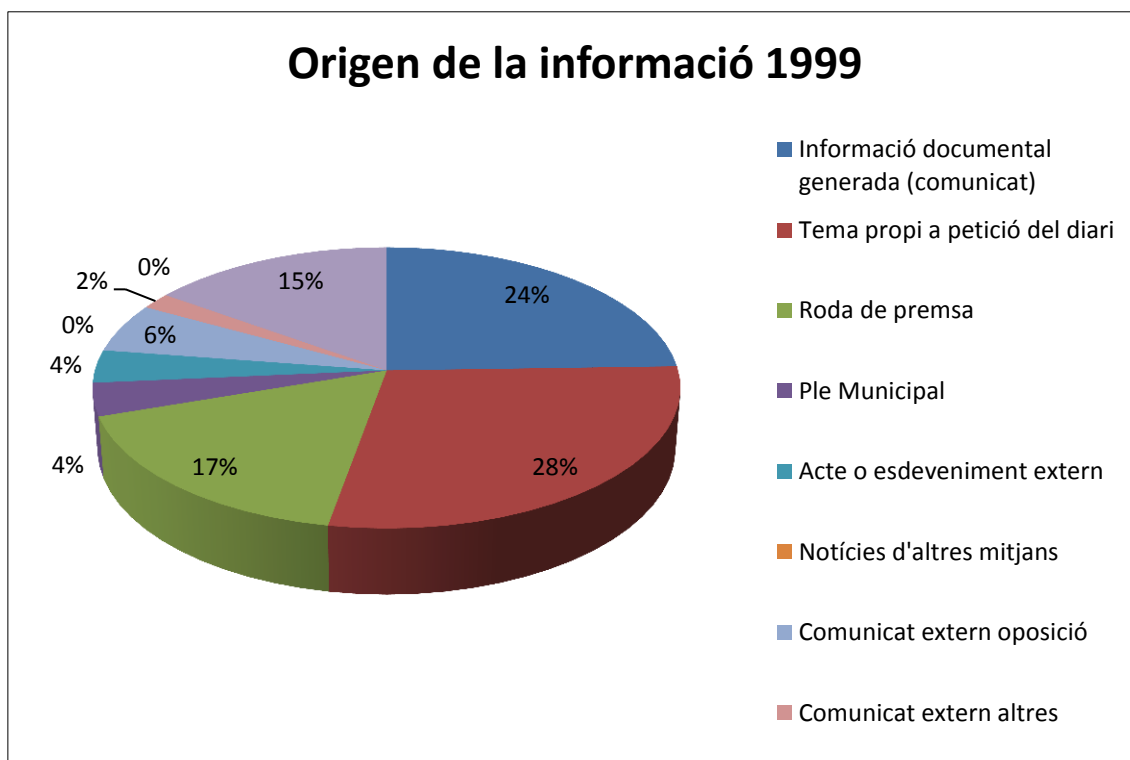
Notícies generades a partir de comunicat del GCM amb una sola font	13	24,53%
Notícies generades a partir de comunicat del GCM amb més d'una font	0	0,00%
Notícies pròpies amb una sola font	7	13,21%

Notícies pròpies amb més d'una font	8	15,09%
Notícies de roda de premsa amb una font	7	13,21%
Notícies de roda de premsa amb més d'una font	2	3,77%

Taula 6: Relació entre origen de les notícies i nombre de fonts utilitzades el 1999.

Si ens hi fixem, observem com hi ha més notícies pròpies elaborades amb més d'una font que amb només una. Podríem pensar que les notícies pròpies tenen una entitat superior i que, per deontologia professional, sovint requereixen una contraposició que permeti ampliar el punt de vista i elaborar notícies que presentin diverses versions als lectors, en detriment d'un tipus d'informació més institucionalitzada, que no requereix contraposició. Ampliarem aquesta qüestió en l'anàlisi qualitativa.

En aquest 1999 destaca la major presència de notícies pròpies, amb un percentatge lleugerament superior a les notícies elaborades a partir de comunicat municipal, tal i com observem a la gràfica següent:



Gràfica 11: Origen de la informació, 1999.

L'ajuntament però es manté com principal motor de l'agenda temàtica, tal i com observem en les dades relatives a la direcció del flux informatiu:

L'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació	26	49,06%
L'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors	14	26,42%
Altres	13	24,53%

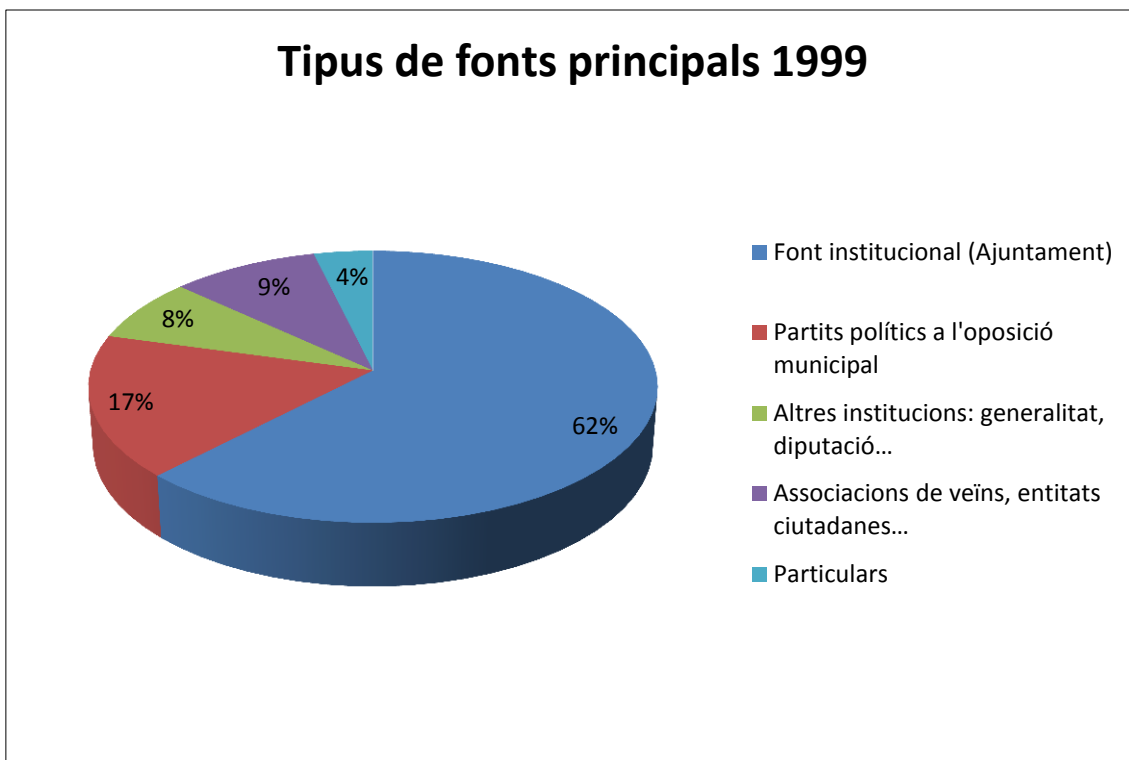
Taula 7: Direcció del flux informatiu, 1999.

De fet, aquestes dades es poden relacionar amb la major presència de notícies amb més fonts municipals que alternatives (18% respecte el 13%) i també amb la contraposició, ja que 9 notícies contraposen la informació oferta per la font principal, respecte les 14 en les que no es contraposa.

Si	9	16,98%
No	14	26,42%
No contrastable	30	56,60%

Taula 8: Contraposició informacions 1999.

Pel que fa a les fonts principals les municipals segueixen essent les principals, amb un 62%, enfront els partits a l'oposició i les altres institucions, que representen els partits de l'oposició. Les associacions representen el 9%.



Gràfica 12: Tipologia de fonts principals, 1999.

L'atribució és directa es manté en la majoria de les informacions, tot i que 3 fonts principals estan atribuïdes amb reserves, el que es podria relacionar amb l'increment de notícies pròpies analitzades. En qualsevol cas, es manté la tendència a utilitzar majoritàriament fonts comunes:

Font pròpia	15	28,30%
Font comuna	38	71,70%
	53	100,00%

Taula 9: Exclusivitat de les fonts, 1999.

Pel que fa a les segones fonts, les municipals segueixen la tendència a l'alça. També les fonts dels partits de l'oposició, que augmenten fins un 33%, cosa que podria indicar un paper antagonista de l'oposició, que podria ser lògic i comprensible, però que la relega sempre a respondre un discurs de resposta i a gestionar una agenda temàtica proposada per d'altres actors.

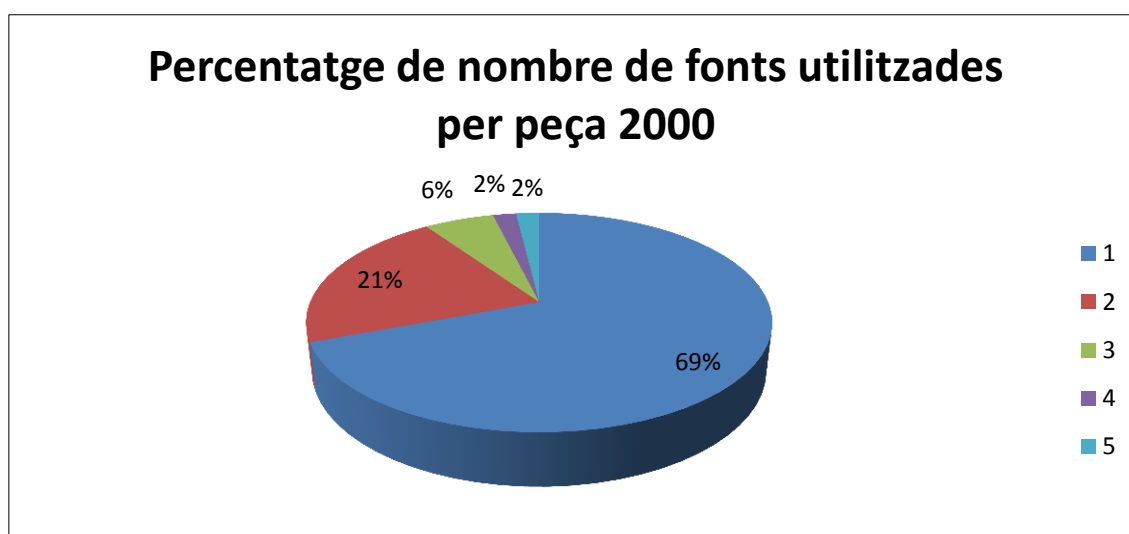
4.2.5. ANY 2000:

En aquest any 2000 s'han analitzat 52 notícies, 27 d'El Punt i 25 més del DdG. Girona segueix davant en la representació territorial, tal i com s'observa en el quadre següent:

Girona	25	48,08%
Salt	7	13,46%
Figuères	9	17,31%
Olot	6	11,54%
Blanes	4	7,69%
Lloret	1	1,92%

Taula 10: Representació territorial en les notícies analitzades l'any 2000.

Les notícies de menys de mitja pàgina dominen pel que fa a l'extensió, amb un 17%, seguides de les de més de mitja pàgina, amb un 12% i les columnes, amb un 21%. Si observem en global el nombre de fonts, 76 en total, constatem com en aquest any 2000 es manté la tendència a elaborar peces a partir d'una sola font, amb percentatges similars als d'anys anteriors.



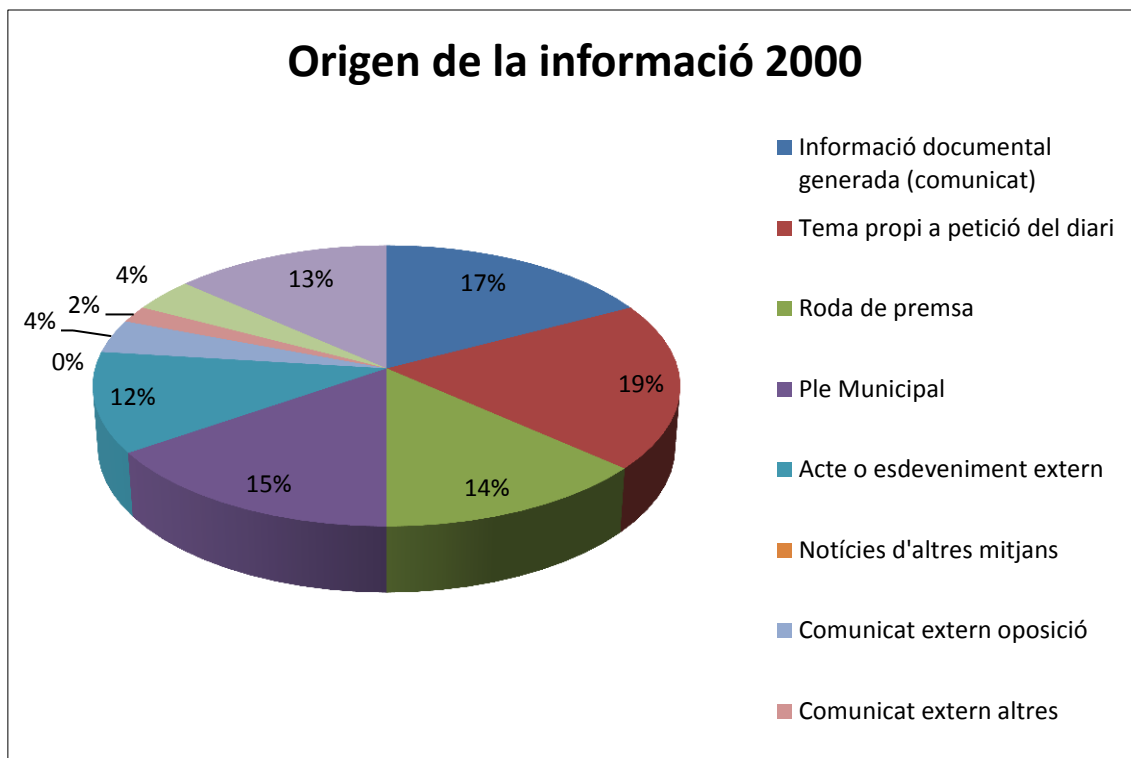
Gràfica 13: Percentatge de fonts utilitzades per peça, 2000.

És cert però que s'observa un major equilibri entre el nombre de notícies elaborades amb una sola font i amb d'altres en la majoria de ciutats, exceptuant Girona:

Girona una sola font	21	40,38%
Girona més d'una font	4	7,69%
Salt una sola font	3	5,77%
Salt més d'una font	4	7,69%
Figueres una sola font	5	9,62%
Figueres més d'una font	4	7,69%
Olot una sola font	4	7,69%
Olot més d'una font	2	3,85%
Blanes una sola font	2	3,85%
Blanes més d'una sola font	2	3,85%
Lloret una sola font	1	1,92%
Lloret més d'una sola font	0	0,00%

Taula 11: Relació entre la ciutat i el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces, any 2000.

En aquest 2000 destaquem que es manté la lleugera major presència de temes propis a l'origen de la informació, que es comença a manifestar l'any anterior:



Gràfica 14: Origen de la informació, any 2000.

La direcció del flux informatiu indica que l'ajuntament segueix dominant el discurs. En un 53,85% de les notícies, l'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació, per només el 15,38% en les que respon a informacions aportades per d'altres actors.

Pel que fa a la proporcionalitat i conflictivitat es mantenen dades similars a les d'anys anteriors, tal i com podem observar en la següents taules:

Si	9	17,31%
No	13	25,00%
No contrastable	30	57,69%

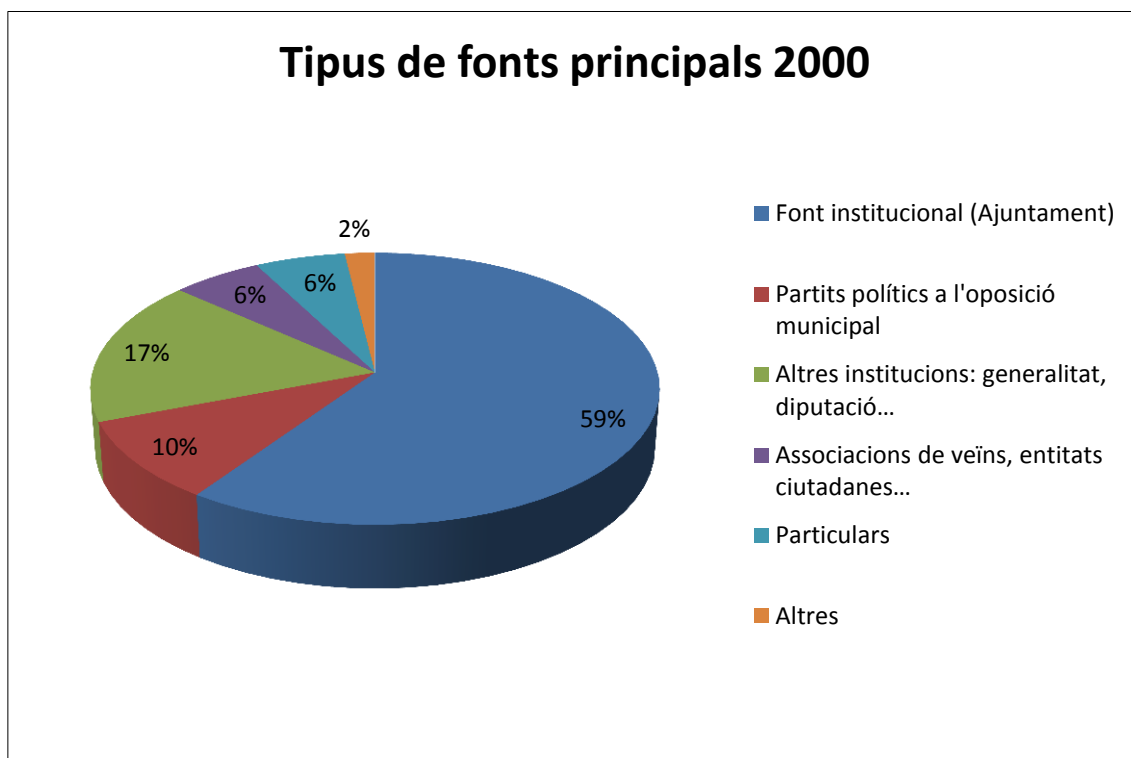
Taula 12: Contraposició informació any 2000.

Més fonts municipals	11	21,15%
Igualtat de fonts	7	13,46%
Més fonts alternatives	7	13,46%

No conflictivitat	27	51,92%
-------------------	----	--------

Taula 13: Proporcionalitat de les fonts, any 2000.

Pel que fa a les fonts principals les municipals segueixen essent les principals, amb un 59%. Destacar el lleuger descens de les fonts de partits a l'oposició, que es queden amb un 10% de les fonts principals. Aquestes oscil·lacions podrien deure's també a canvis en la temàtica de les notícies analitzades.



Gràfica 15: Tipus de fonts principals any 2000.

En qualsevol cas, en l'àmbit de les fonts principals, destaquem també l'increment de l'ús de les fonts pròpies, que augmenten fins un 36,54% del total. Es manté també un alt increment d'atribucions directes, amb un 84%,

Pel que fa a les segones fonts, es manté la tendència a incrementar el percentatge de fonts provinents dels partits de l'oposició, que se situen en un 31,25%, tot i que les institucionals segueixen essent majoria amb un 56,25%. El percentatge s'igualava en les terceres fonts.

4.2.6 ANY 2001:

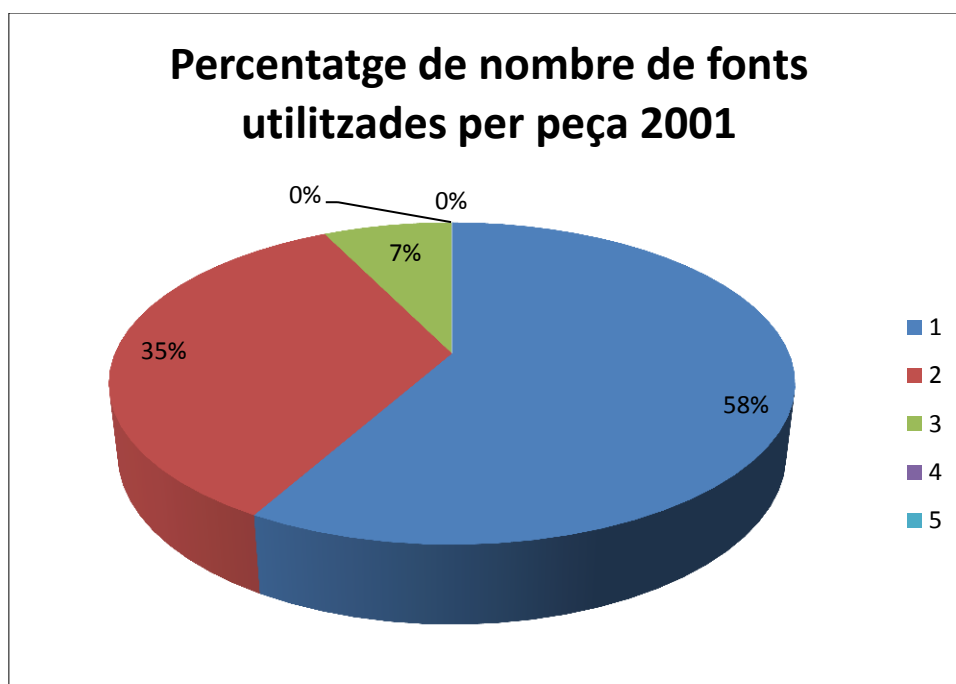
Per l'any 2001 s'han analitzat 55 notícies, 27 d'El Punt i 28 més del DdG. La representació territorial es mostra en la següent taula:

Girona	27	49,09%
Salt	15	27,27%
Figueres	8	14,55%
Olot	4	7,27%
Blanes	1	1,82%

Taula 14: Representació territorial a les notícies analitzades l'any 2001.

Girona i Salt dominen a nivell territorial en un recull de notícies que principalment ocupen menys de mitja pàgina amb un 43%, seguit dels de més de mitja pàgina (30%) i els breus i columnes, amb un 10% cadascun.

S'han comptabilitzat 82 fonts per elaborar les notícies, amb un 58% de les peces en les que s'ha utilitzat una sola font:



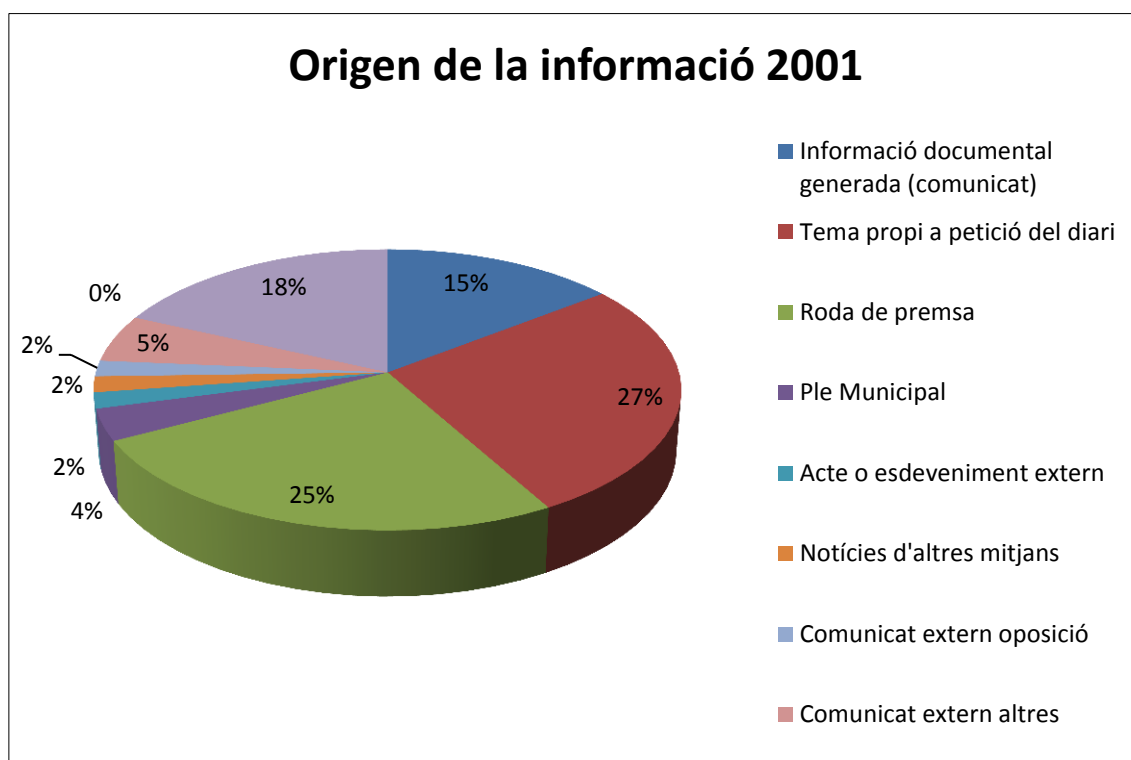
Gràfica 16: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2001.

Es manté també una tendència a l'equilibri pel que respecta a la relació entre la ciutat protagonista i el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces, al igual que l'any 2000.

Girona una sola font	15	27,27%
Girona més d'una font	12	21,82%
Salt una sola font	11	20,00%
Salt més d'una font	4	7,27%
Figueres una sola font	4	7,27%
Figueres més d'una font	4	7,27%
Olot una sola font	2	3,64%
Olot més d'una font	2	3,64%

Taula 15: Relació entre ciutats i nombre de fonts utilitzades, 2001.

Pel que fa a l'origen de la informació, destaca l'alta proporció de temes propis, més elevada que l'any anterior i que confirma la tendència a l'alça observada:



Gràfica 17: Origen de la informació 2001.

Com és de suposar, aquesta major diversitat també afecta a l'origen per ciutats, amb un descens de les notícies que tenen com a origen els comunicats del GCM:

Girona informació de GCM	3	5,45%
Girona altres	24	43,64%
Salt informació de GCM	4	7,27%
Salt altres	11	20,00%
Figueres informació de GCM	1	1,82%
Figueres altres	7	12,73%

Taula 16: Relació entre la ciutat i l'origen de la informació any 2001.

Tot i això es manté la potència informativa de l'ajuntament, que segueix dominant la direcció del flux informatiu. Així, en un 49% de les peces l'ajuntament és la font informativa principal, i en un 25% respon informacions generades per altres actors. No podem afirmar amb seguretat com aquestes dades que hem comentat afecten a la proporcionalitat i la contraposició, però si que és cert que s'observa molt d'equilibri en aquests dos paràmetres, tal i com observem en les taules següents:

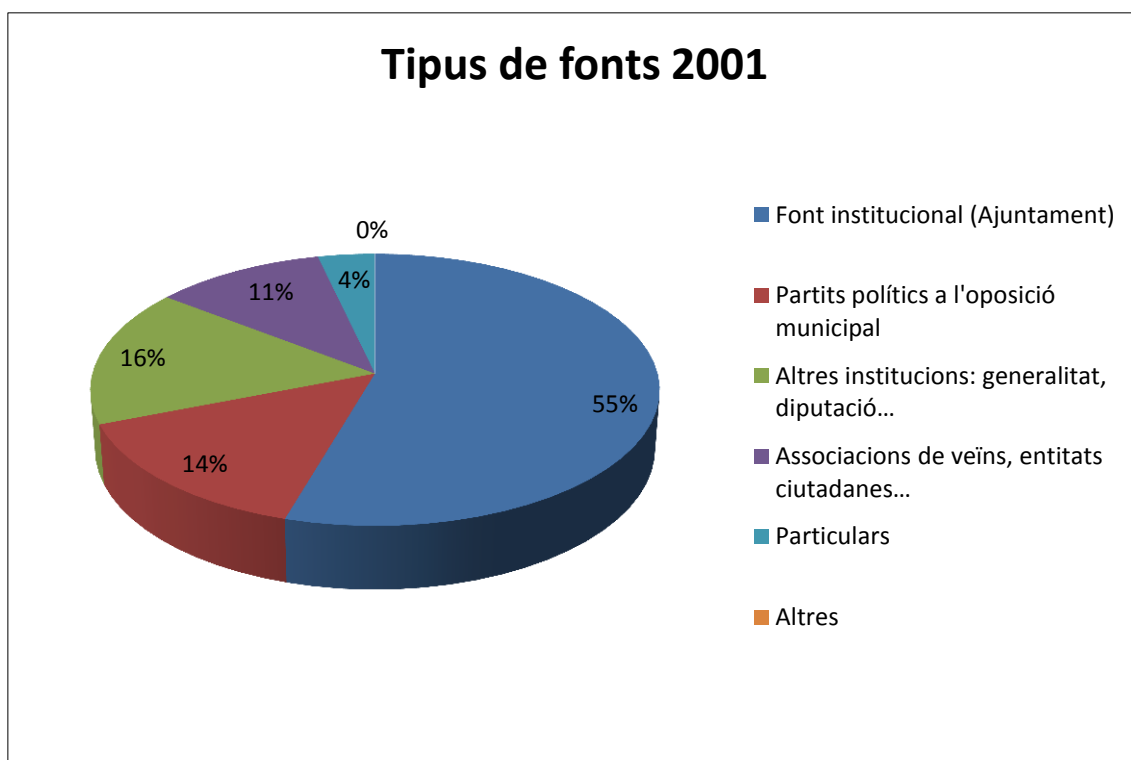
Més fonts municipals	10	18,18%
Igualtat de fonts	17	30,91%
Més fonts alternatives	10	18,18%
No conflictivitat	18	32,73%

Taula 17: Proporcionalitat de les fonts, any 2001

Si	17	30,91%
No	15	27,27%
No contrastable	20	36,36%
No determinable	3	5,45%

Taula 18: Contraposició de les peces analitzades, any 2001.

Val a dir que dins la categoria de “no determinable” incloem aquelles peces en les quals ens és impossible determinar fins a quin punt la notícia ha estat contraposada. Si donem un cop d'ull a les fonts principals, les fonts institucionals segueixen dominant, tot i que amb un percentatge menor al d'anys anteriors:



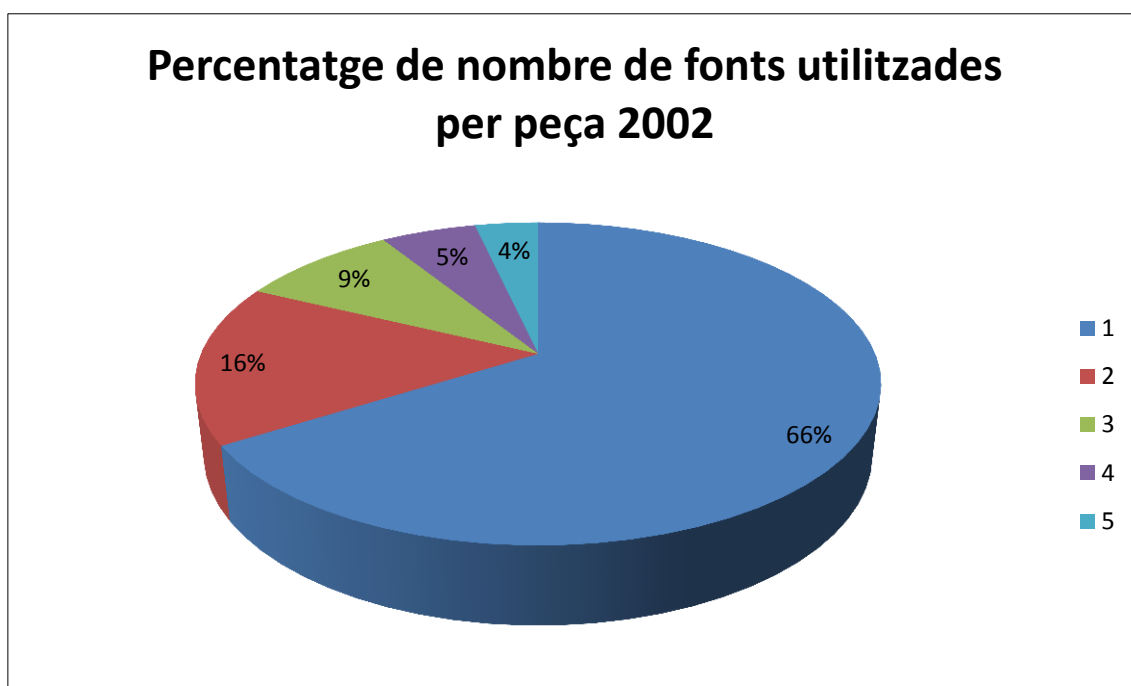
Gràfica 18: Tipus de fonts principals utilitzades l'any 2001.

S'observa, això sí, un major equilibri en l'ús d'altres fonts, amb un 14% dels partits a l'oposició, un 16% d'altres institucions i un 11% d'associacions ciutadanes. A més, es manté la tendència observada l'any anterior, i les fonts pròpies se situen en un 32%, respecte el 68% de les comunes. Pel que fa a les segones fonts, destaca la forta presència de fonts institucionals municipals, un 61%, en contraposició al 26% de partits a l'oposició.

4.2.7 ANY 2002:

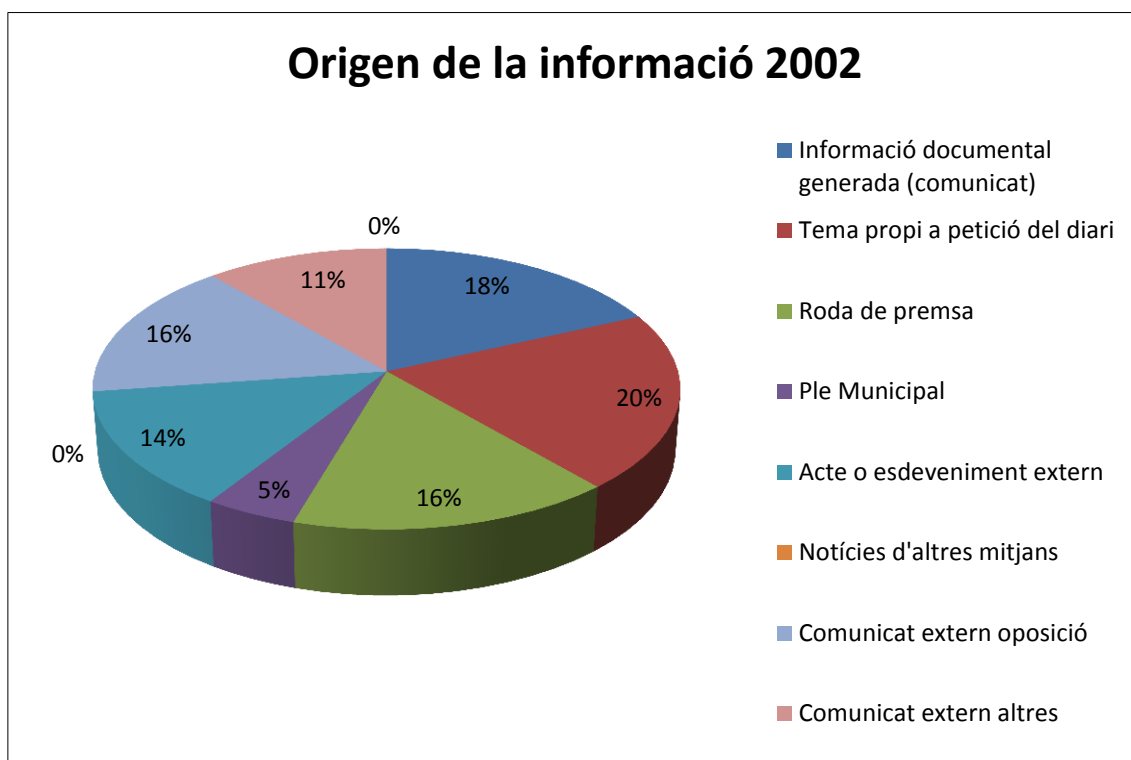
Per l'any 2002 s'han analitzat 56 notícies, 28 per capçalera. Segueix dominant la presència de Girona i Salt, que acumulen el 61% de les notícies analitzades, tot i que els percentatges de les dues ciutats disminueixen respecte l'any anterior.

S'han comptabilitzat 84 fonts per elaborar les notícies, amb un 66% de les peces en les que s'ha utilitzat una sola font:



Gràfica 19: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2002.

Es manté doncs la tendència a utilitzar una sola font, i també es manté el domini de l'ajuntament pel que fa a la direcció del flux informatiu, amb un 41% de les informacions tenen a l'ajuntament com a font principal. Tot i això s'observa força equilibri en l'origen de la informació:



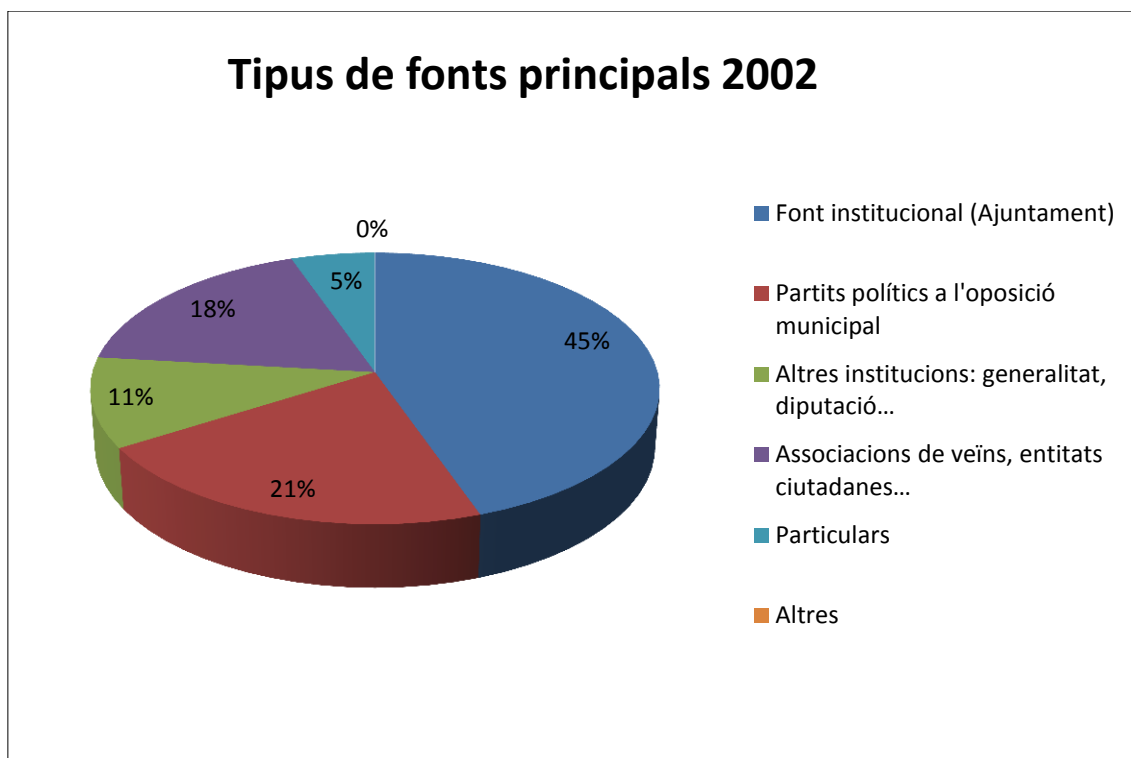
Gràfica 20: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2002.

Com és de suposar, aquest equilibri es veu també analitzant les dades per ciutat, tot i que destaca el domini de les notícies elaborades amb una sola font que tenen com a origen un comunicat del GCM respecte les que contenen més d'una font. A Girona, per exemple, trobem 8 notícies que tenen origen en un comunicat amb una sola font per cap notícia d'aquest tipus amb més d'una font.

En qualsevol cas, aquesta diversitat podria explicar que, a nivell de proporcionalitat, es trobin més notícies amb més fonts alternatives (17%) que amb més fonts municipals (7,14%). A nivell de contraposició destaca el domini de les notícies contraposades respecte les que no ho són (19 a 11).

Pel que fa a les fonts principals hi ha un descens de l'ús de fonts institucionals respecte anys anteriors, i de fet se situen per sota el 50%. A més, observem

una diversitat important, amb presència important dels partits de l'oposició i de les associacions ciutadanes i entitats:



Gràfica 21: Tipus de fonts principals, any 2002.

El que no varia és l'exclusivitat, que es manté en percentatges similars a d'anys anteriors. Així un 76% de les fonts principals són comunes pel 23,21% que són pròpies. Percentatges que, per cert, es mantenen sense canvis significatius en les segones i terceres fonts. Finalment, pel que fa a les segones fonts, segueix el domini de les institucionals (43%) pel 26% dels partits a l'oposició i entitats ciutadanes. En les fonts terceres aquests actors comparteixen proporció, un 44%.

4.3.8. ANY 2003:

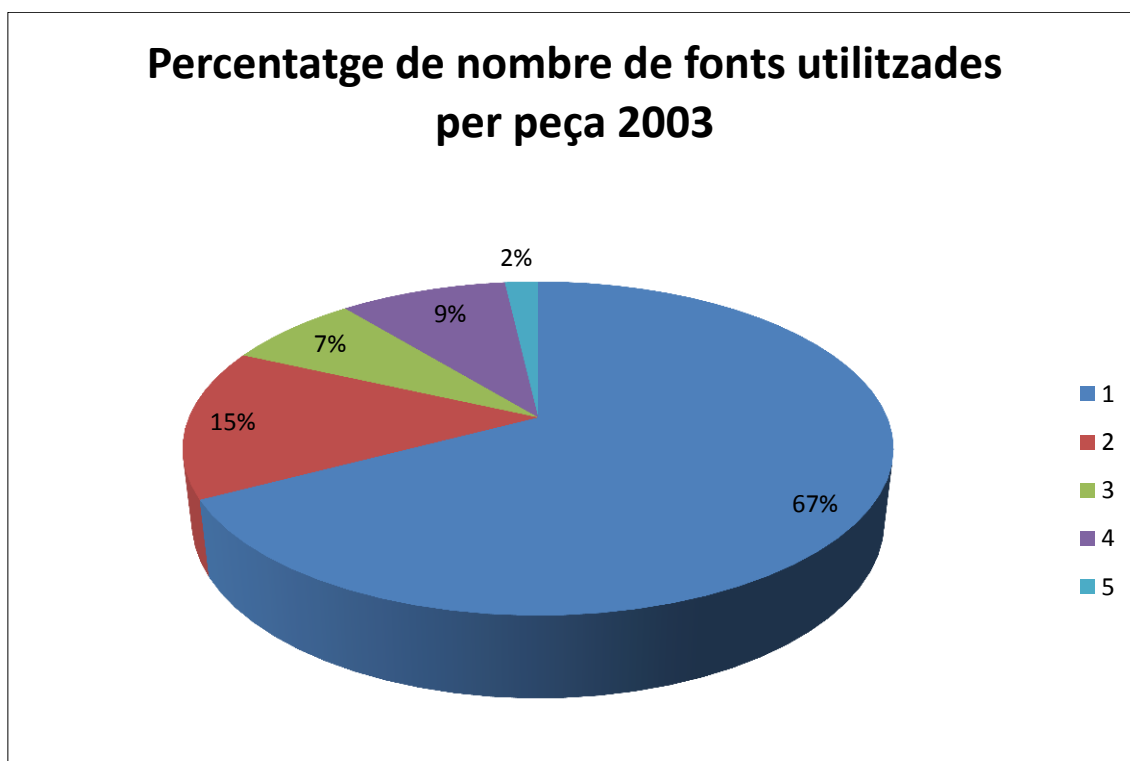
Per l'any 2003 s'han analitzat 55 notícies, 28 d'El Punt i 27 del DdG. Tot i el domini de Girona s'aprecia un major equilibri territorial en les notícies analitzades:

Girona	21	38,18%
Salt	6	10,91%
Figueres	9	16,36%
Olot	7	12,73%
Blanes	6	10,91%
Lloret	6	10,91%

Taula 19: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2003.

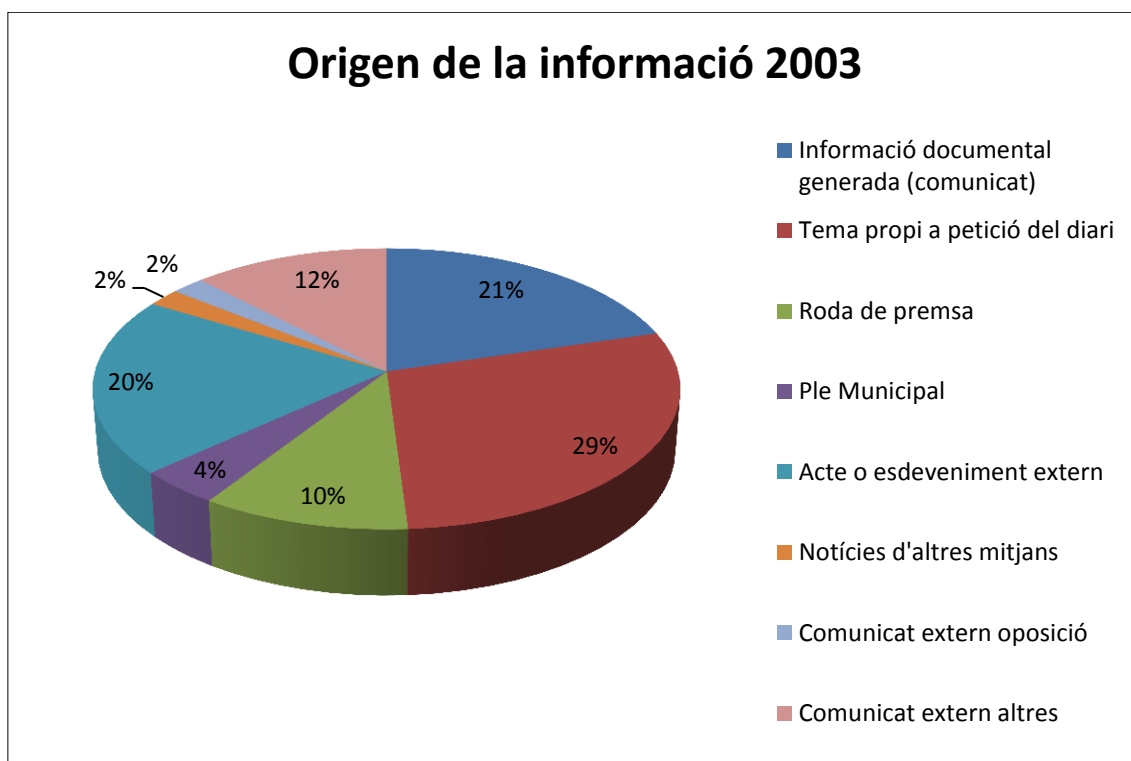
Un 75% de les notícies analitzades no estan en portada, i pel que fa referència a l'extensió, un 38,18% tenen menys de mitja pàgina i un 34,55% més de mitja. Segueixen, en ordre d'extensió, les columnes i mitges columnes, amb un 12,73% i els breus, amb un 9,09%. Un cop més l'ajuntament torna a dominar el flux informatiu, ja que un 52% de les notícies tenen al consistori com a font principal, pel 18% on respon a informacions externes.

Pel que fa al nombre de fonts, se n'han comptabilitzat 90, amb un domini de les notícies elaborades amb una sola font:



Gràfica 22: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça, any 2003.

Es mantenen doncs percentatges similars als d'anys anteriors. També s'observen proporcions similars si donem un cop d'ull a l'origen de la informació:



Gràfica 23: Origen de la informació de les notícies analitzades el 2003

Destaca però la major presència de temes propis i també l'augment d'informacions provinents d'actes o esdeveniments externs. Si segmentem les dades per ciutat, els resultats indiquen una major presència d'origens externs als GCM, en relació a les notícies desenvolupades a partir de comunicats municipals.

Girona informació de GCM	3	5,45%
Girona altres	18	32,73%
Salt informació de GCM	1	1,82%
Salt altres	5	9,09%
Figueres informació de GCM	2	3,64%
Figueres altres	7	12,73%
Olot informació de GCM	1	1,82%

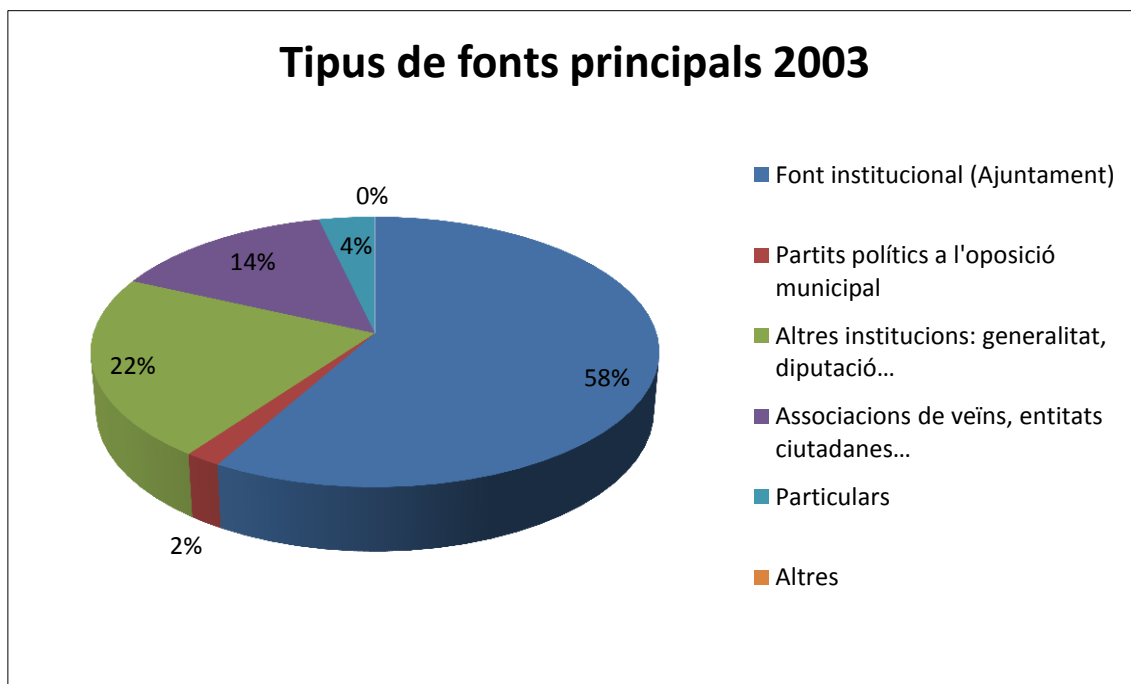
Olot altres	6	10,91%
-------------	---	--------

Taula 20: Relació entre ciutat i origen de la informació, 2003.

Ara bé, si ens fixem en la relació entre el nombre de fonts i la direcció del flux informatiu, veiem com la informació generada per l'ajuntament amb una font té un percentatge del 40,00% pel 12,63% d'informacions generades per l'ajuntament amb més d'una font.

Pel que fa a la proporcionalitat, es detecta un equilibri entre les notícies que tenen més fonts municipals (14,55%), les que presenten equilibri de fonts, (14,55%) i les que presenten més fonts alternatives (18,18%), amb un domini de les que no presenten conflictivitat (52,73%). Pel que fa a la contraposició hi ha un major percentatge de notícies no contraposades (27,27%) respecte les que no estan contraposades (18,18%).

Pel que fa a les fonts principals s'observa un repunt en l'ús de les fonts de l'ajuntament, fins a un 58% i també un increment en l'ús de les fonts institucionals, encara que no podem descartar que en aquest darrer cas es tracti d'un repunt més conjuntural:



Gràfica 24: Tipus de fonts principal en les notícies analitzades el 2003.

En relació a l'exclusivitat es mantenen els percentatges dels anys anteriors, amb tres quartes parts de les fonts que són exclusives, respecte una quarta part que són pròpies. Pel que fa a l'atribució es manté la tendència a atribuir directament, amb un 85,45%, respecte el 10,91% d'atribucions amb reserves i un 3,64% d'atribucions amb reserva obligada.

Tal i com succeeix en d'anys anteriors, són percentatges qu es mantenen sense canvis significatius en les segones fonts. En la tipologia, hi ha un domini de les fonts provinents d'altres institucions, fora dels ajuntaments, amb un percentatge del 38%. També hi observem un increment del percentatge de fonts pròpies, que passen a representar el 33% del total.

4.3.9. ANY 2004:

Per l'any 2004 s'han analitzat 55 notícies, 27 d'El Punt i 28 del DdG, amb la següent distribució territorial:

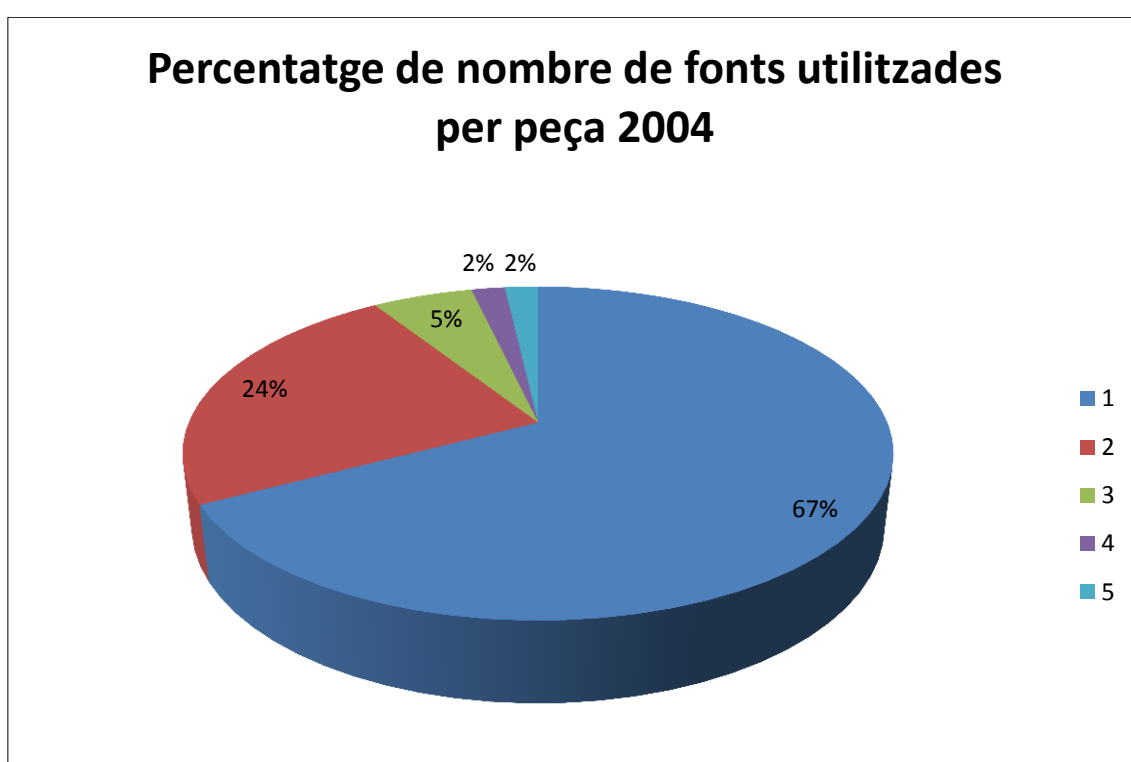
Girona	25	45,45%
Salt	8	14,55%
Figueres	8	14,55%
Olot	3	5,45%
Blanes	6	10,91%
Lloret	5	9,09%

Taula 21: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2004.

S'observa una disminució de les notícies sobre Girona, cosa que repercuteix en un major equilibri territorial, especialment de les notícies de La Selva, que s'incrementen fins a representar el 20% del total, sumant les de Lloret i les de Blanes.

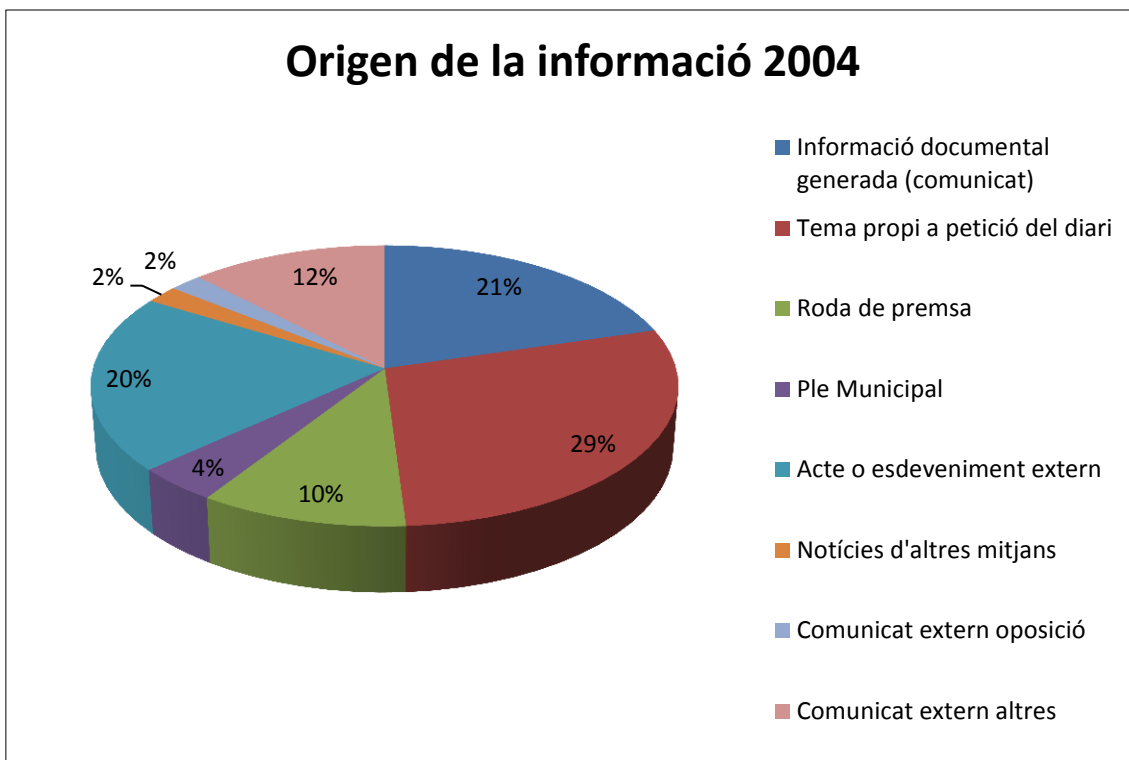
Destacar l' increment de les notícies signades com a "Redacció", que representen el 21,82% del total, respecte les signades pel periodista, que representen el 72,73%. Val a dir que encara és escàs el nombre de notícies signades pel redactor i/o l'agència, que no arriben al 5%. Pel que fa a l'extensió observem un domini encara més aclaparador de les notícies que ocupen menys o més de mitja pàgina, representant, totes dues, el 80% de les peces analitzades.

Pel que fa al nombre de fonts, se n'han comptabilitzat 81, un any més, amb domini de les notícies elaborades amb una sola font:



Gràfica 25: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2004

Es mantenen doncs percentatges similars als d'anys anteriors. Les proporcions són similars si donem un cop d'ull a l'origen de la informació:



Gràfica 26: Origen de la informació de les notícies analitzades el 2004.

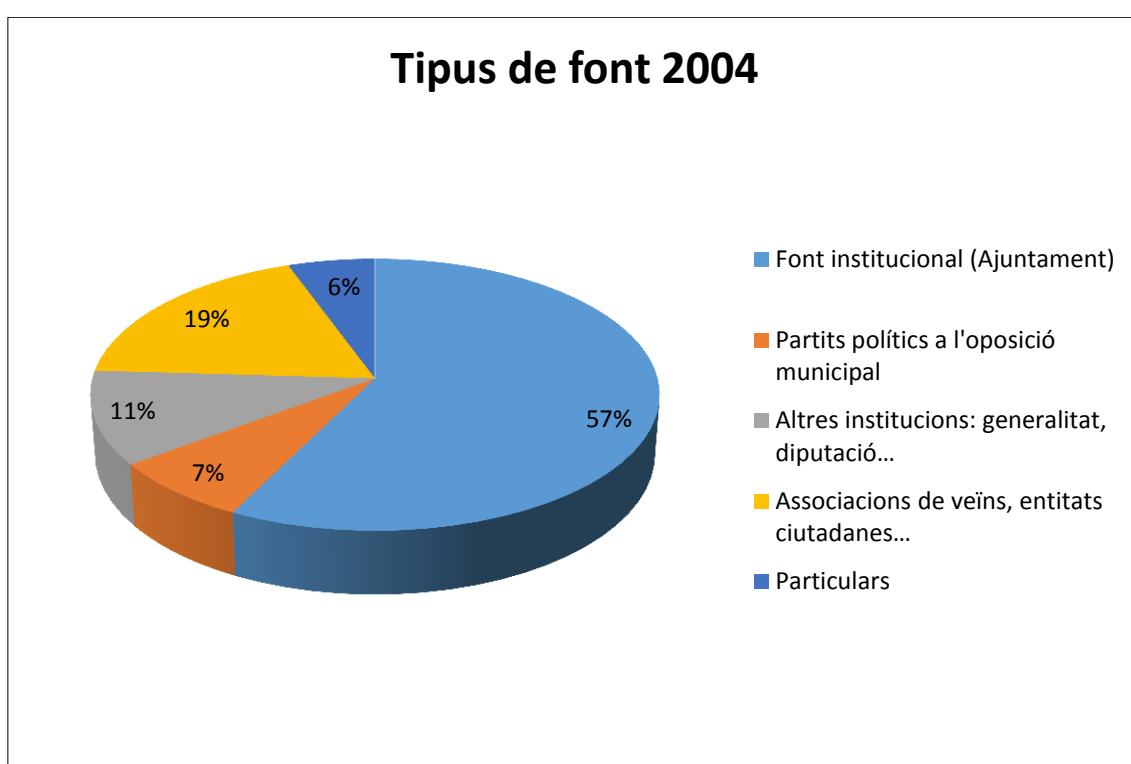
Destaca però la major presència de temes propis i també l'augment d'informacions provinents d'actes o esdeveniments externs. Si observem les dades ciutat per ciutat, els resultats indiquen una major presència d'òrgans externs als GCM, en relació a les notícies desenvolupades a partir de comunicats municipals:

Girona informació de GCM	3	5,45%
Girona altres	18	32,73%
Salt informació de GCM	1	1,82%
Salt altres	5	9,09%
Figueres informació de GCM	2	3,64%
Figueres altres	7	12,73%
Olot informació de GCM	1	1,82%
Olot altres	6	10,91%

Taula 22: Relació entre ciutat i origen de la informació, 2004.

Si ens fixem en la relació entre el nombre de fonts i la direcció del flux informatiu, veiem com es manté la tendència a generar informacions a partir d'una sola font quan la notícia està generada per l'ajuntament (41,82%). En canvi, quan l'ajuntament respon a informacions prèvies es generen informacions amb més d'una font (16,36%). Pel que fa a la proporcionalitat i la contraposició les dades són similars a la dels anys anteriors, amb equilibri entre les informacions contraposades (29,09%) i les que no (25,45%).

L'ús de les fonts principals revela, amb percentatges similars als d'anys anteriors, la força de les fonts de l'ajuntament:



Gràfica 27: Tipus de font principal en les notícies analitzades el 2004.

La presència de fonts municipals segueix essent destacada, tot i que augmenta la proporció de les associacions de veïns i entitats ciutadanes com a fonts principals. En relació a l'exclusivitat, seguim amb la tònica d'anys anteriors amb un 72,22% de fonts comunes i un 29,63% de fonts pròpies. Tampoc es detecten canvis rellevants pel que fa a l'atribució.

Finalment, en les fonts segones presenten un alt percentatge de fonts de l'ajuntament (61,11%) per un 16,67% dels partits polítics a l'oposició, amb domini de les fonts comunes (61,11%) respecte les pròpies (38,89%).

4.3.10. ANY 2005:

Per l'any 2005 s'han analitzat 56 notícies, 28 per capçalera. A nivell territorial, s'accentua la tendència detectada l'any anterior a reduir la presència de Girona ciutat a les notícies::

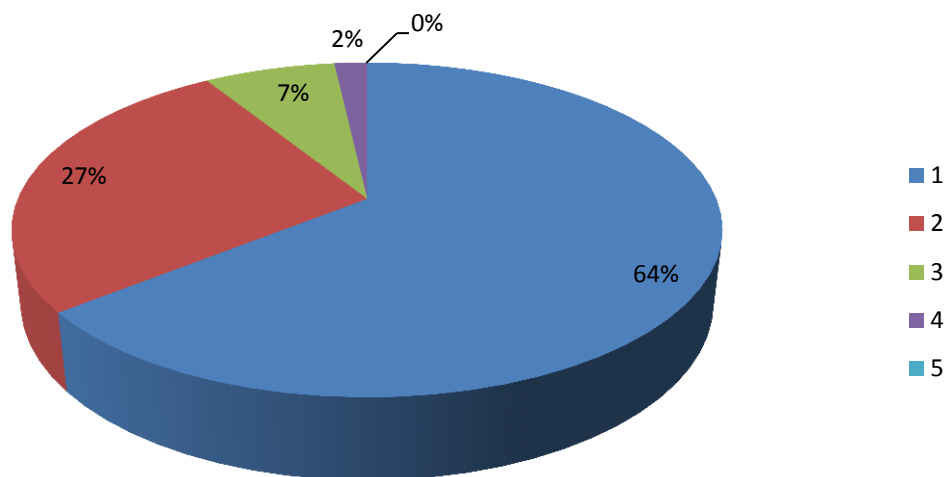
Girona	21	37,50%
Salt	8	14,29%
Figueres	13	23,21%
Olot	5	8,93%
Blanes	4	7,14%
Lloret	5	8,93%

Taula 23: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2005.

Les notícies de Girona, doncs, es redueixen a un 37,50%, i la resta es distribueixen equitativament, destacant el repunt de Figueres, amb un 23,21%, Les notícies analitzades ocupen principalment menys i més de mitja pàgina, seguides de les columnes i els breus en menor proporció.

En aquest 2005 s'han comptabilitzat 82 fonts, amb la següent distribució, per nombre de fonts utilitzades per peça:

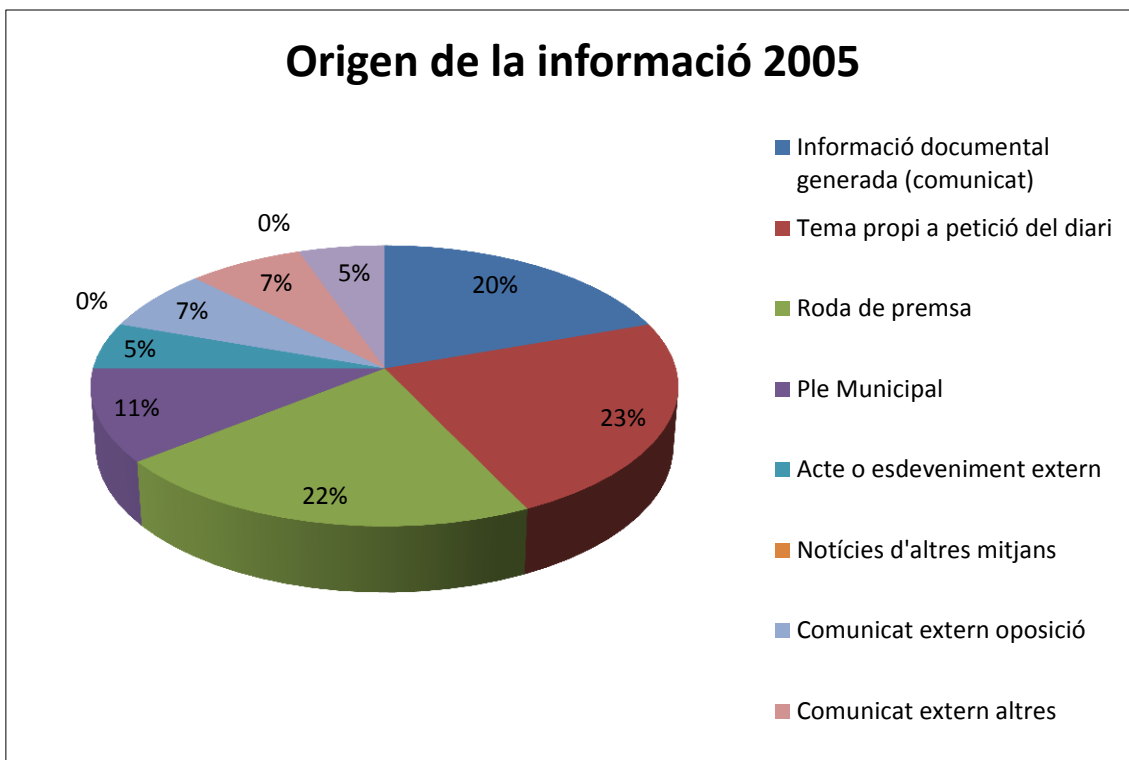
Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2005



Gràfica 28: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça en les notícies analitzades el 2005.

Segueixen essent majoria les notícies elaborades amb una sola font, independentment del seu origen, tot i el flux informatiu indica que segueixen essent majoria les informacions on l'ajuntament és el generador principal d'informació (53,57%) respecte les notícies on l'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors, amb un 16,07%.

A nivell d'origen de la informació es manté el domini dels temes propis, seguits de ben a prop per les rodes de premsa (21,42%) i els comunicats de premsa (19,64%).



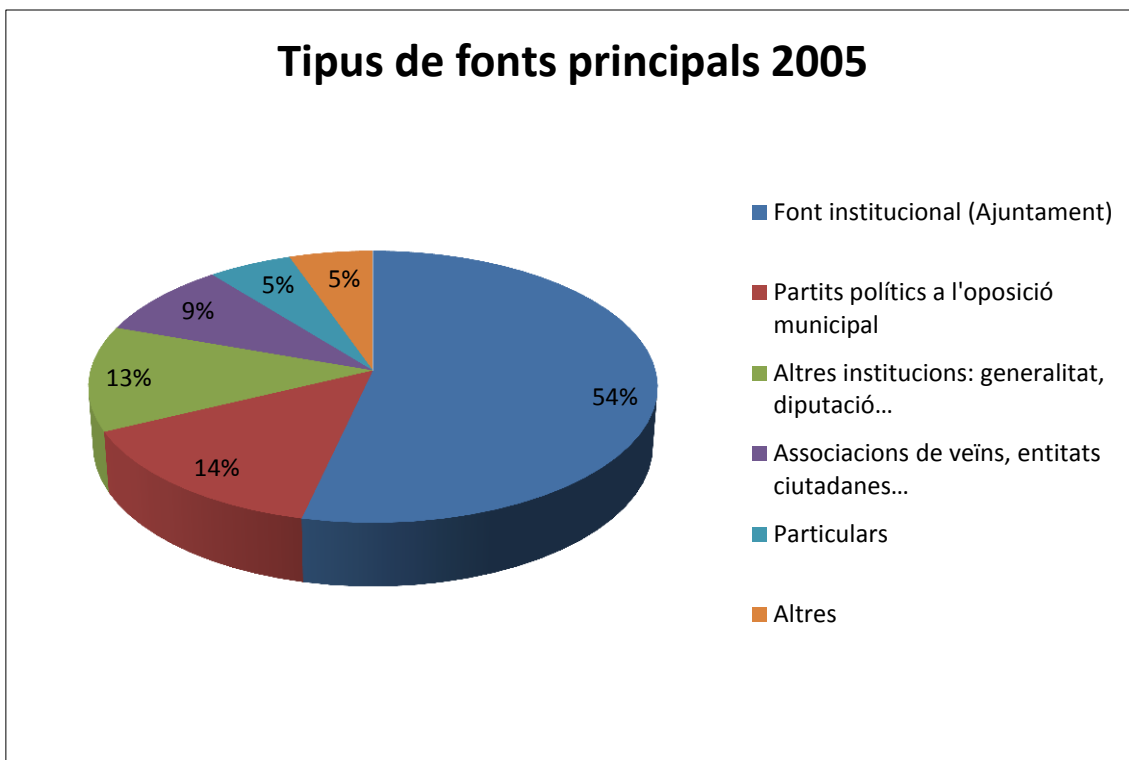
Gràfica 29: Origen de la informació 2005.

Cal tenir present que si ens fixem la relació entre l'origen de la informació i el nombre de fonts veiem com hi ha 11 informacions generades a través de comunicat amb una sola font, i cap notícia creada a partir de comunicat que en tingui més d'una. No passa el mateix amb d'altres orígens. En qualsevol cas, les dades referents a la proporcionalitat i la contraposició es mantenen equilibrades:

Més fonts municipals	8	14,29%
Igualtat de fonts	9	16,07%
Més fonts alternatives	8	14,29%
No conflictivitat	31	55,36%

Taula 24: Proporcionalitat de les peces analitzades el 2005.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals es manté la tendència anterior:



Gràfica 30: Tipus de font principal en les notícies analitzades el 2005.

En relació a l'exclusivitat, un 75% de les fonts principals són comunes, pel 25% de pròpies. Aquests percentatges es mantenen gairebé idèntics en l'anàlisi de les segones fonts. Pel que fa a l'exclusivitat, s'observa una tendència, en aquestes segones fonts, a recolzar-se més en fonts pròpies (31,58% pel 68,42% de fonts comunes), cosa que podria indicar un interès del redactor per contrastar o contraposar notícies que ha rebut per part de fonts compartides.

4.3.11. ANY 2006:

Per l'any 2006 s'han analitzat 56 notícies, 28 per capçalera. A nivell territorial, s'accentua la tendència detectada l'any anterior a reduir la presència de Girona ciutat a les notícies:

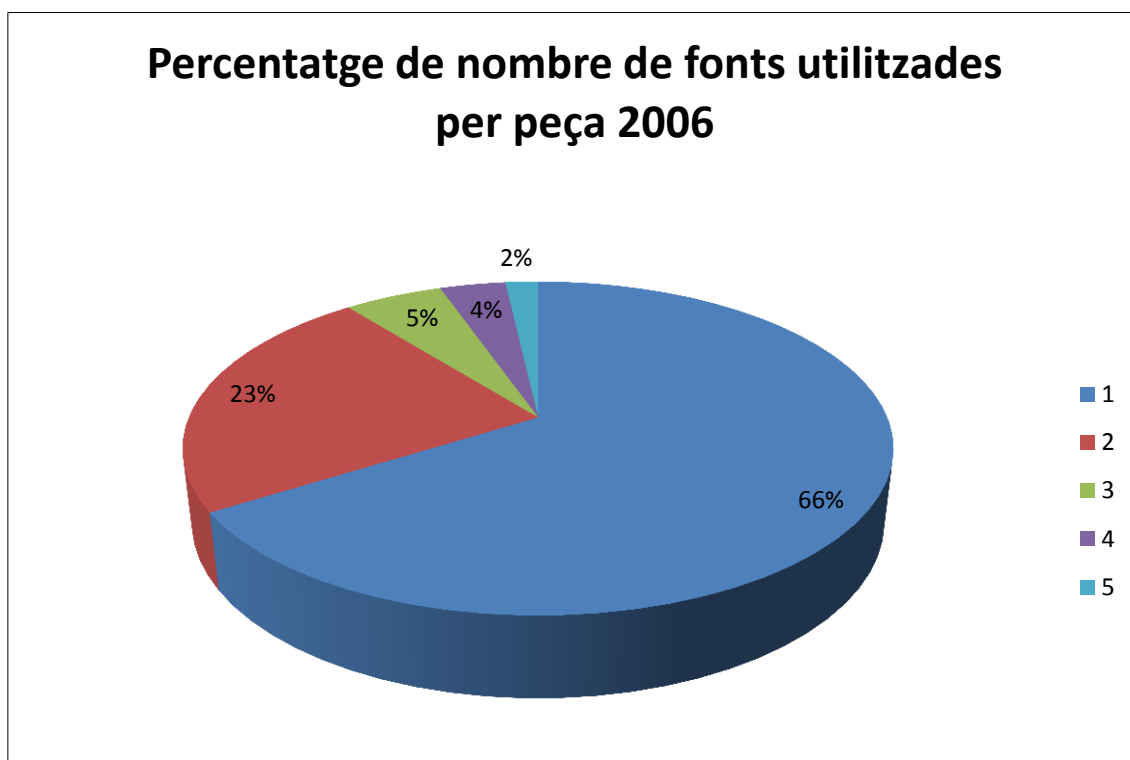
Girona	20	35,71%
Salt	2	3,57%

Figueres	14	25,00%
Olot	6	10,71%
Blanes	8	14,29%
Lloret	6	10,71%

Taula 25: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2006.

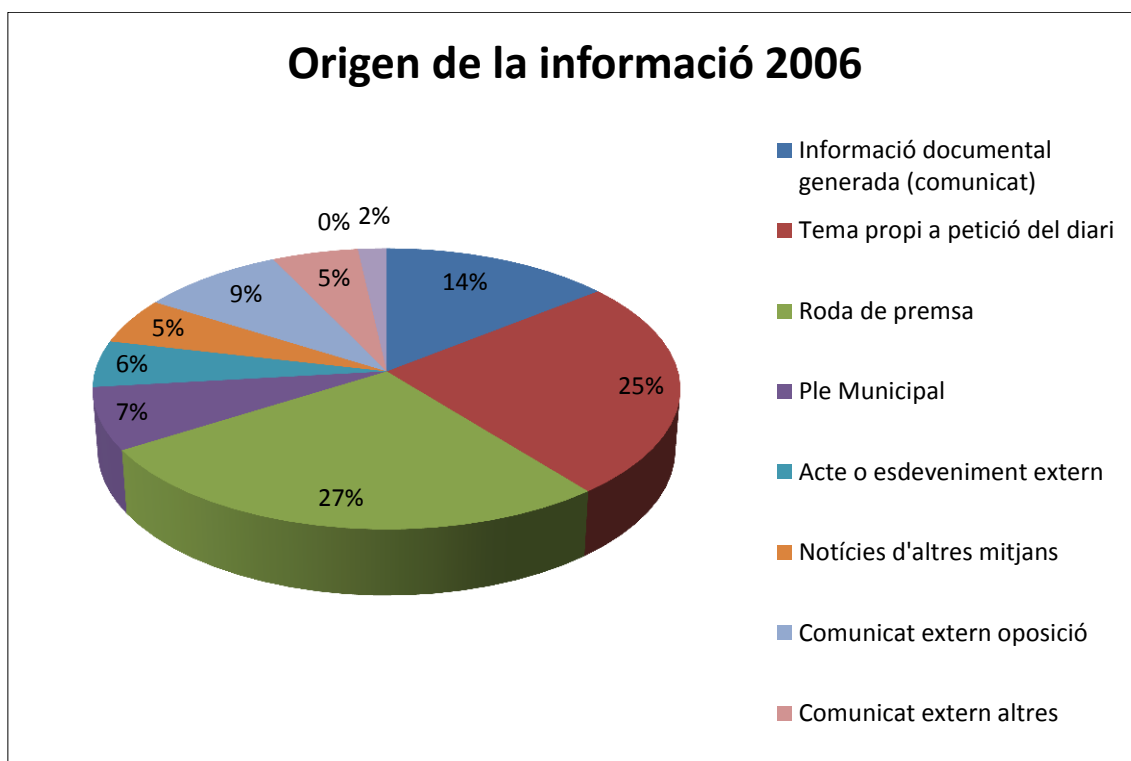
Les notícies de Girona, doncs, es redueixen a un 35,71%, i la resta es distribueixen equitativament, destacant un descens de les notícies sobre Salt i el 25% de Figueres, Les notícies analitzades ocupen principalment menys i més de mitja pàgina, i les columnes i breus redueixen la seva presència a un 4% en total.

Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2006 s'han comptabilitzat 85 fonts, amb la següent distribució, per nombre de fonts utilitzades per peça:



Gràfica 31: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2006.

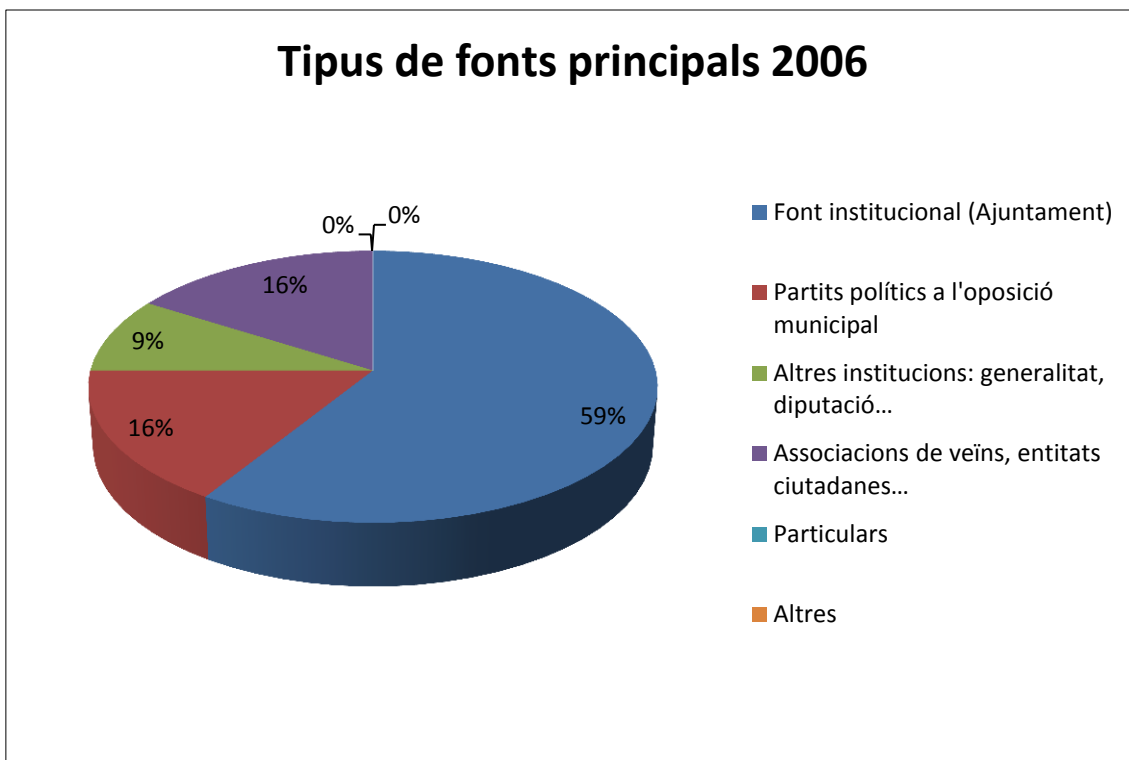
Un any més, les notícies elaborades a partir d'una sola font són majoria, amb un percentatge similar al dels anys anteriors. A nivell d'origen de la informació no s'observen canvis significatius respecte a d'anys anteriors.



Gràfica 32: Origen de la informació en les peces analitzades el 2006.

Les dades pertanyents a proporcionalitat i la contraposició mostren un clar equilibri entre les peces elaborades amb més fonts municipals, amb més fonts alternatives, o amb igualtat de fonts, amb un 17,86% totes tres. El mateix podem dir de la contraposició, amb 15 notícies contraposades i 16 que no. En aquest aspecte, recordem que, generalment, les notícies analitzades no es contraposen perquè no és necessari o perquè la notícia no genera conflictivitat ni continuïtat.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals les fonts institucionals gairebé arriben al 60% i es mantenen percentatges similars pel que referència als partits de l'oposició i les entitats ciutadanes i associacions de veïns:



Gràfica 33: Tipus de fonts principals el 2006.

En relació a l'exclusivitat, un 71,43% de les fonts principals són comunes, pel 28,57% de pròpies. En les segones fonts hi ha un increment de les fonts de partits polítics a l'oposició, en detriment a les fonts municipals, tot i que aquestes segueixen essent majoria (45%).

4.3.12. ANY 2007:

Per l'any 2007 s'han analitzat 56 notícies, 28 per capçalera. A nivell territorial destaquem que, per primera vegada, Girona no és la ciutat més representada, lloc que ocupa Figueres. Poblacions com Blanes o Lloret també estan més representades:

Girona	14	25,00%
Salt	3	5,36%

Figueres	17	30,36%
Olot	8	14,29%
Blanes	9	16,07%
Lloret	5	8,93%

Taula 26: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2007.

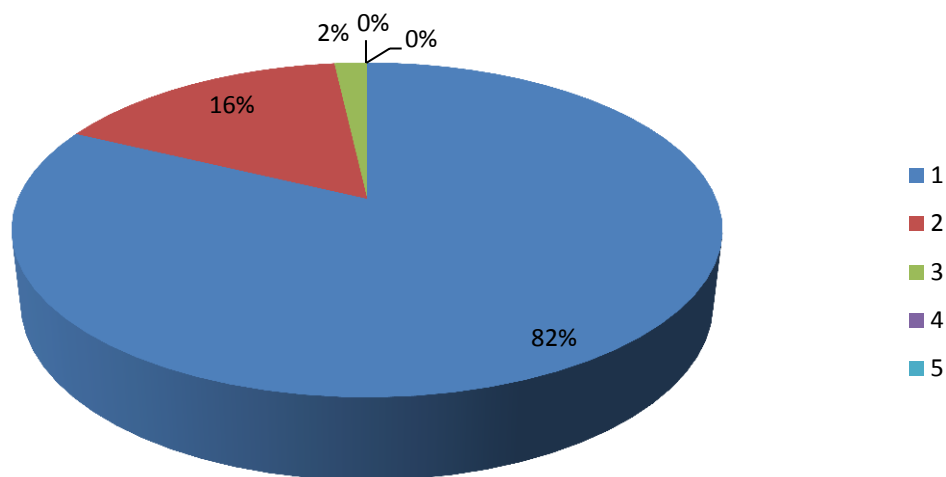
Tot i que aquest fet pot ser conjuntural, també hi tenen a veure els canvis estructurals que es produeixen en les capçaleres aquest 2007. En el *DdG* l'organització interna del diari té a veure amb aquesta distribució territorial de les notícies. De fet, l'espai i els recursos personals destinats a La Selva són superiors a la Garrotxa. Així, les notícies d'Olot estan incloses en l'apartat "Comarques", un calaix de sastre on sovint es recullen notícies de poblacions petites del Gironès, Ripollès, Cerdanya i Pla de l'Estany. Les notícies de La Selva tenen una secció pròpia. Aquesta redistribució té a veure, creiem, amb qüestions d'organització interna, més que no pas de criteri periodístic.

Pel que fa a *El Punt*, en aquest 2007 hi ha un canvi organitzatiu que afecta l'estructura de la capçalera. Les primeres dues pàgines estan dedicades principalment a reportatges d'elaboració pròpia que tracten tot tipus de temes, des de les costums funeràries dels gironins o els tipus de túnels de les carreteres, per exemple. No hi ha un ordre geogràfic concret, sinó més aviat temàtic.

Cal destacar que aquest 2007 mostra un increment lleuger de les notícies signades per agència i per la redacció, probablement degut a la consolidació de l'Agència Catalana de Notícies, una agència que cobreix informació local i que serveix notícies als mitjans, especialment als locals.

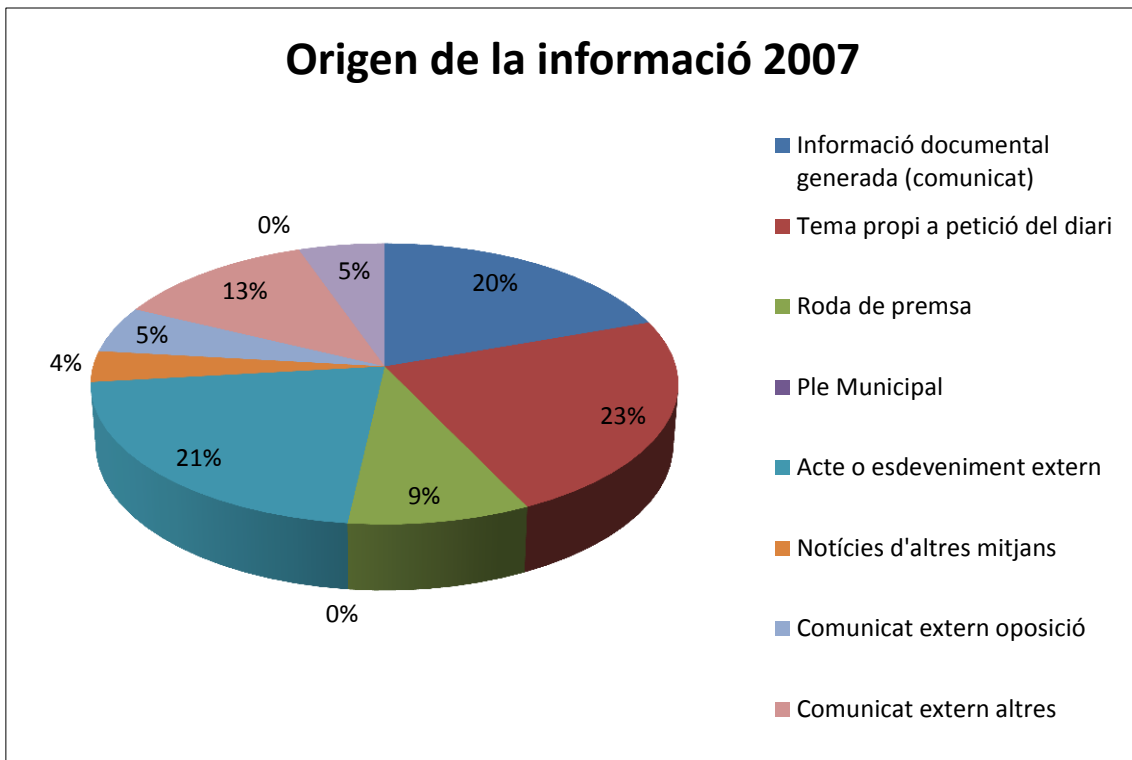
Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2007 observem un descens important de les fonts utilitzades, 67 en total, amb la següent distribució, per nombre de fonts utilitzades per peça:

Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2007



Gràfica 34: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2007.

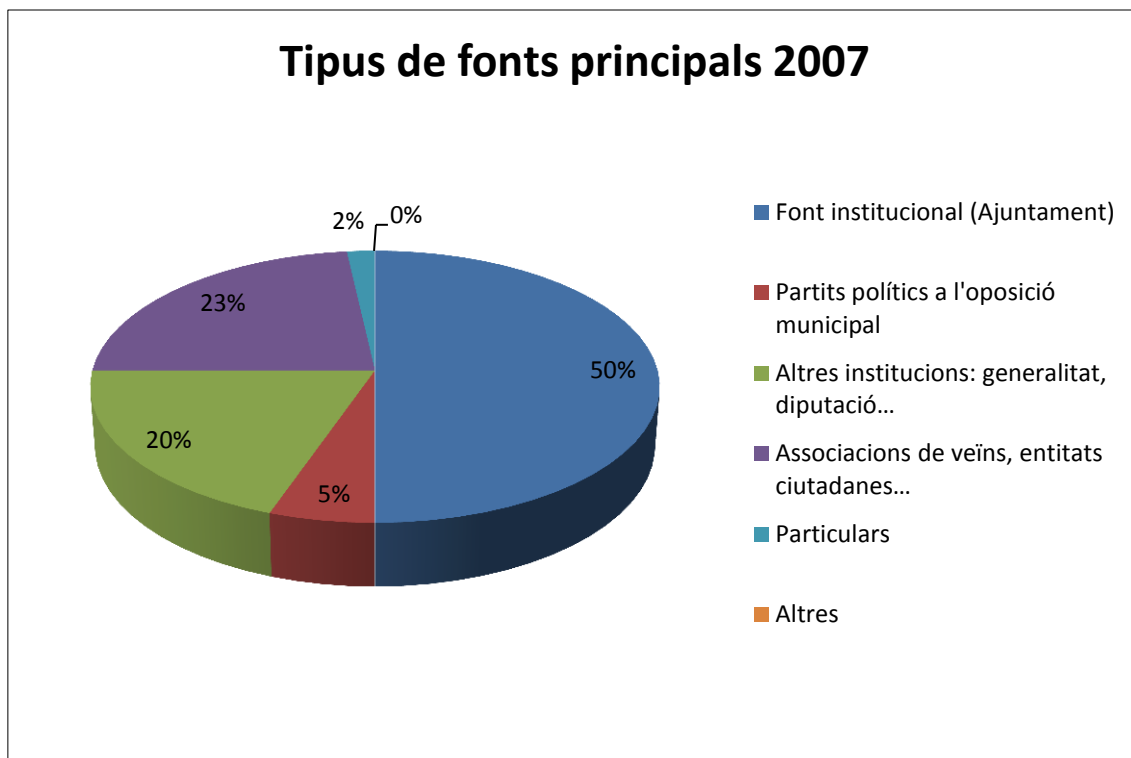
A més, també s'observa un increment important de notícies elaborades amb una sola font, que representen el 82% del total. Veurem en els anys successius si aquesta tendència es manté. Com és de suposar, aquest percentatge tan elevat es trasllada també a l'anàlisi de dades creuades, com la relació entre el nombre de fonts i l'origen de la informació; tots els orígens previstos (comunicat del GCM, notícia pròpia, roda de premsa...) tenen més notícies elaborades amb una sola font que amb més fonts. A nivell d'origen de la informació els temes propis segueixen essent els més nombrosos, seguits de ben a prop pels actes esdeveniments externs i pels comunicats de l'ajuntament.



Gràfica 35: Origen de la informació de les peces analitzades el 2007.

Les dades pertanyents a proporcionalitat i la contraposició mantenen l'equilibri entre les peces elaborades amb més fonts municipals, amb més fonts alternatives, o amb igualtat de fonts. El mateix podem dir de la contraposició, tot i que incrementa el percentatge de notícies no contraposades (23,21%) respecte les que estan contraposades (14,29%)

Pel que fa a l'ús de les fonts principals el percentatge de fonts del consistori disminueix lleugerament fins a situar-se en el 50%. D'altra banda, destaca l'increment de les fonts d'associacions de veïns i entitats ciutadanes.



Gràfica 36: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2007.

En relació a l'exclusivitat, un 78,57% representen fonts comunes i un 21,43% fonts pròpies, i la majoria d'elles estan atribuïdes de manera directa. Pel que fa a les segones fonts, que són només 9, destaca la presència de les associacions ciutadanes. Com passa en d'altres anys, els percentatges d'exclusivitat s'equiparen una mica respecte les primeres fonts (33,33% les fonts pròpies i un 66,67% les comunes).

4.3.13. ANY 2008:

Per l'any 2008 s'han analitzat 55 notícies, 28 AL *DdG* i 27 a *El Punt*. Girona torna a ser la ciutat més representada, seguida de Salt, Olot i Figueres.

Girona	19	34,55%
Salt	11	20,00%
Figueres	7	12,73%
Olot	11	20,00%

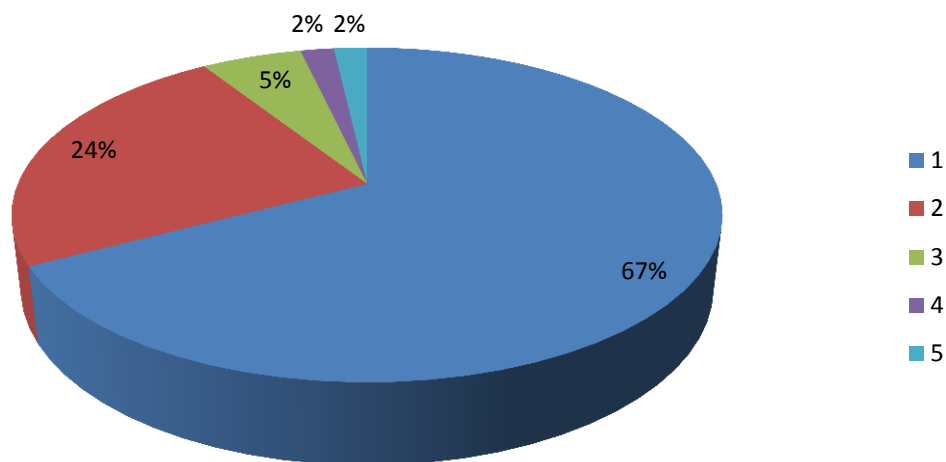
Blanes	4	7,27%
Lloret	3	5,45%

Taula 27: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2008.

A nivell general, cal comentar que moltes de les notícies són de l'àmbit de l'urbanisme, que un cop més és el principal protagonista. Pel que fa a *El Punt*, al llarg del 2008 observem cert desordre en l'estructura del diari i en l'ordre de les notícies. Molt sovint les primeres pàgines estan dedicades a un tema de la demarcació, ampli i que té un tractament de reportatge. Solen ser qüestions de mobilitat, urbanístiques i socials. En d'altres exemplars, tanmateix, es comença amb notícies sobre comarques com la Selva o la Garrotxa i les notícies de Girona ciutat venen després. Pel que fa a la temàtica, hi trobem temes urbanístics, però també econòmics i socials com l'atur i la seguretat ciutadana a Salt, notícies referents a la sequera, el gran tema d'aquest 2008. També recollim algunes notícies generades per partits de l'oposició a Olot i Figueres.

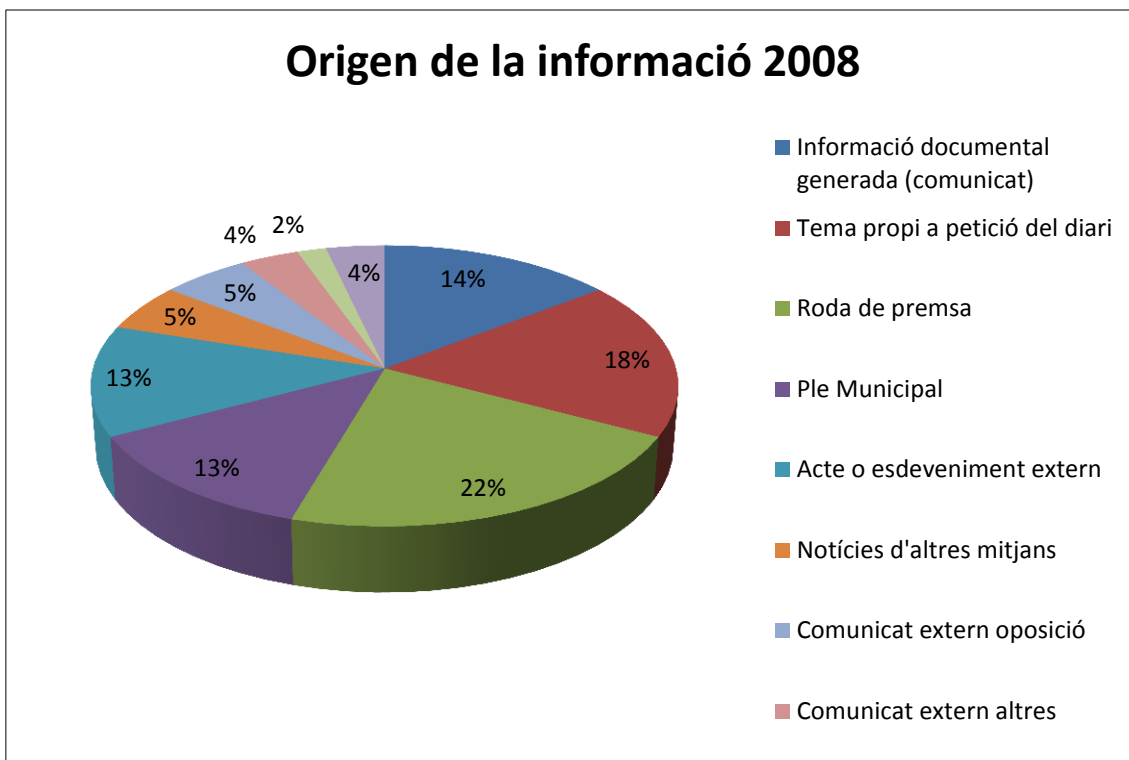
Pel que fa a la signatura, les peces signades per la redacció representen gairebé un 10% del total, amb una minsa presència de notícies signades per agència. Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2008 observem un repunt de les fonts utilitzades, 81 en total, amb la següent distribució, per nombre de fonts utilitzades per peça:

Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2008



Gràfica 37: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2008.

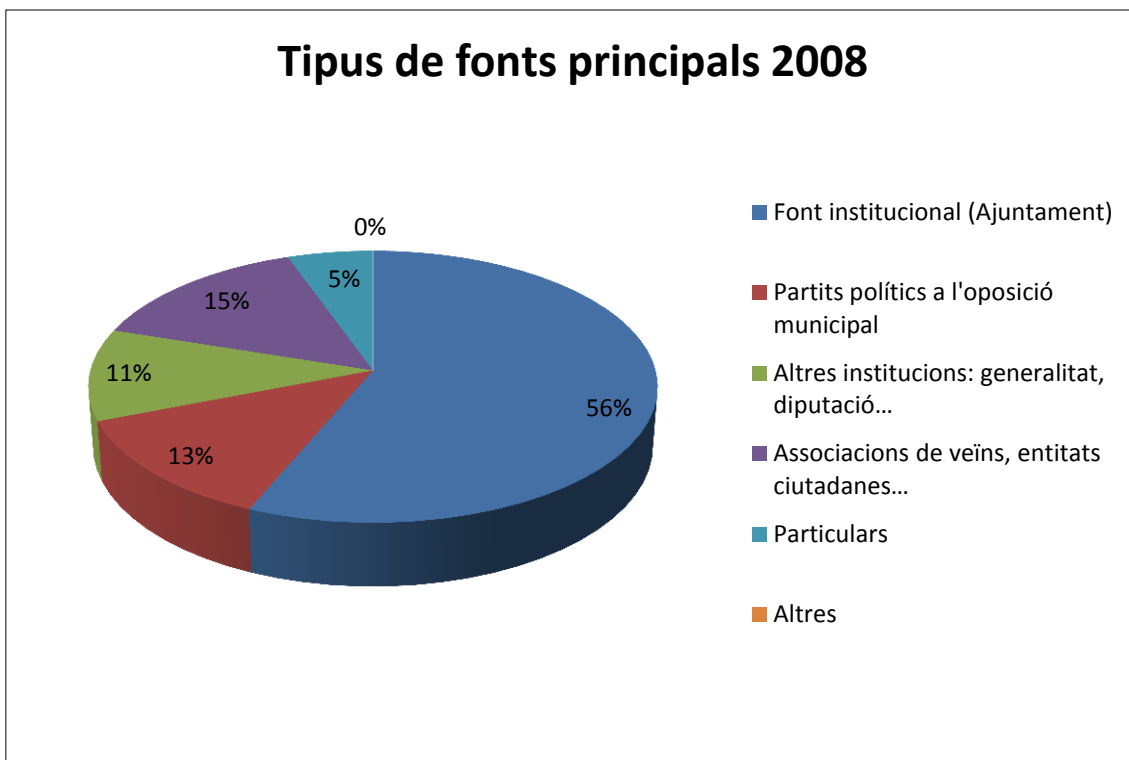
El percentatge de notícies elaborades amb una sola font es redueix respecte l'any anterior i se situa en un 67% del total. A nivell d'origen de la informació destaca la primera posició dels temes generats a partir de roda de premsa, que representen el 20% del total, tot i que els temes propis segueixen essent els nombrosos, amb un 18% seguits pels temes generats pels comunicats de l'ajuntament (14%) i els de plens municipals i actes externs (13%).



Gràfica 38: Origen de la informació de les peces analitzades el 2008.

Les dades pertanyents a proporcionalitat i la contraposició mantenen l'equilibri entre les peces elaborades amb més fonts municipals, amb més fonts alternatives, o amb igualtat de fonts. Pel que fa a la contraposició un 21,82% estan contraposades per un 29,09% que no ho estan, el que representa un increment global respecte l'any anterior. Les no contraposades representen un 49,09%.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals el percentatge de fonts del consistori torna a augmentar respecte l'any anterior fons a situar-se en un 56%. D'altra banda, destaca la presència de les fonts d'associacions de veïns i entitats ciutadanes, que representen un 15% i les de partits a l'oposició, amb un 13%.



Gràfica 39: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2008.

En relació a l'exclusivitat, un 78,18% representen fonts comunes i un 21,82% fonts pròpies, i la majoria d'elles estan atribuïdes de manera directa. Pel que fa a les segones fonts, augmenta el seu nombre, de 9 registrades l'any 2007 passem a les 21 del 2008. L'exclusivitat però canvia, ja que les comunes s'enfilen fins a representar el 80% del total.

4. 3.14. ANY 2009:

Per l'any 2009 s'han analitzat 55 notícies, 28 per *El Punt* i 27 pel *DdG*, amb la següent distribució territorial:

Girona	30	54,55%
Salt	8	14,55%
Figueres	6	10,91%

Olot	6	10,91%
Blanes	3	5,45%
Lloret	2	3,64%

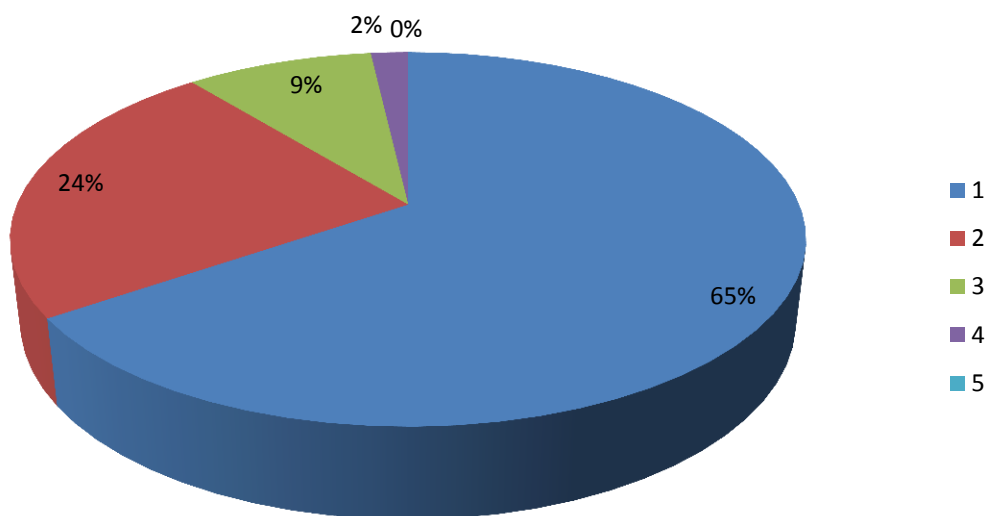
Taula 28: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2009

Les dades de distribució territorial ens permeten corroborar observacions que fem a mesura que analitzem els exemplars. En aquest sentit, es constata pel 2009 una reducció de les notícies sobre les poblacions de La Selva, especialment al *DdG*, en detriment de les notícies de Girona i àrea metropolitana, Figueres i Olot. Les notícies de La Selva baixen en quantitat, probablement per canvis organitzatius interns. A més, hi ha canvis en els noms de les seccions. La capçalera no comença amb “Girona, Salt i Sarrià”, sinó que hi ha un “tema del dia” que generalment tracta d’un tema de caire social, elaborat en format reportatge, a l’estil del que fa *El Punt*.

De fet, en aquest darrer diari també hi observem canvis de tendència informativa, amb una reducció de la informació estrictament local, que queda relegada, generalment, a breus i columnes. Podríem aventurar que la crisi financera que patia en aquella època *El Punt* incidia negativament en el desplegament territorial. Però també podríem estar davant d’un canvi en la política informativa, que cristal·litzarà en els anys posteriors, amb una línia editorial més centrada en l’actualitat política i sobretot en temes que afecten la sobirania de Catalunya. En qualsevol cas, només són hipòtesis que caldria confirmar amb una investigació més àmplia que no podem endegar.

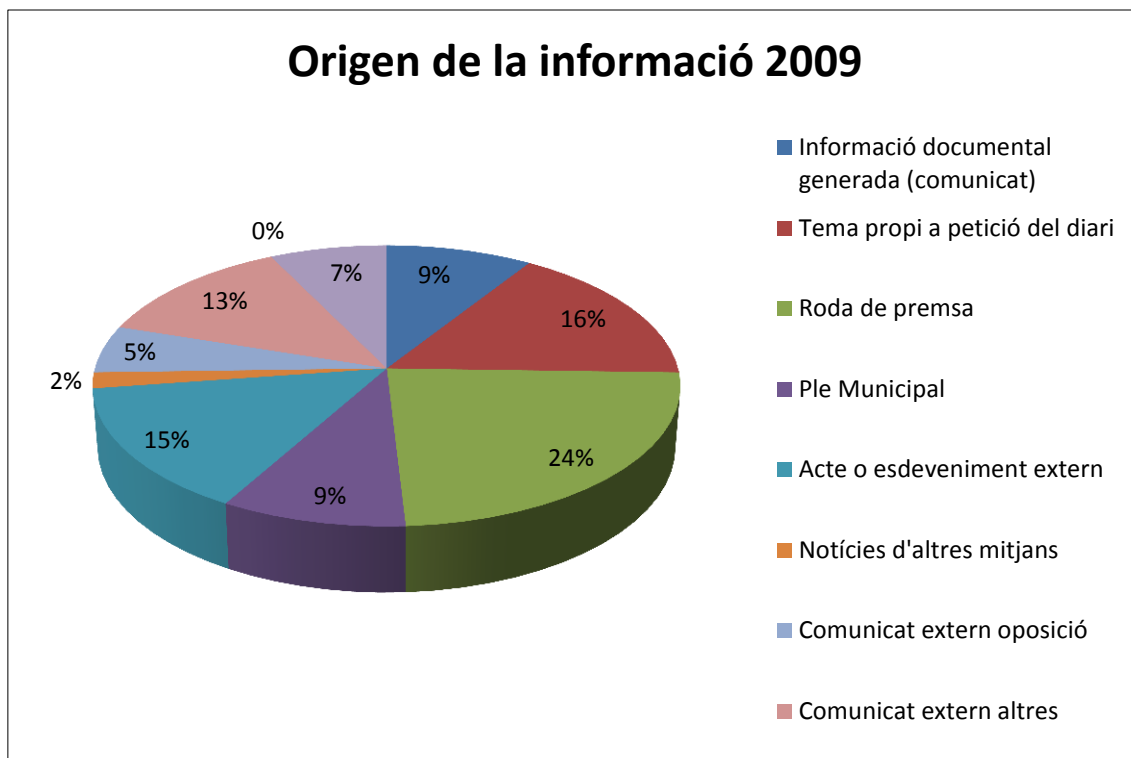
Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2009 s’han utilitzat 81 fonts, El nombre de fonts utilitzades per peça es manté en els percentatges anteriors:

Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2009



Gràfica 40: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2009.

Pel que fa a l'origen de la informació, en aquest 2009 s'observa una disminució de les informacions elaborades a partir de comunicat del GCM, el que repercuteix en una diversificació en l'origen de les notícies. També destaca l'increment de notícies desenvolupades a partir de comunicat d'altres entitats, fora de l'ajuntament i els partits polítics (13%):



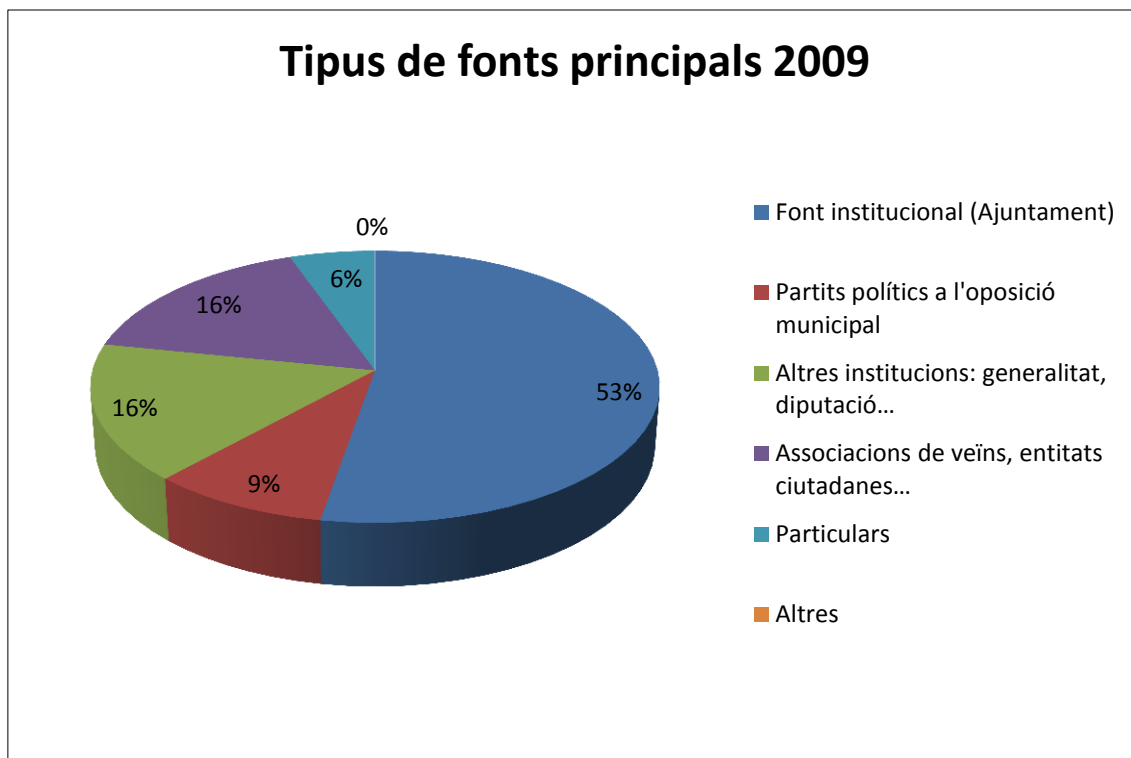
Gràfica 41: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2009.

Aquest augment podria tenir relació amb un major i millor accés dels actors informatius potencials de caràcter no oficial als mitjans de comunicació. Caldrà veure l'evolució anual per treure més conclusions. Tanmateix, les dades sobre proporcionalitat i contraposició semblen corroborar aquest major accés als mitjans informatius dels actors externs: Tal i com a la següent taula, hi ha un major nombre de notícies que tenen més fonts alternatives que no pas municipals:

Més fonts municipals	3	5,45%
Igualtat de fonts	14	25,45%
Més fonts alternatives	9	16,36%
No conflictivitat	29	52,73%

Taula 29: Proporcionalitat de les fonts en les notícies analitzades el 2009.

Pel que fa a l'ús de les fonts principal destaquem l'augment dels particulars i la importància de les associacions ciutadanes. Tot i això, les fonts de l'ajuntament segueixen dominant:



Gràfica 42: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2009.

En relació a l'exclusivitat i l'atribució no es detecten canvis significatius respecte anys anteriors. Tampoc pel que respecta a les fonts segones.

4.3.15. ANY 2010:

Per l'any 2010 s'han analitzat 54 notícies, 28 per *El Punt* i 26 pel *DdG*, amb una distribució territorial que es manté en els paràmetres habituals A destacar, tanmateix, la forta presència de Figueres, amb un 20%:

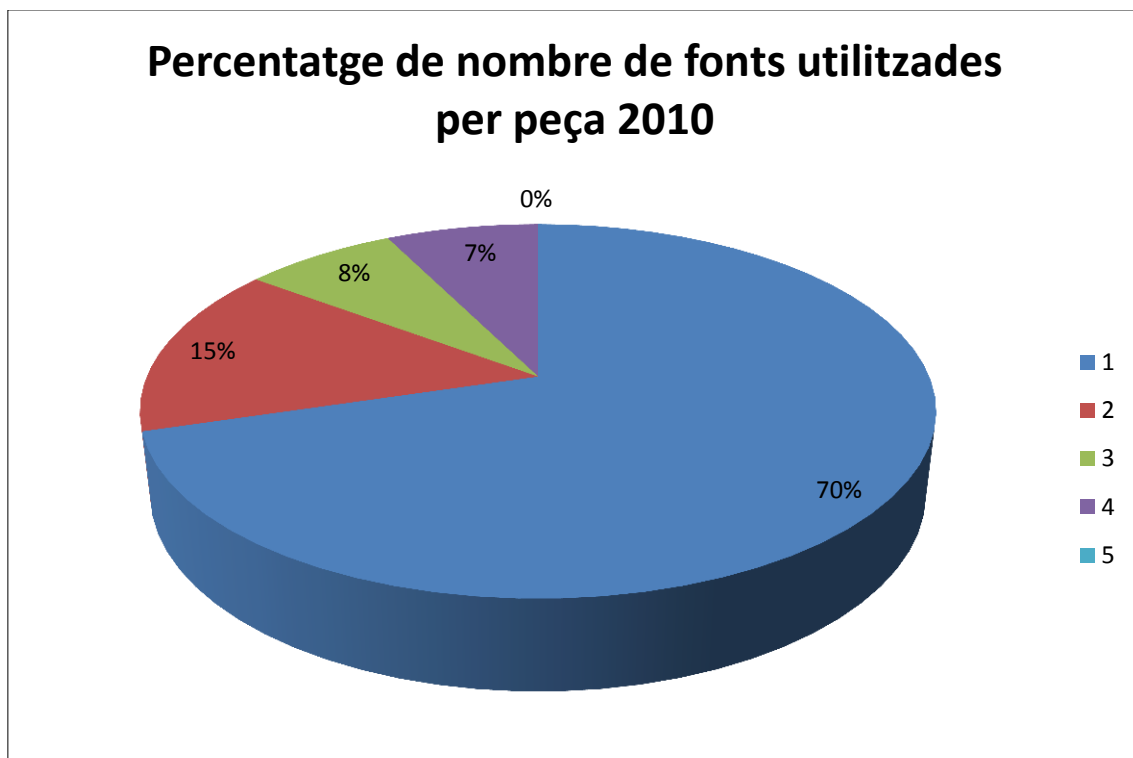
Girona	24	44,44%
Salt	4	7,41%
Figueres	11	20,37%

Olot	8	14,81%
Blanes	3	5,56%
Lloret	4	7,41%

Taula 30: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2010.

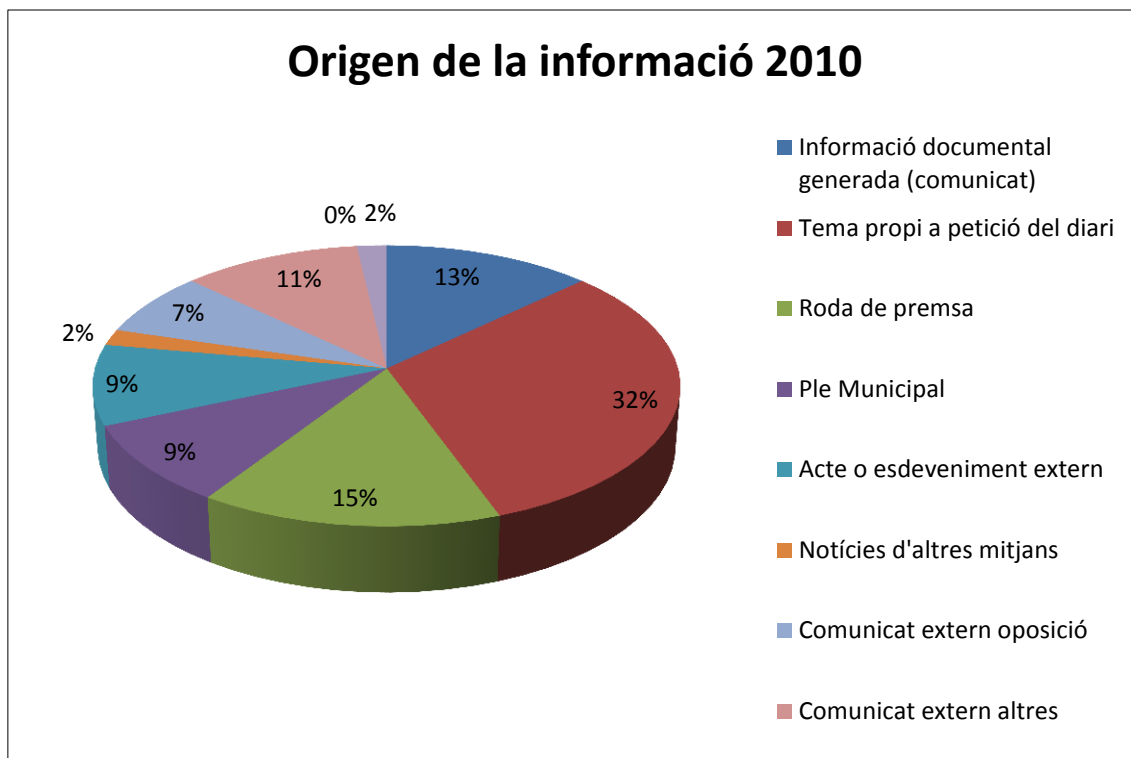
L'extensió es manté també en els paràmetres habituals, amb majoria de les notícies que ocupen menys de mitja pàgina (46,30%) seguides de les de més de mitja pàgina (25,93%) i els breus (18,52%).

Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2010 s'han utilitzat 83 fonts, El nombre de fonts utilitzades per peça es manté en els percentatges anteriors, tot i que podríem destacar l'augment de les notícies elaborades amb una sola font, que representen el 70% del total:



Gràfica 43: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2010.

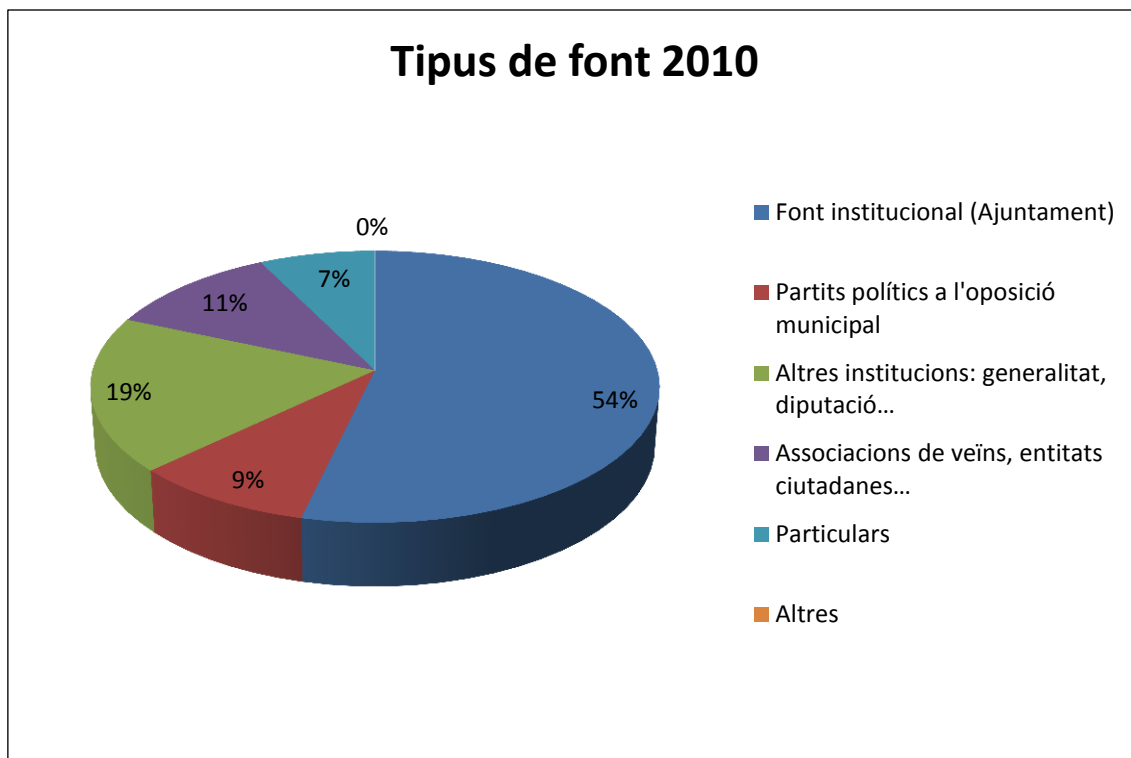
Pel que fa a l'origen de la informació, en aquest 2010 destaca el lideratge de les notícies pròpies, amb un 32%, per davant de les rodes de premsa, un 15%. I les informacions elaborades a partir de comunicat del GCM, que es queden en un 13%:



Gràfica 44: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2010.

Recordem però que aquestes dades no signifiquen que l'ajuntament perdi pes en la constitució de bona part del relat informatiu. De fet, si observem la direcció del flux informatiu veurem com en un 52,83% de les notícies l'ajuntament és la font principal de la notícia i el generador d'informació, per només un 15,09% en que respon a una notícia prèvia generada per altres actors. A més, observem menys contraposició en aquelles notícies elaborades a partir de GCM, ja que les 7 notícies que tenen aquest origen tenen només una font, a diferència de les notícies pròpies, on es detecta una major presència de fonts alternatives per completar el relat informatiu.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals les dades mantenen la tònica de l'any anterior, amb percentatges gairebé iguals, destacant un lleuger descens de les fonts d'associacions ciutadanes i entitats veïnals:



Gràfica 45: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2010.

Cal comentar que en aquest 2010 *El Punt* engega sèrie de reportatges que pretenen informar de la situació de diversos consistoris, però des de la perspectiva de l'oposició. De fet, la sèrie es diu "*Els ajuntaments des de l'oposició*" i significa un intent de fer visible la valoració dels grups de l'oposició dels equips de govern en diverses poblacions. És un intent, en definitiva, de contraposar un relat, ja que sovint la força comunicativa dels equips de govern és molt superior als de l'oposició. Tanmateix, no observem un impacte sensible en les dades generals, almenys en el que fa referència a les fonts principals.

En relació a l'atribució comentar un lleuger augment de les atribucions amb reserves, fins a l'11%, probablement relacionat amb el percentatge de notícies pròpies. No es detecten canvis destacables en l'exclusivitat, amb les fonts comunes dominant amb àmplia majoria (81,48%).

Pel que fa a les fonts segones s'observa un repunt de les fonts dels partits de l'oposició, amb un 43,75% pel 37,50% de les fonts de l'ajuntament. Destaca això si, la major presència de fonts pròpies (56,25% respecte les comunes (43,75%), altre cop en relació probable amb el percentatge de notícies pròpies. Pel que fa a les terceres fonts, altre cop l'ajuntament és majoria.

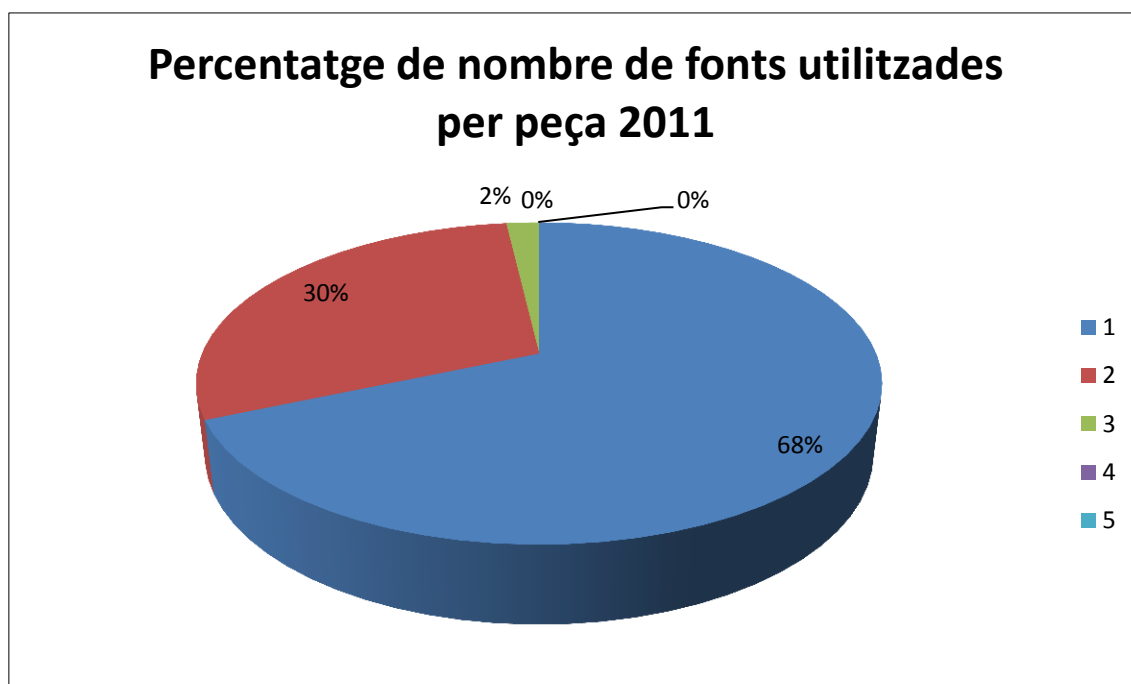
4.3.16. ANY 2011:

Per l'any 2011 s'han analitzat 55 notícies, 27 per *El Punt* i 28 pel *DdG*, amb una distribució territorial que es manté:

Girona	24	43,64%
Salt	3	5,45%
Figueres	10	18,18%
Olot	8	14,55%
Blanes	6	10,91%
Lloret	4	7,27%

Taula 31: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2011.

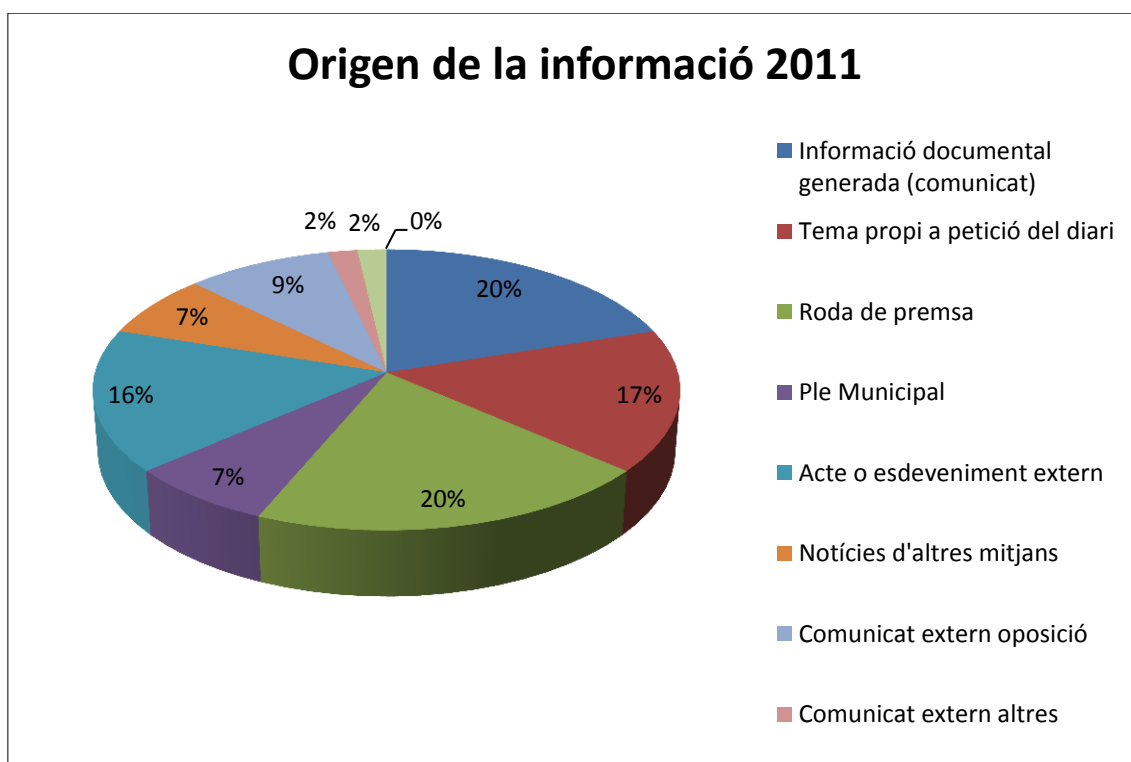
A nivell d'extensió, destacar només l'augment de breus analitzats, que representen un 16,36% del total. Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2011 s'han utilitzat 78 fonts, amb un repunt de les notícies elaborades a partir d'una sola font, cosa lògica si tenim en compte que gairebé no hi ha notícies analitzades aquest any amb més de dues fonts:



Gràfica 46: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2011.

Aquesta majoria de notícies elaborades amb una sola font cal relacionar-la amb d'altres aspectes per treure'n més conclusions. Per exemple, si consultem la relació del nombre de fonts utilitzat amb la direcció del flux informatiu veiem com hi ha 23 notícies en les que la informació generada per l'ajuntament s'elabora amb una sola font, per només 11 en les que hi ha més d'una font. En canvi, quan l'ajuntament respon a una notícia prèvia o generada per una altra font, les informacions en que s'usa més d'una font són majoria. Podríem pensar que es busca una contraposició sempre que l'ajuntament ha de respondre a notícies anteriors, i que potser no es considera tant necessari quan és qui genera la informació. Però això només són interpretacions preliminars que ampliarem en l'apartat qualitatiu de l'anàlisi.

Pel que fa a l'origen de la informació, en aquest 2011 observem una distribució més equitativa:

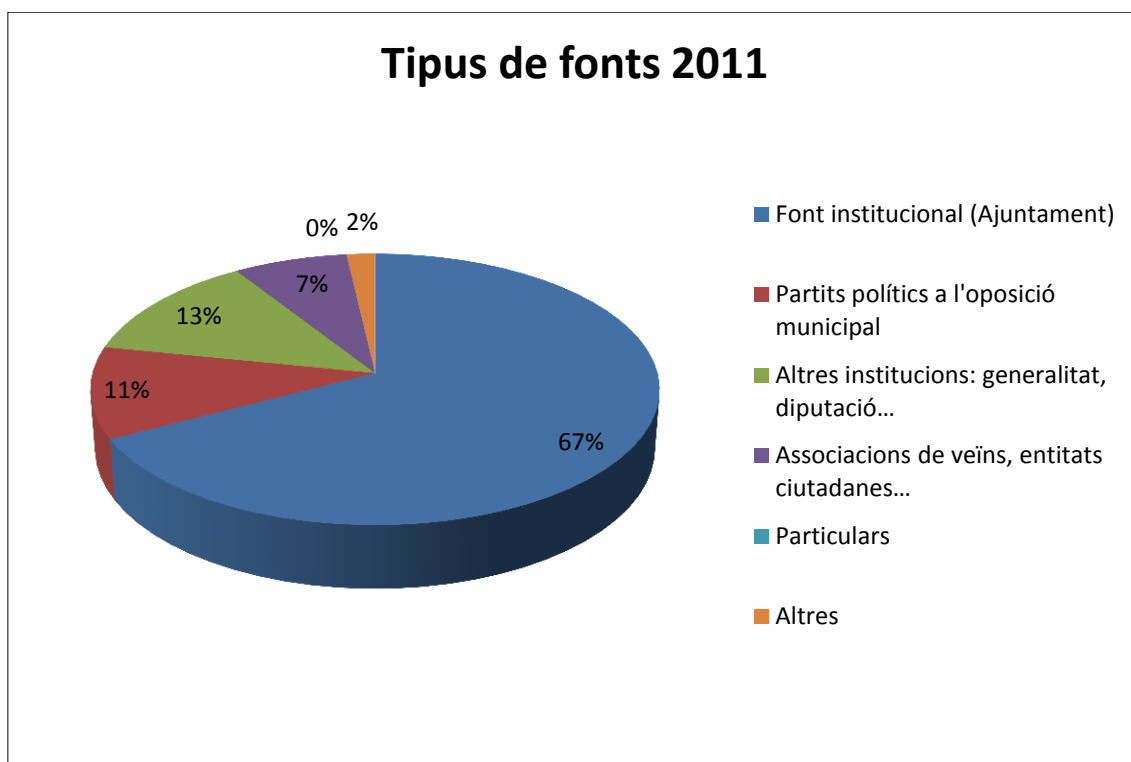


Gràfica 47: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2011.

Cal apuntar que, per primer cop en els darrers anys, les informacions elaborades a partir de comunicat del GCM superen a les pròpies. Caldrà veure si la tendència es manté o si es tracta d'una qüestió conjuntural. Es manté la

potència, no obstant, de les rodes de premsa i dels actes externs com a elements clau en l'agenda informativa dels diari.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals l'ajuntament segueix al capdavant, amb amb percentatges molt similars als dels darrers anys:



Gràfica 48: Tipus de font en les notícies analitzades el 2011.

En relació a l'atribució augmenta el percentatge d'atribucions directes, fins a situar-se en un 90,91%. Les dades referents a l'exclusivitat es mantenen, amb una majoria sòlida de les fonts comunes (80%). Pel que fa a les fonts segones l'ajuntament segueix essent majoria, tot i que amb un percentatge menor (47,06%), per un 23,50% de les de l'oposició.

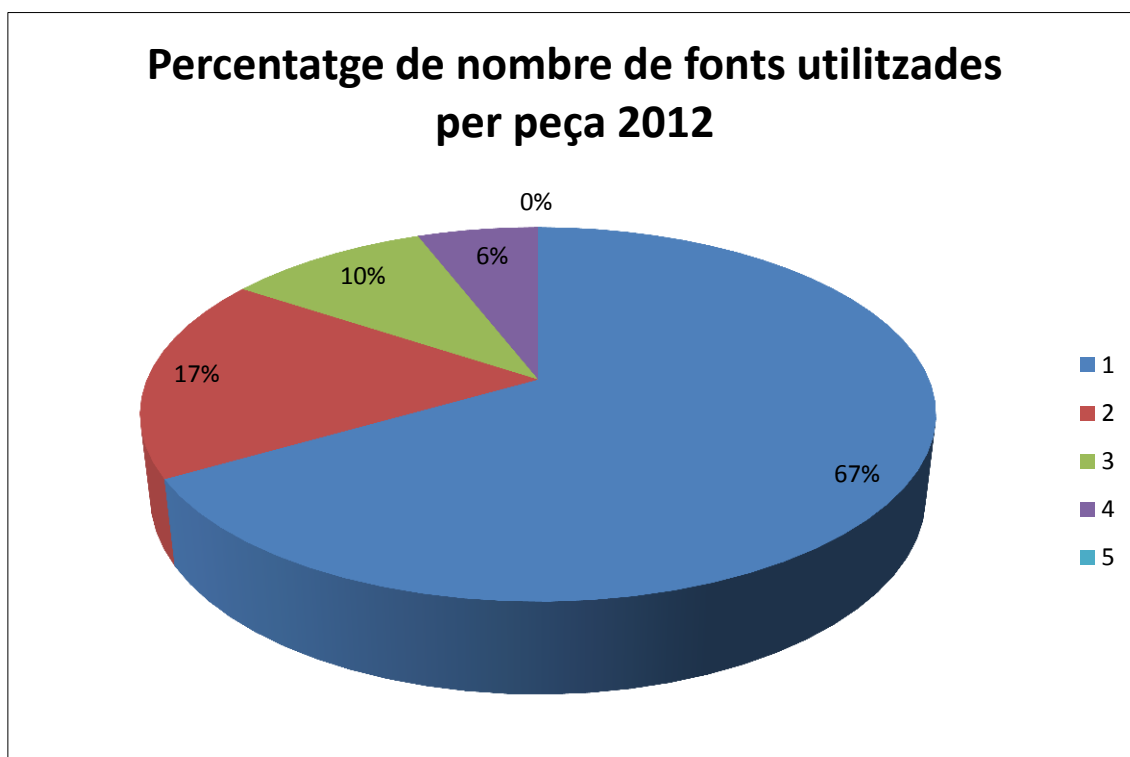
4.3.17. ANY 2012:

Per l'any 2012 s'han analitzat 51 notícies, 24 per *El Punt* i 27 pel *DdG*.

Girona	21	41,18%
Salt	5	9,80%
Figueres	10	19,61%
Olot	5	9,80%
Blanes	4	7,84%
Lloret	6	11,76%

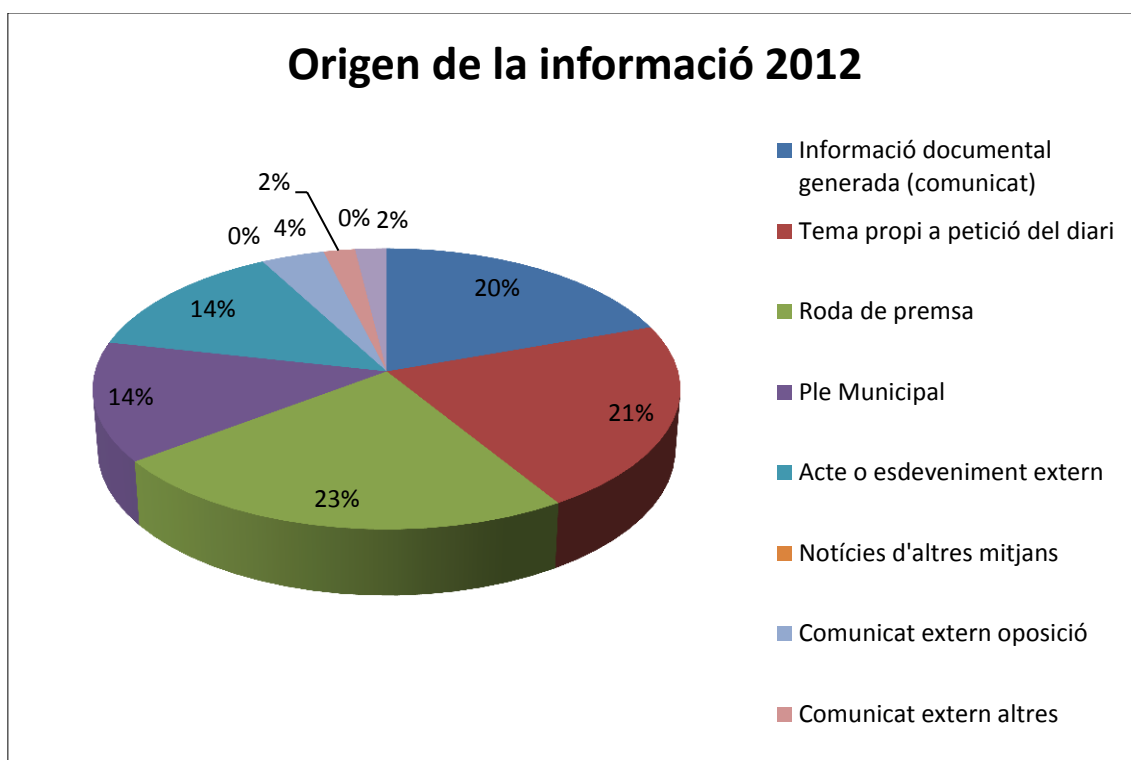
Taula 32: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2012.

A nivell d'extensió, destaca el repunt de les notícies de més de mitja pàgina, que representen el 47,06% del total, seguides de les de menys de mitja pàgina amb un 33,33%. Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2012 s'han utilitzat 79 fonts. Segueixen dominant les notícies elaborades amb una sola font, però amb un descens en les de dues fonts, en detriment de les de 3 i quatre fonts:



Gràfica 49: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça l'any 2012.

En relació a l'origen de la informació, en aquest 2012 es detecta un equilibri destacable entre variables, amb una presència important dels comunicats realitzats pel GCM, els temes propis i les rodes de premsa. En menor mesura, apareixen els actes o esdeveniments externs. Destaca també l'escassa representació dels comunicats de l'oposició, només un 4%, una dada que es manté al llarg dels anys:



Gràfica 50: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2012.

Aquest equilibri es trasllada també als apartats de proporcionalitat i contraposició. De fet, hi ha més presència de fonts alternatives que no pas municipals, i també una major contraposició que en d'altres anys. Tot i això, la direcció del flux informatiu segueix dominada per les fonts municipals amb un 54,90% de notícies on l'ajuntament és la font principal de la notícia respecte el 19,61% en el que l'ajuntament respon a una notícia generada per altres actors.

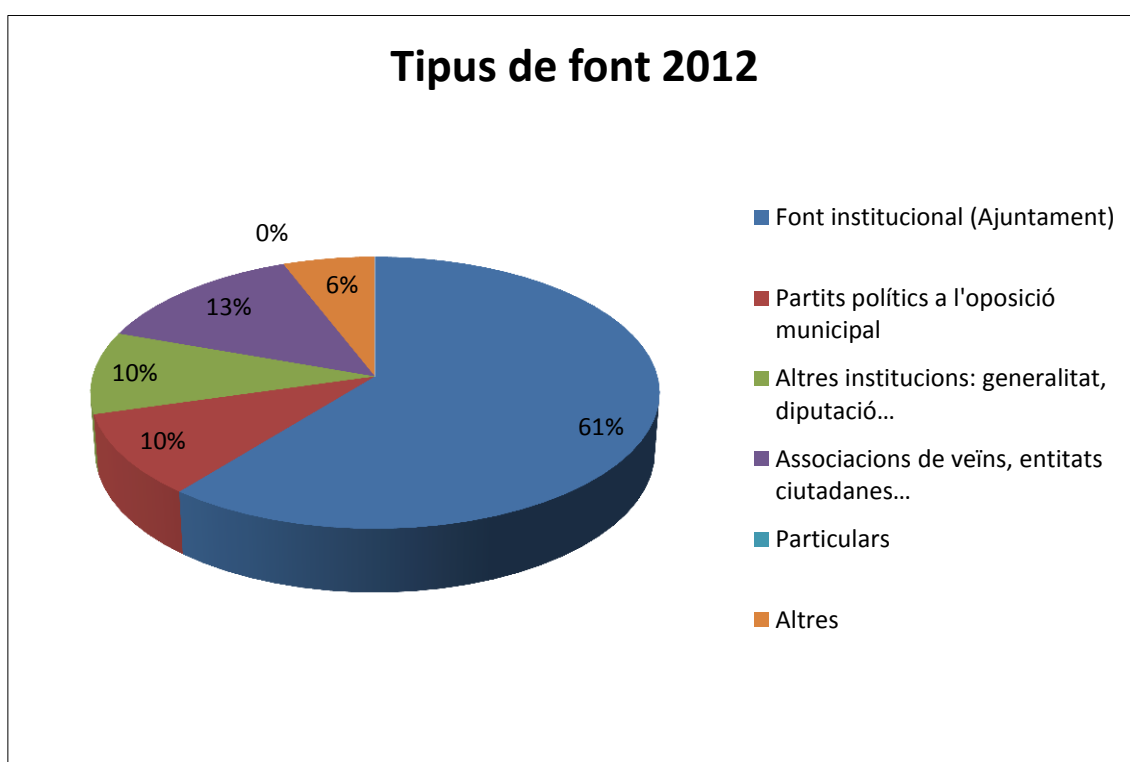
Més fonts municipals	5	9,80%
Igualtat de fonts	7	13,73%
Més fonts alternatives	9	17,65%
No conflictivitat	30	58,82%

Taula 33: Proporcionalitat de les fonts en les notícies analitzades el 2012.

Si	14	27,45%
No	8	15,69%
No contrastable	29	56,86%
No determinable	0	0,00%

Taula 34: Contraposició de les informacions analitzades el 2012.

Pel que fa a l'ús de les fonts principals l'ajuntament segueix al capdavant, tal i com podem comprovar en la gràfica següent:



Gràfica 51: Tipus de font en les notícies analitzades el 2012.

Veiem un equilibri en les fonts que no són de l'ajuntament, i també la introducció de noves fonts alternatives que recollim en l'apartat "altres". En relació a l'exclusivitat observem un augment de les fonts pròpies, que s'enfilen fins un 31,37% respecte d'anys anteriors. Aquesta tendència s'accentua a les segones fonts, on les pròpies gairebé representen el 50% del total, un percentatge altíssim si ho comparem amb anys anteriors.

4.3.18. ANY 2013:

Per l'any 2013 s'han analitzat 51 notícies, 25 per *El Punt* i 26 pel *DdG*. Com a consideració prèvia, hem de tenir present que en aquest 2013 *El Punt* modifica la seva estratègia comercial i, per tant, informativa, degut probablement a la seva implicació en el procés independentista. En aquest sentit, la informació local, des de la perspectiva més estricta, es veu reduïda en detriment d'informació de caràcter català i de producció centralitzada a Barcelona. No podem oblidar tampoc els problemes econòmics del diari, que van comportar una reducció significativa de la plantilla, cosa limitava la capacitat per accedir i desenvolupar determinades informacions.

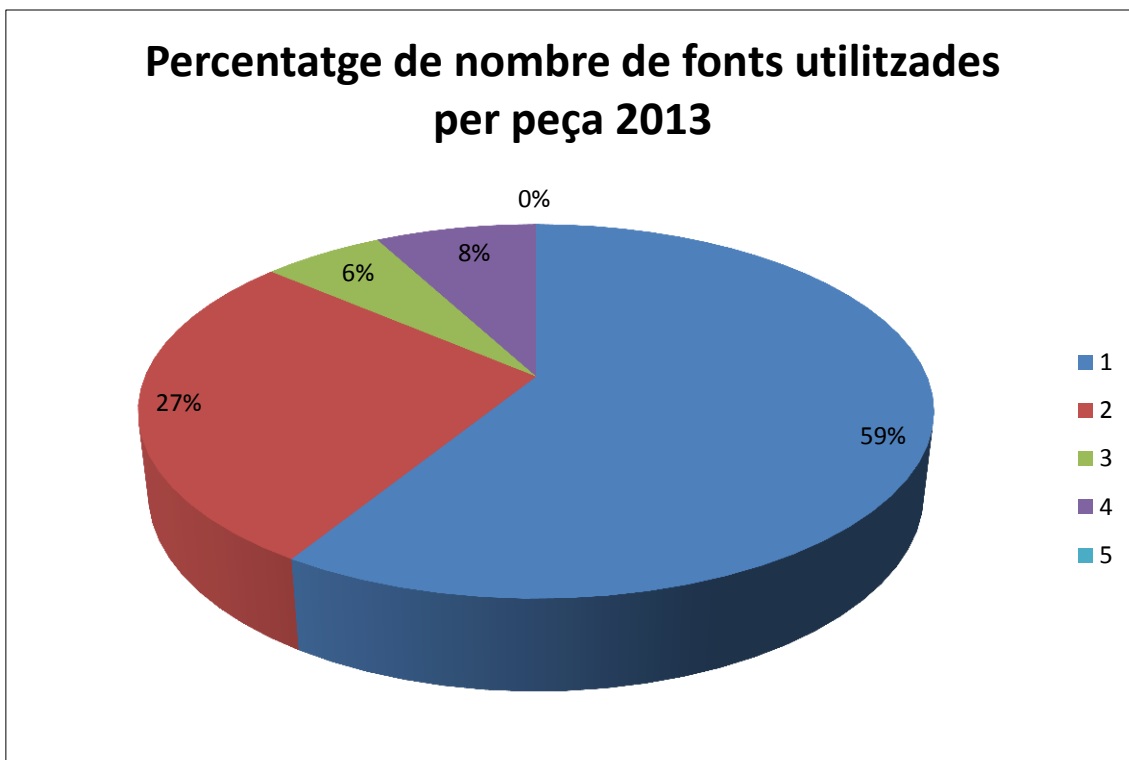
En qualsevol cas, en aquest 2013 es mantenen aproximadament els percentatges territorials observats l'any anterior, amb un increment de la informació d'Olot en detriment de la de Figueres:

Girona	22	43,14%
Salt	4	7,84%
Figueres	8	15,69%
Olot	8	15,69%
Blanes	6	11,76%
Lloret	3	5,88%

Taula 35: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2013.

A nivell d'extensió, destaca el repunt de les notícies de més de mitja pàgina, que representen el 47,06% del total, seguides de les de menys de mitja pàgina amb un 33,33%.

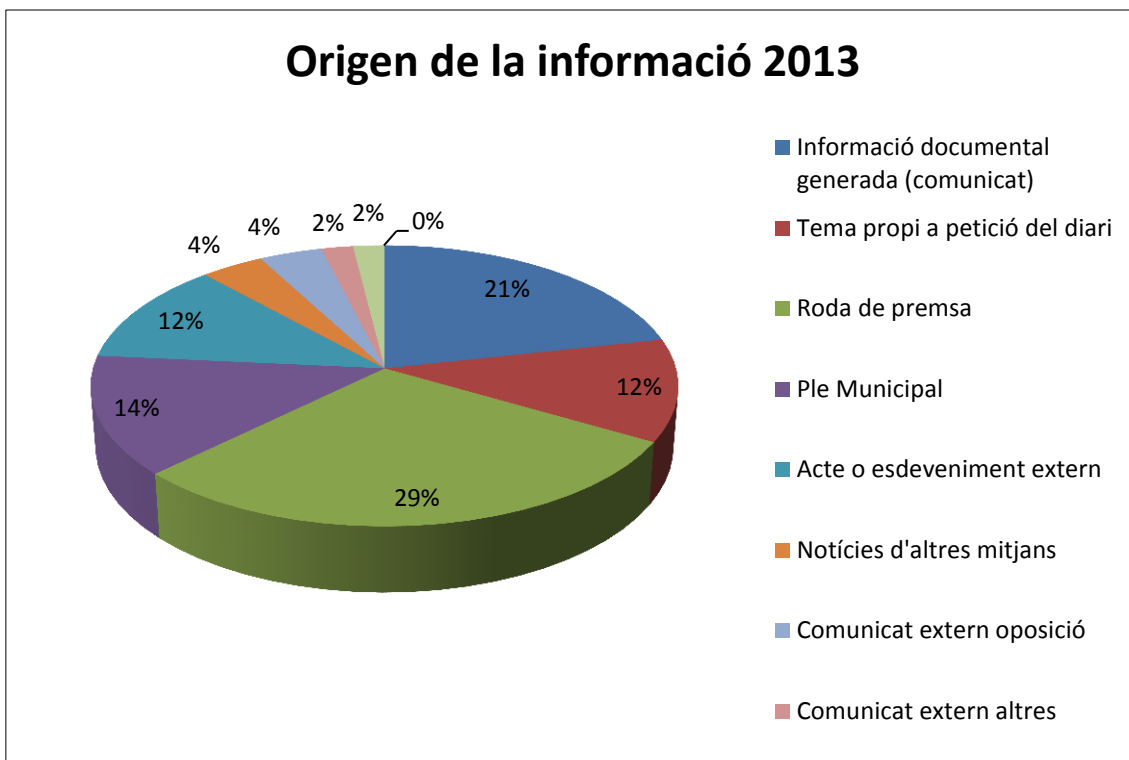
Pel que fa al nombre de fonts, en les notícies analitzades aquest 2012 s'han utilitzat 83 fonts. Segueixen dominant les notícies elaborades amb una sola font, amb un repunt de les elaborades amb dues:



Gràfica 52: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça el 2013.

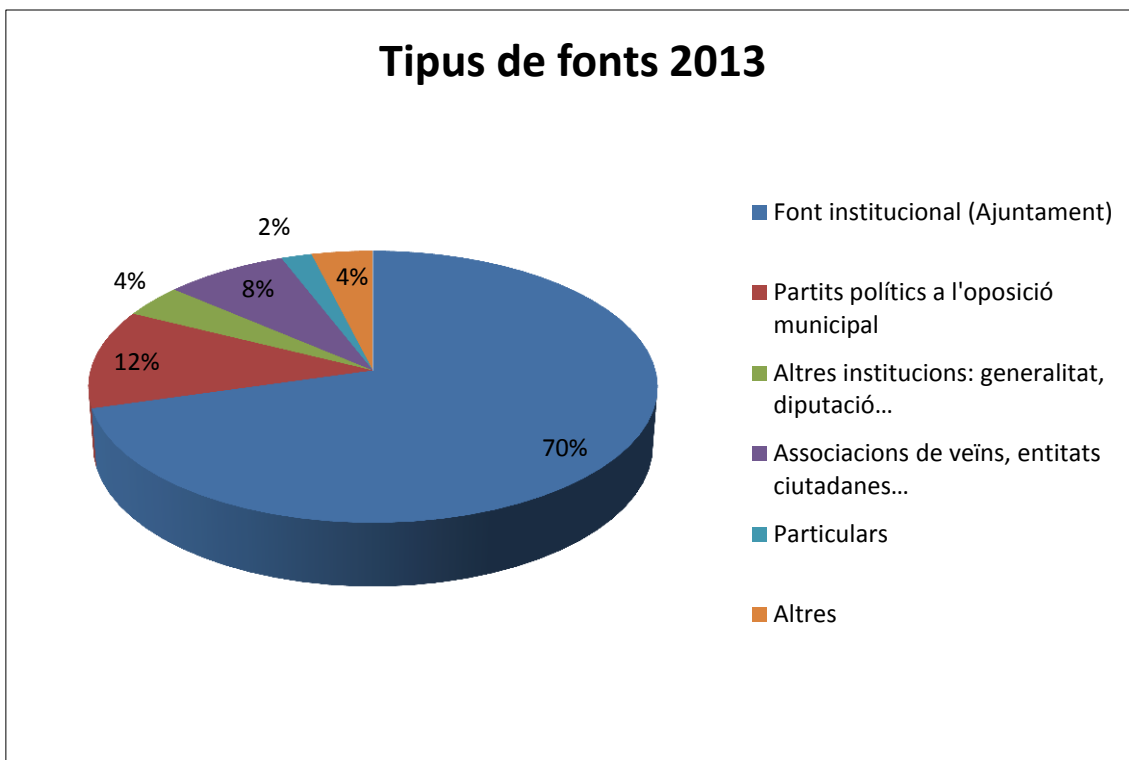
En aquest sentit, comencem a observar la tendència a utilitzar una sola font per les notícies desenvolupades a partir de GCM. Cal tenir en compte que això no porta implícit cap judici de valor, ja que les 11 notícies basades en un comunicat del GCM són no es poden contraposar perquè el tema no genera cap mena de conflicte ni continuïtat.

Pel que fa a l'origen de la informació, en aquest 2013 tornem a detectar cert equilibri, tot i que augmenta el nombre de notícies basades en roda de premsa i disminueixen els temes propis.:



Gràfica 53: Origen de la informació 2013.

Pel que fa a la proporcionalitat, segueix havent-hi força igualtat entre les notícies que presenten més fonts municipals (21,57%), les que presenten igualtat de fonts (17,65%) i les que tenen més fonts alternatives (15,69%), També les notícies contraposades superen a les no contraposades (17 a 13). Pel que fa al tipus de fonts principals augmenta significativament l'ús de fonts de l'ajuntament, que segueixen al capdavant, tal i com podem comprovar en la gràfica següent:



Gràfica 54: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2013.

En relació a l'exclusivitat no hi ha canvis significatius, amb un percentatge del 78,43% per les fonts comunes per un 21,57% de les pròpies. Destaca això si, una major atribució directa de les fonts, amb una majoria aclaparadora del 96%.

Finalment, pel que fa a les segones fonts comentar l'increment de les fonts de partits de l'oposició (38,10%), que passen a ser majoritàries. També destaca l'augment notable de les associacions de veïns i entitats ciutadanes amb un 28,57%.

4.3.19. ANY 2014:

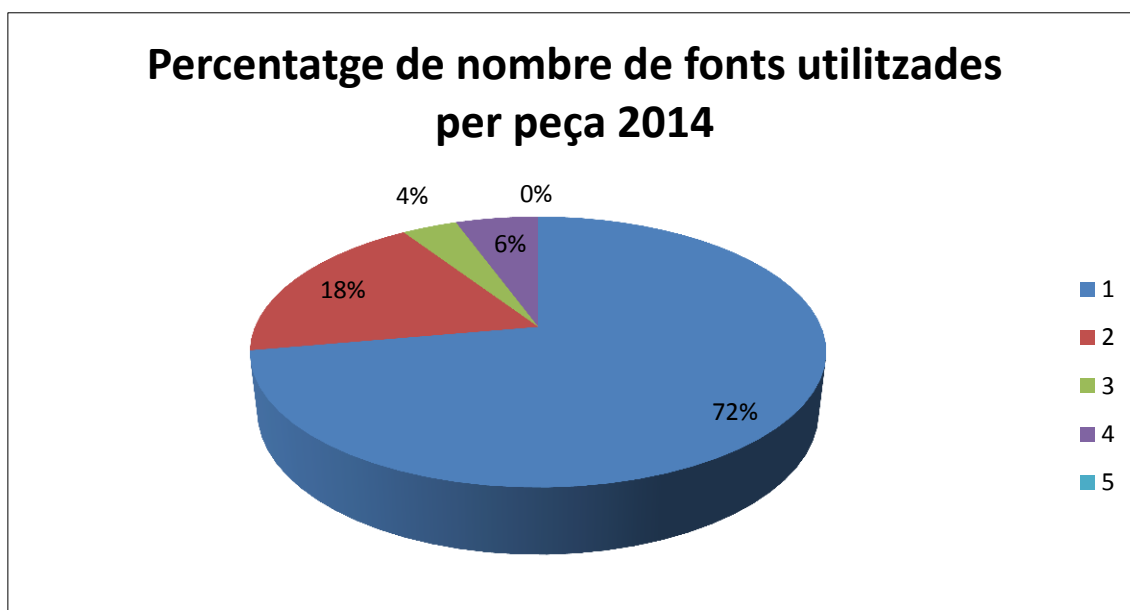
Per l'any 2014 s'han analitzat 54 notícies, 27 per capçalera amb la següent distribució territorial:

Girona	23	42,59%
--------	----	--------

Salt	3	5,56%
Figueres	12	22,22%
Olot	6	11,11%
Blanes	3	5,56%
Lloret	7	12,96%

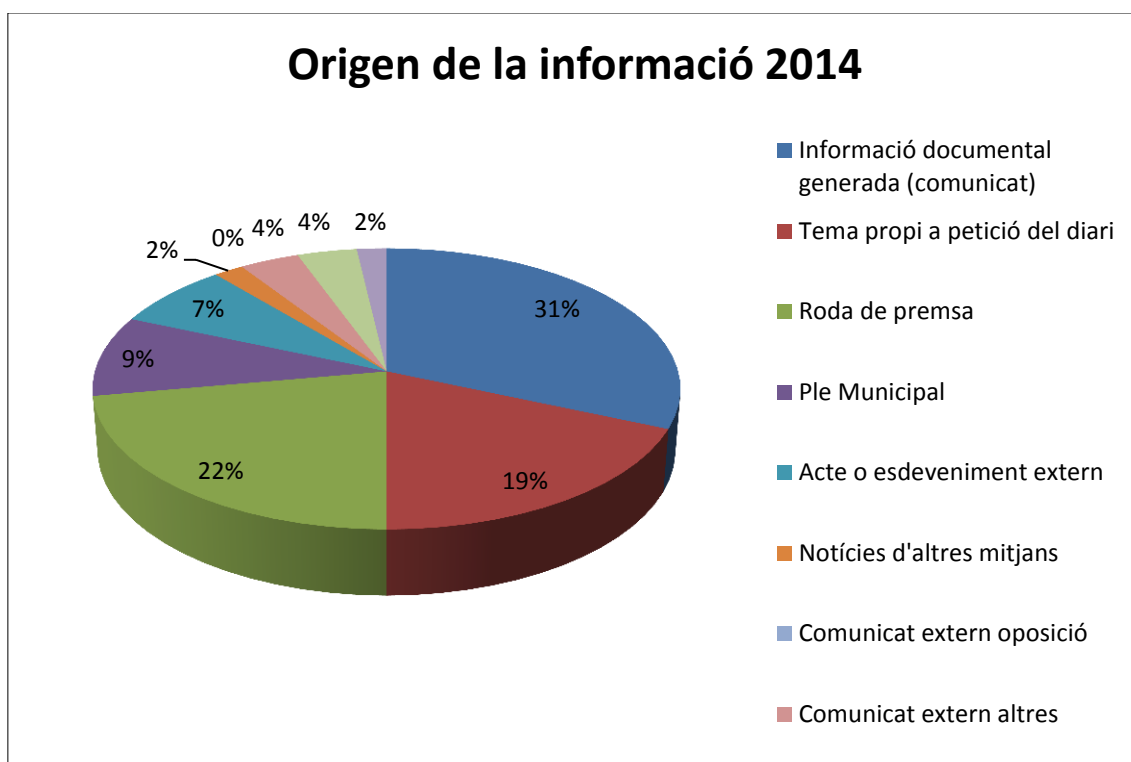
Taula 36: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2014.

Comentar que en aquest 2014 *El Punt* sembla apostar definitivament per la informació general, especialment política i més especialment relacionada amb la independència de Catalunya. Ho demostra el fet de relegar relega la informació local a la contraportada, mentre que la portada i les primeres pàgines estan destinades a qüestions de política general amb informació elaborada des de la redacció de Barcelona. La informació de la demarcació de Girona no arriba fins la pàgina 40, més o menys. Aquest fet, relacionat amb el canvi d'estratègia iniciat els anys anteriors i amb la crisi empresarial de l'empresa editora, pot tenir incidència en l'augment de notícies signades per la redacció i agències. Ambdues categories arriben gairebé al 30% del total de notícies analitzades. Pel que fa al nombre de fonts, aquest 2014 se n'han utilitzat 77, amb un increment notable de les notícies elaborades amb una sola font:



Gràfica 55: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça 2014.

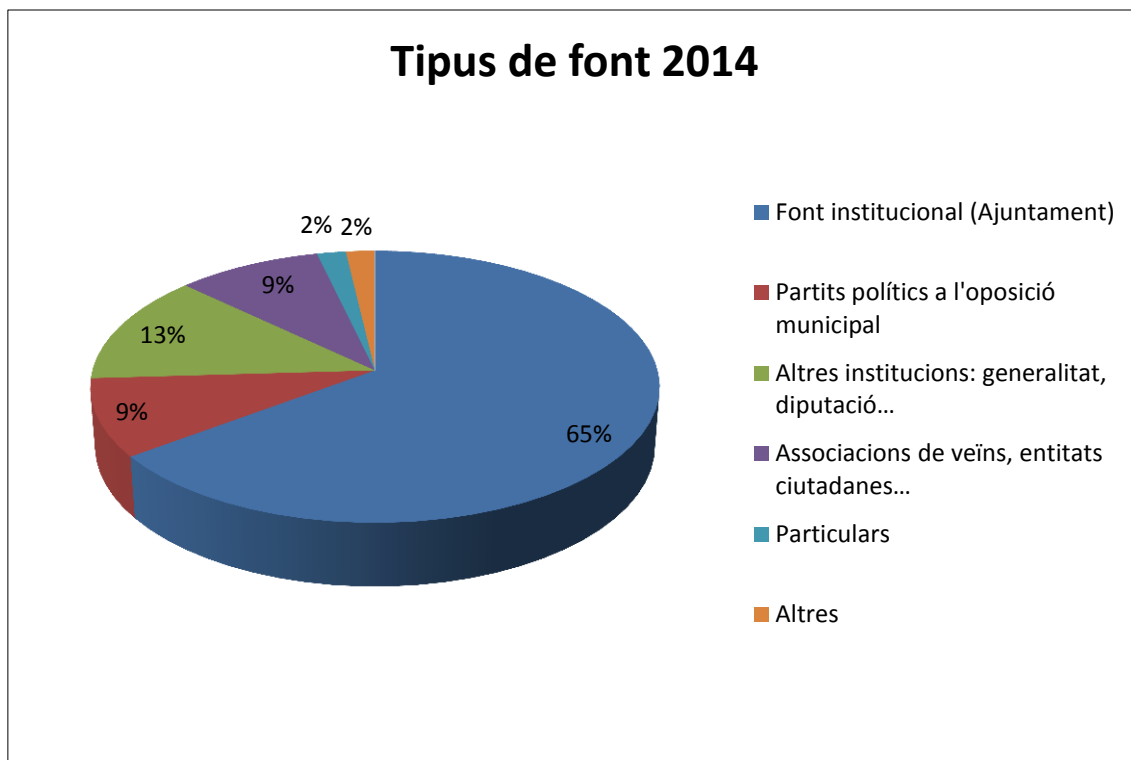
Aquest 2014 també destaca l'increment de les notícies en les quals l'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació, que representen el 64,81% davant el 3,70% en el que el consistori respon a una notícia prèvia generada per d'altres actors i el 31,48% en el que hi ha d'altres direccions del flux informatiu. Aquesta dada es relaciona sens dubte amb l'augment de les notícies elaborades a partir de comunicat:



Gràfica 56: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2014.

Tot i que les rodes de premsa mantenen la importància i s'incrementa el nombre de temes propis, la majoria és clara per part de les informacions originades en GCM. No és d'estranyar doncs el desequilibri observat entre les informacions que tenen un tractament positiu (13) amb les que en tenen un de negatiu (3), tot i l'equilibri total en la proporcionalitat i la contraposició.

Pel que fa al tipus de fonts principals es manté la tendència de l'any anterior:



Taula 37: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2014.

En relació a l'exclusivitat i l'atribució es mantenen percentatges com els de l'any anterior, amb un 77,78% per les fonts comunes per un 22,22% de les pròpies. Aquest 2014 les fonts principals estan atribuïdes directament en un 94,44% dels casos. Pel que fa a les segones fonts comentar el descens de les fonts pròpies, que representen només el 6,25% del total.

4.3.20. ANY 2015:

Per l'any 2015 s'han analitzat 54 notícies, 26 d'*El Punt* i 28 del *DdG*, amb la següent distribució territorial:

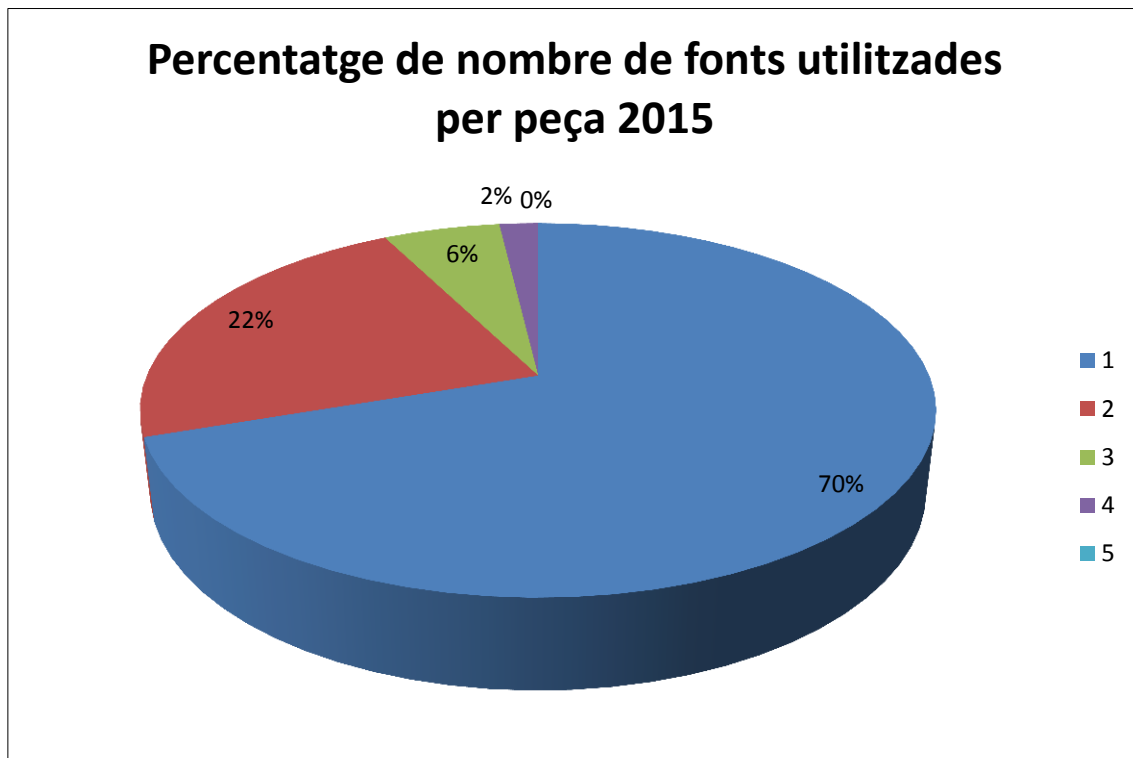
Girona	21	38,89%
Salt	3	5,56%

Figueres	13	24,07%
Olot	7	12,96%
Blanes	5	9,26%
Lloret	5	9,26%

Taula 38: Distribució territorial de les peces analitzades el 2015.

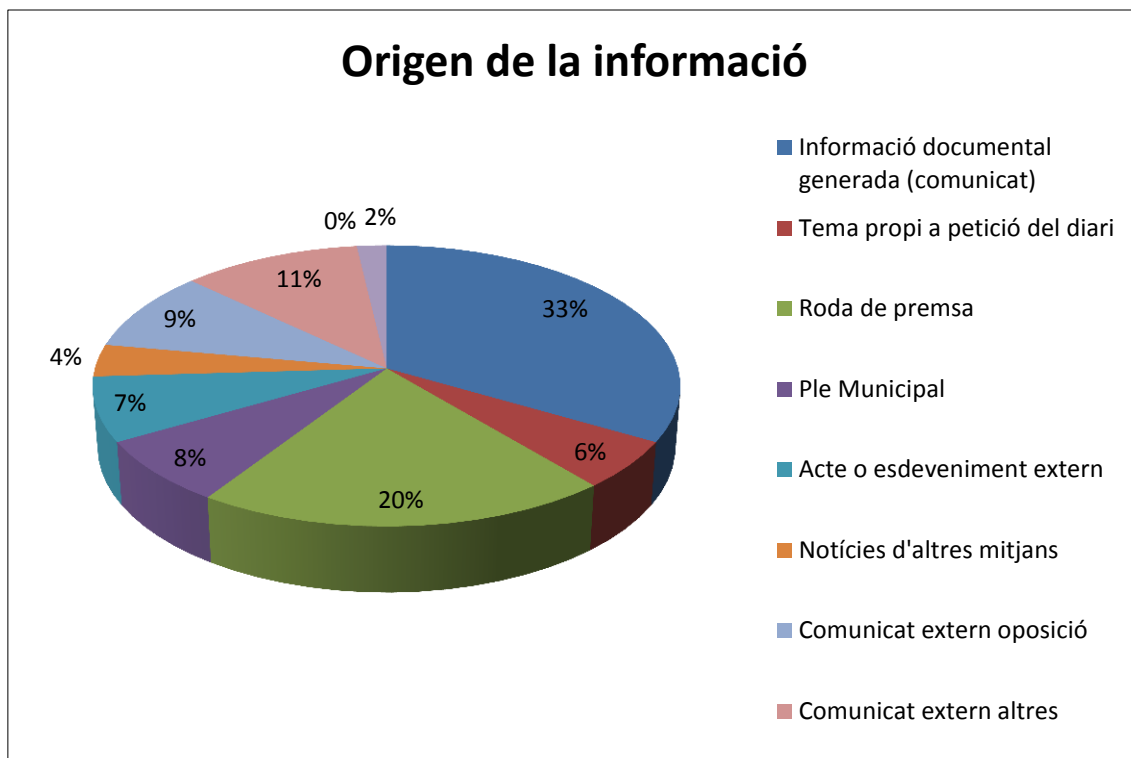
En aquest 2015 es mantenen les dades similars a la resta d'anys, amb una presència prominent de la ciutat de Girona (38,89%), juntament amb la de Figueres (24,07%).

Pel que fa al nombre de fonts, en les analitzades aquest 2016 s'han utilitzat 80 fonts, amb una presència majoritària de peces realitzades amb una sola font:



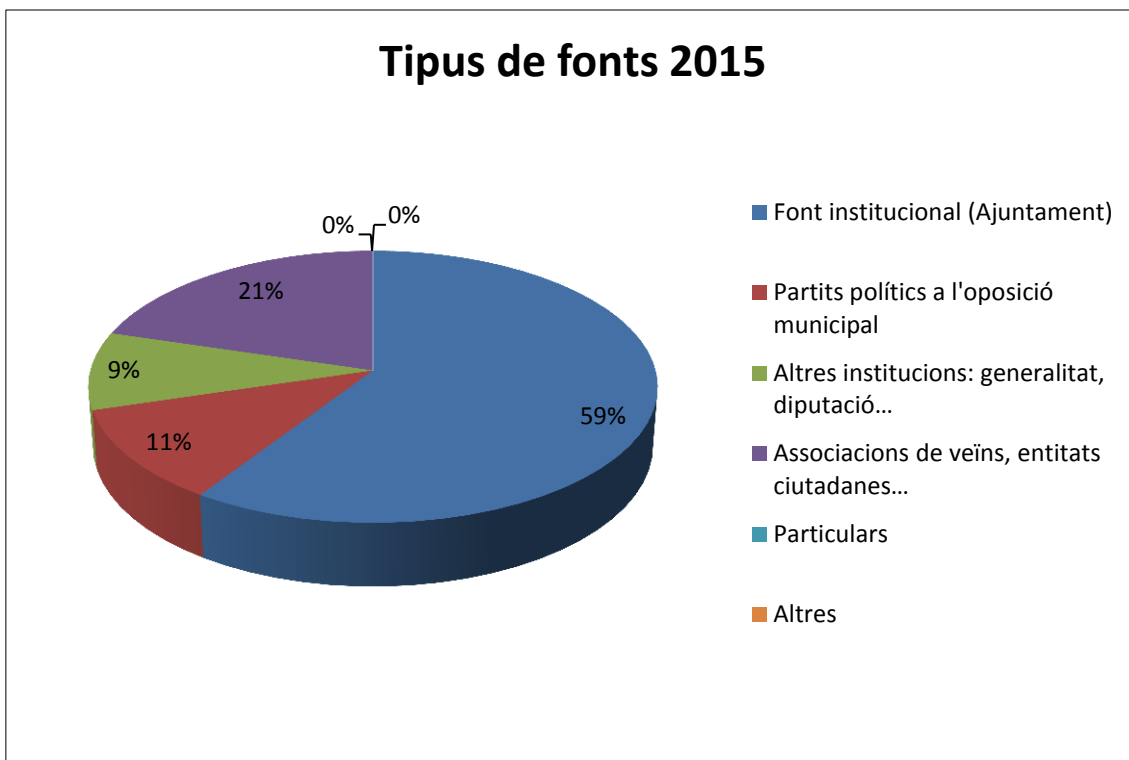
Gràfica 57: Percentatge de nombre de fonts utilitzades per peça el 2015.

En aquest 2015 destaca la importància de les notícies en que l'ajuntament és la font principal de la notícia i la generadora d'informació (62,96%), sobretot si ho comparem amb les notícies en que l'ajuntament respon a notícies generades prèviament (5,56%). Aquesta dada es relaciona sens dubte amb l'augment de les notícies elaborades a partir de comunicat:



Gràfica 58: Origen de la informació en les peces analitzades el 2015.

Es manté la importància de les rodes de premsa i dels temes generats per comunicat. Es redueixen notablement les notícies pròpies i augmenten les elaborades per comunicats externs, ja siguin de partits a l'oposició com d'altres actors informatius fora de la política. Potser per això trobem notícies amb més fonts alternatives (11) que no pas amb més fonts municipals o amb igualtat de fonts (6) quan observem la proporcionalitat. Pel que fa al tipus de fonts observem aquestes tendències:



Gràfica 59: Tipus de fonts en les notícies analitzades el 2015.

Tal i com veiem, el nombre de fonts de l'ajuntament es manté similar al dels anys anteriors, però hi ha un increment notable en l'ús de fonts d'associacions de veïns i entitats ciutadanes. En relació a l'exclusivitat es detecta un increment del percentatge de fonts comunes, que se situen en un 90,74%, pel 9,26% de fonts pròpies. L'atribució directa segueix essent protagonista, amb un 98,15%. Pel que fa a les segones fonts, destacar l'increment notable de les provinents d'altres institucions, que representen el 35,29% del total, seguides de les fonts de l'ajuntament i dels partits polítics a l'oposició municipal, amb un 23,53%.

4.3.21. ANY 2016:

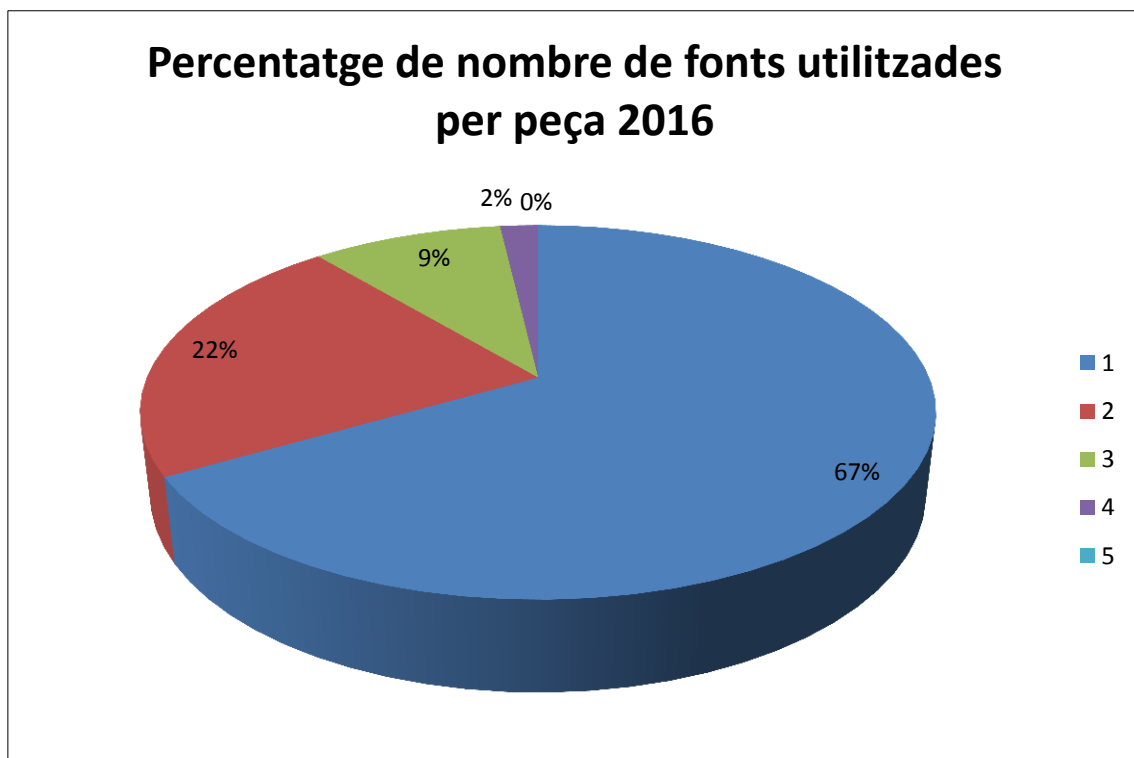
Per l'any 2016 s'han analitzat 54 notícies, 27 per capçalera, amb la següent distribució territorial:

Girona	19	35,19%
--------	----	--------

Salt	3	5,56%
Figueres	17	31,48%
Olot	8	14,81%
Blanes	3	5,56%
Lloret	4	7,41%

Taula 39: Distribució territorial de les notícies analitzades el 2016.

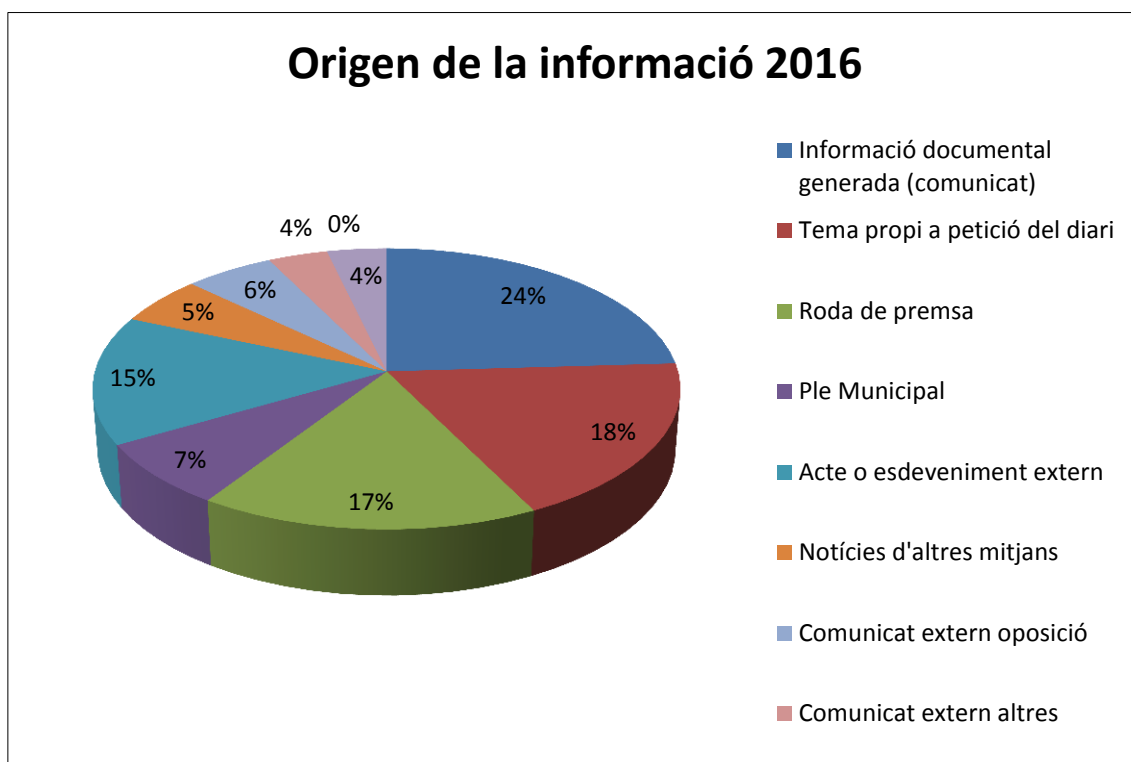
Es manté la tendència a informar majoritàriament de les ciutats de Girona i Figueres, tot i que augmenta el percentatge dedicat a aquesta última. Pel que fa al nombre de fonts, en les analitzades aquest 2016 s'han utilitzat 79 peces, amb percentatges de fonts per peça molt similars als de l'any anterior:



Gràfica 60: Percentatge de nombre de fonts utilitzades en les peces analitzades el 2016.

En relació a la direcció del flux informatiu, es manté la superioritat de les notícies on l'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació (68,52%) respecte les que respon a una notícia prèvia generada

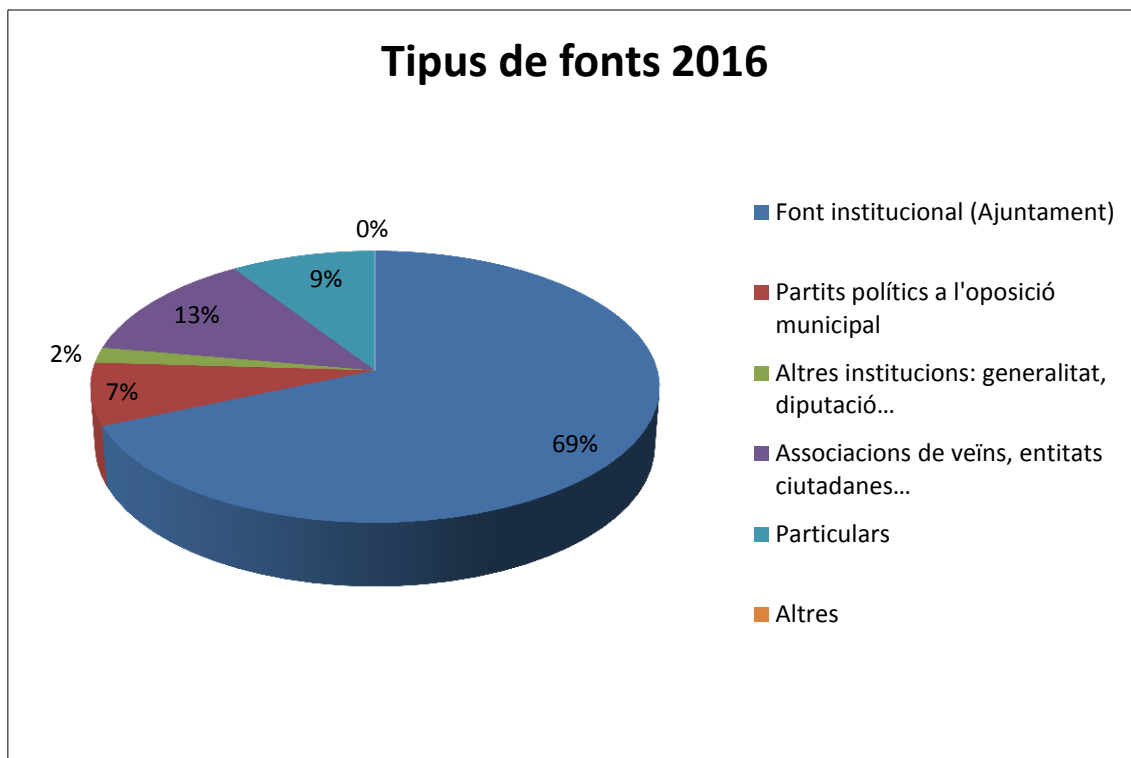
per altres actors (3,70%). Les notícies contraposades superen les que no ho són (12 a 7), tot i que les que no es poden contraposar segueixen essent majoria (35). Pel que fa a l'origen de la informació observem una diversificació important:



Gràfica 61: Origen de la informació en les notícies analitzades el 2016.

Es manté la tendència a recolzar-se en comunicats, rodes de premsa, actes externs i temes propis, però trobem més quantitat d'altres orígens, com les notícies d'altres mitjans.

Pel que fa al tipus de fonts es mantenen les tendències de l'any anterior, tot i que s'observa un descens notable de les fonts provinents d'associacions de veïns i entitats ciutadanes:



Gràfica 62: Tipus de fonts principals en les notícies analitzades el 2016.

En relació a l'exclusivitat es torna a nivells d'anys anteriors, després del repunt de les fonts comunes observat l'any 2015. Així, hi ha un 77,78% de fonts comunes, pel 22,22% de fonts pròpies.

Pel que fa a les segones fonts destaca una major distribució dels tipus, especialment si ho comparem amb les fonts principals. Tot i que les fonts de l'ajuntament segueixen essent majoria, amb un 31,58%, s'incrementa el percentatge de fonts de partits polítics a l'oposició municipal (26,32%), d'altres institucions (15,79%), d'associacions de veïns i entitats ciutadanes (10,53%) i particulars (15,79%)

5. RESULTATS I DISCUSSIÓ: COMPARATIVA DE LES DADES

5.1. INTRODUCCIÓ:

En aquesta primera part de l'anàlisi hem fet un recorregut, any per any, de les dades globals, és a dir, unint les dades de les dues capçaleres analitzades. L'anàlisi quantitativa de les variables ja ens indica algunes de les tendències que tot seguit comentarem.

A continuació farem una anàlisi global de les dades que hem recollit. Així, ens fixarem en les dades globals de les dues capçaleres, tant juntes com separades. Ara bé, com que l'objectiu de l'estudi és observar l'evolució en l'ús de les fonts en les capçaleres gironines i l'eventual influència dels GCM en l'elaboració d'informació local, hem de tenir present les tendències que al llarg dels anys es detecten. A més, cal tenir present que potser analitzant les dades de les dues capçaleres de manera individual potser es detecten tendències pel que fa als usos periodístics que caldrà ressenyar.

És per això que en aquesta anàlisi comparativa posarem sobre la taula la interpretació de les dades globals, així com de les tendències observades a nivell general i de manera comparativa.

5.2. LES DADES GLOBALES:

Abans d'entrar a analitzar les dades recordarem algunes xifres referides a l'univers d'anàlisi: per realitzar aquest estudi al llarg de 21 anys, s'han analitzat un total de 1141 notícies, 568 d'*El Punt* i 573 del *DdG*. Si multipliquem els 28 exemplars anuals per 21 anys ens sortirien 588 notícies per capçalera, amb un total de 1176 notícies. Tanmateix no en tots els exemplars hem trobat peces

que s'ajustessin als criteris d'anàlisi. Recordem que hi ha ocasions en les que la informació local sobre els municipis elegits és escassa, o s'aparta dels criteris temàtics escollits. Aquesta circumstància es dona, principalment, en els exemplars dels dilluns. Hem de tenir present que el diumenge és, per norma general, un dia informativament poc rellevant, i les capçaleres centren la seva atenció en d'altres temes com, sobretot, els esports o determinats esdeveniments culturals o festius. Això ha provocat que s'analitzessin 35 notícies menys, una xifra creiem que poc significativa i que manté el nombre d'exemplars analitzats en un volum raonable i significatiu per obtenir conclusions vàlides.

Tal i com hem comentat en la introducció, en aquest apartat analitzarem les dades globals, de manera que obtindrem una fotografia de l'ús de les fonts als diaris gironins en el període de 21 anys pel que fa a la informació sobre les poblacions més importants de la demarcació. Repetim que la intenció és veure si hi ha canvis significatius en aquest aspecte, no només atenent a la variable temporal, sinó també geogràfica.

Al mateix temps, també volem realitzar una anàlisi comparativa, ja que les dades globals pot ser que amaguin tendències que siguin pròpies de cadascuna de les capçaleres. En el repàs a les dades globals anuals ja hem intuït alguna tendència pròpia de cadascun dels diaris, que a més de tenir un criteri informatiu propi, també han viscut al llarg dels anys situacions empresarials diverses que poden haver condicionat aspectes de la seva cobertura mediàtica.

5.2.1 DADES GLOBALES SOBRE LA DISTRIBUCIÓ TERRITORIAL:

Abans d'entrar a analitzar les tendències anuals de les variables analitzades, donarem un cop d'ull als resultats globals per capçalera, i finalment als resultats globals en general. Començarem comentant la distribució geogràfica de les

notícies analitzades. Cal dir que, tal i com era d'esperar, la majoria d'elles tracten sobre la ciutat de Girona. Diversos factors influeixen en aquesta situació: en primer lloc hi ha una qüestió de pur interès periodístic. És natural que la capital de província i ciutat més important de la demarcació, tant a nivell demogràfic com de decisió política, generi més informació d'interès periodístic que d'altres poblacions. A més, la major part de l'audiència també és d'aquesta ciutat, pel que és natural que les capçaleres apostin per treballar les informacions de la capital.

En segon lloc cal considerar una qüestió purament logística i de funcionament. Els actors informatius de rellevància, els que organitzen l'actualitat i les previsions informatives amb que treballen els periodistes estan ubicats, generalment, a la capital.

En definitiva doncs, la capital genera més informació i de més interès periodístic pel que la major representació sembla justificada. Ara bé, hi ha condicionants particulars de cada capçalera que poden fer variar aquesta tendència. En aquest sentit hi trobem factors com ara la pròpia línia editorial de cada capçalera i les seves respectives agendes mediàtiques. Veiem doncs si s'observen diferències en la distribució territorial de les notícies a *El Punt* i al *DdG*:

Girona	235	41,37%
Salt	62	10,92%
Figueres	112	19,72%
Olot	78	13,73%
Blanes	39	6,87%
Lloret	42	7,39%
	568	100,00%

Taula 39: Distribució territorial del total de notícies analitzades a *El Punt*.

Girona	252	43,98%
Salt	65	11,34%
Figueres	97	16,93%
Olot	74	12,91%
Blanes	53	9,25%
Lloret	32	5,58%
	573	100,00%

Taula 40: Distribució territorial del total de notícies analitzades al Diari de Girona.

Tal i com podem observar no es noten diferències significatives entre el percentatge de notícies de Girona que es publiquen a *El Punt* (41,37%) o al *Diari de Girona* (43,98%). Tampoc els percentatges de Salt (10,92% d'*El Punt* pel 11,34% del *DdG*) difereixen en excés. Les diferències més destacades serien a Figueres (19,72% d'*El Punt* pel 16,93 del *DdG*) i Blanes, amb un 6,87% d'*El Punt* pel 9,25% del *DdG*).

Les dades globals es mantenen en les tendències que ens marquen cadascuna de les capçaleres:

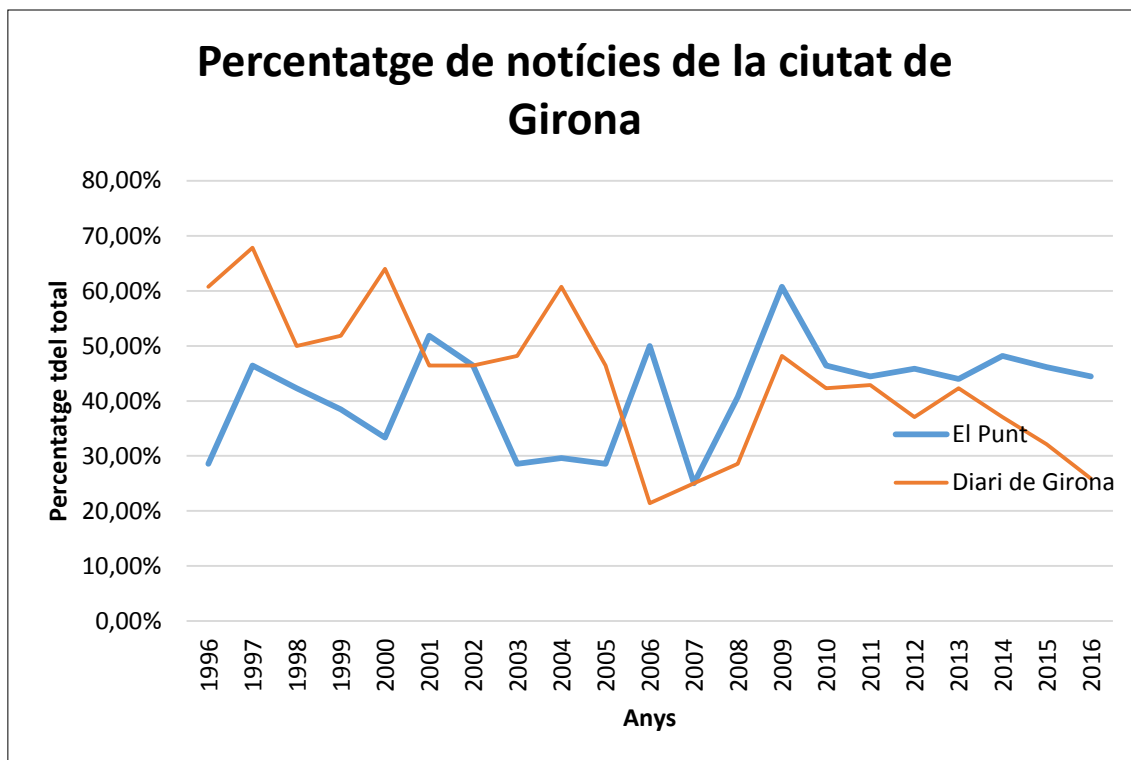
Girona	487	42,68%
Salt	127	11,13%
Figueres	209	18,32%
Olot	152	13,32%
Blanes	92	8,06%
Lloret	74	6,49%
	1141	100,00%

Taula 41: Distribució territorial del total de notícies analitzades.

Les dades, doncs, no semblen indicar una diferència en el tractament de les diverses ciutats analitzades. Tot i això, no podem oblidar que, en primer lloc, el període analitzat de 21 anys és prou dilatat perquè es produeixin canvis o oscil·lacions en la tendència de la distribució territorial. No oblidem que en aquest període es produeixen canvis empresarials profunds, que afecten al planter de treballadors i que, per tant, poden tenir incidència en la capacitat per cobrir determinats esdeveniments o zones geogràfiques. Per exemple, el fet que en alguns anys Lloret de Mar i Blanes estiguin menys representats que Olot, tot i que segurament siguin ciutats amb més capacitat per generar informació, té a veure amb el criteri periodístic però també amb el recursos humans de les empreses periodístiques.

Ho il·lustrarem amb un exemple: l'any 2006 hi ha un increment sensible en el nombre de notícies de la comarca de La Selva, en detriment de poblacions com ara Olot al *Diari de Girona*. Sense aventurar cap conclusió, podríem pensar que es degui a criteris d'organització interna del diari, que devia reforçar la seva delegació en aquella comarca, i també per una probable voluntat de l'empresa de ser més representativa del territori. L'any següent, el 2007, es manté aquesta representació i, de fet, les notícies de La Selva estan en una secció pròpia, mentre que les d'Olot estan incloses en l'apartat "comarques", tal i com ha hem comentat en el repàs anual de les dades.

Aquests canvis de criteri provoquen fluctuacions en la representació territorial, tal i com observem en la gràfica següent:



Gràfica 63: Evolució del percentatge de notícies referents a la ciutat de Girona.

Tal i com observem, pel que fa al *DdG* sembla que hi ha una davallada de les notícies sobre la ciutat de Girona, al llarg dels 21 anys analitzats. Més enllà de fluctuacions puntuals, s'observa una voluntat de donar més representació a les ciutats que no siguin la capital, probablement per convertir-se en un referent de la premsa comarcal amb la major cobertura possible del territori, per diferenciar-se també de l'estratègia utilitzada per *El Punt*, més centrada en informar de qüestions de política general, amb una clara orientació ideològica cap al sobiranisme.

Efectivament, especialment a partir del 2009 s'observa una davallada de les informacions de caràcter estrictament local a *El Punt*⁷⁸. Aquestes informacions queden relegades sovint als breus i, per tant, no es desenvolupen en profunditat. Desconeixem el perquè d'aquesta davallada, però podria influir-hi la crisi empresarial, que dificultava la distribució dels recursos humans per la

⁷⁸ Mar de Font coberta (1997:47) alerta però que, tot i la clàssica definició de premsa comarcal-local i provincial, que té com a base un criteri geogràfic, a vegades aquesta premsa entra en competència directa amb la premsa regional i nacional, perquè la proximitat no s'ha d'entendre només des de criteris exclusivament geogràfics, sinó també "social, cultural i fins i tot psicològica".

demarcació i, per tant, el tractament professional dels inputs informatius que es rebien.

A partir de 2009, *El Punt* aposta per treballar informacions lligades al procés independentista amb una línia editorial més centrada en l'actualitat política i sobretot en temes que afecten la sobirania de Catalunya. Segueix la dinàmica d'informar en les primeres pàgines de temes socials de la demarcació, en format reportatge i de gran amplitud, Generalment són temes en consonància amb les tendències socials, com el medi ambient, conflictes laborals, turisme... En algunes ocasions es parla de qüestions estrictament municipals, però en format reportatge i sense una clara ubicació temporal.

Aquesta tendència s'intensificarà a partir del 2012, amb l'explosió del procés independentista, Al llarg del 2014, per exemple, gairebé tota la capçalera tracta informació general, bàsicament relacionada amb la política i el procés sobiranista. L'edició de les Comarques Gironines comença a la contraportada, cosa que demostra clarament les prioritats informatives de la direcció del diari, així com la distribució dels recursos humans i econòmics. La informació local, en el sentit estricte de la paraula, se'n ressent.

L'any 2015 *El Punt* segueix amb l'estratègia iniciada l'any anterior. El diari té en realitat dues portades: la principal, en la que es segueixen destacant temes relacionats principalment amb el procés independentista, i una contraportada en la que es destaca tot allò relacionat amb la informació de les comarques de Girona: així tenim dos diaris en un. Tot plegat és un pèl confús i estrany, però és la manera, entenem, d'optimitzar els recursos amb els que treballa la capçalera. També inclou noves dinàmiques, com les d'informar de les previsions dels plens municipals que se celebren aquell dia. És el cas de Salt (2/2015/EP), en el que s'explica el que es debatrà. A nivell informatiu és discutible que sigui d'interès, tenint en compte que hi ha d'altres maneres d'informar-se de la previsió del ple, però és la manera de generar informació i contingut.

Així doncs, podem deduir que aquesta evolució del criteri periodístic té una incidència directa en l'elaboració d'informació i, per tant, també en l'ús de les fonts. Per a extreure conclusions més consistents esperarem a veure, més

endavant, quina és la tendència en el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces d'informació, però podem aventurar que els criteris de jerarquització temàtica, la distribució territorial de la cobertura informativa i la proliferació d'informació local ubicada als breus no són fenòmens que responguin exclusivament a l'aplicació de criteris professionals i periodístics. Efectivament, la crisi econòmica i empresarial dels diaris té conseqüències directes, per bé que a vegades subtils, en com es genera la informació i, per tant, en com es transmet als ciutadans.

Una empresa econòmicament poc viable és més susceptible de ser víctima de les estratègies i del poder comunicatiu de les institucions⁷⁹. Ho observem en petits detalls. Per exemple, al 2014 les informacions de Blanes i de la Selva no estan signades. Per tant, no hi ha un periodista al terreny, sinó que, des de Girona, es tracten les informacions que es reben. D'aquesta manera, pels ajuntaments és més senzill introduir-se a l'agenda temàtica, ja que el redactor no està sobre el terreny i li és més difícil ampliar i contrastar la informació, si és necessari⁸⁰.

La manca de personal per cobrir informació, doncs, obliga a vegades als diaris a recolzar-se de manera acrítica amb la informació que serveix la institució. Aquesta, encara que no dubtem de la seva validesa i veracitat, ens aporta una versió de la realitat que no necessàriament és completa. És per això que la visió personal d'un redactor informat pot aportar més claus informatives per entendre un fet, un procés o un conflicte. De fet, aquesta és la clau del periodisme i aquest és l'element pel qual és necessari tenir un redactor present al lloc dels fets: per poder processar la informació a partir de criteris

⁷⁹ En aquest sentit, Farias i Roses recorden que la davallada de redactors repercuteix directament en la qualitat de la informació, ja que hi ha menys persones per a realitzar la mateixa feina. Així, proliferen fenòmens com els de publicar notícies directament d'agència, sense un tractament periodístic de la mateixa (Farias, P. Roses, S: 2009).

⁸⁰ La prova de que el mateix diari és conscient de que moltes de les notícies que publica provenen de comunicat i que sorgeixen, no de la capacitat investigadora, sinó de l'acció comunicativa dels diferents actors socials, és la necessitat de recordar contínuament que una notícia ha estat avançada pel mateix diari. És evident que les capçaleres intenten reforçar la seva credibilitat recordant totes aquelles informacions que ha "destapat". Però no és menys evident que si la majoria d'informacions tinguessin un origen propi, aquestes afirmacions es considerarien redundants, i només s'usarien en casos especials.

professionals. Malauradament, la manca d'aquest professional obliga a confiar de manera gairebé cega en la versió de la font, que molt probablement serà interessada. Ho veiem, per exemple, en una notícia sobre una reunió celebrada a l'Ajuntament de Blanes per refer el Pla del Port per consensuar-lo (26/2015/DdG). S'ha fet a partir de comunicat i no hi ha cap mena de contraposició ni de testimoni alternatiu que ens doni més claus per a comprendre la informació. Finalment, no podem obviar tampoc que la representació territorial té la seva incidència en l'ús de les fonts. Cal tenir en compte la major capacitat de generar informacions dels ajuntaments amb majors estructures de comunicació. Si agafem *El Punt*, observem una evolució del criteri en la distribució i tractament de les informacions. Habitualment les primeres dues pàgines estan dedicades a reportatges d'elaboració pròpia que tracten tot tipus de temes, generalment de temàtica social o urbanística. No hi ha un criteri geogràfic concret, sinó més aviat temàtic, cosa que dificulta la localització de les informacions.

5.2.2 IMPORTÀNCIA DE LES PECES: PORTADA, VOLUM I SIGNATURA.

Hem observat la distribució geogràfica de les peces analitzades. Un cop localitzades, hem volgut analitzar diversos criteris que ens ajudin a situar-les en coordenades d'importància, almenys a nivell de jerarquització a l'interior de la capçalera, a partir de la presència en portada, el volum i la signatura.

El primer criteri és clar. Una peça que aparegui a la portada té, a priori, més importància i rellevància informativa que una que no hi surti. Ara bé, també cal tenir en compte que el *DdG* i *El Punt*, com a diaris amb vocació de ser representatius del territori, intenten que les notícies que apareixen en portada siguin també diverses, a nivell temàtic i geogràfic. Tenint en compte els criteris establerts aquesta és la distribució de les peces aparegudes en portada, per capçalera i a nivell global:

Si	95	16,58%
No	478	83,42%
	573	100%

Taula 40. Distribució de les peces aparegudes en portada al DdG.

Si	127	22,36%
No	441	77,64%
	568	100%

Taula 41: Distribució de les peces aparegudes en portada a El Punt.

Si	222	19,46%
No	919	80,54%
	1141	100%

Taula 42: Distribució total de les peces aparegudes en portada.

Tal i com indiquen les taules anteriors, observem un alt percentatge de notícies analitzades que no apareixen en portada. Tenint en compte l'alt nombre d'informacions analitzades és comprensible que la majoria no hi apareguin. En qualsevol cas, aquest criteri serveix per situar les notícies en unes coordenades d'importància que podrien tenir rellevància si les relacionem amb l'ús de les fonts.

Més importància encara té, per bé que sigui un criteri de distribució purament descriptiu, el volum de les peces analitzades. En aquest cas sí que podem establir certes relacions, tenint en compte que és més que probable que les peces més voluminoses siguin més rellevants i que, per tant, mostrin un ús més exhaustiu de les fonts informatives. Així, una peça a pàgina sencera requereix un procés d'elaboració més complex que un breu i, per tant, és esperable trobar-hi més fonts d'informació i més diversificades.

Val a dir que per establir aquest criteri hem observat exclusivament la mida de les peces, sense tenir en compte si s'hi ha inclòs fotografies, infografies, destacats o publicitat. És per això, segurament, que les peces de pàgina complerta signifiquin un percentatge tan baix, menys del 2% del total. Indicar també que, en el cas de que es tracti d'una peça de certa rellevància que porti associada una peça secundària, aquesta també s'hi ha inclòs. Aquesta és la distribució de notícies tenint en compte el volum:

més d'una pàgina	1	0,17%
pàgina complerta	7	1,22%
més de mitja pàgina	180	31,41%
mitja pàgina	7	1,22%
menys de mitja pàgina	245	42,76%
columna/ mitja columna	89	15,53%
breu	44	7,68%
	573	100,00%

Taula 43: Distribució del volum de les peces analitzades al DdG.

més d'una pàgina	5	0,88%
pàgina complerta	22	3,87%
més de mitja pàgina	183	32,22%
mitja pàgina	19	3,35%
menys de mitja pàgina	223	39,26%
columna/ mitja columna	54	9,51%
breu	62	10,92%
	568	100,00%

Taula 44: Distribució del volum de les peces analitzades a El Punt.

més d'una pàgina	6	0,53%
pàgina complerta	29	2,54%
més de mitja pàgina	363	31,81%
mitja pàgina	26	2,28%
menys de mitja pàgina	468	41,02%
columna/ mitja columna	143	12,53%
breu	106	9,29%
	1141	100,00%

Taula 45: Distribució global del volum de les peces analitzades.

Si analitzem les dades per capçalera detectarem tendències similars, que evidentment es corroboren si agafem les dades globals. En aquest sentit, destaca que en totes dues capçaleres el volum de la majoria de peces analitzades és de menys de mitja pàgina, amb un percentatge lleugerament superior al *DdG* (42,76%) que a *El Punt* (39,26%). En total un 41,02% de les peces ocupen menys de mitja pàgina.

En segon lloc, encara destacat de la resta, hi trobem les peces de més de mitja pàgina, però que no arriben a la pàgina sencera, amb percentatges molt similars en les dues capçaleres, al voltant del 32%. En tercer lloc hi trobem les notícies que ocupen una o mitja columna, amb un 15,53% al *DdG* i un 9,51% a *El Punt*. En total, aquestes peces representen un 12,53%. No és un percentatge menyspreable, i menys encara si hi afegim els percentatges referents als breus.

Convé apuntar que, en el cas de les columnes o mitges columnes i els breus, les peces tenen unes característiques pròpies, especialment pel que fa a l'ús de les fonts. Efectivament, les peces més curtes solen ser de menor importància informativa, i per tant sovint no estan treballades per part dels redactors, que es limiten a editar-les per a encabir-les a l'espai predeterminat per l'actualitat del dia.

També cal comentar la relació entre la signatura i el volum de la peça. Generalment, la signatura i el volum són dos criteris que, encara que sigui de manera circumstancial, ens apunten a un ús menys propi i divers de les fonts informatives. La relació entre aquests tres paràmetres pot donar-nos informació sobre l'ús de les fonts:

Peces de més de mitja pàgina signades pel redactor	337	31,38%
Peces de menys de mitja pàgina signades pel redactor	386	35,94%
Columnes signades pel redactor	73	6,80%
Breus signats pel redactor	58	5,40%
Peces de més de mitja pàgina no signades	13	1,21%
Peces de menys de mitja pàgina no signades	70	6,52%
Columnes no signades	67	6,24%
Breus no signats	45	4,19%
Peces de mitja pàgina signades pel redactor	25	2,33%
	1074	100,00%

Taula 46: Relació entre el volum de les peces i la signatura.

Tal i com s'observa en aquesta taula, la diferència entre el nombre de peces signades i no signades és major en les aquelles informacions que tenen més volum. Així, atenent als criteris de volum i signatura veiem com les peces superiors a mitja pàgina que estan signades representen un 31,38%, per només l'1,21% que no estan signades per un redactor. En el cas de les peces majoritàries, les de menys de mitja pàgina, veiem com un 35,94% estan signades pel 6,52 que no ho estan.

En canvi, si ens fixem en els breus i en les peces que ocupen mitja o una columna sencera, veiem com les columnes signades representen un 6,80%, pel 6,24% de les no signades. Pel que fa als breus, els no signats representen el 5,40%, pel 4,19% de peces no signades. Aquestes dades ens indiquen un major índex de signatura en aquelles peces de major rellevància informativa.

No és que no entri dins la lògica, però és destacable remarcar la relació entre volum i signatura i, de retruc, l'eventual relació que poden tenir amb l'ús de les fonts.

En aquest punt voldríem destacar una diferència de criteri fonamental entre les dues capçaleres pel que fa a la qüestió de la signatura. Tal i com veiem en les taules següents, s'apliquen criteris diferents:

Redactor	368	64,22%
Agència	2	0,35%
Redactor/Agència	27	4,71%
Redacció	176	30,72%
	573	100,00%

Taula 47: Distribució de la signatura de les peces analitzades al DdG.

Redactor	543	95,60%
Agència	3	0,53%
Redactor/Agència	1	0,18%
Redacció	21	3,70%
	568	100,00%

Taula 48: Distribució de la signatura de les peces analitzades a El Punt.

La diferència entre les notícies signades pel redactor i les signades per la redacció o les agències és enorme. Aquesta diferència rau en el criteri diferent que tenen les dues capçaleres en aquesta qüestió. Així, *El Punt* considera que totes les peces han de ser signades pel redactor, independentment de l'origen de la mateixa i del nivell de tractament a que hagi estat sotmesa. Les dades mostren com el nombre de notícies signades pel redactor representen un 95,60%, un percentatge altíssim que posa de manifest que aquest criteri s'ha mantingut al llarg dels anys. En canvi, les peces signades per la redacció només representen el 3,70% del total. I les que estan signades per agència o agència i redactor no arriben al 0,7% total.

En canvi, el *DdG* manté un criteri diferent. Generalment les peces de menor importància informativa estan signades per la redacció, o bé per una combinació d'aquesta i una agència de notícies. D'aquesta manera, observem com els percentatges són molt superiors als d'*El Punt*: les notícies signades pel redactor representen un 64,22%, pel 30,72% de les signades per redacció. El percentatge de notícies signades pel redactor i l'agència o només per l'agència s'incrementa respecte a *El Punt* tot i que es manté en un discret 5%: En aquest sentit, val a dir que aquest baix percentatge (baixíssim en el cas d'*El Punt*) pot tenir a veure amb el baix ús d'agències per cobrir la informació local. Efectivament, les grans agències estatals i internacionals només cobreixen aquells esdeveniments que puguin tenir rellevància per l'àmbit estatal o català, i en el cas que un esdeveniment d'aquestes característiques tingui lloc (ja sigui roda de premsa, visita de personalitats de rellevància, successos...) els redactors propis ja treballaran aquesta informació. Tanmateix, a vegades sorprèn comprovar com

No podem obviar la qüestió de la signatura. No es tracta només d'un formalisme. El fet de signar o no una informació indica fins a quin punt el periodista és responsable de la seva elaboració. No parlem només de redactar o d'editar un text aportat per un GC, sinó elaborar, és a dir, llegir, comprendre, contrastar i ampliar si és necessari la informació rebuda i posteriorment confeccionar una peça periodística. Tot el procés de transformació d'una informació pura en una notícia en format periodístic és responsabilitat del professional que l'elabora. Per tant, la signatura mostra quin professional ha elaborat aquella notícia. No signar-la equival a indicar al lector que la informació no ha estat sotmesa a cap procés de tractament periodístic previ a la seva publicació i que com a molt ha estat sotmesa a un procés d'edició per encabir-la en l'espai i la pàgina assignades pels caps de redacció.

Així doncs, signar breus que clarament provenen de GC forma part d'un procés de mala contextualització per part de la capçalera, ja que pot portar a la confusió del lector, que responsabilitza a un professional d'una informació que no ha elaborat i que, per tant, no ha estat sotmesa a cap filtre periodístic per validar-ne el seu contingut.

Estem d'acord que en moltes ocasions les informacions provinents de comunicat que acaben essent breus periodístics no tenen el pes informatiu necessari per a ser desenvolupades. Fins i tot, en moltes ocasions ni tant sols és necessari que siguin sotmeses a un procés de contraposició. Però la contextualització és essencial per a la correcta interpretació d'una informació, i tots els elements que formen part d'una peça periodística, inclosa la signatura, han d'aportar totes les claus interpretatives possibles per no confondre al lector⁸¹.

Finalment, hem de fer esment a la relació que hi ha entre els paràmetres de la signatura, el volum i les fonts d'informació. Tal i com observem a la pàgina següent, les peces periodístiques signades que només tenen una font són majoria:

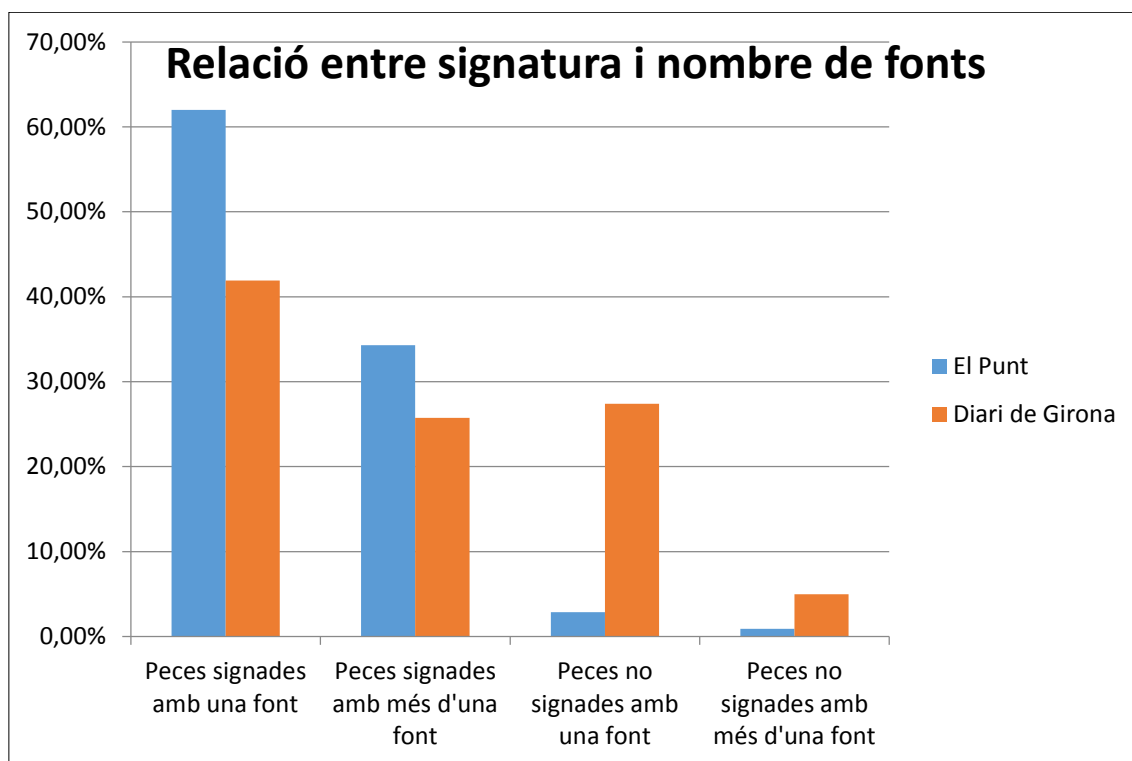
Peces signades amb una font	577	52,12%
Peces signades amb més d'una font	333	30,08%
Peces no signades amb una font	165	14,91%
Peces no signades amb més d'una font	32	2,89%
	1107	100,00%

Taula 49: Relació entre la signatura de les notícies i les fonts utilitzades.

Una mica més de la meitat de les peces són signades i tenen una sola font. La segueixen les peces signades amb més d'una font. El percentatge de peces no signades, ja sigui amb una o més d'una font tenen percentatges inferiors. D'aquestes xifres es podria deduir que generalment les peces que tenen més d'una fonts estan signades. Per tant és d'esperar que el tractament informatiu que impliqui l'ús de més d'una font, ja sigui per corroborar o rebatre la informació aportada per la font principal, és un criteri d'importància a l'hora de decidir si es signa o no una informació.

⁸¹ Cal tenir present el concepte de transparència dels mitjans (Rodríguez Rey et al. 2015), que està molt lligat a l'ús i atribució de les fonts, però també a l'explicitació de dades referents a l'origen, espai físic i circumstàncies en les que s'ha obtingut aquesta informació.

En la següent gràfica observem les diferències essencials pel que fa a la relació entre la signatura i el nombre de fonts utilitzades en les dues capçaleres:



Gràfica 64: Comparativa de la relació entre la signatura i el nombre de fonts utilitzades.

Fixem-nos com *El Punt* té uns percentatges més alts en totes les categories, cosa que no és d'estranyar tenint en compte que el 95% de les informacions estan signades pel redactor. En qualsevol cas, el percentatge majoritari, en ambdues capçaleres, correspon a les peces signades amb una sola font, percentatge encara més superior si hi afegim les peces no signades amb una sola font. Aquestes dades ens indiquen ja una tendència important observada en les peces analitzades: l'ús d'una sola font per elaborar les informacions.

5.2.3. NOMBRE DE FONTS:

Tot seguit analitzarem el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces periodístiques. Cal recordar, com ja hem justificat àmpliament, que el nombre de fonts és un criteri essencial per valorar la qualitat d'un producte periodístic. En aquest sentit, Rordríguez Rey indica que *“cuando se define periodismo de calidad se habla de la exigencia de veracidad, de comprobación, de contexto, de pluralismo, de interés público, todos ellos rasgos esenciales, pero que precisan un desarrollo más concreto de modo que su puesta en práctica satisfaga las necesidades de las audiencias a las que se dirige. Las señas de identidad del buen periodismo se encuentran en su capacidad de contextualizar las informaciones, aportar datos, generales y particulares comparativos y evolutivos, cuanto dé sentido y significado y permita la comprensión del tema y lo aproxime al lector como ciudadano. Y todo ello está relacionado con las fuentes”*. (Rodríguez Rey et al. 2015: 88)

Efectivament, l'ús d'una sola font hauria de ser incompatible amb informació de qualitat, ja que aquesta ha de tenir, imperativament, un context, dades generals i comparatives per donar al lector totes les claus informatives per a poder entendre la realitat que se li explica. Aquestes característiques haurien de ser encara més evidents en el periodisme local. Podríem comprendre que aquells periodistes que treballen informació general, que es desenvolupa en grans centres de decisió política, es recolzessin en un nombre limitat de fonts. Ara bé, això és menys comprensible si qui elabora la informació està a prop de les fonts, (Rodríguez Rey et al.: 2015). I no només en el sentit figurat de la paraula, sinó literalment.

Tal i com hem comentat anteriorment, que els periodistes locals s'acostin als centres de decisió i de poder és comprensible i necessari, ja que és on es generarà la informació que està a la base del seu producte periodístic. Però això no ha provocar que s'allunyi dels actors que configuren el marc social sobre el que informen, i que també tenen informació rellevant i d'interès pel lector. Les notícies no només estan formades per la informació que ens aporten

les fonts sinó que les pròpies fonts formen part intrínseca de la notícia, en la mesura en que la seva identitat i les seves accions són essencials per entendre la realitat informativa (Rodríguez Rey 2015).

Fem un cop d'ull ara a les dades referents al nombre de fonts utilitzades per notícies de manera global:

1	764	44,99%
2	249	14,66%
3	78	4,59%
4	37	2,18%
5	10	0,59%
	1698 ⁸²	100,00%

Taula 50: Dades globals del nombre de fonts utilitzades per notícia.

Tal i com s'observa en la taula anterior, el nombre de notícies analitzades amb una sola font representa el 45% del total de notícies. Gairebé la meitat de peces, doncs, s'han elaborat amb una sola font d'informació. I aquesta taula no discrimina entre cap altre criteri. Per tant, del nombre global de peces d'informació, gairebé la meitat estan elaborades amb una sola font.

En essència, elaborar informació amb una sola font no és quelcom necessàriament negatiu. En funció de les circumstàncies o de les característiques de la informació, a vegades no és necessari contraposar-la o buscar fonts que ens donin versions alternatives a la de la font principal. Ara bé, els casos en els que això és periodísticament justificable no són gaires. Podríem pensar, per exemple, en el cas de l'estrena d'un nou servei per part de l'ajuntament, o en l'adquisició d'un nou vehicle, o en la visita d'una autoritat a un lloc de rellevància...però tots els temes, per banals que puguin semblar, són susceptibles de ser ampliat o de ser contraposats amb versions alternatives, precisament perquè aquesta és la raó de ser del periodisme.

⁸² Aquesta xifra, que no correspon amb el nombre total de peces analitzades, sorgeix de la suma del nombre total de fonts utilitzades en aquestes notícies.

La necessitat de comptar amb fonts alternatives no només és estètica, sinó ètica. El periodisme local, que treballa amb protagonistes i escenaris coneguts pel lector, ha de ser especialment curós en donar representativitat als diferents actors socials. Només d'aquesta manera complirà amb la seva funció i oferirà una informació diversa, contextualitzada i plural (Rodríguez Rey et al. 2015). Hi afegiríem, a més, la necessitat de generar una informació inclusiva i representativa de la diversitat social, que de retruc li permetria donar una visió més profunda i analítica de la realitat.

Estem assumint doncs que la majoria d'aquestes peces que s'elaboren amb una sola font són d'origen institucional, en el cas que ens ocupa, l'ajuntament, o més en concret encara, el govern municipal (alcalde, regidors, regidories, empreses municipals...) El cas és que, tal i com veurem més endavant, les fonts oficials són majoritàries en les notícies elaborades amb una sola font, pel que és pertinent fer aquest incís.

En aquest punt, veiem les diferències en aquest apartat que es detecten entre les dues capçaleres:

1	366	64,44%
2	126	22,18%
3	41	7,22%
4	23	4,05%
5	9	1,58%
	890	100,00%

Taula 51: Nombre de fonts utilitzades per peça a El Punt.

1	398	69,46%
2	123	21,47%
3	37	6,46%
4	14	2,44%
5	1	0,17%

Taula 52: Nombre de fonts utilitzades per peça a El Punt.

Tal i com podem observar el percentatge de peces en els que s'utilitza una sola font és superior si analitzem les dues capçaleres per separat que si ho fem juntes. Això és degut a que el percentatge de notícies en les que s'utilitzen dues o més fonts és superior si sumem les dues capçaleres. En qualsevol cas s'accentua la tendència a utilitzar una sola font per elaborar les peces periodístiques, arribant en tots dos casos a percentatges propers al 70% (64,44% al *DdG* i 69,46% a *El Punt*).

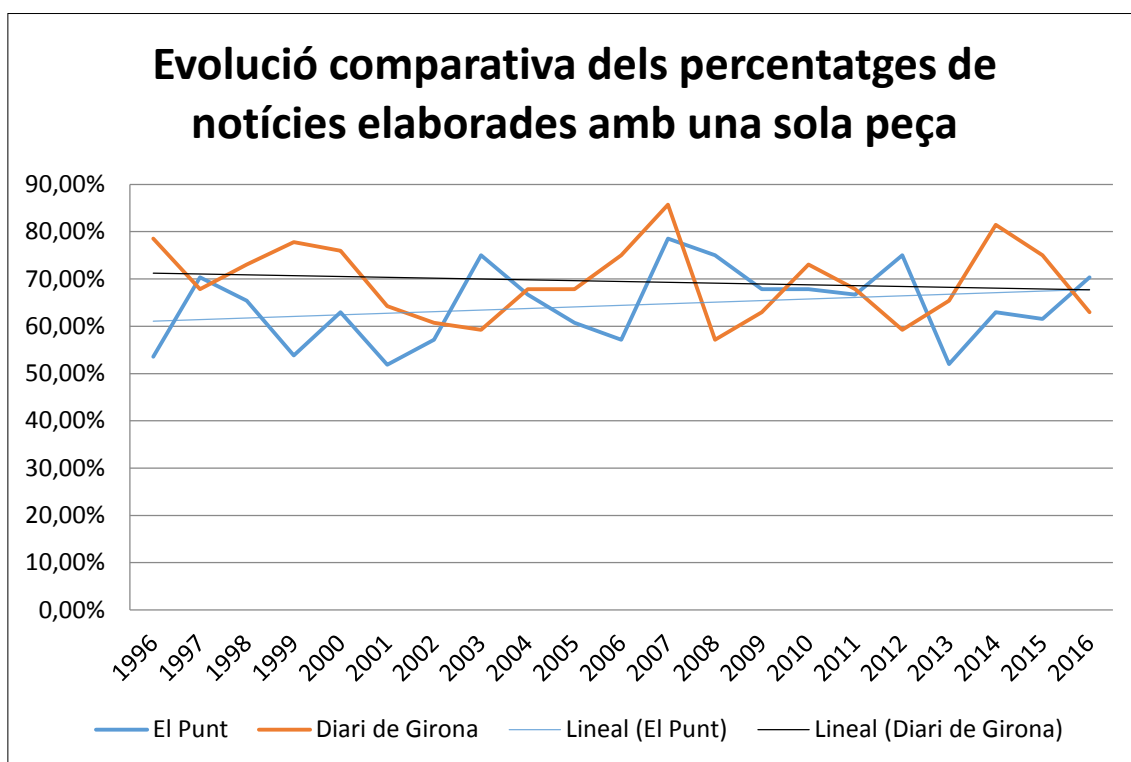
El percentatge de peces en les que s'utilitzen dues fonts s'incrementa quan analitzem les capçaleres per separat. Així, si en total aquestes peces representen un 14% del total, en el *DdG* representen el 22,18%, mentre que a *El Punt* representen el 21,47%. Les dades es mantenen estables en les dues capçaleres en aquelles peces elaborades amb tres o més fonts. Cal tenir present que en moltes ocasions aquestes peces amb més presència de fonts d'informació són en format reportatge, un format que exigeix un ús més exhaustiu de les fonts d'informació, i també de plens municipals, un entorn informatiu en el que, generalment, es dóna cabuda als punts de vista dels diferents grups municipals, ja siguin al govern o al consistori.

Així doncs, s'observa en aquest apartat una tendència general a elaborar informacions a partir d'una sola font. Aquest fenomen no és nou si observem els diaris d'abast català o estatal, però tampoc sembla ser-ho en l'àmbit local. Ja l'any 1964, Walter Gieber observava, en un estudi sobre les notícies locals als Estats Units, que els periodistes, tot i que es creguin independents de les seves fonts i de la informació que els aporten, raras vegades poden desfer-se de la influència d'unes fonts que treuen més benefici d'aquesta relació que no pas els propis periodistes (Rodríguez Rey et al. 2015).

En aquest sentit: *“En el contexto mediático existen procedimientos cerrados entre fuentes y periodistas a los que un tercer nivel, la audiencia, no tiene acceso. Las decisiones en la mayoría de los casos se toman desde las altas esferas, infraestructuras políticas y económicas que presionan, imponen y determinan cuáles serán los pseudoacontecimientos que protagonizarán la actualidad de cada día”*. (Bezunartea 1998:11)

Sembla que l'audiència no té accés a aquest procediments de creació d'informació i per tant de cert poder d'influència pública. Ara bé, hem de tenir en compte que l'afirmació de Bezunartea és de 1998, i des d'aleshores moltes coses han canviat, especialment la irrupció de les TIC i de les xarxes socials. Per tant, seria bo observar si s'han produït fluctuacions pel que fa al nombre de fonts utilitzades. Seria senzill formular la hipòtesi, a primer cop d'ull, que les TIC han permès a molts actors socials accedir a l'agenda mediàtica, gràcies a la multiplicació exponencial de les possibilitats comunicatives que ofereixen.

En aquest sentit, veiem fins com ha evolucionat aquest paràmetre al llarg dels anys analitzats.



Gràfica 65: Evolució comparativa del percentatge de notícies elaborades amb una sola font.

Més enllà de les oscil·lacions en el nombre de notícies elaborades amb una sola font, fruit de la selecció de la mostra, observem tendències lleugerament contraposades entre les dues capçaleres. Per un costat, en el cas del *DdG* hi ha una lleugera tendència a la baixa, de manera que l'any 1996 teníem un valor del 73,57% pel 62,96% registrat el 2016. Repetim, més enllà d'oscil·lacions temporals, la línia de tendència mitjana recull una dinàmica de disminució del

nombre de notícies elaborades amb una sola font. En canvi, observant la línia de tendència d'*El Punt* veiem com passem del 53,57 del 1996 al 70,37 del 2016. Cal dir que aquestes xifres poden ser conjunturals i que l'elecció de la mostra inclogui variacions excessives en les dades. Però precisament per això hem inclòs en aquesta gràfica una línia de tendència, per veure, al llarg dels anys, quina evolució ha tingut aquest paràmetre. En el cas d'*El Punt*, doncs, s'observa una lleugera tendència alcista al llarg d'aquests 21 anys. Una tendència suau, probablement no significativa, però que ens indica un moviment del diari cap a una voluntat d'incloure més fonts (i atribuir-les correctament) en el procés d'elaboració de les peces periodístiques.

Som conscients que aquestes tendències són molt lleugeres i probablement no siguin significatives d'un canvi substancial en la praxis de les dues capçaleres. Ara bé, el simple fet que no s'observi una evolució substancial en el nombre de fonts utilitzades per elaborar les peces sí que pot ser significatiu. Hom podria esperar que al llarg de 21 anys es produís un canvi, almenys significatiu, en la manera en la que s'elaboren les informacions. Hem de tenir present que analitzem 21 anys en els que, més enllà dels canvis en els protagonistes de la informació i també en els periodistes que la recullen, més enllà dels canvis estructurals en l'exercici del periodisme i en els usos socials, s'han consolidat una sèrie de tecnologies de la informació i la comunicació que han transformat radicalment la manera de comunicar-nos i de relacionar-nos. Hom podria pensar que la consolidació d'aquestes tecnologies tindria algun impacte pel que fa a la diversificació de fonts, entre d'altres coses perquè han permès, i això és un fet, que actors socials amb poca presència als mitjans puguin accedir-hi d'una manera més senzilla, còmoda i efectiva.

Tanmateix no s'observen canvis significatius en aquest paràmetre. Seria arriscat atribuir definitivament una causa (o causes) a aquestes dades, però si que podem formular hipòtesis. En primer lloc, el fet que es pugui accedir amb més facilitat a l'agenda mediàtica no significa necessàriament que s'hi sigui inclòs. Cal establir una relació fluïda i constant amb els mitjans per establir-se com a font fiable i tenir accés a l'agenda. En segon lloc, el fet que hagi canviat la forma en la que els actors socials es comuniquen amb els diaris no significa que la seva credibilitat com a font hagi augmentat. Cal tenir present que l'ús de

les fonts es basa també en la seva capacitat per donar informació veraç de manera efectiva i ràpida als mitjans. Així doncs, tot i que qualsevol particular o associació pot generar informació atractiva pels mitjans, ha de superar la barrera de la confiança i la credibilitat per a ser presa en consideració com a font fiable. Aquest procés de verificació és molt més feixuc i difícil quan parlem d'actors que, tot i poder accedir fàcilment al periodista, no compten amb la seva confiança com per poder establir un relat informatiu alternatiu al de les fonts més poderoses.

Així doncs, els criteris que converteixen una font periodística en fiable i, per tant, susceptible de ser utilitzada no tenen doncs tant a veure amb una qüestió purament tecnològica, sinó social. El fet de tenir més accés a l'agenda mediàtica però que aquest accés no s'apreciï en l'anàlisi de contingut ens fa sospitar que, tot i la transformació profunda que les TIC han comportat a la professió periodística, no hi ha hagut un canvi cultural que les hagi legitimat davant dels *newsmakers*.

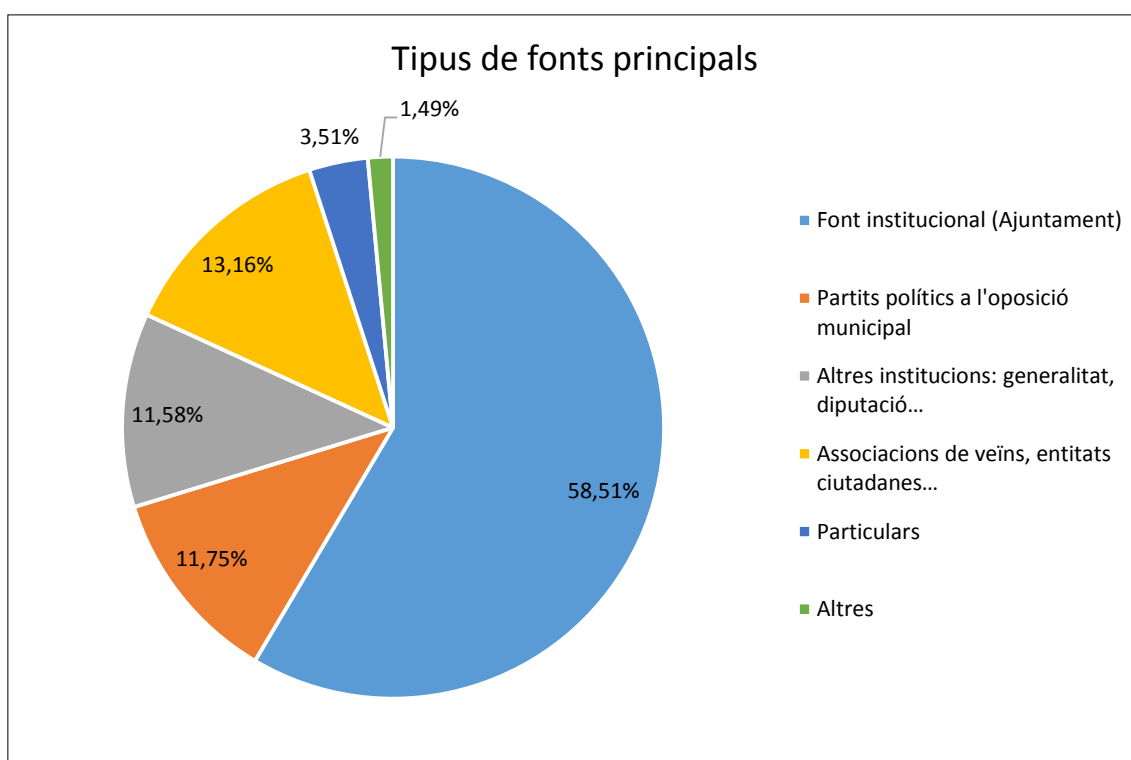
5.2.3.1: Tipus de fonts principals:

Tal i com hem observat en el capítol anterior, hi ha un domini notable de les notícies elaborades amb una sola font. Cal recordar que aquest fenomen no és nou, ni molt menys, però potser caldria esperar, a la llum de l'explosió de les TIC, un augment del nombre de fonts utilitzades. Tanmateix, no podem oblidar que, tal i com recorda Wolf (1994) la relació amb les fonts té molt a veure amb l'eficiència amb la que aquesta és capaç d'oferir informació al periodista, ja que hi ha la necessitat d'acabar el producte informatiu en un temps tancat i preestablert⁸³. Aspectes com la productivitat, la fiabilitat o la credibilitat són fonamentals per entendre la preeminència de determinades fonts respecte d'altres.

⁸³ En el marc teòric (pàgines 61-62) ja hem apuntat els factors exposats per Wolff (1994) que incideixen en l'efectivitat de la Font a l'hora d'irrompre a l'agenda temàtica.

En aquest sentit, cal recordar el que asseguren López i Mercadé en relació a la capacitat del poder polític d'adaptar-se a les rutines productives dels mitjans per generar una relació estable i fluïda amb els periodistes i generar dinàmiques de treball que facilitin la irrupció dels seus missatges als diaris (López, Mercadé: 2007)

Ja hem avançat que les fonts institucionals tenen una preeminència destacable quan parlem de la tipologia de fonts, tal i com observem en aquesta taula:



Gràfica 66: Tipologia de les fonts principals utilitzades en les notícies analitzades.

Observem clarament un domini rellevant de les fonts institucionals, és a dir, l'ajuntament, en la construcció de la realitat informativa. Establir-se com a font constant, fluïda i estable és un dels objectius de les estructures de comunicació desenvolupada per tot tipus d'institucions, empreses i organitzacions. En aquest sentit sembla que la presència als mitjans està assegurada, i no només com a una simple font informativa, sinó com a font principal, capaç de construir un relat informatiu i d'emmarcar el debat públic.

Efectivament, el fet de ser font principal no només significa que la informació que aporta tindrà una importància cabdal en la construcció de la realitat

periodística, sinó que a més permetrà l'establiment dels paràmetres en els quals s'observarà la realitat, és a dir s'establirà una agenda temàtica⁸⁴. Plantejar el relat des d'una sola perspectiva, però, fa que els lectors no tinguin tots els elements necessaris per interpretar la realitat de la manera més objectiva possible.

Observem en la taula com un 58% del es fonts principals utilitzades per elaborar les peces és institucional, és a dir, de l'ajuntament. Per ajuntament entenem l'equip de govern (alcalde, regidors...) empreses i institucions municipals (empreses de transport, d'aigua, de recollida d'escombraries...) i funcionaris, generalment tècnics d'una àrea determinada.

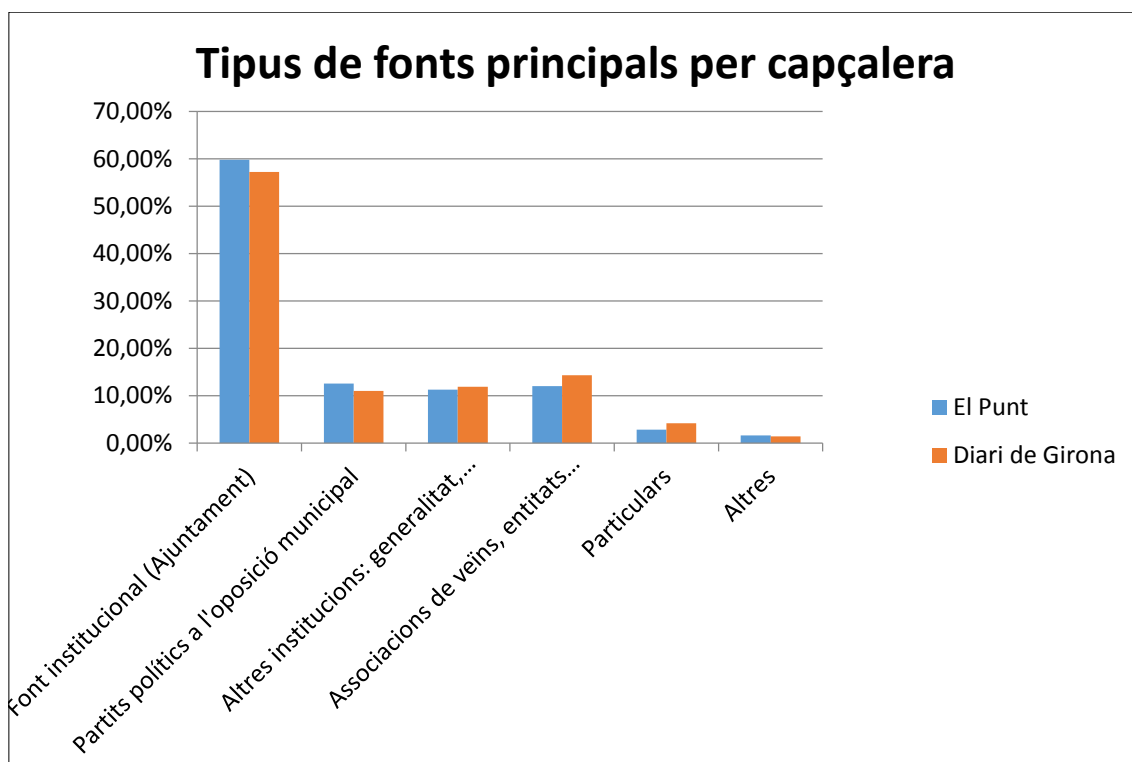
El segon lloc l'ocupen associacions cíviques municipals. En aquest conjunt hi hem inclòs associacions de veïns i entitats ciutadanes de tot tipus. Aquestes fonts representen un 13,16% del total de fonts principals. Un percentatge que pot interpretar-se com a baix si tenim en compte que bona part de la informació local té una afectació directa als usuaris, i que els mitjans locals solen tenir una relació bastant fluïda amb aquestes entitats, per necessitats de contrast informatiu. En qualsevol cas, recordem que estem parlant de fonts principals, és a dir, aquelles que aporten la informació primària per a la construcció de la realitat informativa.

El tercer lloc l'ocupen les fonts de l'oposició municipal, amb un 11,74% del total. Són generalment regidors a l'oposició, que aporten informació per a denunciar aspectes de la gestió municipal o per posar sobre la taula problemàtiques de la població. En quart lloc tenim el que anomenem "altres institucions", és a dir, institucions públiques supramunicipals: Consells Comarcals, Diputació, Generalitat (a través de representants o conselleries), Estat (a través de representants o ministeris) i Unió Europea, a més d'altres institucions que puntualment puguin aportar informacions als mitjans. Aquestes fonts representen un 11,58% del total. Finalment, trobem el que anomenem "Particulars". Són fonts puntuals que aporten informació, generalment en notícies de successos o en problemes urbanístics. La diferència respecte les

⁸⁴ El paper de les fonts és fonamental no només per aportar informació, sinó per definir els temes que serán d'interès públic (McCombs: 2006)

associacions de veïns és que en aquests casos els particulars no són portaveu de cap col·lectiu i parlen a títol estrictament personal. De fet, en moltes ocasions no són identificades, tal i com veurem quan parlem de l'atribució.

Si observem les dades per capçalera:



Gràfica 67: Dades comparades dels tipus de fonts principals al DdG i a El Punt.

En aquest apartat no observem diferències destacables entre les dues capçaleres. Cal interpretar que estem davant d'un fenomen sistèmic, que té més a veure amb les rutines productives de la professió i amb la preeminència de les estratègies comunicatives de les institucions⁸⁵.

Però la realitat és més complexa: *“que los periodistas locales acudan regularmente a los centros de abundante producción de noticias: gobiernos autonómicos ayuntamientos, parlamentos, policía, tribunales, es una obligación puesto que generan acontecimientos de interés general para los ciudadanos”* (Rodríguez Rey et al., 2015: 88). Ara bé, *“entre todos, fuentes oficiales convocantes y periodistas, acaban formando un círculo cerrado que ignora a los receptores como entes activos, como ciudadanos que desearían actuar*

⁸⁵ López, Macià (2007)

como interlocutores de los distintos poderes y, sobre todo, tener voz ante los medios. (Rodríguez Rey, et al., 2015: 88)⁸⁶.

Efectivament, tot i la irrupció de les TIC, que permeten als individus ser potencials generadors d'informació, no podem menystenir la capacitat dels mitjans de comunicació de ser un altaveu per a determinats col·lectius socials. La necessitat de contraposar un relat alternatiu al que ens ofereixen les institucions no pot dependre només de les TIC, i els mitjans han de ser conscients del seu paper i de la necessitat de traslladar una imatge el més diversa possible de la complexitat social.

En primer lloc per una qüestió de qualitat i prestigi professional: *“Las señas de identidad del buen periodismo se encuentran en su capacidad de contextualizar las informaciones, aportar datos, generales y particulares comparativos y evolutivos, cuanto dé sentido y significado y permita la comprensión del tema y lo aproxime al lector como ciudadano. Y todo ello está relacionado con las fuentes”* (Rodríguez Rey et al., 2015: 88).

En segon lloc pel paper que té (o hauria de tenir) la premsa local. Un quart poder que sigui capaç, no només d'informar d'allò que passa en una comunitat i de les decisions que prenen les institucions, sinó també de recollir els relats alternatius que generen d'altres actors socials. No podem oblidar que les fonts, a part de generar informació, es legitimen com a actors amb credibilitat a partir de la capacitat d'aportar informació viable als periodistes. Així doncs, una notícia amb una sola font no pot, per definició, aportar un relat complet i complementari a una història. Si no hi ha punts de vista alternatius el relat periodístic està coix i priva al lector d'elements importants per a interpretar la realitat (Rodríguez Rey, et al. 2015), (González, 2016).

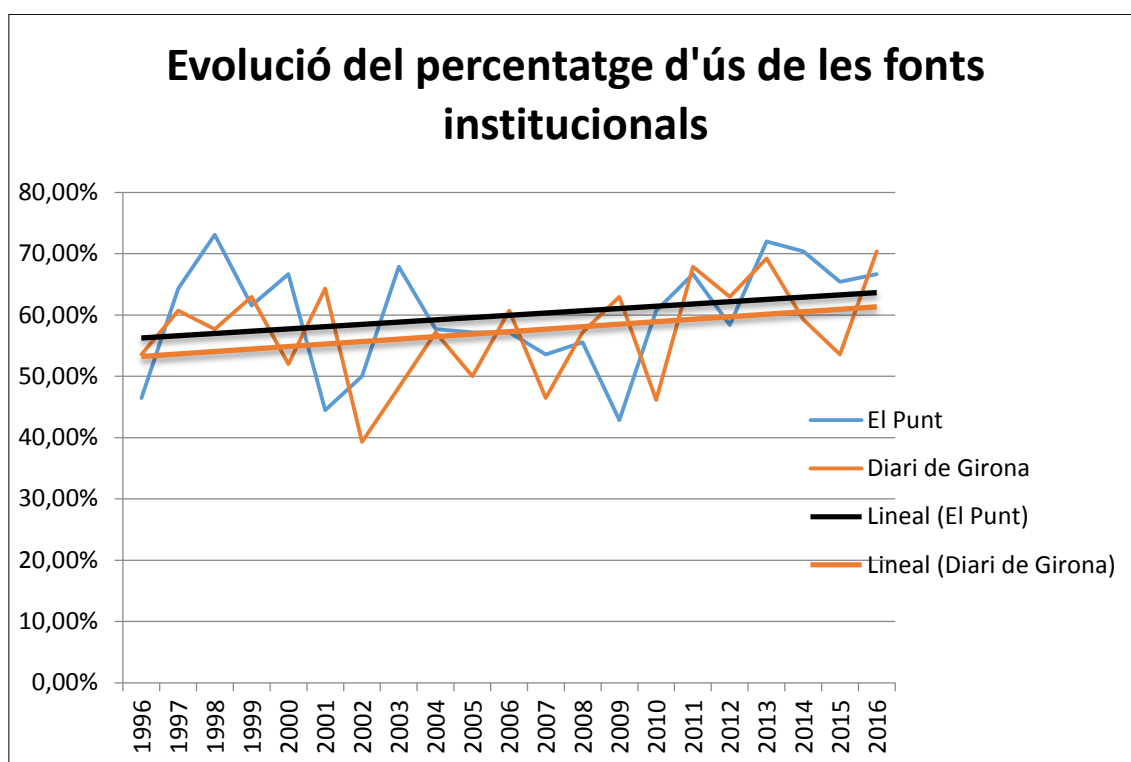
Així doncs, ens trobem davant d'un doble efecte negatiu pel que fa a l'ús d'una sola font per elaborar la informació periodística i, encara més, una font de tipus institucional. En paraules de Casero i López (2013), ens trobaríem davant d'un

⁸⁶ Caldria recordar en aquest punt el que Bezunartea (1998) anomena Teoria del Triangle. Polítics, periodistes i audiència formen un triangle. Cadascun dels vèrtex actua sobre els altres dos, però les relacions no són simètriques. El poder intentarà utilitzar els mitjans com a camins per a traslladar un missatge generalment persuasiu.

doble efecte, un d'intern, és a dir, relacionat als processos de producció periodística, i un d'extern, relatiu als efectes socials de la informació⁸⁷.

Estem davant d'unes dades que confirmen una tendència que la literatura acadèmica ja apuntat des de fa molt de temps⁸⁸. La manca d'autonomia dels periodistes i la seva dependència de fonts poderoses (Rodríguez Rey, et al. 2015) amb un relat propi, legítim, versemblant però unívoc de la realitat és una problemàtica antiga, en part provocada per les rutines productives establertes. Però hom podria pensar que en un entorn local, amb una major proximitat entre fonts, periodistes i audiència, unit a l'explosió de les TIC, podria haver-hi una tendència a l'alta a l'hora de donar veu a fonts alternatives.

Observem-ho en aquest gràfic:



Gràfica 68: Evolució del percentatge d'ús de les fonts institucionals com a font principal

Sembla, doncs, que no només el percentatge de fonts principals és dominat per les fonts institucionals al llarg dels anys estudiats, sinó que fins i tot es detecta una lleugera tendència a l'alça en la preeminència d'aquest tipus de font. Si bé

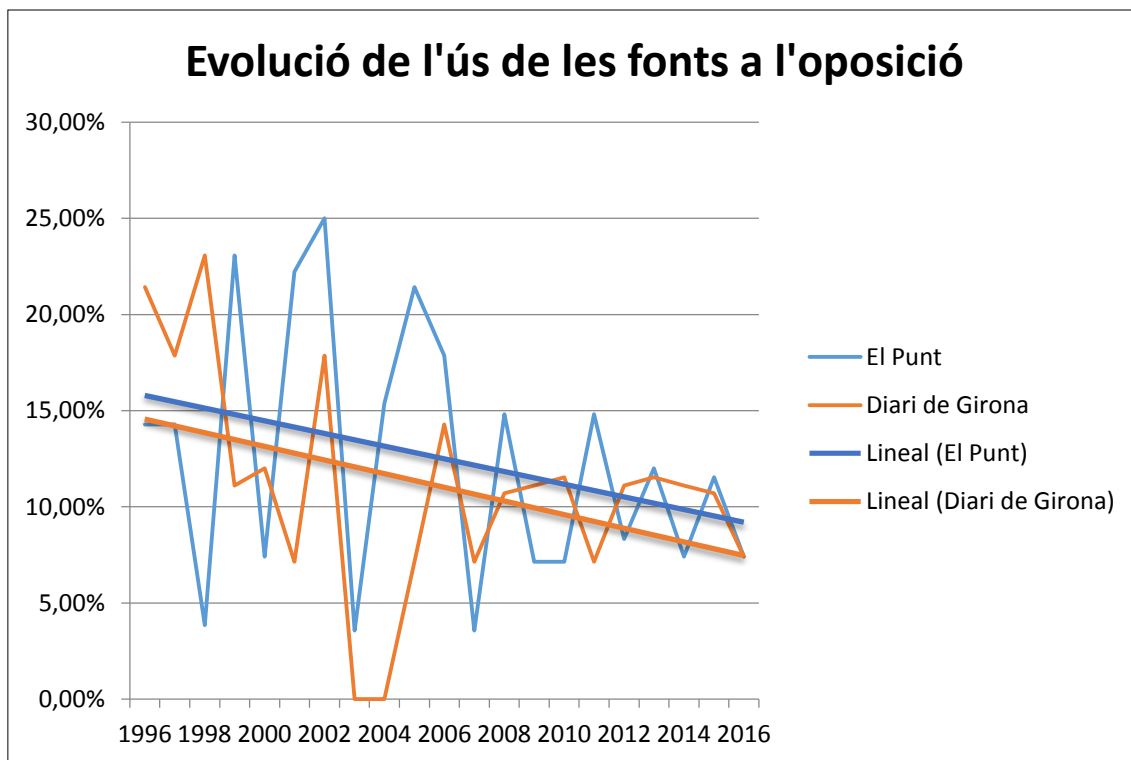
⁸⁷ De fet, Casero i López conclouen que aquests dos aspectes configuren criteris essencials per valorar la qualitat periodística a partir de la gestió de les fonts.

⁸⁸ Tuchman (1978) o Gans (1980) alertaven ja d'aquest fenomen.

no es tracta d'una tendència molt acusada, si que ens permet afirmar que la preeminència de les fonts institucionals a anat en augment. Així doncs, no sembla que l'ús de les TIC hagi tingut una influència sensible en la tendència, per altra part ja detectada per d'altres investigadors, a recolzar-se en les fonts institucionals per obtenir la informació amb la que es construeix el relat periodístic. Sembla, tal i com ja establí Diezhanndino (2007) que el sistema que regeix l'ús de les fonts periodístiques, amb els criteris de fiabilitat, estabilitat i credibilitat establerts per Wolf (1994) no ha patit canvis estructurals, tot i la transformació que han introduït les TIC. Com a actors socials tenim més capacitat per influir en l'agenda mediàtica però l'autoritat, la credibilitat, la fiabilitat i en definitiva, la potència informativa de les institucions segueix dominant el procés productiu en la premsa local.

En aquest sentit, el recolzament prioritari en fonts institucionals, més actives, estables i efectives que d'altres per desenvolupar el producte periodístic mostra una manca de preocupació per oferir relats alternatius als lectors. No s'interactua amb el ciutadà per obtenir informacions alternatives que no són menys transcendents que les que pugui oferir la institució (Gaibar, 2015). A més, ens indica, encara que sigui circumstancialment, que hi ha un pobre treball d'investigació que pot amagar també qüestions de dependència dels mitjans respecte les institucions per qüestions econòmiques o polítiques (González, 2016).

Però i les demés fonts? Quines tendències observem en el seu ús com a font principal? Veiem els gràfics següents:



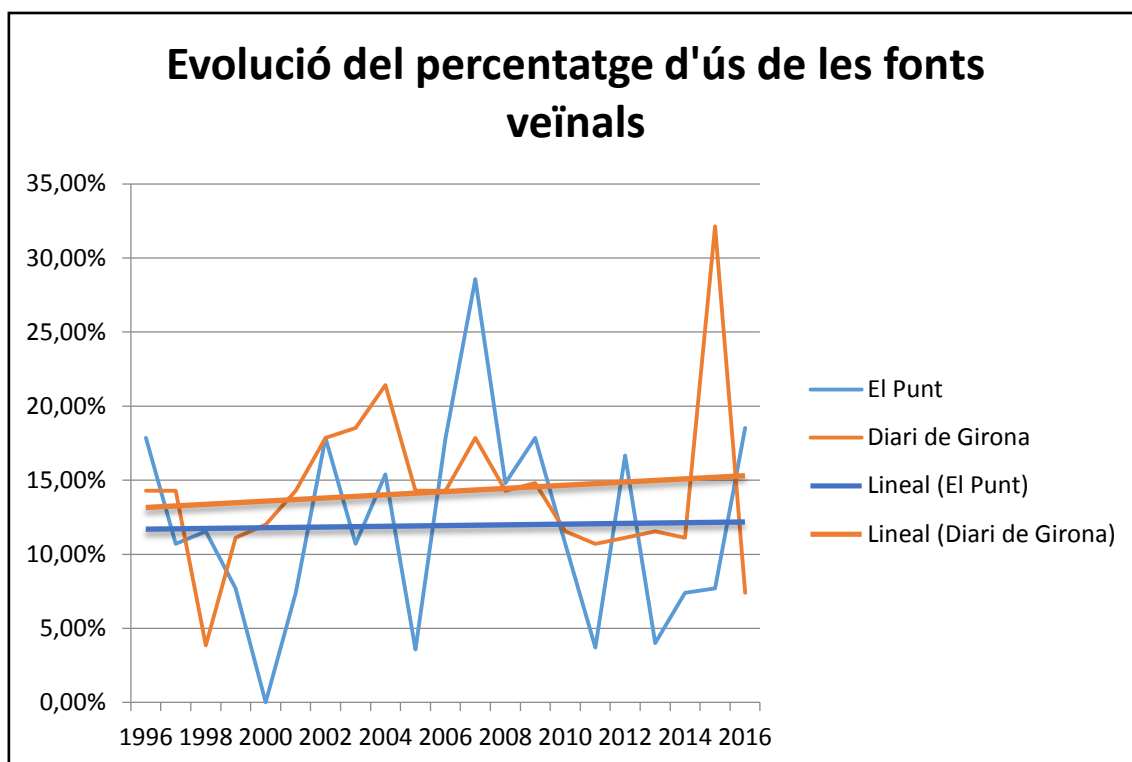
Gràfica 69: Evolució comparada de les fonts de partits de l'evolució.

En primer lloc observem com el percentatge de fonts de partits de l'oposició és sensiblement menor que el de les fonts institucionals. Però, un altre cop, això no ens hauria de portar a la conclusió precipitada de que hi ha una voluntat explícita dels mitjans de plantejar un relat informatiu favorable a la font institucional. No podem perdre de vista que, tot i que és important el que pugui dir l'oposició en qualsevol tema que afecti la gestió municipal, qui pren les decisions és el govern. Per tant, és lògic que tingui més representació o, més ben dit, que aporti més quantitat d'informació.

Ara bé, observem una sensible tendència a la baixa en l'anàlisi de les dades relatives a l'ús de partits de l'oposició com a font principal. Una tendència que curiosament contrasta amb la lleugera tendència a l'alta observada en l'ús de les fonts institucionals. Una explicació podria ser la major capacitat comunicativa que tenen els partits a l'hora de difondre la seva opinió. Però aquesta mateixa capacitat (i major) també la tenen les institucions. A més, un diari permet a l'oposició contactar amb una bossa de votants gens menyspreable, la de la franja de la societat que no utilitza, o ho fa de manera puntual, les xarxes socials o internet. Una altra explicació podria ser

l'escassetat de recursos que tenen els diaris. La manca de personal pot provocar que s'hagi de prioritzar la informació que aportin aquells actors que tinguin capacitat de decisió, en detriment de la cobertura que es dóna a l'oposició.

En qualsevol cas, veiem quina tendència hi ha en l'ús de les fonts d'associacions de veïns:



Gràfica 70: Evolució de l'ús de fonts veïnals com a font principal.

Més enllà de les fluctuacions anuals, que podrien estar relacionades amb l'elecció de la mostra, detectem un lleuger increment, al llarg dels anys, de l'ús de les fonts veïnals, especialment al *DdG*. Tot i que aquest increment no és molt notable, si que és sensible, el que podria indicar una major preocupació per donar cabuda als inputs informatius de les associacions de veïns.

En aquest cas, podria ser que les majors possibilitats de comunicació que ofereixen les TIC hagin tingut el seu efecte. Podria ser també que el diari hagi intentat reforçar la seva posició com a element de fiscalització del poder municipal i hagi aprofitat l'increment de l'intercanvi informatiu amb les associacions de veïns per donar-los més cabuda en l'agenda temàtica.

Cal recordar que el model normatiu de les funcions del periodisme en un context democràtic (McNair, 2009), atorga a la professió periodística el paper de mediador entre la classe política i la ciutadania. Així, a més de rebre, elaborar i difondre la informació política de manera que la ciutadania la pugui interpretar, el periodisme s'erigeix, en virtut d'aquesta funció, en el portaveu de la ciutadania davant del poder (Casero, 2012). D'aquesta manera, els diaris se senten en la necessitat, no només professional sinó també social, de donar cabuda als missatges que la ciutadania vol transmetre al poder. En definitiva, s'estableix com a portaveu de demandes i preocupacions ciutadanes. I els ciutadans perceben que aquest hauria de ser un dels papers principals del periodisme, i més en un àmbit local marcat per la proximitat, tot i que de vegades no el compleixi⁸⁹

Evidentment que la irrupció de les TIC i més encara de les xarxes socials, ha diluït aquest paper tradicionalment atorgat a la premsa, però no és menys cert que, en virtut de la política mediàtica que impera en la societat actual, els diaris recullen les demandes ciutadanes per una qüestió de deontologia professional però també de responsabilitat social. A més, tal i com indica Castells: *“cuanto más se refleje el curso real de los acontecimientos en los medios de comunicación, más se ampliará la influencia de los medios, puesto que la gente se reconoce en lo que lee o ve”*. (Castells, 2009: 270).

Finalment, no podem oblidar que *“el objetivo de los medios comunitarios y próximos reside en convertir a buena parte de los usuarios de la información en fuentes potenciales que mantengan vínculos de relación informativa con los periodistas que trabajan en el escenario local”* (López, Mercadé: 106-107).

Les implicacions d'aquests tendències observades més amunt són diverses. En primer lloc, la preeminència de les notícies elaborades a partir d'una sola font implica la construcció d'un relat periodístic poc contextualitzat, sense donar cabuda a versions alternatives que donin al lector una visió més coral de la realitat. Així, les institucions, establertes com a fonts principals i sense la

⁸⁹ Rodríguez Rey et al. (2015:87) indiquen que un estudi realitzat a Gran Bretanya pel *Media Research Center Comissioned by Media Trust*, mostra que una de les principals queixes dels ciutadans és que el periodista té poc coneixement de les notícies, que no hi aprofundeix i que el periodisme hauria de donar veu als col·lectius que no la tenen.

competència d'un relat alternatiu, són capaces no només de donar la seva versió sobre els aspectes de la gestió ciutadana, cosa legítima i lògica, sinó també d'establir l'agenda temàtica i els ritmes de la informació. En aquest sentit, l'elaboració d'una informació amb una sola font i amb una alta presència de fonts institucionals fa que la realitat informativa d'una comunitat estigui dominada per l'equip de govern. Això dóna a l'ajuntament el potencial per emmarcar el debat i controlar el flux informatiu.

Així, el govern municipal té un poder informatiu que va més enllà del que li correspondria per la seva posició. Aquest domini del relat s'observa en peces periodístiques que mostren la potència dels ajuntaments a l'hora de generar temes d'interès i de contrarestar els missatges de les fonts alternatives, ja siguin de l'oposició o veïnals. Així, per exemple, l'any 1996 trobem una notícia (16/1996/EP) sobre el teatre municipal. Es dedica íntegrament a recollir la opinió de l'alcalde, amb una extensió poc habitual. És una peça de més de mitja pàgina i gairebé tota conté declaracions de l'alcalde. Veiem com el mitjà aprofita l'autoritat informativa del govern municipal per elaborar una notícia que no està contextualitzada i eventualment actua com a altaveu del poder perquè aquest expressi la seva intenció. El mateix succeeix en una notícia sobre l'aprovació del nou reglament laboral d'Olot (26/1996/EP) en la que es transcriu la informació rebuda de l'equip de govern sense tractament ni reinterpretació. Es dóna per vàlid el que afirma.

La manca de fonts alternatives dóna un relat sense arestes, sense matisos i que trasllada a la ciutadania una versió legítima i segurament versemblant dels temes que l'afecten, però que en qualsevol cas és unívoca (Rodríguez Rey, 2015). Considerem una notícia sobre l'inici dels enderrocs a les Pedreres de Girona (3/1997/DdG), que constitueix un exemple de la manca de profunditat amb la que a vegades s'enfoca la informació local. Comencen les obres per condicionar l'espai per a un futur parc. Que l'Ajuntament porti el pes informatiu de la notícia és evident. De fet és qui decideix i executa aquest tipus d'actuacions urbanístiques. Ara bé, una informació completa i que aporti claus interpretatives potser hauria de comptar amb alguna font més. Així, l'entradeta diu que *"L'actuació no compta amb l'oposició dels afectats, segons Nadal"*. Així, el lector ha de prendre la paraula de l'alcalde com a certa. Potser hagués estat

bé comptar amb el testimoni d'algun veí, per corroborar si l'opinió de l'alcalde en aquest sentit és certa.

No realitzem cap judici d'intenció, simplement mostrem, tal i com indiquen les dades, la tendència a recolzar-se en les fonts oficials, cosa que les posa en una posició de preeminència a l'hora de construir la imatge social. Aquesta preeminència a vegades s'observa en petits detalls relatius a l'ús del llenguatge, sense que això pugui registrar-se numèricament. Per exemple, en la notícia sobre la cessió dels lots de nadal als geriàtrics per part de l'alcalde d'Olot (26/1999/EP), veiem com un gest simbòlic, que pot ser ben intencionat però que té una clara vessant propagandística, es converteix en l'argument per defensar que *“amb aquest gest, sense precedents a la corporació olotina, Sacrest vol demostrar públicament la seva renúncia a qualsevol tipus de privilegi pel seu càrrec.”* La resta de la notícia és un recull de les accions que suposadament demostrarien la voluntat de l'Ajuntament d'estrènyer-se el cinturó. Un diari no hauria d'incloure judicis d'intencions.

La força de les fonts oficials i la manera de codificar-la dels periodistes també es detecta en la manera en que es planteja la informació. A vegades els discursos polítics basats en qüestions tècniques, com per exemple l'aprovació d'uns pressupostos, s'eleva a la categoria de realitat informativa, sense una adequada contextualització. Així, en la notícia sobre el ple d'aprovació del pressupost del 2000 a Figueres (3/2000/EP) el titular reflecteix una opinió personal de l'alcalde. Fins aquí tot correcte, ja que sembla prou rellevant destacar les previsions del consistori pel que fa al creixement. Però el que sorprèn és que, un cop més, els discursos polítics, sense fonament tècnic o sense justificació es plantegin com a element més destacable de la notícia, quan probablement l'aprovació del pressupost hauria de ser el més destacable. Els fets haurien de prevaldre sobre les opinions o les valoracions, per encertades que siguin.

A vegades aquesta tendència costa de justificar, especialment en els casos en que la font alternativa té eines per traslladar als mitjans un relat alternatiu. Així doncs, en la notícia del sobre el compromís d'Acesa per a fer una nova entrada a Girona (11/2000/DdG) es dona per vàlida una informació que si s'hagués

contraposat amb fonts alternatives potser es desenvoluparia de forma diferent. La peça explica com l'alcalde de Girona ha arrencat el compromís de la companyia per fer un tercer carril a l'autopista. Això és el que diu el titular, però al cos hi diu "*un compromís pràcticament ferm*"...el matís que aporta l'adverbi és important. Tampoc s'hi inclouen declaracions d'Acesa, que podrien matisar la informació, o fins i tot contradir-la. L'autoritat de la font governamental pesa el suficient per a garantir el relat. A més, amb una imatge positiva per l'ajuntament, ja que, teòricament, és el responsable d'arrencar aquest compromís que probablement serà ben vist pels ciutadans.

Més exemples: la notícia sobre l'inici de la redacció del pla de les hortes de Santa Eugènia a Girona (25/2004/EP) està elaborada en base a les declaracions del regidor de Medi Ambient. La pròpia peça fa un recorregut de les demandes de diverses entitats a l'hora de començar a redactar el document. Tanmateix, la notícia no inclou el testimoni de cap associació ni entitat ni partit polític, tot i que el titular diu "*Engegen la redacció del reivindicat pla...*" si és reivindicat, potser seria pertinent copsar l'opinió de les parts que l'han demanat, un cop es comença a redactar. El fet és que es dona per vàlida la versió del govern, que evidentment no té perquè mentir, però manca una visió complementària que dibuixaria un relat més consistent de la realitat.

Més exemples: la notícia sobre els actes que farà l'Ajuntament de Girona per la Setmana de la Mobilitat (17/2005/DdG) està elaborada a partir de comunicat, i de fet es posen cites textuais però no s'indica qui les ha fet. Es parla també d'un estudi que es posa en marxa en col·laboració amb l'entitat *Mou-te en Bici*, però no hi ha cap font alternativa per complementar la informació. El que diu l'Ajuntament té presumpció de veracitat i no es contraposa amb d'altres fonts, i, repetim, això implica que es pugui dubtar de la seva veracitat (l'ajuntament no té perquè enganyar en aquesta qüestió) sinó que constatem que caldria donar informació complementària i global al lector.

Aquesta tendència a recolzar-se exclusivament en la versió de l'ajuntament no només s'observa a la ciutat de Girona. Hi ha exemples a d'altres ciutats. Així, la notícia sobre l'inici de les obres del complex esportiu de Blanes (10/2007/EP) prové d'un acte de visita i presentació de les obres per part dels representants

municipals. No s'aporta cap més font per contraposar la informació. El diari recull les informacions del consistori i les ofereix, sense aportar cap informació alternativa al relat oficial.

A Figueres, trobem una notícia que exposa els avenços que farà la ciutat en l'aplicació de les TIC, presentats en un congrés a Barcelona (21/2011/EP). Més enllà de les accions concretes que s'hi apunten, que poden ser certes i que s'han de remarcar, la peça, que té caràcter de crònica i no inclou declaracions textuais, comença amb aquesta afirmació *“Figueres s'encamina, a poc a poc, cap a la ciutat intel·ligent, i ho fa amb força i, sobretot amb convicció”*. Aquesta afirmació no té cap mena de fonament factual i no respon al llenguatge que seria d'esperar en una peça d'informació. És més aviat llenguatge polític, genèric i sense base. A vegades s'observa un cert mimetisme entre el llenguatge polític i el llenguatge periodístic, que desvirtua aquest segon i que el col·loca en el terreny de la propaganda, més que no pas de la informació.

A Figueres mateix, a la notícia sobre la rehabilitació del barri de Marca de l'Ham (25/2011/EP) s'hi afirma que els veïns estan contents amb les reformes, tot i que no s'aporta cap font ni cap testimoni veïnal que suporti l'afirmació. Si el titular afirma que *“el barri recupera l'autoestima”*, hom esperaria trobar testimonis que corroboreassin aquesta afirmació, perquè si no ens trobem davant d'un titular literari i ocurrent però no necessàriament informatiu. La base d'una notícia ha de ser informació, no opinió.

En aquests exemples observem com les institucions, en aquest cas l'ajuntament, aprofiten la necessitat d'informació dels diaris per, a través de la seva potència informativa i capacitat per difondre missatges, configurar l'agenda temàtica, especialment en el que fa referència a aspectes rellevants de la gestió pública. Així, trobem per exemple com es complementen les notes de premsa que es publiquen més o menys editades, amb fotografies pròpies. És el cas de la notícia sobre la instal·lació d'una placa a la plaça Louis Braille, que és aprofitada per l'alcalde per anunciar mesures polítiques o per comprometre's públicament a endegar determinades iniciatives (17/2011/DdG).

En aquest punt convé apuntar una qüestió que considerem rellevant: com els governs municipals aprofiten accions puntuals de la seva gestió que tenen

ressò mediàtic per inserir-les en plans polítics generals que el legitimen davant dels ciutadans i mostren com els plans amb els que van entrar al govern s'estan complint. Hi ha molts exemples en aquest sentit però de moment en donarem només un: en una notícia sobre l'èxit de la Fira d'Olot (27/1998/EP) el regidor de l'àrea realitza una sèrie de valoracions, personals que s'estableixen com a eix vertebrador de la notícia. El titular diu: "*L'èxit de públic confirma la Fira d'Olot com a eix del «paquet» comercial i cultural de tardor*". Tanmateix, aquesta afirmació no deixa de ser l'opinió que dóna el regidor en qüestió, i no un fet objectivable ni neutral. De fet, el redactat dóna a entendre que és el periodista el que fa aquesta afirmació, quan en realitat és el regidor, que aprofita l'avinentsa per promocionar les altres activitats que es fan a la tardor a la població per inserir-la en el pla d'acció de govern en aquesta àrea. Repetim que aquesta anàlisi no implica cap judici de valor. És perfectament legítim que el regidor aprofiti l'altaveu dels mitjans per valorar positivament allò que fa la seva regidoria, i també per recordar al lector els seus plans d'actuació. Però el periodista hauria de procurar no donar com a fets simples opinions. A més, l'aportació d'una font alternativa (encara que la informació recolzés el que diu el regidor) potser hauria donat més claus interpretatives al lector.

En definitiva, doncs, el poder de la font institucional establerta com a base única del relat informatiu li aporta tot un ventall de possibilitats comunicatives. I aquesta dinàmica no té a veure amb la capacitat de resposta de les fonts alternatives. Moltes vegades és una qüestió d'oportunitat i de proximitat. Per exemple, en la notícia sobre les negociacions per reobrir el Parc Central de Girona, el consistori imposa el seu relat, fins i tot davant d'actors informatius molt potents, com en aquest cas és el Ministerio de Fomento. S'explica que la ministra de Foment, Ana Pastor, s'ha compromès a agilitzar les obres del parc. Però aquesta explicació prové de l'alcalde de Girona, que informa als periodistes de com ha anat la reunió. No es pot dubtar del que diu l'alcalde, però, un cop més, trobem a faltar una breu contraposició del ministeri, tenint en compte que el seu aparell comunicatiu és potent i semblaria senzill buscar de primera mà quina és la seva posició respecte les obres.

Tal i com passa a *El Punt*, la notícia sobre aquestes negociacions al *DdG* (7/2013/DdG) té una estructura gairebé idèntica i utilitza les mateixes fonts. Així

doncs, tendim a pensar que no pot tractar-se d'un fet puntual o de les rutines productives d'una capçalera en particular, sinó d'un fenomen estructural en el que fa referència a l'ús de les fonts i del poder comunicatiu de les institucions, canalitzat pels GCM⁹⁰.

Aquests exemples ens ajuden a il·lustrar que el recolzament únic en les fonts institucionals per configurar el relat periodístic és una praxis que provoca el domini del flux informatiu en les qüestions que afecten als ciutadans i permet a la institució emmarcar el debat públic. Però també dóna a la institució la possibilitat d'utilitzar als mitjans per a contrarestar aquelles informacions que no li són favorables... tot plegat per projectar una imatge pública positiva sobre la seva gestió que, en darrera instància, li pot ajudar a seguir gestionant els afers públics⁹¹. Insistirem en aquesta qüestió quan parlem de la contraposició i les dinàmiques observades en els fluxos d'informació.

5.2.4: DIRECCIÓ DEL FLUX INFORMATIU:

Hem vist les dades referents als tipus de font principal i algunes de les implicacions que té el recolzament majoritari en fonts institucionals per elaborar la informació. Tanmateix, hi ha d'altres paràmetres que poden ajudar a interpretar millor la informació que ens aporten els números. És el cas de la direcció del flux informatiu.

En aquesta variable ens hem proposat identificar si l'ajuntament, establert com a font informativa, és el que genera la informació i, per tant, aporta al debat públic una sèrie de temes que considera rellevants. En d'altres paraules: és qui, a través d'informació d'interès emmarca el relat periodístic sota les

⁹⁰ Jimenez (2006) interpreta la repetició dels mateixos temes en diferents capçaleres com una senyal del triomf dels GC a l'hora de comunicar l'acció de les institucions per les que treballa.

⁹¹ "l'objectiu de tota força política o moviment social és aconseguir persuadir a un públic per aconseguir que li donin el seu recolzament, és a dir, el seu vot, que és el requisit imprescindible per a tenir la possibilitat de portar a terme les idees que es defensen. Sense una bona comunicació, aquesta acció és inútil" (Yanes Messa, 2009:86).

coordinades comunicatives que li interessin. L'altra opció seria aquella en la que l'ajuntament, establert com a font d'informació, es veu obligat a respondre a informacions aportades per d'altres actors, polítics o socials, establerts com a font d'informació. En l'apartat "Altres" hi hem inclòs totes aquelles notícies en les que el flux informatiu el generen d'altres actors i en els que no s'hi identifica conflicte amb el consistori.

Aquesta variable és important perquè sovint es perd de vista que reduir l'ús de les fonts a una qüestió estrictament numèrica no aporta informació essencial sobre l'impacte de la seva acció comunicativa. Efectivament, no és el mateix plantejar temes d'interès públic des del domini de l'acció (i del relat) que no pas veure's obligat a respondre a les iniciatives comunicatives d'altres actors, que potser tenen interessos divergents als de l'equip de govern.

En les gràfiques següents veurem com es reparteix aquest paràmetre:

L'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació	624	54,78%
L'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors	172	15,10%
Altres	343	30,11%

Taula 53: Dades globals de la direcció del flux informatiu.

Tal i com observem en aquestes dades globals, en un 54,78% de les notícies, l'ajuntament s'estableix com a font principal i generador de la informació. En canvi, només en un 15,10% l'ajuntament respon a una notícia prèvia o a informació generada per d'altres actors.

Fem un cop d'ull a les dades per capçalera:

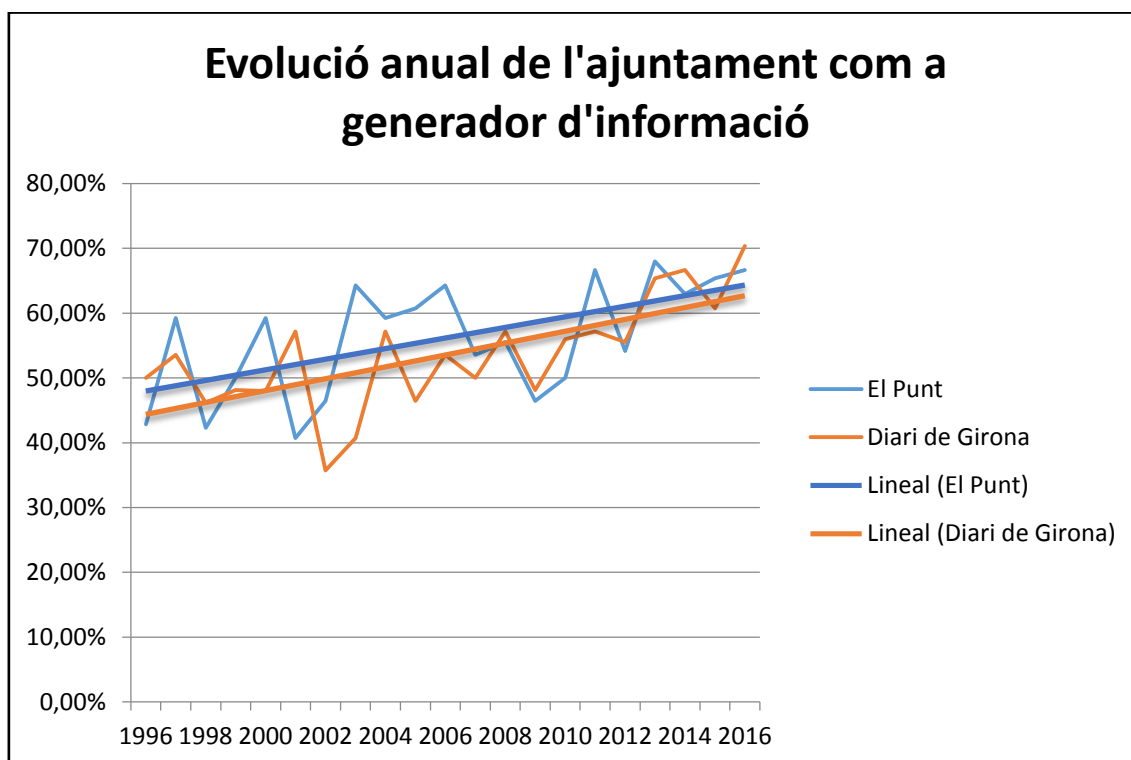
L'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació	318	56,08%
L'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors	82	14,46%
Altres	167	29,45%

Taula 54: Dades globals de la direcció del flux informatiu a El Punt.

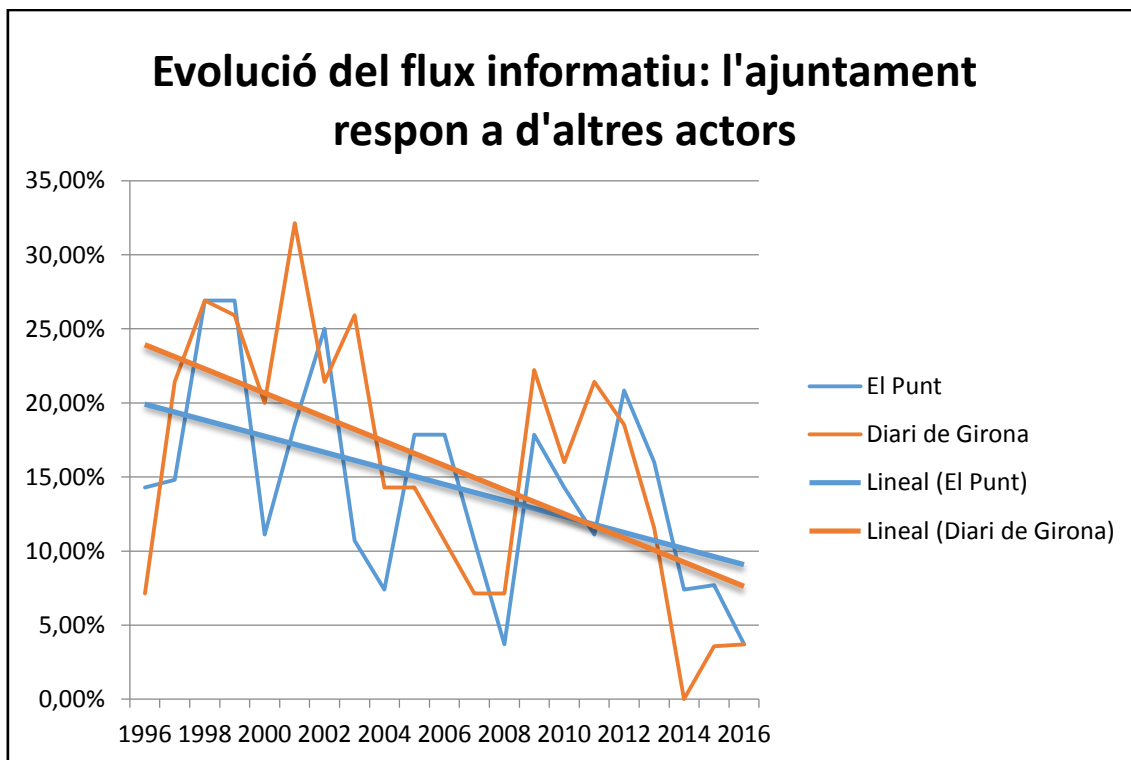
L'ajuntament és la font principal de la notícia i generador d'informació	306	53,50%
L'ajuntament respon a una notícia prèvia generada per altres actors	90	15,73%
Altres	176	30,77%

Taula 55: Dades globals de la direcció del flux informatiu al DdG. t

Tal i com observem a les dades anteriors, no s'aprecien diferències significatives en les dues capçaleres. La majoria de notícies tenen a l'ajuntament com a generador d'informació. Més enllà de que podem considerar lògic que això sigui així, no podem obviar la responsabilitat dels mitjans per intentar donar veu a actors que poden tenir interessos comunicatius diversos (i divergents) als del consistori. En qualsevol cas, no sembla que al lla



Gràfica 71: Direcció del flux informatiu: evolució de l'ajuntament com a generador d'informació.



Gràfica 72: Direcció del flux informatiu: l'ajuntament respon a d'altres actors.

En les dues gràfiques anteriors tenim la comparativa entre capçaleres de la direcció del flux informatiu. Tal i com observem en les línies de tendència, les notícies en que l'ajuntament és la font principal i que genera la informació a través de la qual es vertebra la realitat informativa va a l'alça. Podríem pensar que és una qüestió conjuntural, però la tendència és gairebé idèntica en les dues capçaleres.

En canvi, si observem l'evolució del flux informatiu fixant-nos en les notícies en que l'ajuntament respon a informacions generades per d'altres actors o notícies anteriors va clarament a la baixa, amb una tendència més acusada al *DdG* que a *El Punt*. Podria indicar això una tendència de les institucions a gestionar més i millor l'accés a l'agenda temàtica? O potser podria indicar un relaxament dels diaris a incloure d'altres fonts que estableixin un relat alternatiu al plantejat pel poder?

No podem afirmar amb rotunditat el perquè d'aquesta tendència, tot i que si podem assenyalar-la. Si bé és cert que l'explosió de les TIC ha incrementat les possibilitats comunicatives dels ajuntaments, recordem que no és menys cert

que el fet de que es pugui accedir de manera més directa i efectiva als mitjans no fa que augmenti la nostra credibilitat ni el nostre valor informatiu. Tendim a pensar que aquest domini de les fonts institucionals té més a veure amb les dinàmiques de producció d'informació establertes en els diaris, més que no pas a una voluntat de donar més cobertura a les institucions.

Si, tal i com ja hem afirmat, que el periodista local s'acosti als centres més potents de creació d'informació és lògic i natural, aquestes dades no ens haurien d'estranyar. Però d'altra banda hom podria pensar que l'increment de les oportunitats que aporten les TIC a les fonts alternatives per d'accedir a l'agenda temàtica hauria de reflectir-se en aquestes dades, i tanmateix no ho fa. És evident que les TIC han suposat una transformació del panorama informatiu i han afectat als fluxos informatius, de manera que *“contenido informativo generado por los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil es, incluso, capaz de influir en los medios tradicionales que se ven obligados a incluir sus reivindicaciones en su agenda”*⁹²(Casero, 2012: 28). Tot i això, seria innocent pensar que només els col·lectius que estan fora del poder utilitzen aquestes xarxes. Al contrari, les institucions també estan a la xarxa i també les utilitzen per a poder difondre de manera efectiva i directa el seu missatge. La gestió de les TIC és un element fonamental en qualsevol GC. No podem obviar que una gestió professionalitzada d'aquestes eines pot garantir grans resultats en l'efectivitat de la gestió comunicativa d'una institució.

Però hi ha d'altres factors que en els darrers anys poden haver influït en els fluxos informatius. Per exemple la crisi econòmica i de model de les empreses editores. La manca d'independència econòmica és un perill pel paper de defensor de la democràcia que implícitament porta el periodisme lliure. La manca de recursos té una repercussió directa en la capacitat del mitjà d'elaborar informació (Casero, 2012) i a més *“puede ocasionar una reducción de la autonomía profesional del periodismo político debido al aumento de las presiones y la reducción de la capacidad para hacerles frente”* (Casero, 2012: 30).

⁹² Tanmateix, Casero i Ripollès també recorden que el periodisme segueixen essent un dels principals reguladors de la visibilitat social i la construcció de la realitat (Casero i Ripollès: 2012)

Així doncs, en un entorn on la crisi financera pressiona les empreses periodístiques i on l'augment de la mercantilització de la informació va en detriment del seu valor cívic, l'autonomia professional dels periodistes pot quedar mediatitzada pels interessos dels grups comunicatius propietaris dels mitjans (Casero, 2012). Així no podem obviar que, tot i que parlem de l'àmbit local, hi ha condicionants polítics i empresarials que condicionen la feina del periodista⁹³.

En definitiva, no podem menystenir l'entorn econòmic en el que han irromput les TIC i les xarxes socials, ja que *“el hecho que las decisiones del sistema político, particularmente de la esfera gubernamental, afecten a la rentabilidad de las corporaciones mediáticas, tanto en lo referente a las reformas legales como en aquello relativo a la inyección de recursos económicos vía subvenciones o adjudicaciones, y que los sujetos políticos necesiten a los medios para buscar y mantener el apoyo electoral de la ciudadanía puede propiciar fenómenos de clientelismo, de forma e intensidad variables”*.(Casero, 2012: 26)

5.2.4.1. Relació entre la direcció del flux informatiu i el nombre de fonts:

En aquest punt, ens hem plantejat quina relació podria haver-hi entre la direcció del flux informatiu i el nombre de fonts. Podria ser que en aquelles informacions que generen les notícies, tot i ser majoritàries, hi hagués un major ús de fonts alternatives per contraposar el relat del poder. Tanmateix, no sembla que sigui així.

⁹³ Casero (2012) cita a Van Dalen (2012), que indica que de les pressions polítiques dins de les organitzacions mediàtiques, el temps i l'espai disponibles per a elaborar les notícies, les dificultats d'accés a la informació imposades per la professionalització de la comunicació política i les pressions comercials derivades dels anunciants són els principals entrebancs pels periodistes a l'hora d'elaborar informació.

Informació generada per l'ajuntament amb una font	460	40,42%
Informació generada per l'ajuntament amb més d'una font	164	14,41%
L'ajuntament respon a informacions prèvies o externes amb una font	46	4,04%
L'ajuntament respon a informacions prèvies o externes amb més d'una font	126	11,07%
Altres una font	256	22,50%
Altres més d'una font	86	7,56%

Taula 56: Relació entre la direcció del flux informatiu i el nombre de fonts.

Si tenim en compte que el 54,84% de les informacions analitzades tenen a l'ajuntament com a font principal generadora de la informació, observem com en un 40% d'aquest percentatge són notícies elaborades amb una sola font, pel 14,41% que aporten fonts alternatives per complementar el relat. Així doncs, un 40% de les notícies en que l'ajuntament és l'eix vertebrador de la informació no hi trobem cap font alternativa.

En canvi, observem com en el cas en que l'ajuntament hagi de respondre a informacions prèvies o aportades per a fonts alternatives, el percentatge canvia, i són majoria les que compten amb més d'una font (11, 07%) respecte les que només compten amb una font (4,04%).

Aquest fet podria estar relacionat amb la capacitat de les fonts institucionals de contrarestar els relats alternatius que plantegen els diferents actors socials. El poder del consistori, establert com a font d'informació, no es limita a la capacitat d'introduir inputs informatius a l'agenda temàtica, sinó que també opera en la desactivació de missatges que puguin ser considerats nocius per la institució. En aquest sentit, l'ajuntament té capacitat més que sobrada per intervenir als mitjans en cas que ho consideri necessari.

Dins d'aquest grup de notícies que hem esmentat, a vegades s'aporta una sola font perquè la peça és una resposta a notícies publicades en dies anteriors. És el cas d'una informació sobre les bonificacions fiscals als comerços de Figueres

afectats per unes obres (8/2001/EP). No s'aporten fonts alternatives perquè de fet la notícia és una resposta a les crítiques que el dia anterior havien fet els comerciants. En aquesta peça el periodista busca la reacció del govern que, per ser una font autoritzada, té l'opció de respondre. I ho fa perquè vol contrarestar el probable efecte negatiu de les queixes. D'aquesta manera s'enceta un cicle en el que una notícia en genera d'altres. Un cicle molt beneficiós pel mitjà, que té una necessitat constant de novetats interessants, a vegades basades en el conflicte.

En d'altres casos, però, es recull la versió de l'ajuntament en la mateixa peça on el relat de la font alternativa és el vertebrador principal de la informació. És el cas de la notícia sobre una multa de l'Ajuntament de Girona a un propietari d'un pis (13/2008/EP). El redactor recull l'opinió del consistori, no només perquè sigui periodísticament necessari per explicar la informació correctament, sinó perquè la seva capacitat de resposta i efectivitat com a font facilita el seu accés als mitjans. Tornarem a aquesta qüestió quan desenvolupem la qüestió de la contraposició.

5.2.5: ORIGEN DE LA INFORMACIÓ:

En aquest apartat donarem un cop d'ull a les dades referents a l'origen de la informació. A través d'aquesta variable ens hem proposat observar d'on provenen les informacions que hem analitzat, és a dir, d'on sorgeix la informació que constitueix l'eix vertebral de la peça periodística. Aquesta variable ens hauria d'aportar informació descriptiva sobre els usos periodístics, tot i que hi ha d'altres factors que hi influeixen.

Abans d'entrar a analitzar les dades voldríem apuntar que en moltes ocasions ha estat difícil identificar el context en el qual s'ha obtingut la informació. Hi ha una praxis establerta en els mitjans de comunicació que consisteix en no ser excessivament explícit a l'hora de fer palès el context en el qual s'ha obtingut la

informació. És probable que el periodista consideri un detall innecessari i irrellevant manifestar on, quan i de qui ha obtingut una informació determinada. Potser es considera que haver de fer referència a detalls interns del procés productiu del periodisme no és interessant pel lector. Tanmateix, tot i que a vegades resulti complicat deduir de manera fefaent quin és l'origen de la informació, tenint en compte factors com ara la importància o nivell de conflicte de la notícia, la presència de declaracions textuais o l'especificació de l'exclusivitat de les declaracions, en podem fer una aproximació força precisa.

En tot cas, hi ha arguments per justificar que es faci explícit l'origen de la informació, i el principal és la transparència⁹⁴: Quan parlem de transparència aplicada a la gestió de les fonts d'informació parlem de la necessitat d'identificar no només a les fonts, sinó també l'entorn informatiu en el que s'ha obtingut aquesta informació. Aquestes dades no són en absolut irrellevants.

En primer lloc identificar les fonts permetrà al lector relacionar-la amb la informació que està llegint. D'aquesta manera podrà identificar els interessos que s'amaguen (o no) en la notícia. Efectivament, si la informació prové d'una font interessada, conèixer-la permetrà al lector interpretar millor el sentit de la notícia i, eventualment, identificar si està o no esbiaixada:

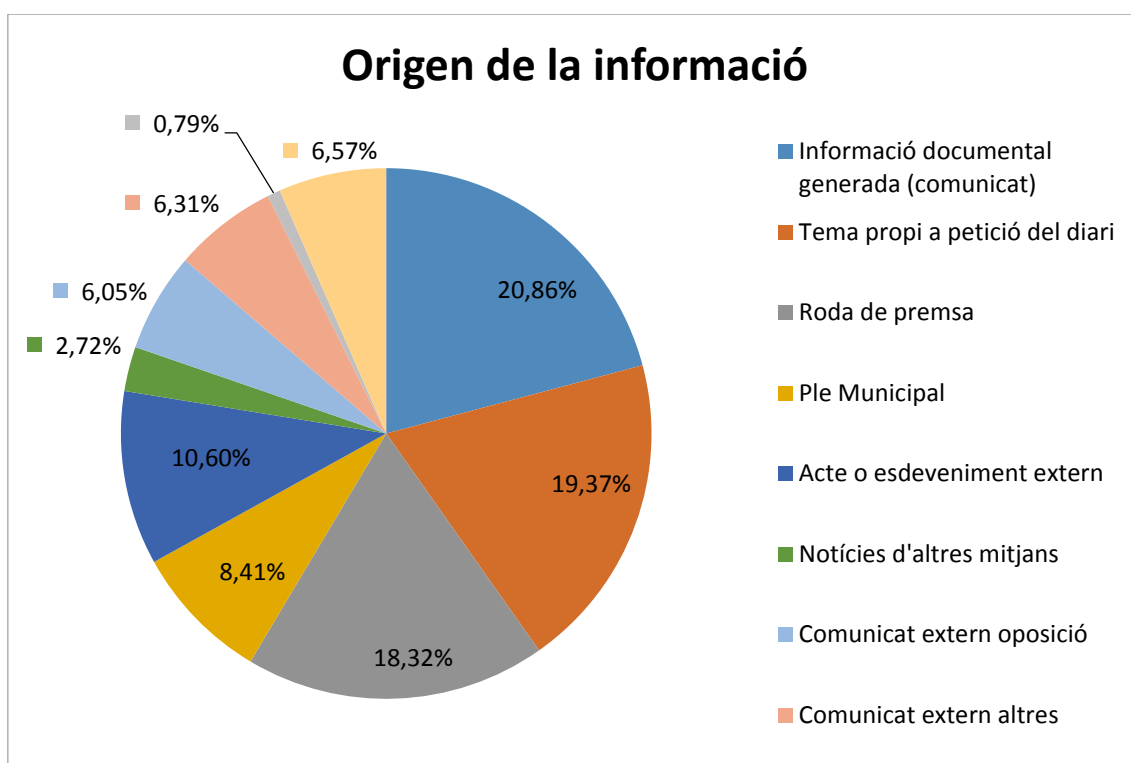
En segon lloc oferir dades sobre el mecanisme que s'ha utilitzat per donar la informació també aportarà claus interpretatives rellevants al lector. Així, no és el mateix llegir una informació que prové de comunicat, de roda de premsa, de declaracions realitzades al lloc dels fets, de testimonis sense identificar, de declaracions exclusives fets al diari per iniciativa del periodista o per iniciativa de la font...

Com veiem, hi ha un munt de variables relatives en relació a l'origen de la informació que poden ser rellevants per a una correcta interpretació de la informació. I encara més, són rellevants per elaborar una informació de qualitat, diversa i profunda. Recordem que *“el modo más directo de respetar la inteligencia del receptor es revelarle las fuentes y el método de obtención de*

⁹⁴ Rodríguez Rey et al. (2015) fan referència a la transparència com a factor determinant en la gestió de les fonts i com a element fonamental per a la valoració de la qualitat periodística.

datos: así, cuando la información procede de una fuente interesada, identificarla permitirá al lector saber que se encuentra ante una versión sesgada. Del mismo modo que el lector debe saber que la iniciativa de una noticia la ha tenido la fuente interesada y no el periodista. Tampoco es intrascendente el lugar físico donde se ha producido el encuentro”.(Rodríguez Rey et al., 2015: 89).

Abans de seguir amb aquesta qüestió, però, veiem les dades globals que hem obtingut en relació a la variable de l’origen de la informació:



Gràfica 73: Distribució de l’origen de la informació en les peces analitzades.

En funció del que hem comentat la primera diferenciació que hem volgut establir ha estat el que podríem qualificar com la iniciativa a l’hora de desenvolupar la peça periodística. Aquest és un criteri important, ja que l’origen de la notícia pot tenir intencionalitats ben diverses si la iniciativa comunicativa prové de la font o si el tema ha estat desenvolupat pel diari per voluntat pròpia.

Així, observem com un 20,86% de les notícies totals analitzades provenen de informació documental generada pel GCM, és a dir, un comunicat. Cal tenir en compte, però, que moltes vegades no es fa explícit que la informació és de comunicat, i és aleshores quan s’ha de deduir en funció del tipus d’informació i

del tractament periodístic que se'n fa. Així, és més que probable que la informació sobre gestió municipal que queda relegada als breus pugui tenir com a origen un comunicat. Insistim però que caldria fer-ho explícit més sovint, ja que un comunicat té unes intencions informatives molt determinades que el lector ha de saber per poder interpretar la notícia correctament.

En segon lloc trobem les informacions pròpies del diari. En aquesta variable hem inclòs qualsevol peça desenvolupada pel diari per iniciativa pròpia. Són peces fàcilment identificables perquè encara que no es faci explícit que la peça sorgeix de la iniciativa dels redactors, normalment sí que es fa evident que la notícia l'ha treballat el propi diari. És una manera de donar valor afegit a les seves informacions i de legitimar la seva activitat. Generalment, a més, es fa explícit que les declaracions o informacions que s'hi inclouen s'han obtingut de manera exclusiva pel propi diari, fins i tot amb detalls visuals com remarcar el nom de la capçalera en negreta.

Per exemple, en la notícia sobre la inversió que farà l'Ajuntament de Figueres per museïtzar la casa natal de Salvador Dalí (16/2015/EP), s'especifica que les declaracions de l'alcaldeessa les ha fet a *El Punt*, i no en cap acte públic ni en roda de premsa. La cura per especificar l'origen i l'exclusivitat de les informacions contrasta, tanmateix, amb l'oblit que observem en d'altres contextos⁹⁵.

En tot cas, si els temes propis legitimen l'acció del diari, és lògic que s'expliciti, d'una manera o d'altra, que és exclusiu de la capçalera. A més, generalment es treballen temes socials que preocupen a la comunitat i amb la que els lectors es poden sentir identificats. És el cas, per posar només un exemple, de la notícia sobre una veïna de Figueres que intenta donar de baixa el servei de llum però no pot (8/2016/DdG). Aquest és un tema que dóna cobertura a problemàtiques quotidianes amb qui tothom s'hi pot sentir identificat, i que, a més, permeten treballar d'una manera profunda i analítica per anar més enllà de l'anècdota.

⁹⁵ Aquest fet està relacionat amb l'escassa contextualització de les informacions que observem al llarg de l'anàlisi. Poques referències explícites a l'origen de la informació i al context en el que s'han obtingut.

Explica el cas d'una dona que porta sis mesos intentar donar de baixa la llum del pis que va deixar a Figueres, i que havia estat ocupat, però que la companyia no la deixa i que les administracions no li saben solucionar. Per realitzar un tema d'aquestes característiques de manera correcta és necessari contrastar el que ens fa arribar l'afectada, contactant amb els administracions implicades i amb la companyia. El diari ho fa i ho especifica contínuament amb expressions tipus “*queixes i reclamacions, a les que ha tingut accés Diari de Girona.*”... O: “*Des de la companyia Endesa, amb qui ha contactat Diari de Girona, l'única resposta que hem rebut...*”. A més, es destaca en negreta el nom del diari. Tot plegat sembla posar de manifest la necessitat de remarcar el treball propi del periodista, en un context informatiu en el que la majoria de notícies són obtingudes a través de gabinets de comunicació i, per tant, no són pròpies ni exclusives. El simple fet que això s'especifiqui de manera tan clara i continuada (fins i tot amb recursos tipogràfics) podria ser-ne una prova.

Finalment, indicar una altra pràctica utilitzada pels diaris per legitimar la seva feina: el seguiment de notícies pròpies. En primer lloc per una qüestió evident, per veure si la informació té continuïtat. I en segon lloc perquè d'aquesta manera es compleix la seva funció de vigia dels poder públics. És el cas de la notícia sobre les negociacions entre PSC i CiU a Blanes. “*El PSC i CiU de Blanes acosten posicions*” (12/2012/EP).

Retornant a les dades generals sobre l'origen de la informació, en tercer lloc, molt a prop dels dos primers orígens hi trobem les informacions obtingudes a través de roda de premsa. Val a dir que en aquest criteri si que hem observat més cura, per part dels periodistes, per identificar l'entorn en el que s'ha obtingut la informació. En ocasions això es fa explícit en el cos de la notícia, en d'altres la fotografia i el seu peu ens ho indiquen. I en una tercera ocasió es fa evident per proves circumstancials. En qualsevol cas, aquestes notícies representen un 18,32% del total⁹⁶.

En quart lloc hi trobem l'acte o esdeveniment extern, és a dir, una informació obtinguda en un entorn no necessàriament regulat a nivell comunicatiu: actes

⁹⁶ En el cas de les rodes de premsa no hem especificat si eren convocades pel govern municipal o per d'altres actors.

populars, fires i festes, successos, actes polítics o institucionals. Aquestes notícies representen un 10,60%. En cinquè lloc hi trobem les notícies elaborades a partir dels plens municipals. Aquest és un entorn informativament interessant, que moltes vegades es cobreix en format de crònica, però que en moltes ocasions deixa notícies de molt d'interès pels ciutadans. A més, és un entorn informativament peculiar perquè dóna la possibilitat de tenir a tots els regidors del consistori (del govern i de l'oposició) junts en un sol espai debatent sobre temes que són d'interès. Tot i la importància dels plens, les notícies sorgides d'aquest entorn només representen el 8,61%. Ara bé, cal tenir en compte que els plens es realitzen un cop cada dues setmanes, i en algunes poblacions un cop al mes, pel que no sempre ha coincidit l'exemplar estudiat amb el que recull les notícies sorgides del ple.

En general les peces que sorgeixen d'aquest entorn solen ser equitatives, almenys pel que fa a la representació dels diferents partits polítics. S'hi reflecteixen les intervencions de tots o gairebé tots els grups, per bé que per raons evidents es prioritza l'equip de govern, a no ser que circumstàncies puntuals facin canviar aquest esquema. En alguns casos, es dóna cabuda a les reivindicacions de l'oposició en peces secundàries, o fins i tot es destaquen possibles protestes veïnals, pel que també és un bon entorn informatiu si un col·lectiu vol fer visibles les seves reivindicacions.

Observem això, per exemple, en la notícia sobre un ple de Salt on es produeixen protestes per un desnonament (6/2012/DdG). En aquesta peça es fa palesa la importància dels matisos lingüístics per interpretar la informació i, en darrera instància, les intencions comunicatives del diari. En aquest cas, el protagonisme del relat el tenen els partits de l'oposició i els membres de la PAH, i en canvi l'alcalde és totalment antagonista. El mateix titular "*Torramadé evita pronunciar-se sobre els incidents en un desnonament a Salt*" incita a pensar que l'alcalde no vol saber res dels incidents, quan potser està justificat que no ho faci. En qualsevol cas, la utilitzar el verb "evitar" porta a interpretar que l'alcalde s'ha negat a fer cap valoració, quan potser la notícia hauria de ser, simplement, que no s'ha pronunciat.

Les darreres categories tenen percentatges baixos. En sisè lloc hi trobem les notícies desenvolupades a partir de comunicats externs, és a dir, d'associacions, entitats, agrupacions de caràcter cívic, que ja sigui directament o, més recentment, a través de xarxes socials, donen a conèixer un fet noticable perquè el diari el reculli. Aquestes notícies representen el 6,31% del total. En setè lloc hi trobem les notícies elaborades a partir de comunicat de partits de l'oposició, amb un 6,05%.

En vuitè lloc hi trobem notícies generades a partir d'altres mitjans, que representen un 2,79%. Un percentatge baix, assumint que a vegades és possible que el periodista no atribueixi correctament l'origen. En aquest punt voldríem comentar que la pràctica de recollir informacions d'altres mitjans i desenvolupar-les al diari és plenament legítima. De fet, l'ús d'altres mitjans, del tipus que sigui, com a font d'una informació reforça la credibilitat dels mitjans de comunicació (Quiroga, 1998). A més aquest fet legitima de manera global el sistema informatiu establert com a font d'interès. Ara bé, l'ús d'altres mitjans com a font d'informació també porta a un relat més homogeni dels fets públics (Quiroga, 1998)⁹⁷.

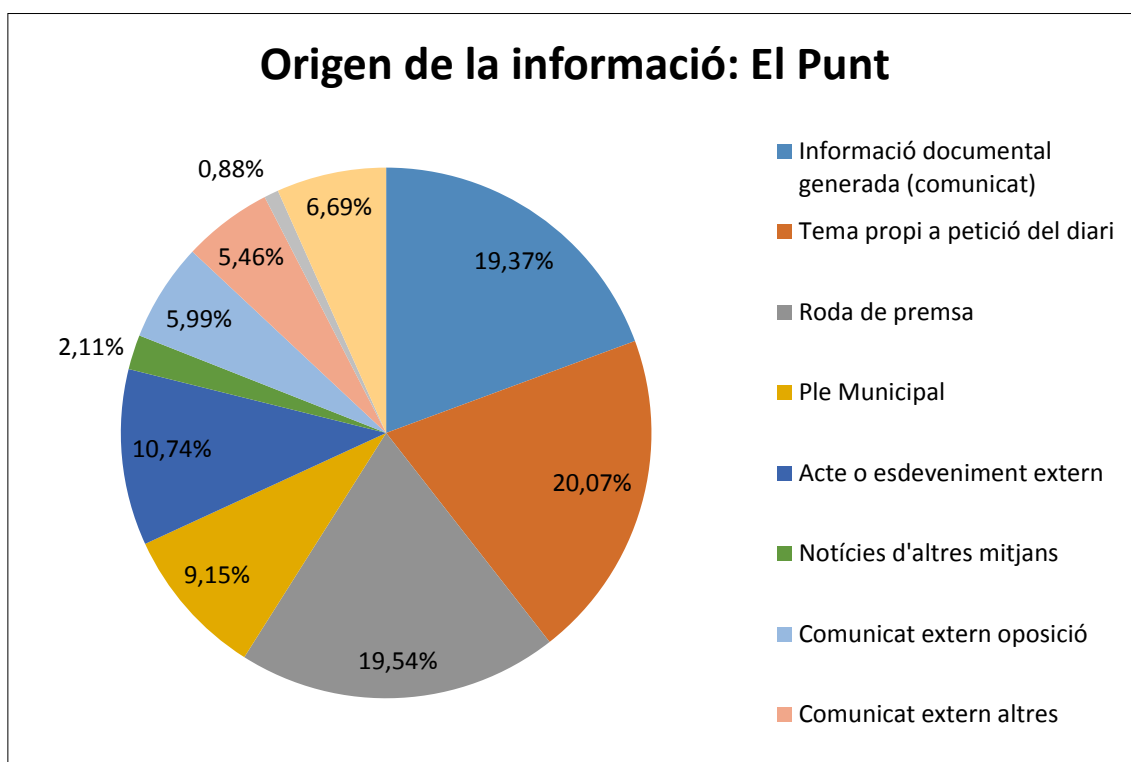
Aquesta homogeneïtat temàtica podria i hauria de superar-se si hi hagués un tractament específic del diari que la recull, per processar-la, contrastar-la o ampliar-la. Però no sempre és així: per exemple, en la notícia sobre el procés judicial per un cas d'Hepatitis C a l'Hospital de Figueres, en el que hi seria implicat l'alcalde (8/2001/DdG), el diari es limita a recollir les declaracions de l'advocat de la part contrària. Cita al mitjà però no signa la informació, una demostració implícita de que s'ha limitat a recollir el testimoni de l'advocat en una emissora de ràdio sense fer-hi cap treball posterior.

O per exemple, la notícia sobre les queixes dels veïns de Sant Narcís de Girona sobre aspectes del barri (26/2006/EP) que està extreta del diari digital eldimoni.com. La peça no recull què n'opina l'Ajuntament de Girona de tot plegat. Més properament, tenim la notícia sobre els canvis de funcions dels mossos a la comissaria de Lloret (14/2015/DdG). La notícia s'extreu de les

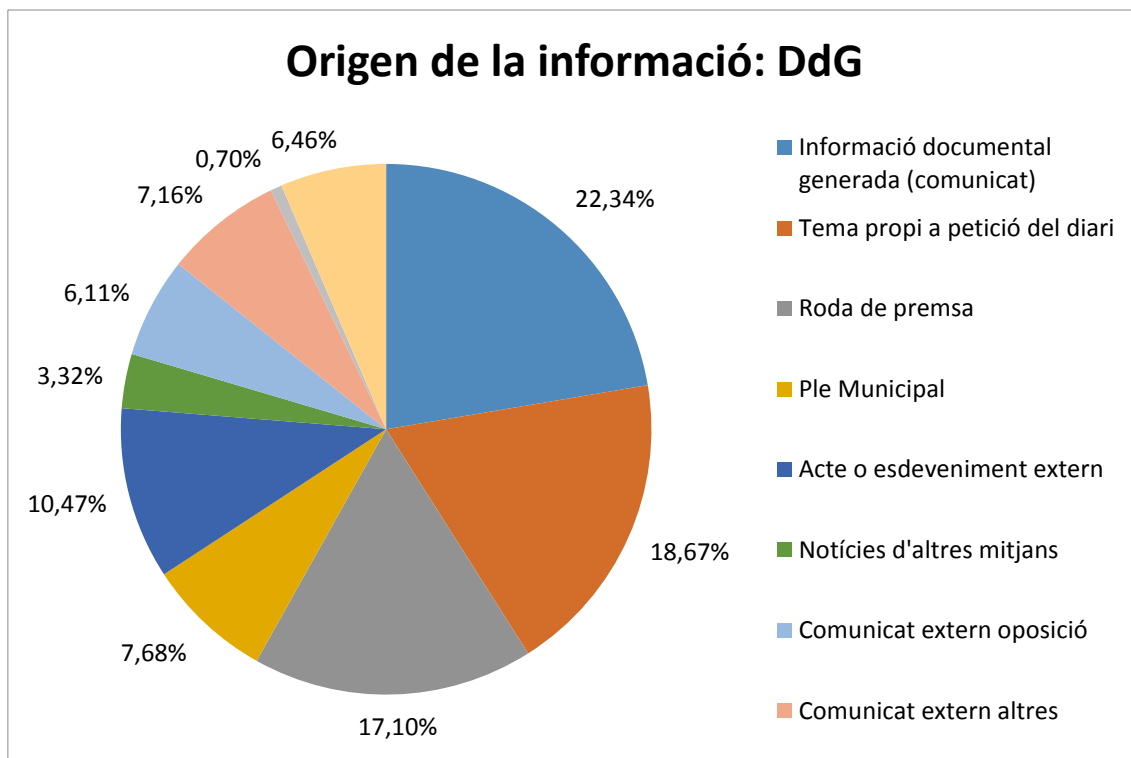
⁹⁷ Jimenez Cuevas (2006) recorda també la tendència a la homogeneïtat dels temes publicats, especialment a la premsa local.

declaracions del regidor de l'àrea a Nova Ràdio Lloret. Fins aquí tot és perfecte i legítim, però trobem a faltar l'opinió de la part implicada, els Mossos, que a més tenen un servei de premsa potent i efectiu. I finalment trobem la informació sobre una consulta que es vol fer pel pavelló de Figueres, que està extreta d'una entrevista a l'alcalde a Empordà TV. Tanmateix, no s'aporta cap visió alternativa, com per exemple la dels veïns, per complementar la peça (27/2015/DdG).

Finalment, en percentatges residuals hi trobem les notícies elaborades a partir d'altres mitjans, un 2,72% o d'altres orígens, amb un 0,79%. Si mirem capçalera per capçalera obtenim aquestes dades:



Gràfica 74: Origen de la informació a El Punt.



Gràfica 75: Origen de la informació al DdG.

Tal i com podem veure, les informacions obtingudes a través de comunicat tenen un percentatge tres punts superior al *DdG* que a *El Punt*. En canvi, el percentatge de notícies pròpies és lleugerament superior a *El Punt* (20,07%) que al *DdG* (18,67%). La resta d'ítems tenen resultats similars, amb lleugeres oscil·lacions per capçalera, però altre cop observem una estabilitat dels resultats cosa que indica que els factors que intervenen en la generació d'informació no varien en cap de les dues capçaleres i que, més enllà del criteri editorial, es regeixen per dinàmiques informatives i professionals similars.

Ara bé, fins a quin punt aquestes dinàmiques han canviat és un factor que ens podria mostrar l'evolució en l'origen de les informacions. No hi ha dubte que les eines tecnològiques han permès que les interaccions informatives ja no es redueixin a un petit grup d'elit que controla els fluxos d'informació (Casero, 2012) Les noves eines han democratitzat el panorama comunicatiu, de manera que la connexió del periodista amb d'altres actors informatius és major.

És cert també que han permès que cada individu sigui un comunicador potencial, pel que qualsevol col·lectiu pot difondre el seu missatge i convertir-se en actor informatiu fora dels circuits habituals on hi intervenen els mitjans de

comunicació (Casero 2012). Aquestes i d'altres transformacions han alterat el flux tradicional de la informació i han situat al periodista davant una nova cultura professional (Casero, 2012). Ara bé, tal i com ja hem comentat, el fet de que el periodista pugui accedir de manera més senzilla a les fonts alternatives no significa que les tingui en consideració a l'hora d'elaborar la informació. O almenys no necessàriament té perquè ser així.

A més, no podem oblidar que els GCM han fet un esforç enorme per adaptar-se a les noves tecnologies. La forta competència per dominar el relat comunicatiu ha fet que els GCM s'hagin desenvolupats per utilitzar internet no només com una eina, sinó com un element fonamental en la gestió comunicativa, amb característiques, objectius i praxis diferents a les de la comunicació tradicional⁹⁸.

Per exemple, en una notícia sobre un accident a la Devesa de Girona (14/2014/DdG) observem com les institucions utilitzen les TIC per donar més difusió (i fer-ho de primera mà) a les informacions que poden interessar als ciutadans. D'aquesta manera, ja no depenen dels diaris per difondre notícies importants. És destacable observar com els mateixos redactors utilitzen les xarxes per rebre informació i traslladar-la als lectors. El redactor fa explícit que la policia ha informat de l'accident a través dels comptes de *Facebook* i *Twitter*.⁹⁹

Les institucions necessiten relacionar-se de manera directa amb els ciutadans perquè les legitima davant de la seva audiència potencial i perquè permet una comunicació directa i bidireccional que no li aporten els mitjans (Almansa, 2011). És doncs una eina fonamental que les administracions utilitzen per fins i tot per comunicar decisions. És el cas de la decisió de l'Ajuntament de Girona de retirar un cartell del Circ Raluy perquè es considerava sexista (23/2016/EP). La notícia sorgeix del *Twitter* de l'alcaldeessa i després la redactora fa la feina

⁹⁸ García Orosa i Capón García (2005: 202) recorda que "*la generalización de las tecnologías provoca que cada vez un mayor número de actores tenga posibilidades técnicas de acceso a la opinión pública. Los gabinetes de comunicación tienen, por tanto, cada vez más competencia y, al mismo tiempo, deben conocer también más y mejor la posición y actividad en la opinión pública de esa competencia creciente*".

⁹⁹ És curiós constatar que els diaris tenen molta cura en identificar que les informacions s'han obtingut de les xarxes socials, i en canvi no es té tanta cura quan provenen de comunicat de premsa.

de trucar al consistori per ampliar la informació i a la responsable del circ per parlar-ne.

De fet, veiem com, des de la perspectiva dels mitjans, les xarxes socials donen la possibilitat de trobar temes potencialment interessants, i que no tenen un origen clar. Val a dir que en la nostra anàlisi no hem inclòs la xarxa social com a font, ja que de fet no és una font, sinó un canal a través del qual es pot accedir a informació. L'important però és com es tracta i treballa aquesta informació, En alguns casos, es recullen iniciatives socials, com és el cas de la notícia sobre la petició de posar el nom de Cándida Pérez a un espai d'Olot (19/2016/DdG.). El problema no és l'origen en sí, és a dir, el continent de la informació, sinó el contingut, és a dir, com es treballa un cop obtinguda. En el cas que ens ocupa la notícia fa explícit qui proposar la petició, però no qui engega la campanya per recollir signatura. La notícia assegura que *“Han començat una recollida de signatures...”* Quin és el subjecte de “han”? No se sap.

Un altre exemple el trobem a la notícia *“Cuidant els nens dels altres a Lloret”* (1/2012/DdG). Es tracta d'un repàs del cas del monitor d'oci infantil acusat d'abusos a Lloret anys abans. El periodista recull, de manera ràpida i sense massa impediments legals, informació i fotografies de l'acusat sense sortir de la redacció. També obté informació per fer un retrat dels protagonistes. Un retrat evidentment incomplet, però suficient per donar al lectora una imatge global del tema. A més li permet obtenir declaracions, gràcies als missatges que es poden llegir a la pàgina de *Facebook* de l'acusat..

Les associacions de veïns també treballen amb aquesta eina, evidentment, ja que permet accedir de manera funcional i immediata a una audiència potencial enorme. A més, el periodista pot accedir a les opinions dels actors sense necessitat d'una actitud proactiva. Simplement penjant textos a la xarxa (xarxes socials, blogs, webs...) i fer-los visibles. És el cas de la valoració del primer any de mandat de CiU a la ciutat i l'opinió de diverses associacions, com la de Can Gibert (17/2012/DdG).

En aquest punt cal introduir un factor determinant en l'evolució de les rutines productives dels mitjans i, per tant, de l'ús de les fonts. La crisi econòmica i

financera també ha alterat aquestes rutines. Tal i com hem comentat la crisi de les empreses periodístiques té conseqüències directes en la feina i en el producte. La necessitat d'obtenir recursos monetaris ha provocat una mercantilització de la informació, i que s'hagi prioritzat aquelles notícies que puguin tenir més rendiment a aquelles que compleixin amb una funció cívica i democràtica. A més, *“la fragilidad económica también puede ocasionar una reducción de la autonomía profesional del periodismo político debido al aumento de las presiones y la reducción de la capacidad para hacerles frente”* (Casero, 2012: 30)

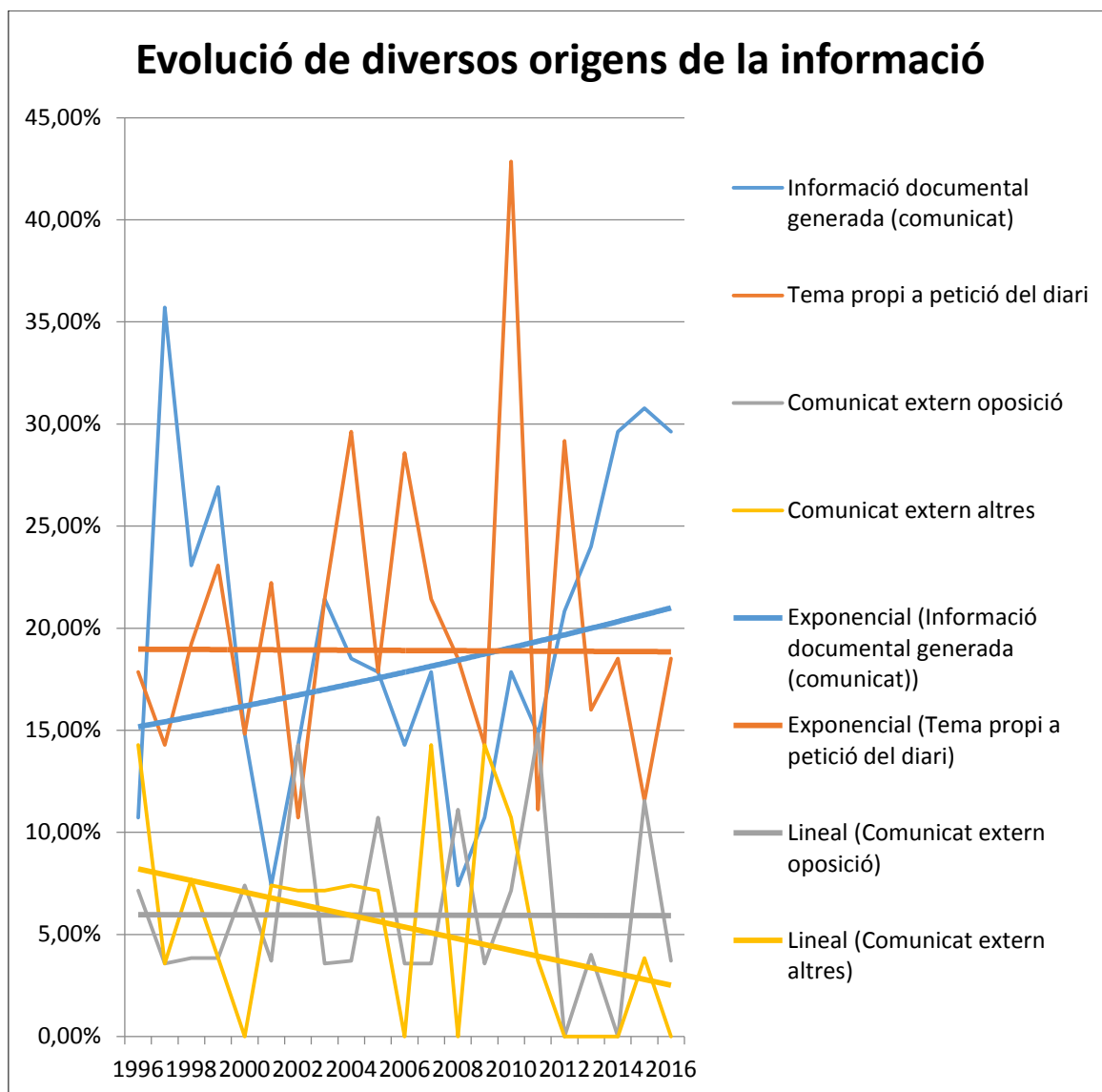
Efectivament, si bé les noves tecnologies han permès un major accés a fonts alternatives, no és menys cert que la crisi financera ha provocat una situació de dependència dels professionals de la informació. No podem oblidar que diversos estudis han posat de manifest que els interessos econòmics i productius són un dels principals motius de restricció de l'autonomia professional dels periodistes¹⁰⁰. Precisament Van Dalen (2012: 475) indica que segons la perspectiva dels periodistes, els cinc motius pels que es redueix la seva autonomia professional són, per ordre d'importància, *“orden de importancia: las presiones políticas desde dentro de las organizaciones mediáticas, el tiempo y espacio disponibles para elaborar las noticias, las dificultades de acceso a la información impuestas por la profesionalización de la comunicación política y, por último, las presiones comerciales derivadas de los anunciantes”*.

El periodista, doncs, té més accés a fonts alternatives però les pressions a les que està sotmès poden limitar la seva capacitat per donar-los veu. En certa manera, no és el periodista el que, voluntàriament, plantegi la informació des de determinada perspectiva, sinó que les pressions polítiques, però sobretot corporatives, determinen la seva feina (Casero, 2012).

Tenint en compte tots aquests factors, és el moment de donar un cop d'ull a les dades sobre l'evolució temporal de diversos orígens de la informació. Per

¹⁰⁰ Casero (2012) cita a Canel, Rodríguez i Sánchez (2000: 90) per il·lustrar aquesta tendència.

simplificar la gràfica hem escollit els més rellevants: Informació de comunicat, tema propi, comunicat extern de l'oposició i comunicat extern d'altres actors:



Gràfica 76: Evolució anual de l'origen de la informació

En primer lloc, el que crida l'atenció és la corba que dibuixa les informacions elaborades a partir de GCM. Si observem la línia de tendència exponencial, veiem com les notícies que tenen com a origen els comunicats del GCM mostren una clara tendència a l'alça. En un primer període, que podríem situar a finals del S. XX les notícies que tenen aquest origen representen al voltant del 25%, *grosso modo*. Posteriorment, pateixen un descens notable, descens que, d'altra banda, coincideix amb un increment sensible del nombre de notícies pròpies.

Un segon període seria la primera dècada del S. XXI, on observem el descens que comentàvem al paràgraf anterior. El descens es fa més acusat a finals de la dècada. A partir del 2010, però, observem un augment significatiu d'aquest paràmetre, tal i com indica la línia exponencial que observem a la gràfica.

Ens trobem en un escenari que, deixant de banda oscil·lacions conjunturals, presenta doncs una clara tendència general a l'alça, al llarg d'aquests 21 anys. En principi, hom podria pensar que la generalització de les TIC i la diversificació de les possibilitats comunicatives i d'accés a les fonts alternatives podria tenir una mostra clara a les estadístiques. Tanmateix, no s'observen tendències significatives que poguessin corroborar aquesta hipòtesi. Al contrari, sembla que, precisament quan més possibilitats comunicatives hi ha, més recolzament en els comunicats existeix.

No podem precipitar-nos, però, a l'hora d'extreure conclusions. Si be és cert que els comunicats com a origen de la informació no baixen significativament, no podem perdre de vista que l'ajuntament segueix essent una font fonamental per a la configuració de l'agenda temàtica en un diari d'àmbit local. La majoria de decisions que afecten als ciutadans corresponen als ajuntaments, i els diaris locals necessiten fer-hi lloc. I això no ha canviat en els darrers anys

D'altra banda, no podem oblidar tampoc que, més enllà de les variacions estètiques i l'adaptació dels diaris a les noves tendències pel que fa a la maquetació dels diaris, no hi ha hagut, almenys a la premsa local, una transformació profunda dels criteris de disseny i configuració de les peces periodístiques a les pàgines dels diaris. Les peces tenen tipologies i dissenys semblants, molt probablement perquè no hi ha hagut una transformació profunda dels criteris de desenvolupament i jerarquitització de les notícies.

En aquest sentit, no podem oblidar que *“el diseño periodístico no sólo se encarga de distribuir las informaciones dentro de una página, sino que estudia el material que tiene y planifica la página de acuerdo a los objetivos comunicacionales que se plantea y utilizando los recursos de que dispone.”*(Osorio, 2004: 26). D'aquesta manera, els diaris locals intentaran incloure tota aquella informació que els seus lectors poden considerar d'interès, i els consistoris són un dels grans generadors d'informació.

Així, l'alta presència d'informacions de GCM pot deure's a la voluntat dels diaris d'encabir el màxim d'informació possible d'una manera clara i ordenada. En aquest sentit, les informacions de menor rellevància, que no tenen recorregut periodístic, es recullen al diari en format de breu, de manera que moltes de les informacions que serveixen els GCM es presenten en aquest format i això pot explicar, almenys en part, aquesta major representació.

En tercer lloc cal comentar les tendències observades pel que fa als partits de l'oposició. Els partits polítics són una de les estructures que més han invertit en desenvolupar estructures de comunicació que li permetin accedir a l'agenda temàtica. Principalment per una necessitat de contraposar el relat del govern, però també per plantejar les seves demandes, alterar l'agenda comunicativa del govern o simplement per fer difusió de la seva tasca.

Més endavant analitzarem el paper de l'oposició com a font secundària, bàsicament perquè hem observat que les fonts de l'oposició se solen utilitzar per contraposar la informació del govern municipal, però en moltes ocasions els costa establir-se com a font primera. No tenim explicacions convincentes del perquè d'aquestes dificultats per accedir a l'agenda temàtica i emmarcar els temes de debat. Seria un tema interessant a desenvolupar.

Observem com al llarg dels 21 anys analitzats hi ha un interès per part dels diaris de recollir l'opinió de l'oposició sobre determinats aspectes. En el entorn local no podem oblidar els lligams ja indicats entre fonts, periodistes i audiència, ni tampoc les influències polítiques, de les que els mitjans locals no estan exempts. Tot i que no és objecte d'aquesta tesi, hem vist exemples d'informacions políticament tendencioses al llarg d'aquestes 21 anys: per exemple utilitzant només una font per elaborar informacions sobre el consistori, recollint opinions dels membres de l'equip de govern i transformar-les en notícia, incloent valoracions personals i elevar-les a categoria de fet...o fins i tot no donant determinada informació¹⁰¹.

¹⁰¹ Així, per exemple, *El Punt* no fa cap referència a la roda de premsa dels grups de l'oposició per valorar els 100 dies d'Anna Pagans com a alcaldessa de Girona. A vegades les omissions són reveladores de determinada intencionalitat política.

També hem vist com molts dels comunicats originen informacions de poca rellevància, que en moltes ocasions acaben transformats en un breu. Sovint recullen mocions que es presentaran i es debatran als propers plens municipals (17/1996/DdG, 4/1996/DdG, 16/1997/DdG...). Per valorar la presència de l'oposició com a origen de la informació cal tenir en compte que aquest factor, ja que, si el disseny del diari indica també el criteri davant de les notícies (Martínez-Fresneda, 2004), és evident que el fet que moltes informacions de l'oposició acabin en breus és significatiu.

La intencionalitat, tanmateix, a vegades s'escapa de la categorització numèrica, i hem d'analitzar el text per comprendre les implicacions del relat. Per exemple, en la notícia sobre la plataforma Girona Activa (24/1997/EP), en comptes de donar cobertura al que diu l'associació sobre el que farà i sobre el seu nivell d'implicació política (que també s'indica en la notícia), es destaca en titular l'opinió de l'alcalde, que la desacredita assegurant que és una "*suma d'interessos particulars*". La notícia presenta cert biaix interpretatiu començant amb la frase "*A l'alcalde de Girona, Joaquim Nadal no li treu la son la creació d'un suposat front antinadalista*". Un cop més, l'ús d'una valoració personal que s'eleva a la categoria de fet, amb una peça destinada bàsicament a traslladar l'opinió de l'alcalde. En canvi, el *DdG* planteja la notícia des de la perspectiva de la nova associació (23/1997/DdG) i en essència recull el que diuen els seus representants. Només en les tres darreres línies es fa referència a l'opinió que en té l'alcalde. Una opinió que podria ser informativament irrellevant, però que es decideix incloure degut al pes d'autoritat de l'alcaldia.

Cal destacar, però, alguna iniciativa interessant per a fer visibles les propostes de l'oposició. Hem fet referència anteriorment a la secció iniciada per *El Punt* l'any 2010 anomenada "*Els ajuntaments des de l'oposició*", un intent de contraposar el relat que solen imposar els equips de govern. Un exemple el trobem a Blanes (15/2010/EP), on es fa un recull dels esdeveniments dels darrers dies que afecten la governabilitat municipal i també l'opinió dels regidors als partits de l'oposició.

Finalment voldríem comentar breument l'evolució dels comunicats externs com a origen de la informació. És rellevant que, en contraposició a les informacions

generades a partir de comunicat del GCM, que presenten una tendència a l'alça, les informacions generades a partir de comunicat extern tenen una marcada tendència a la baixa, exceptuant un repunt entre el 2006 i el 2010. Combinant aquestes dues tendències, observem com sembla que hi ha una correlació entre l'increment de la presència dels comunicats del GCM davant els externs.

Deixant de banda que, com és lògic, el GCM té més molta més capacitat d'accedir a l'agenda temàtica i generar temes d'interès periodístic que qualsevol altre actor social, hom podria esperar que les transformacions en el flux informatiu introduïdes per les TIC s'observés en les tendències anuals. Tanmateix no és així. Tal i com hem desenvolupat anteriorment, creiem que la combinació de la crisi econòmica, amb una reducció dels recursos humans, unida al manteniment de determinades rutines productives, especialment pel que fa referència a la inclusió de fonts alternatives en la construcció del relat periodístic, són la causa d'aquest fenomen. Repetim que el fet de poder accedir amb més facilitat al periodista no significa que el nostre missatge tingui més credibilitat i sigui pres en més consideració.

5.2.5.1. Origen de la informació i nombre de fonts:

L'origen de la informació és una variable important, ja que permet establir paràmetres per observar com la informació arriba al redactor. Ja hem comentat que la capacitat d'accedir a l'agenda temàtica determina la quantitat de projecció mediàtica d'una informació. Aquesta capacitat ve definida no només per les característiques de l'actor i per la seva incidència en la gestió pública, sinó també de la capacitat per gestionar els mecanismes i els entorns de relació amb els periodistes.

D'aquesta manera eines com el comunicat de premsa (amb tots els formats i diversitat que es vulgui considerar) són un dels elements més ràpids i efectius de relacionar-se amb els mitjans. S'utilitzen especialment en aquells temes

que, o bé tenen una importància menor i per tant no cal convocar els mitjans per explicar-los, o bé perquè es vol donar una visió clara i unívoca d'un fet determinat.

En qualsevol cas, la posició d'un periodista davant d'un comunicat pot ser diversa. En ocasions, especialment si és un tema tancat, amb poc interès periodístic o amb poques possibilitats de ser desenvolupat de manera efectiva, el que fa és editar-se per a ser inclòs directament al diari, generalment en forma de breu o columna. Tal i com hem observat en l'apartat anterior, els comunicats han tingut al llarg dels anys estudiants un pes notable en la configuració del relat periodístic sobre la gestió municipal. No és d'estranyar, doncs els diaris necessiten una quantitat diària d'informació important, i el comunicat és una eina que permet satisfer-les de manera efectiva¹⁰².

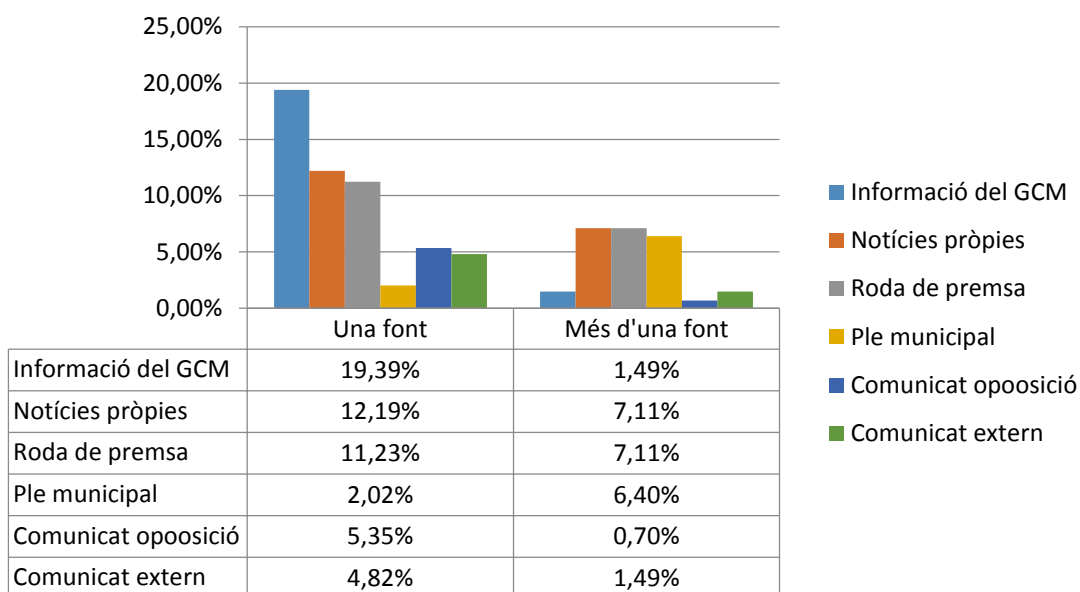
La segona opció és desenvolupar la informació que s'ha rebut de comunicat per treballar-la, contrastar-la, ampliar-la i desenvolupar-la de la manera que es consideri. En aquest sentit, els comunicats són una eina que ens ha de posar en coneixement de l'acció de govern, però que, com a tal, no pot constituir el nucli central de la informació periodística, i menys encara actualment, quan els ajuntaments compten amb unes estructures de comunicació que li permeten difondre els seus missatges sense necessitat d'haver-se de recolzar en els mitjans escrits.

Veiem quina d'aquestes opcions és majoritària per cadascuna de les categories que observem¹⁰³:

¹⁰² No podem oblidar que un dels factors de desenvolupament fonamentals dels GCM ha estat l'adaptació al llenguatge i rutines de producció periodístiques per facilitar el seu accés a l'agenda mediàtica (Ramírez: 1995).

¹⁰³ En aquest gràfic hem obviat algunes categories sobre l'origen de la informació, per exemple les que fan referència a les informacions obtingudes a partir d'actes o esdeveniments interns.

Relació entre l'origen i el nombre de fonts utilitzades



Gràfica 77: Relació entre l'origen de la informació i el nombre de fonts utilitzades.

En primer lloc detectem una preeminència de les informacions elaborades amb una sola font, un fet comprensible si tenim en compte les dades sobre nombre de fonts comentada en capítols anteriors. Ara bé, l'interessant d'aquesta gràfica és que ens aporta una comparativa per categoria sobre el nombre de fonts que s'utilitzen.

Començant per les informacions generades per GCM, observem com la diferència entre notícies amb aquest origen que tenen una sola font i les que en tenen més d'una és molt important. UN 19,39% de les notícies generades a través de GCM tenen una sola font per només l'1'49% que en tenen més d'una.

Aquesta tendència no implica, necessàriament, una mala praxis. Tal i com veurem més endavant quan parlem de la contraposició, el fet que moltes notícies només tinguin una font té relació amb el poc recorregut que tenen les mateixes. Així, moltes de les informacions que els ajuntaments ofereixen en un comunicat són de poca rellevància informativa (de fet moltes d'elles ni tenen cabuda als diaris) i per tant no és necessari ampliar-les. En d'altres ocasions són informacions de servei que no requereixen cap contraposició perquè no generen cap conflictivitat.

En qualsevol cas, recordem que molt sovint hi ha problemes de contextualització, de manera que no es fa explícit si una peça prové de comunicat o no. Per exemple, la notícia sobre la futura signatura d'un conveni per naturalitzar la llera de l'Onyar a Girona (5/2014/EP). Se'ns explica que hi ha hagut reunions entre l'ajuntament i d'altres administracions per tirar endavant el projecte, però no sabem d'on s'ha extret la informació ni tampoc s'inclouen altres testimonis, per exemple d'alguna altra administració implicada.

La manca de signatura pot ser un element clau per deduir si es tracta d'una peça de comunicat o té un altre origen. També costa deduir quin ha sigut el treball periodístic que s'ha fet per obtenir o bé ampliar la informació aportada per la institució. Per exemple, en una notícia sobre el comissat de roba falsa per part de la policia d'Olot (5/2014/DdG) es fa referència al cap de la Policia Local i s'assenyala que l'acció s'emmarca en la voluntat de l'ajuntament d'aturar el fenomen. Es diu que aquesta informació la donen "*fonts de l'Ajuntament*", però podria ben ser que es tractés del propi gabinet de comunicació del consistori el que ha aportat la notícia. Sospitem que, en ocasions, els periodistes utilitzen l'atribució amb reserves per no haver d'identificar que qui aporta la informació és el GCM. La fórmula "*fonts de l'ajuntament*" manté una calculada ambigüïtat que permet al redactor no haver de revelar que una estructura organitzada i que treballa pel govern és qui ha aportat la informació. Qüestió de prestigi professional.

5.2.5.2. Notícies pròpies i nombre de fonts:

En tot cas, observem com la diferència entre el percentatge de notícies que utilitzen una sola font i els que n'utilitzen més d'una és molt menor en els temes propis. Un 12'19% d'aquests estan elaborats a partir d'una font, pel 7,11% que estan elaborats amb més d'una font. Creiem que aquesta diferència menor es de principalment a una qüestió de rutina professional.

Els temes propis que elabora un diari requereixen d'un procés d'obtenció d'informació més complex. El redactor rep una notícia que considera interessant i comença a treballar sobre ella, identificant quines fonts alternatives podria consultar per contrastar-la, ampliar-la o complementar-la. Un cop identificades comença el procés de consulta i verificació d'aquella font i finalment si s'hi inclou la informació que aporta, a més de la seva identificació.

Cal dir, però que els temes propis poden tenir origen diversos i complexes, i no sempre són explícits. Així, una notícia pròpia pot ser desenvolupada a partir de peticions informatives als GCM, a partir de documentació pública, a partir d'actes externs, de comunicats o d'actes externs... Ara bé, la diferència essencial rau en el tractament periodístic que s'hi faci.

Ho observem, per exemple, en la notícia sobre les negociacions post-electorals a la ciutat de Girona (9/2015/EP). Hi ha informacions de gairebé tots els partits i tot i que l'origen són les declaracions de la cap de llista del principal partit de l'oposició, el PSC, es complementen amb d'altres informacions. Així, quan es parla de les intencions d'ERC es fa servir l'expressió "*fonts d'ERC...*", cosa que podria indicar que el periodista ha consultat les seves pròpies fonts per conèixer les intencions, més enllà de les declaracions públiques.

En ocasions els partits utilitzen els seus contactes amb els periodistes per oferir informacions exclusives i difondre el seu missatge. Aquesta tendència s'observa especialment cap a finals del segle XX, quan les TIC no tenien el nivell d'implantació de l'actualitat. Així per exemple, en una notícia sobre el dèficit de Figueres (10/1996/DdG) s'afirma que es tancarà l'exercici de manera molt pitjor de les previsions que havia fet "*el nou equip de govern*". La informació l'ha rebut en exclusiva el DdG, o almenys això és el que diu el periodista. És evident que hi ha voluntat de filtrar les xifres per part del nou govern, i de fet el tema està publicat abans que els grups de l'oposició sàpiguen el resultat de l'exercici, cosa com a mínim sospitosa. El problema és quan es recull de manera acrítica aquesta informació fet que converteix els mitjans en altaveus determinades postures polítiques.

A vegades es desenvolupen peces en mode de reportatge a partir de temes anteriors. És el cas de la notícia en la que es busca l'opinió d'un enginyer de

camins sobre la proposta del PP de soterrar el TGV (5/2001/EP). En aquests casos una sola font és més que acceptable, ja que el que es busca és la reacció d'un tècnic a una sèrie de qüestions plantejades prèviament. A més, la peça es complementa amb l'opinió d'altres actors.

En d'altres casos s'utilitza informació pública per a realitzar notícies pròpies. És el cas de la notícia sobre l'expropiació d'un pati particular per a fer-hi passar el carril bici (5/2001/DdG). Sorprèn que el titular digui "*Expropien...*" i en canvi al cos s'informi que es farà si, "*passat un temps*" no s'arriba a un acord amb el propietari. La combinació d'orígens de la informació s'observa també en determinades peces "corals", com la peça sobre les reaccions a les declaracions de la Consellera Tura sobre el turisme de borratxera a Lloret: s'elabora a partir d'agències, comunicats, i declaracions pròpies (8/2004/DdG).

No sempre és així. Les notícies pròpies també s'elaboren a partir d'una sola font, com és el cas de la peça sobre les irregularitats en la concessió d'una guarderia a Figueres (6/2005/DdG): prové d'un informe elaborat pel secretari de l'Ajuntament, que confirma les irregularitats denunciades pel PP. L'informe és desglossat en la peça, i fins i tot s'hi adjunta una fotografia. És probable que hagi estat obtingut pel redactor gràcies al PP, o que l'hagi demanat ell mateix. En qualsevol cas, no hi ha cap font de l'Ajuntament que rebati les afirmacions que s'hi fan.

El mateix succeeix en la notícia sobre la distribució de les places d'aparcament a Girona (15/2008/EP), que s'elabora a partir de dades municipals. Tanmateix trobem a faltar algun testimoni extern que pugui valorar les dades. Des de veïns, a persones que venen en cotxe a treballar a Girona, a experts en mobilitat d'altres institucions o professors d'universitat. La peça deixa clara la voluntat de l'ajuntament d'endegar campanyes per a millorar la mobilitat. Veiem un cop més el treball comunicatiu de l'ajuntament, que aprofita temes puntuals per fer difusió del seu pla de treball, general i inclòs en una política predeterminada.

Les notícies pròpies, finalment, permeten fer un seguiment que legitima l'activitat del diari. Amb aquesta pràctica es dona continuïtat a un tema que pot

tenir una evolució informativa interessant, tant a nivell periodístic com social¹⁰⁴. En segon lloc legitima la funció de la capçalera com a vigilant dels poders públics. En definitiva, però, s'observa una major cura en aportar fonts alternatives i en atribuir-les correctament en les peces pròpies que no pas en peces originades en d'altres entorns informatius. Ampliarem aquest punt en el capítol sobre l'exclusivitat de les fonts utilitzades.

5.2.5.3. Rodes de premsa, plens municipals i nombre de fonts:

En aquest apartat analitzarem l'ús de les fonts en dos entorns informatius que tenen unes característiques específiques que fomenten l'ús de més d'una font d'informació. En primer lloc, les rodes de premsa, un entorn informatiu en el que el convocant informa sobre una qüestió d'interès ciutadà. Les rodes de premsa permeten a la font explicar-se amb més profunditat, a més de permetre al periodista fer les preguntes que consideri oportunes.

En aquest sentit, és un entorn informatiu en el que es permet la participació de diverses persones que poden donar el seu punt de vista sobre el tema del que s'informi. Així doncs no és d'estranyar que les rodes de premsa presentin més nombre de fonts que peces elaborades a partir d'altres orígens. En les rodes de premsa, un 11,21% de les notícies tenen una font, pel 7,11% que en tenen més d'una.

Pel que fa als plens municipals, ja hem comentat anteriorment la seva importància i com, per la seva pròpia dinàmica, tendeixen a donar més joc a veus alternatives. Els plens, com a principals òrgans de govern de la ciutat, generen debats interessants per a la ciutadania, i de fet és un entorn clàssic i imprescindible per a la premsa local.

Com dèiem, però, es tracta d'un entorn informatiu peculiar, que genera informació d'interès ja que s'hi prenen decisions de rellevància per a la gestió municipal. Els periodistes, que normalment assisteixen al ple, solen prioritzar les informacions que fan referència a decisions preses i que poden ser d'interès

¹⁰⁴ En el cas del *DdG*, per exemple és descatable el seguiment que al llarg dels anys s'ha fet de l'anomenat "Cas Treball", sobre el finançament irregular d'UDC, destapat, en part, pel diari.

pels lectors. Tot i això, moltes vegades expliquen, en format de crònica, com s'ha desenvolupat la discussió sobre el tema principal, o possibles debats que s'hagin generat entre els grups presents al consistori. És en aquest punt on podem comprendre perquè hi ha un elevat nombre de fonts en les notícies que sorgeixen del ple.

Finalment, indicar la diferència percentual entre les peces elaborades a partir de comunicat extern de l'oposició i extern amb una sola font o amb més de dues fonts. En tots dos casos, les notícies que recullen més d'una font són molt minoritàries, tant a nivell absolut com comparativament. Recordem però que molt sovint els comunicats solen ser relegats als breus, especialment en aquelles informacions de poca rellevància.

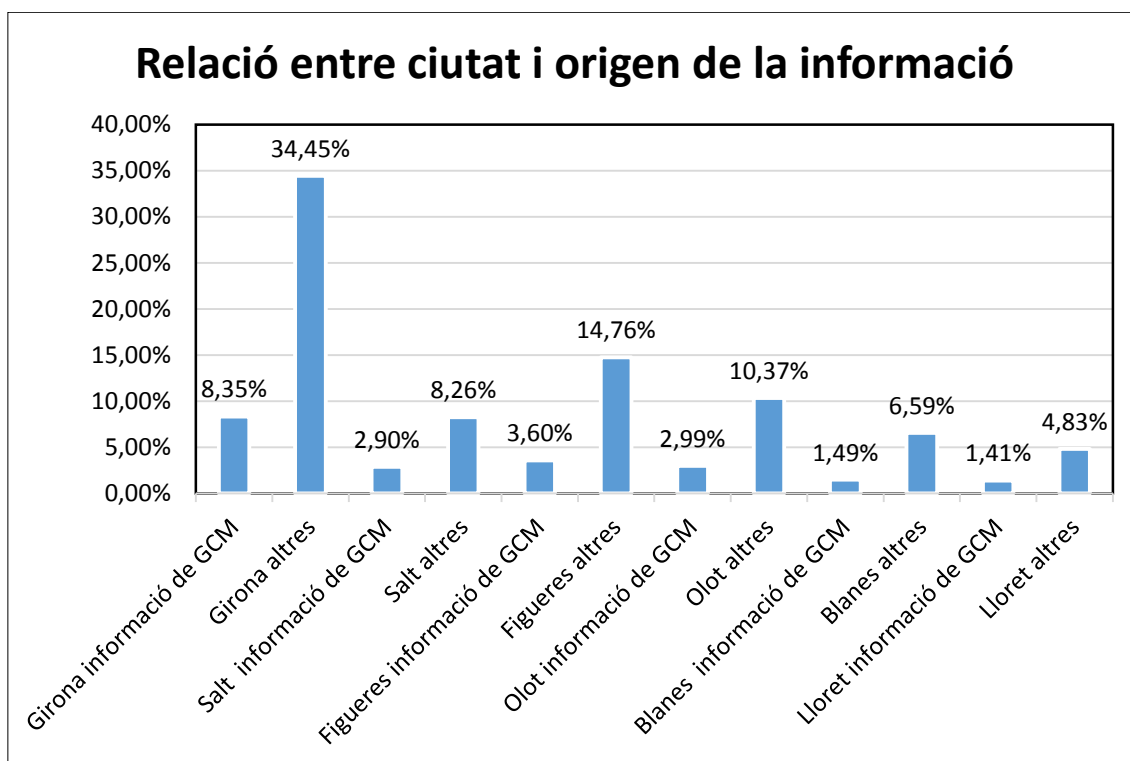
En conclusió, l'origen de la informació és una variable a vegades difícil d'identificar, fet que ens indica la tendència dels mitjans de comunicació a no contextualitzar de manera correcta les informacions que reben. Més enllà de la qüestió de l'atribució de les fonts, de la que parlarem més endavant, és evident que a vegades falten dades per contextualitzar de manera correcta la informació, fet que dificulta una correcta interpretació del fet noticiable i, en alguns casos, fins i tot la comprensió de la mateixa¹⁰⁵

5.2.5.4 Relació entre ciutat, direcció del flux informatiu i origen de la informació:

En aquesta categoria hem creuat les dades relatives a la ciutat i l'origen de la informació. La idea és poder escatir si hi ha diferències de tractament en el que fa referència a l'origen de la informació en funció de la ciutat de la que es parli. Aquesta relació ens podria indicar tendències en el que fa referència a l'ús de les fonts governamentals i, eventualment, podríem deduir les relacions informatives que s'estableixen entre els diferents actors polítics i socials per una banda i els mitjans de comunicació de l'altra.

¹⁰⁵ Diezhandino (2007: 67) recorda que molt freqüentment falten dades fonamentals per a poder interpretar una notícia. Per exemple, on se situa, físicament, l'origen de la informació, entre d'altres.

Per a fer operatiu l'anàlisi de les dades, en aquesta categoria hem desglossat per un costat la informació que prové de GCM i de l'altre les que tenen altres categories, totes juntes:



Gràfica 78: Relació entre ciutat i origen de la informació

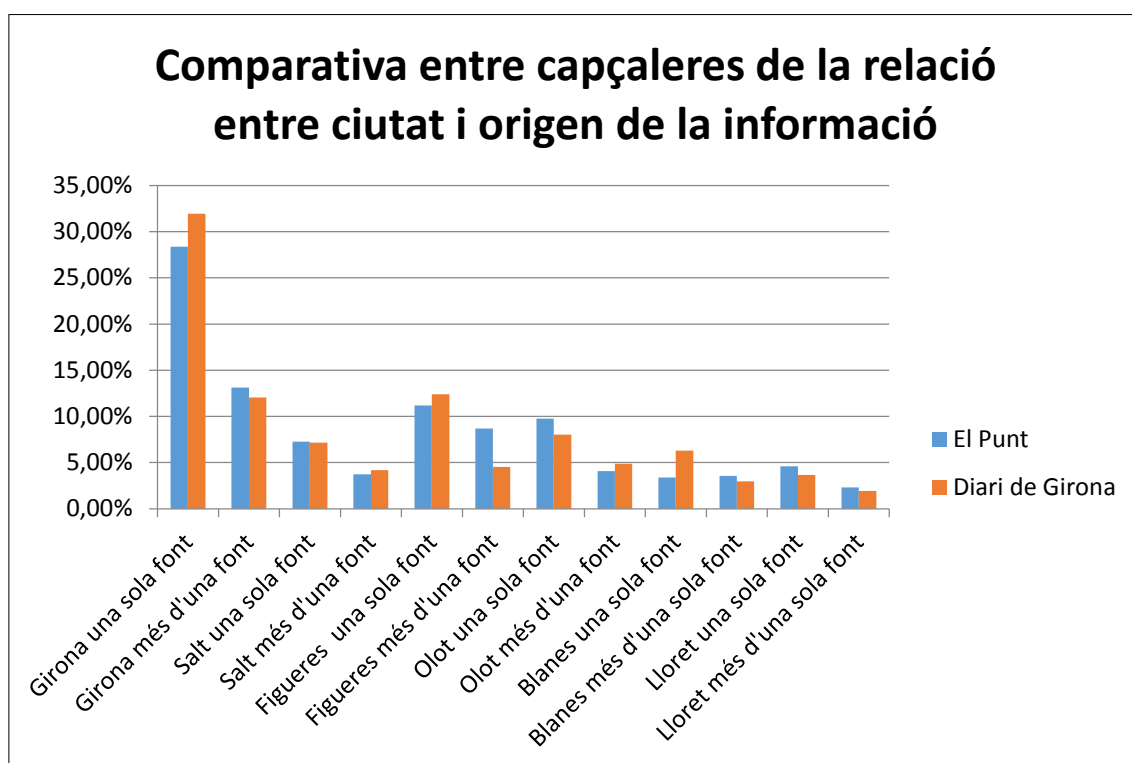
Tal i com observem a la gràfica, les notícies que tenen orígens diferents als del GCM són majoria respecte les que tenen d'altres orígens. Així doncs, tot i que, tal i com hem vist, des d'una perspectiva global les notícies provinents de GCM són majoria, si observem ciutat per ciutat i comparem aquest origen amb els altres, observem com les diferències de percentatge són notables.

A Girona, per exemple, les peces que tenen com a origen els GCM representen un 8,35% del total (incloent les notícies d'altres ciutats) pel 34,45% d'altres orígens. Les diferències percentuals també són notables en d'altres ciutats, com per exemple Figueres, amb un 14,76% pel 3,60% que té origen en comunicat del GCM, o Salt, amb un 8,26% pel 2,90%.

D'aquestes dades es desprèn que la majoria de notícies s'elaboren a partir d'orígens diferents als de comunicat del GCM. Tanmateix, cal tenir en compte que, tot i les diferències percentuals, aquests segueixen sent un origen fonamental en la construcció de l'agenda temàtica. També podem deduir que

pel que fa a les pràctiques de recollida i selecció de notícies, no sembla que hi hagi diferències entre ciutats, i que l'entorn informatiu local no pateix excessives transformacions entre poblacions, tot i les particularitats que pugui tenir cadascuna d'elles.

En aquest punt, veiem si s'observen tendències de canvi entre les dues capçaleres analitzades:



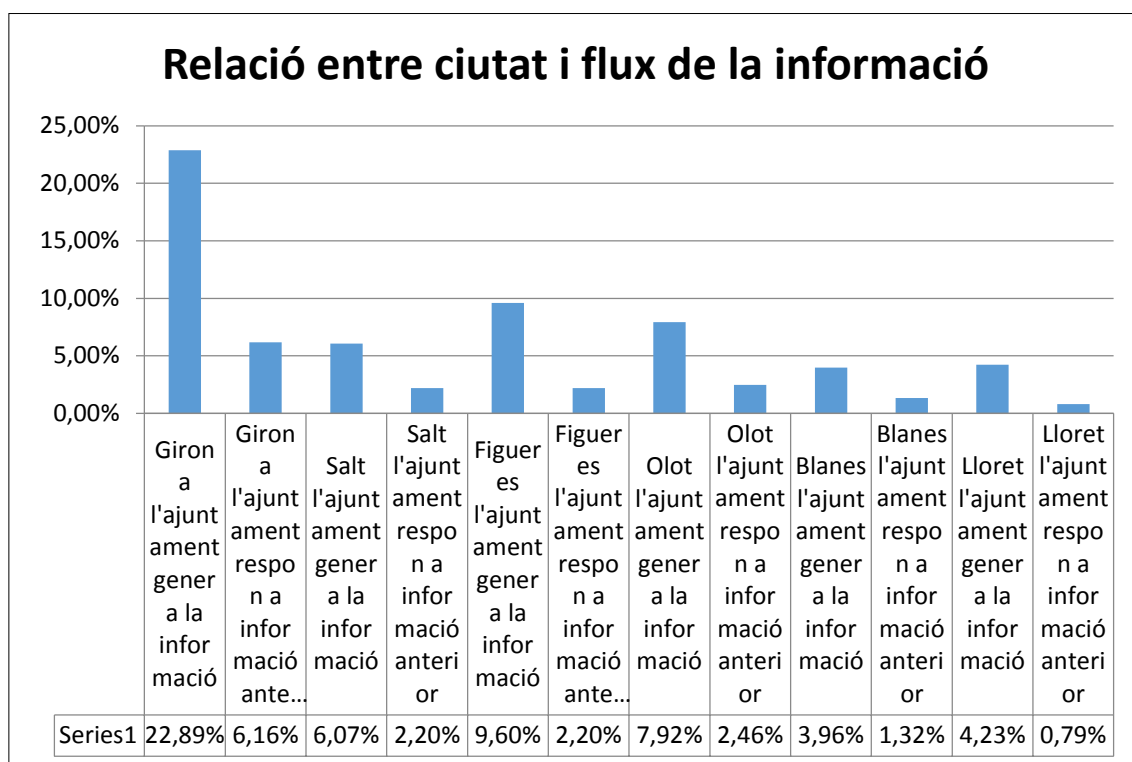
Gràfica 79: Comparativa de la relació entre la ciutat i l'origen de la informació a *El Punt* i el *DdG*.

En aquesta gràfica observem com les tendències entre les dues capçaleres són similars. Tot i això hi ha alguna dada divergent. Per exemple, el *DdG* té més peces originades a partir de GCM a la ciutat de Girona, i en canvi en té menys d'altres tipus d'origen. Constatem aquesta diferència encara que no són prou significatives per assegurar cap explicació.

En d'altres ciutats la diferència entre orígens està més acusada al *DdG*, com per exemple a Figueres. A Olot, en canvi, la diferència entre notícies desenvolupades a partir de GCM i d'altres orígens és menor que a *El Punt*. Podria significar això diferents praxis informatives per part dels redactors

d'aquestes ciutats? Tenint en compte que l'arc de temps analitzat és de 21 anys, no podem descartar-ho i que això es visualitzi en aquestes gràfiques. Tanmateix, no podem oblidar que en tots aquests anys els redactors que treballen sobre aquestes ciutats han canviat. En ocasions, fins i tot, no hi ha hagut un redactor sobre el terreny per treballar les notícies més específiques, pel que en determinades èpoques el recolzament en els GCM de determinades ciutats pot haver estat major.

En qualsevol cas, per aprofundir una mica en la relació entre la ciutat i l'ús de les fonts hem volgut crear les dades referents a la ciutat i a la direcció del flux informatiu¹⁰⁶. A nivell global, aquests són els resultats:



Gràfica 80: Relació entre la ciutat i el flux de la informació.

Tal i com s'observa en aquesta gràfica, la diferència entre les notícies que genera l'ajuntament i les que respon és notable, sempre a favor de les primeres. Així, a Girona la diferència percentual és de gairebé el 26% a Figueres del 27%, a Salt del 23%, a Olot del 31%, a Blanes el 32% i a Lloret el

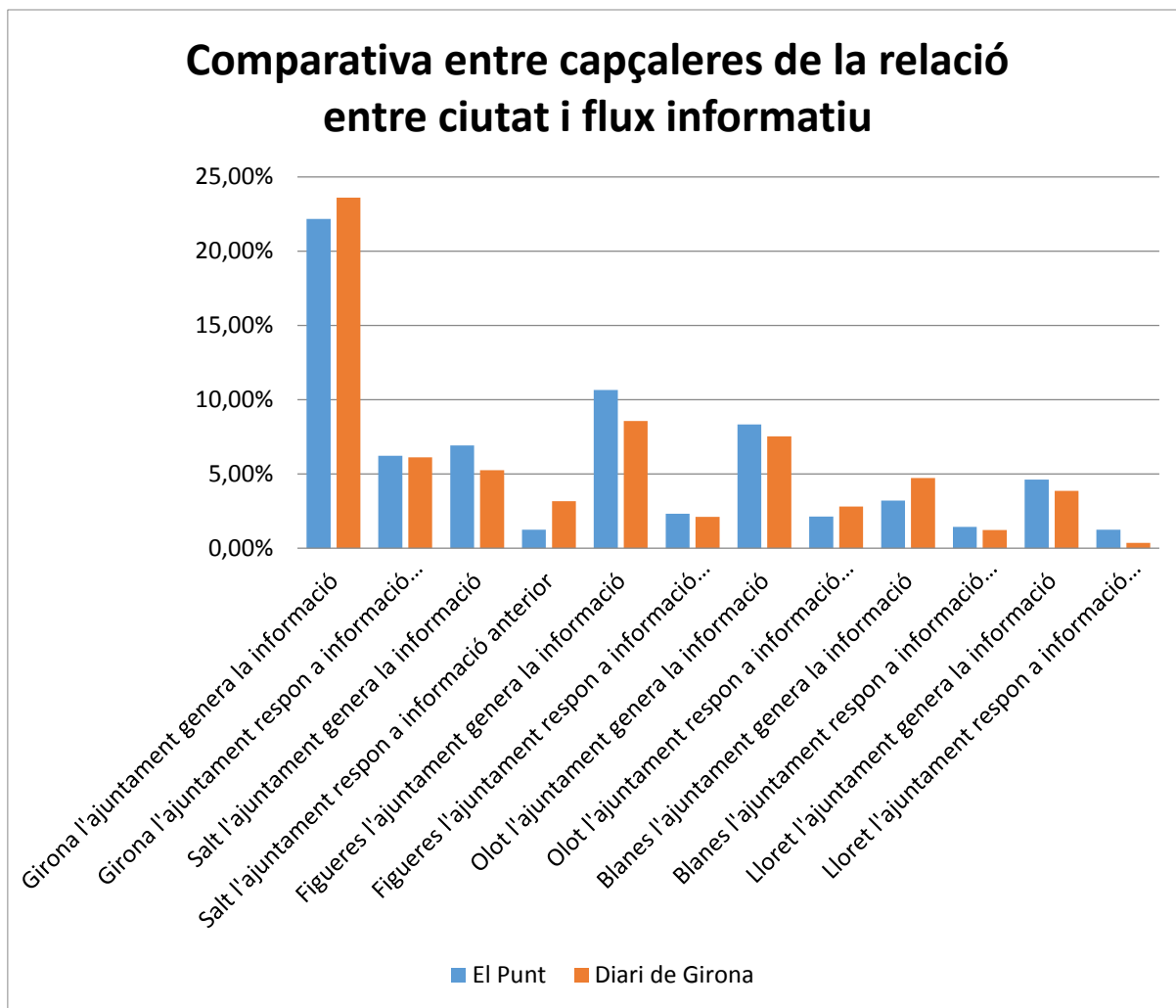
¹⁰⁶ Per elaborar aquesta gràfica hem obviat els resultats de notícies en les que el flux informatiu no té relació amb l'ajuntament, és a dir, que només hem inclòs aquelles dades referents a l'ajuntament com a generador de la informació i les que l'ajuntament respon a informacions prèvies elaborades per d'altres actors.

19%. Totes aquestes tendències indiquen la capacitat que té el govern municipal de portar la iniciativa temàtica i, per tant, d'emmarcar el debat públic. A nivell comunicatiu és bàsic tenir la capacitat d'incidir en l'agenda temàtica dels mitjans, no només per una pura qüestió de visibilitat, sinó també de domini del relat.

El simple recompte quantitatiu no dóna dades suficients sobre aquesta capacitat d'influència. Si només mesuréssim l'aparició dels ajuntaments en una notícia obtindríem dades quantitatives sobre el seu nombre d'aparicions, però no sobre la qualitat d'aquestes aparicions ni de la seva tipologia. És evident, com ja hem dit, que la capacitat de generació d'informació de les institucions és enorme. Ara bé, l'establiment de l'agenda temàtica també permet controlar els paràmetres del debat públic i per a fer-ho, les institucions han desenvolupat estructures de comunicació cada cop més complexes per controlar els fluxos d'informació, que a més s'han diversificat i amplificat de manera exponencial arran de l'explosió de les TIC.

Aquesta preeminència de la institució com a generadora del relat informatiu es relaciona sens dubte amb la tendència a utilitzar una sola font, especialment les institucionals, per configurar el relat periodístic, però també amb la qüestió de la contraposició, que tractarem més endavant. Tot plegat crea un espai mediàtic que no està format per *notícies* pròpiament dites sinó per informació aportada pels *newsmakers* (Diezhandino, 2007).

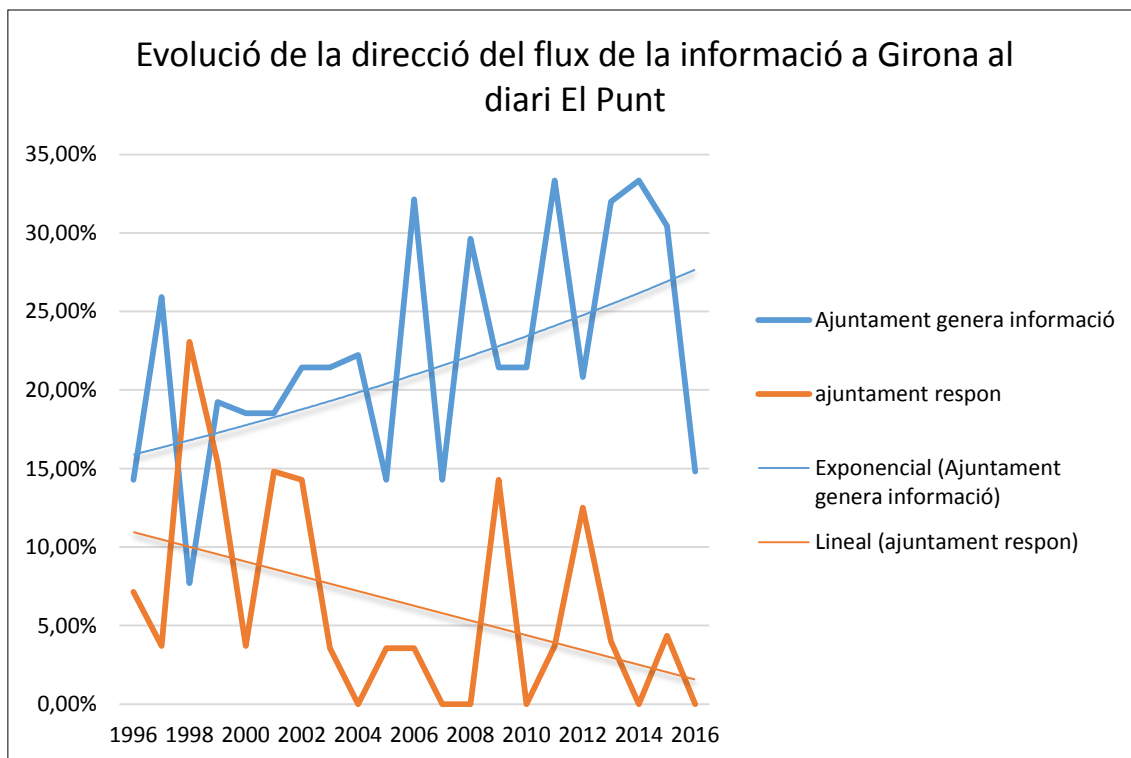
Per acabar amb aquest apartat, donem un cop d'ull a les dades sobre la relació entre aquests paràmetres desglossades per capçalera:



Gràfica 81: Comparativa de la relació entre les ciutats i la direcció del flux informatiu.

En aquest gràfica veiem les diferències entre capçalera pel que fa referència a la capacitat de generar informació. No s'observen diferències essencials entre capçaleres, més enllà de fluctuacions que poden ser conjunturals.

Finalment voldríem fer un cop d'ull a l'evolució d'aquest paràmetre al llarg del temps. Per no carregar excessivament de dades la nostra gràfica, hem agafat dues ciutats per comprovar la tendència en aquesta categoria. Hem vist si hi havia fluctuacions en la relació entre la ciutat i la direcció del flux informatiu. Ara volem observar si hi ha tendències destacables al llarg del temps en una sola ciutat. Per això hem escollit dues ciutats, Girona i Figueres, totes dues de rellevància, amb estructures de comunicació existents des de fa temps i consolidades com a font estable pels mitjans.



Gràfica 82: Evolució comparativa de la direcció del flux informatiu a *El Punt* amb l'ajuntament com a protagonista.

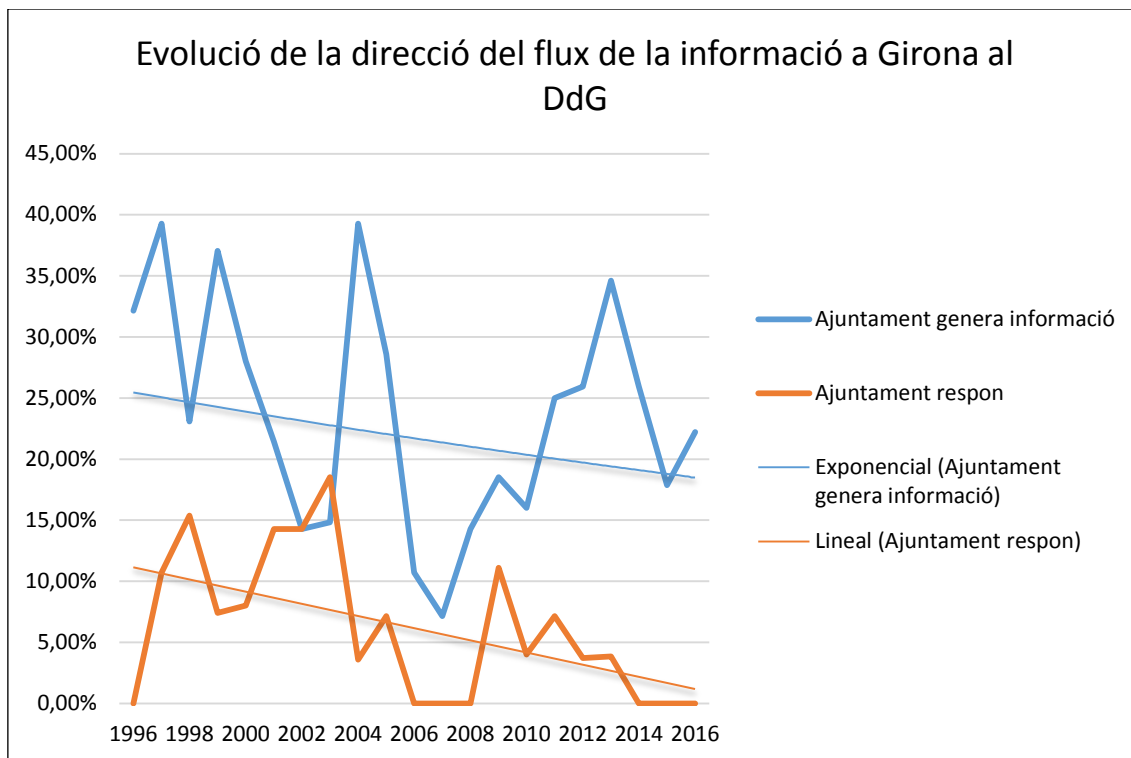
Els resultats d'*El Punt* en relació a la ciutat de Girona indiquen dues dinàmiques contraposades que són força interessants. Si observem la línia de tendència exponencial sobre les notícies en que l'ajuntament és la font principal i generadora d'informació, veiem com hi ha un increment significatiu del percentatge. Sembla, doncs, que la tendència d'aquests 21 anys és donar més cabuda a informacions plantejades per l'Ajuntament de Girona.

Creiem que la professionalització de la comunicació pública, unida a la pèrdua de recursos econòmics i humans de les empreses periodístiques pot provocar aquest fenomen, que contrasta amb la suposada democratització de la representació mediàtica que han facilitat les TIC.

Seguint a Girona, la segona tendència que crida l'atenció és el descens, al llarg dels 21 anys estudiats, de les notícies en que l'Ajuntament respon a informacions prèvies. Podria ser que els consistoris estiguessin controlant millor l'agenda temàtica, a partir de l'ús de múltiples recursos, no només els tradicionals de relació amb els mitjans. És probable que part de l'estratègia de comunicació online de l'Ajuntament de Girona, estigui dissenyada per tenir

també presència als mitjans. En tot cas, no deixen de ser hipòtesis que posem sobre la taula.

El *DdG*, d'altra banda, presenta unes dinàmiques lleugerament diferents:



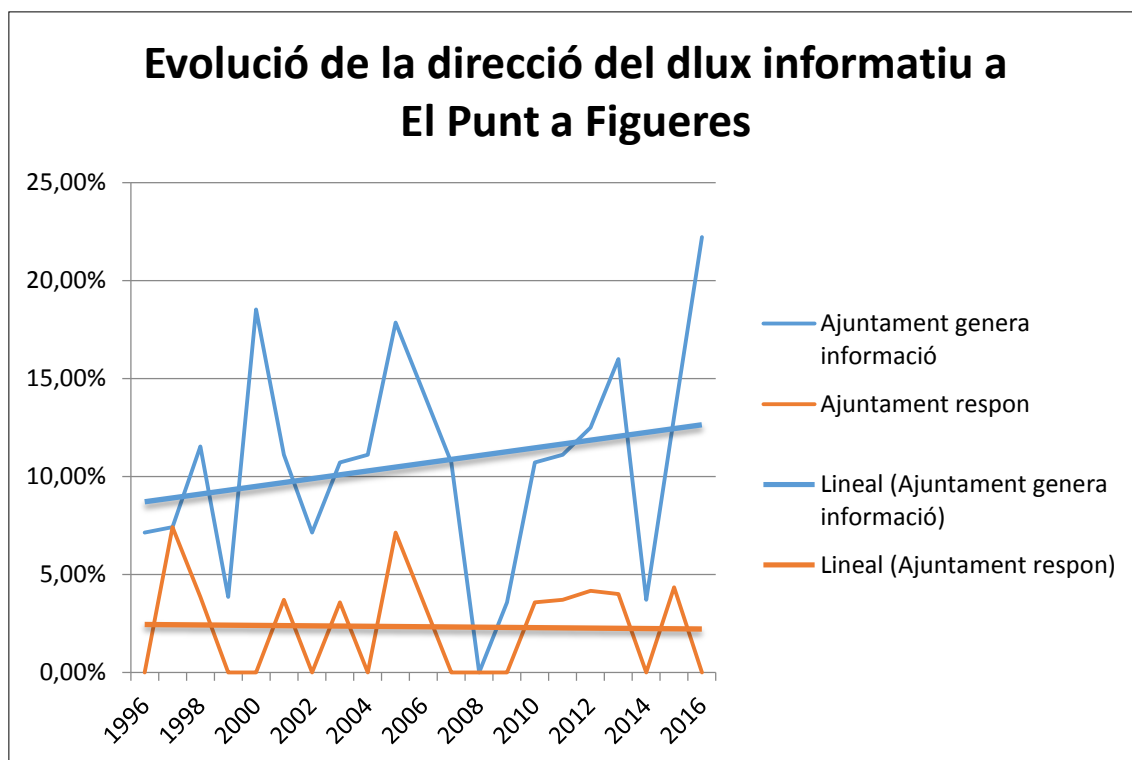
Gràfica 83: : Evolució comparativa de la direcció del flux informatiu a *El Punt* amb l'ajuntament com a protagonista.

En aquest cas, tots dos fluxos informatius, els de l'ajuntament com a protagonista de la informació i el de l'ajuntament com a actor que respon a informacions anteriors són a la baixa. Insistim, més enllà dels canvis conjunturals, sembla clar que en el cas del *DdG* hi ha un descens notable de les notícies sobre Girona en les que l'Ajuntament genera la informació i en les que l'Ajuntament respon.

Així doncs, podem concloure que, pel que fa al *DdG* hi ha un descens de la influència de l'Ajuntament en la configuració de la realitat informativa. De fet, si recordem, pel que fa a la tipologia de les fonts observem com el *DdG* utilitza

més fonts provinents d'altres institucions, d'associacions de veïns i entitats ciutadanes i de particulars que *El Punt*¹⁰⁷.

Per acabar d'analitzar aquesta categoria, ens hem plantejat quina seria la tendència si agafem les dades referides a una altra població. Hem escollit la ciutat de Figueres, en primer lloc per importància demogràfica i informativa, i en segon lloc perquè és una ciutat on sempre hi ha un redactor sobre el terreny per treballar-hi l'actualitat:

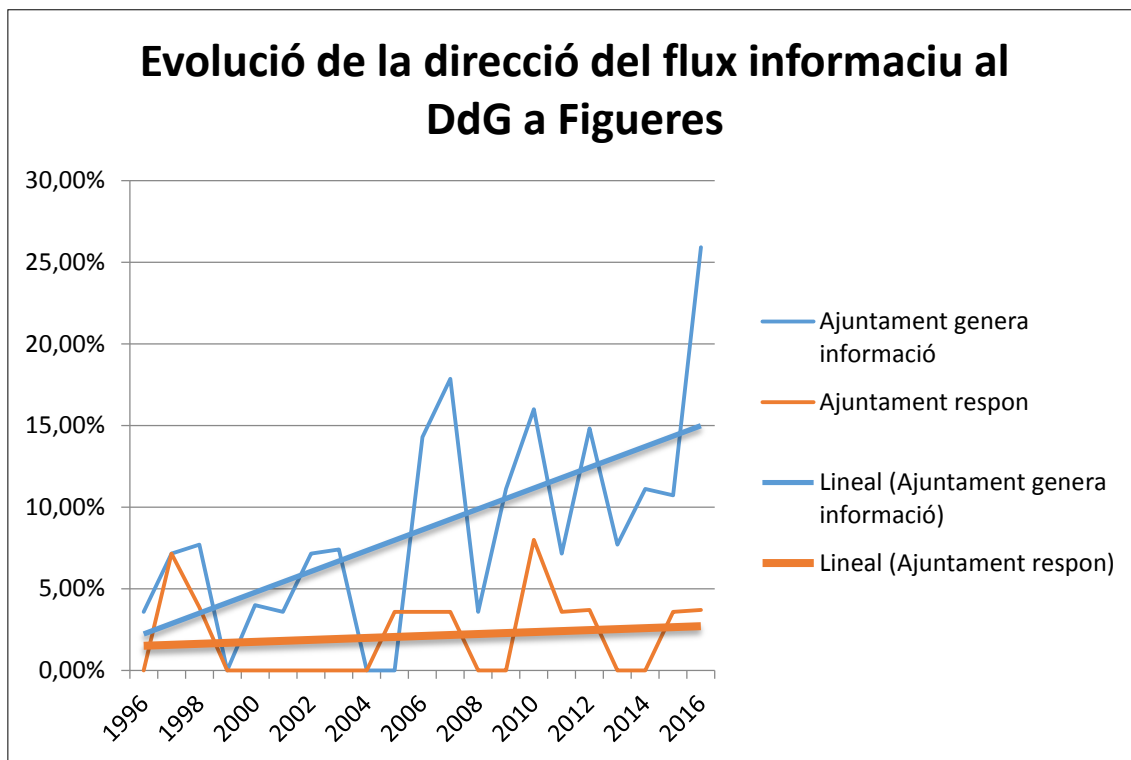


Gràfica 84: Evolució de la direcció del flux a la ciutat de Figueres al diari *El Punt*

A la ciutat de Figueres les dades mostren tendències similars a la de Girona en el diari *El Punt*. En primer lloc s'observa un augment de la presència de l'Ajuntament de la ciutat com a generador d'informació, al llarg de 21 anys. Tanmateix, l'evolució és irregular, el que pot explicar-se per variacions en els factors que regeixen el flux informatiu entre la font i el periodista. Aquests factors poden ser variacions en l'estructura comunicativa del consistori, canvis en la política i criteri informatiu del diari i també canvis en els recursos econòmics i humans destinats a la ciutat.

¹⁰⁷ Vegeu gràfica 62.

Pel que fa a les notícies en les que l'Ajuntament respon a notícies prèvies o a informacions generades per d'altres actors, la tendència és a la baixa, tot i que de manera molt lleugera. Estem doncs davant d'unes dades similars a les que aportava la ciutat de Girona. Anem a veure què indiquen les dades relatives a Figueres del *DdG*:



Gràfica 85: Evolució de la direcció del flux informatiu a la ciutat de Figueres al *DdG*.

Al *DdG*, les dades mostren tendències diferenciades respecte la ciutat de Girona. A l'igual que a *El Punt*, s'observa una tendència a l'alça de les notícies en les que l'Ajuntament és la font generadora de la informació. Aquesta tendència és encara més acusada que a *El Punt*. D'altra banda, observem també un lleuger augment de les notícies en les que el consistori figuerenc respon a informacions prèvies. Tot plegat sembla indicar un increment de la influència de l'Ajuntament de Figueres a l'hora de configurar el flux de la informació local.

5.2.6: PROPORCIONALITAT I CONTRAPOSICIÓ:

Tot seguit analitzarem dues variables que considerem fonamentals a l'hora de valorar la qualitat periodística d'un producte. No podem perdre de vista que l'ús de les fonts no és una praxis periodística irrellevant. És per aquest motiu que no pot ser considerat simplement des d'una perspectiva quantitativa, sinó que cal relacionar el seu ús amb d'altres variables, com per exemple, fins a quin punt les fonts entren en conflicte amb d'altres, és a dir, fins a quin punt les informacions presenten una proporcionalitat de versions. Aquesta variable és interessant si volem observar com es relacionen els mitjans amb les fonts oficials, però també quin grau de contraposició té el relat que aporta la institució sobre la gestió municipal.

D'altra banda, hem volgut considerar la contraposició, entesa no només com una comprovació de la veracitat de la informació que ens aporta la font principal, sinó sobretot com l'ús d'una font alternativa que complementi el relat aportat per la font principal. Per tant, no es tracta d'aportar fonts que necessàriament contradiguin el que diu la principal, sinó fonts que complementin allò que diu, encara que hi estiguin d'acord. És d'aquesta manera, contraposant, com s'aconsegueix una informació més contextualitzada i amb més matisos i, per tant, més propera a la realitat.

El periodisme capaç de contextualitzar la informació, d'aportar dades, comparacions, idees que puguin ajudar a una correcta interpretació de la notícia és el bon periodisme¹⁰⁸. Per tant cal tenir present les dades sobre proporcionalitat i contraposició que analitzem tot seguit.

5.2.6.1. Proporcionalitat:

En la variable de la proporcionalitat ens hem plantejat, des d'una perspectiva estrictament numèrica, quin és l'equilibri que existeix entre les fonts

¹⁰⁸ Rodríguez Rey et al. (2015) relaciona tots aquests paràmetres amb l'ús de les fonts.

institucionals i les fonts alternatives a l'hora de configurar el relat periodístic. En aquest sentit val a dir que aquest plantejament és vàlid en la mesura en la que contraposar la informació té sentit, i ja hem dit que hi ha ocasions en les que no serà necessari fer-ho. En aquest sentit, hem considerat quatre possibilitats: que la notícia tingui més fonts municipals, entenent com a municipals les del govern municipal; que hi hagi més fonts alternatives, considerant com a tals qualsevol font, sigui del tipus que sigui, que no formi part de l'ajuntament; que hi hagi igualtat entre les municipals i les alternatives; i finalment que no hi hagi conflictivitat, és a dir, que estigui informativament justificat que no s'aporti cap més font alternativa¹⁰⁹. Recordar, abans de veure les dades, que aquestes no porten implícit cap judici de valor, i que simplement es vol posar sobre la taula quina proporció de fonts institucionals i alternatives hi ha en la generació de notícies periodístiques.

Anem a veure les dades globals, unint les dues capçaleres:

Més fonts municipals	182	15,95%
Igualtat de fonts	189	16,56%
Més fonts alternatives	191	16,74%
No conflictivitat	579	50,74%

Taula 57: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives.

En primer lloc destaca la forta presència de notícies que no tenen conflictivitat, Moltes vegades aquestes informacions provenen de GCM i no estan desenvolupades ni tan sols excessivament editades. Principalment perquè els professionals de la informació no les consideren de rellevància per contraposar-la. Generalment són notícies que l'ajuntament elabora per donar informació de servei als ciutadans: activitats que es realitzen a la ciutat, novetats en el que fa referència als serveis municipals, talls de carrers i obres diverses...informacions

¹⁰⁹ Hem de considerar també la possibilitat que la contraposició (o contextualització) es pot realitzar a través d'un repàs exhaustiu de les informacions d'arxiu sobre la temàtica que correspongui. L'ús de les informacions d'arxiu és essencial per donar al lector la possibilitat de situar el fet notíciablable en una successió d'esdeveniments que l'ajudin a comprendre la importància del que llegeix.

totes elles puntuals i concretes que solen ser traslladades per la premsa de manera gairebé literal. Aquestes són 579 notícies, un 50,74% del total analitzat.

L'interès, però, rau en la meitat de notícies que sí que presenten certa conflictivitat. Els percentatges entre les notícies que presenten més fonts municipals, les que tenen igualtat de fonts i les que presenten més fonts alternatives són gairebé idèntics (15,95%, 16,56% i 16,74% respectivament). Així doncs hi ha un equilibri gairebé total entre aquestes tres categories.

Veiem si aquest equilibri es manté per capçalera:

Més fonts municipals	89	15,67%
Igualtat de fonts	94	16,55%
Més fonts alternatives	98	17,25%
No conflictivitat	287	50,53%

Taula 58: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives a *El Punt*.

Més fonts municipals	93	16,23%
Igualtat de fonts	95	16,58%
Més fonts alternatives	93	16,23%
No conflictivitat	292	50,96%

Taula 59: Dades globals sobre la proporcionalitat entre fonts municipals i alternatives al *DdG*.

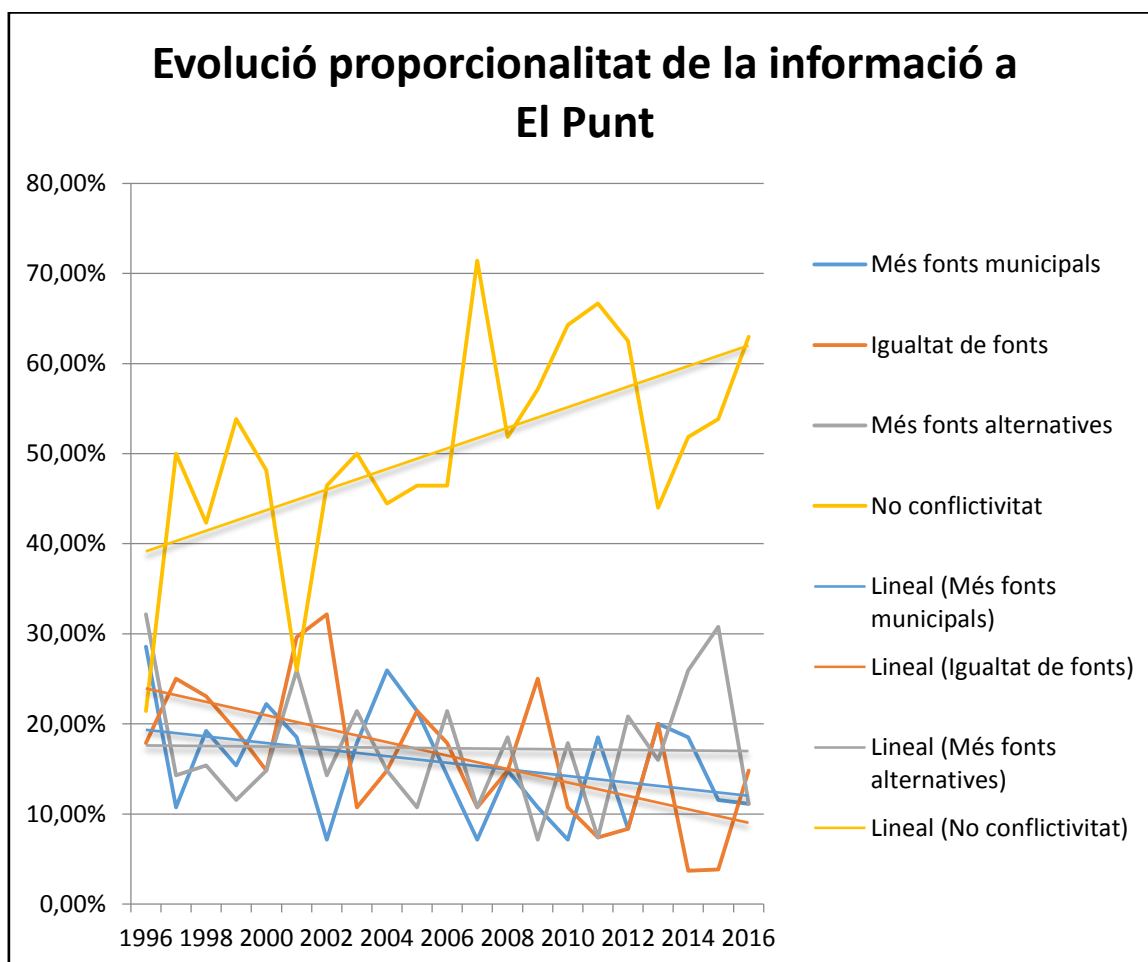
Tal i com podem veure, les dues capçaleres tenen dades gairebé idèntiques en aquest sentit, amb lleugeres diferències, especialment a *El Punt*, però que no indiquen cap tendència significativa. En qualsevol cas, aquesta uniformitat pot respondre al fenomen que hem assenyalat de l'homogeneïtat que presenten els mitjans de comunicació en el que fa referència a l'ús de les fonts i a l'organització de l'agenda temàtica.

Ens aventurarem a afirmar que la igualtat que s'observa en aquesta categoria pot respondre a les dinàmiques informatives imposades en la premsa local en els darrers anys, amb un entorn informatiu cada cop més controlat per les fonts

informatives degut a la professionalització de la comunicació política, a la mercantilització de la informació i a la pèrdua d'independència periodística causada per la crisi financera.

La influència de les fonts, unida a la valoració de la immediatesa com a requisit prioritari a l'hora d'elaborar informacions està provocant una pèrdua de la capacitat dels periodistes per treballar les fonts de manera que li permetin desenvolupar temes propis, d'interès ciutadà i que s'allunyin dels fluxos comunicatius establerts per les fonts professionalitzades. Així, els diaris locals perden el seu paper de "notari de l'actualitat"¹¹⁰, per convertir-se en *passive journalists* (O'Niell, O'Connor, 2008:504).

Però, fins a quin punt aquesta tendència s'ha mantingut al llarg del temps?



Gràfica 86: Evolució de la proporcionalitat a *El Punt*, amb línies de tendència.

¹¹⁰ O'Niell i O'Connor (2008)

La gràfica lineal ens mostra les diferents tendències observades en les notícies analitzades a *El Punt*. En primer lloc observem una reducció de les notícies que aporten més fonts municipals. Podríem pensar que aquest descens aniria acompanyat d'un augment de les fonts alternatives a l'hora d'elaborar notícies. Tanmateix la línia de tendència d'aquesta categoria també mostra un descens, en aquest cas però molt lleuger. En aquest sentit, podríem pensar que les notícies que aporten més fonts alternatives es mantenen en uns nivells similars al llarg d'aquests anys. No succeeix el mateix amb les notícies que presenten igualtat de fonts, que mostren un descens molt pronunciat, de gairebé 15 punts. Finalment, les notícies que no presenten conflictivitat presenten un augment tendencial considerable, amb un inici lleugerament per sota del 40% i un final superior al 60%.

Aquest augment de les notícies que no presenten conflictivitat, unit al l'increment tendencial de l'ús de fonts institucionals com a font primera¹¹¹, ens porta a pensar en una major influència de les fonts institucionals en la configuració de la realitat informativa. Cal tenir present que al llarg d'aquests 21 anys hem observat un augment significatiu de les peces elaborades a partir de GCM, i en canvi, hem presenciat un descens de les notícies pròpies, per bé que aquest últim sigui lleuger¹¹². Sembla, doncs, que la capacitat dels GCM per incorporar temes a l'agenda temàtica, encara que siguin de poca importància, ha anat en augment en aquests 21 anys.

Una altra explicació seria que el professional del periodisme s'ha relaxat en la seva obligació de contraposar les notícies, però això és anar massa lluny en la interpretació de les dades, ja que implica fer un judici de valor que no necessàriament té base empírica. Tanmateix, alguns autors ja han posat de manifest que la manca de recursos econòmics i les pobres condicions de treball en les que el periodisme local s'ha de desenvolupar incideixen en la moral dels treballadors, que els fa més vulnerables a les estratègies comunicatives d'organitzacions poderoses: *"In such a pressurised and demoralised working environment it is all too easy for journalists to become dependent on the pre-fabricated, pre-packaged "news" from resource-rich public relations*

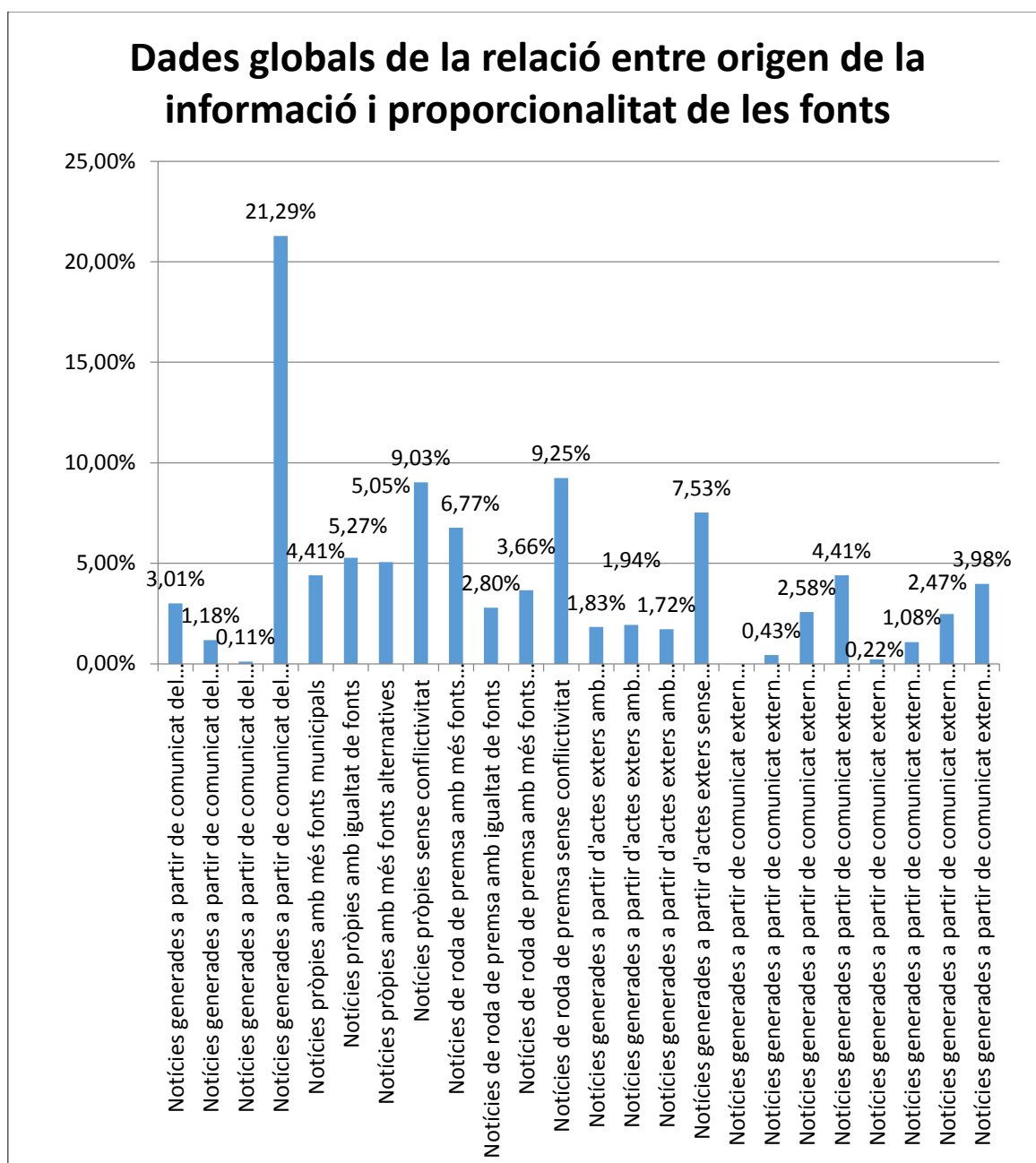
¹¹¹ Veure gràfica 63.

¹¹² Veure gràfica 71.

organisations or the familiar and easily accessed routine source or re-writes of news agency copy“ (O’Niell, O’Connor, 2008: 503)

5.2.6.2. Relació entre origen de la informació i proporcionalitat

En aquest punt, creiem pertinent fer-nos una pregunta: podria ser que la proporcionalitat depengués de l’origen de la informació?



Gràfica 87: Dades globals de la relació entre origen de la informació proporcionalitat

Aquestes dades mostren com hi ha una relació directa entre informacions generades per GCM i manca de conflictivitat. Així, aquesta categoria s'eleva a més d'un 20% de les informacions, el que indica que molts dels comunicats són de temes considerats de poc interès i amb poc recorregut periodístic. Aquestes dades indiquen també que els comunicats solen enviar-se per a temes de poca rellevància (encara que no sempre és així), temes pels que no cal convocar a la premsa perquè no tenen recorregut informatiu, i en el cas que algun periodista hi estigui interessat ja contactarà amb el GCM per satisfer la seva necessitat informativa.

Sense moure'ns encara de la informació generada a través de GCM, notem un percentatge baixíssim, de només el 0,11% de notícies generades per GCM que tinguin més fonts alternatives. En part és comprensible, ja que els comunicats estan elaborats en un format i llenguatge periodístic, i molt sovint són prou exhaustius per cobrir les necessitats informatives dels periodistes. De fet, només el 3% de les notícies provenen de comunicat i tenen més fonts municipals, només l'1% presenten igualtat de fonts. Així doncs, les diferències percentuals a l'interior de les notícies desenvolupades a partir de GCM són notables.

En canvi, les diferències en les notícies pròpies són molt menors. Si observem aquesta categoria, el 4,41% de les notícies pròpies tenen més fonts municipals, pel 5,27% que presenten igualtat de fonts, el 5,05% que tenen més fonts alternatives i el 9,03% que no presenten conflictivitat. Ens trobem doncs amb un escenari que no per ser més previsible té menys interès. Efectivament, constatem que les notícies pròpies tenen més cura en utilitzar més quantitat i diversitat de fonts. Tal i com comentarem més extensament quan parlem de la contraposició, les dades que relacionen origen i proporcionalitat ens indiquen que les notícies pròpies aporten moltes més fonts i de tipologia més diversa que no les que generen els aparells de comunicació de la institució.

Sabem que aquesta tendència no fa sinó constatar el que qualsevol lector habitual d'un diari pot deduir: que el desenvolupament de temes propis requereix d'una tasca de recerca, contrast i contextualització de la informació molt major que la que aporta una font estable i professionalitzada. Aquestes

tendències confirmen les impressions que poguéssim extreure sense analitzar les dades numèriques.

Finalment, indicar que les dades referides als comunicats externs mostren una menor diferència proporcional entre categories. Així en el cas de les notícies generades a partir de comunicats externs, un 0,22% tenen més fonts municipals, un 1,08% igualtat de fonts, un 2,47% més fonts alternatives, i un 3,98% no presenten conflictivitat. Considerem que aquest equilibri entre categories indica la naturalesa dels temes que tracten. És a dir, tenint en compte la poca presència de notícies generades a partir de comunicat extern, seria lògic deduir que només es dona cabuda a l'agenda temàtica a aquells comunicats que traslladen informació rellevant i d'interès, i per tant són informacions que són sotmeses a tractament periodístic més intens, amb contrast i contraposició de les informacions que aporten. En qualsevol cas, les dades de contraposició i la tendència que han experimentat els darrers anys ens haurien de donar més pistes sobre aquesta qüestió.

5.2.6.3. Contraposició de la informació:

Un cop hem vist fins a quin punt hi ha proporcionalitat en les informacions analitzades, és el moment de parlar de la contraposició. Abans de donar un cop d'ull a les dades volem insistir en que la contraposició no fa referència al contrast de la informació entès com l'obligació de comprovar, de la manera més exhaustiva possible, que la informació que ens aporta una informació és certa. No pretenem analitzar fins a quin punt les informacions que reben els periodistes es comproven. La nostra voluntat és la d'observar fins a quin punt s'aporten versions alternatives als relats plantejats per les fonts principals.

Aquesta és una variable fonamental per entendre com es planteja una informació. Una notícia elaborada a partir d'una sola font no pot oferir un relat complet, o si més no divers, de la realitat. Per tant, hauria de ser una pràctica limitada a peces de servei o de poca importància que quedessin relegades als breus informatius. El problema, però, és que desenvolupar informació amb fonts diversificades implica més feina, més temps i més recursos. A més, s'ha de tenir present que les fonts alternatives a vegades són més inestables i tenen

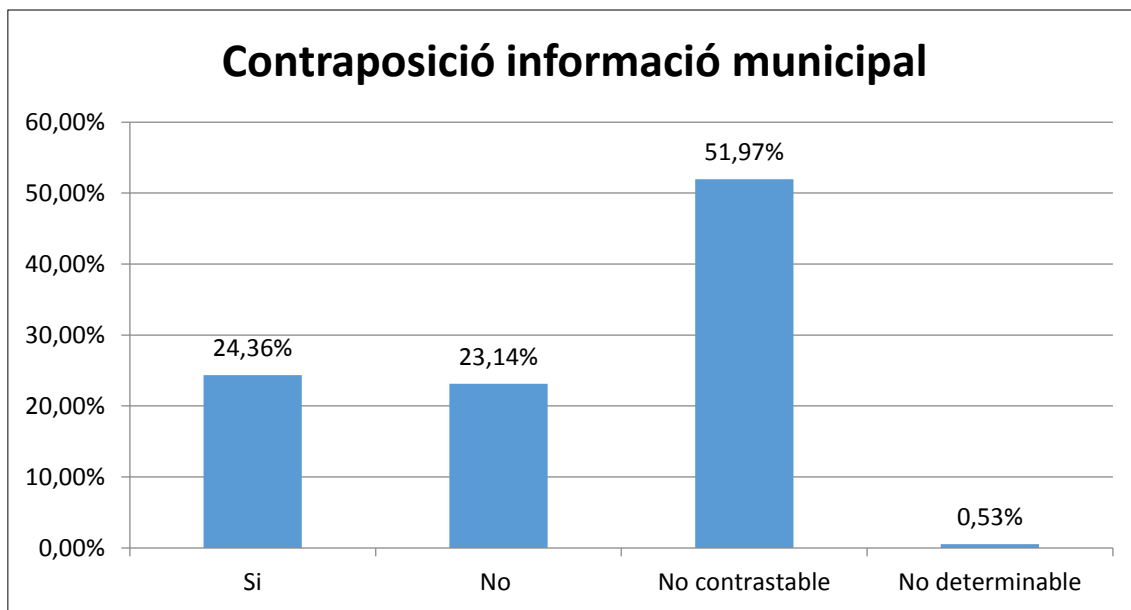
menys capacitat per aportar de manera efectiva informació que contraresti el relat de la font principal, generalment més poderosa i amb més accés als mitjans.

Tots aquests condicionants juguen en contra dels periodistes a l'hora d'elaborar un relat periodístic complert i divers, que reflecteixi diversos punts de vista sobre una qüestió. Un cop més, les rutines periodístiques semblen haver evolucionat per oferir una informació més prefabricada, menys elaborada i, per tant, amb menys fonts informatives.

Si considerem la interacció entre les fonts institucionals, el periodista i l'audiència, hem de tenir present la necessitat de no limitar-se a traslladar el que diu el consistori sobre un tema concret. No es tracta de que l'ajuntament no pugui ser el protagonista de les notícies però el treball periodístic implica buscar fonts alternatives per elaborar un relat més coral que permetria al lector conèixer diversos punts de vista.

Per analitzar aquesta variable, doncs, és imprescindible comptar les fonts. Hem tingut en compte quatre categories, una de les quals descartarem perquè les dades obtingudes són residuals i tenen una incidència baixíssima en el percentatge general: Hem considerat si la informació aportada per la font principal, sigui del tipus que sigui, és contraposada amb una font alternativa, sigui del tipus que sigui. La segona categoria correspon a les notícies que no presenten cap tipus de relat alternatiu al principal. La tercera categoria correspon a les notícies que no es poden contraposar perquè no hi ha interès periodístic en fer-ho (generalment notícies que no tenen cap mena de possibilitat de continuïtat com ara breus, informacions de servei...)

A nivell global aquestes són les dades obtingudes:



Gràfica 88: Dades globals sobre la contraposició de la informació.

El primer que podem comentar és la gran presència de notícies que no es poden contraposar, més de la meitat de les peces analitzades. Ja hem comentat que aquestes solen ser notícies de poc interès informatiu, que generalment configuren els breus. Hem volgut introduir aquesta categoria, que no deixa de tenir cert component de subjectivitat perquè atribuir els breus a la categoria de no contraposades hagués provocat un biaix de les dades que ens interessin, això és, les que indiquen fins a quin punt les informacions de rellevància, complexes, es contraposen amb versions alternatives.

Si analitzem en conjunt les notícies que són contraposades observem com hi ha equilibri entre les sí ho estan, un 24,36% i les que no, un 23,14%. A primera vista podem considerar que no és una diferència substancial, però d'un diari local que és proper als actors informatius podríem esperar un percentatge més elevat de notícies que sí estan contraposades.

Si analitzem les notícies individualment observem com en moltes ocasions la manca de contraposició té relació directa amb la comprensió de la informació. Si les notícies pretenen ser un reflex de la realitat, cal que siguin complementàries, que aportin al lector versions diverses sobre els fets informatius. Tanmateix constatem que tres quarts parts de les notícies

analitzades no tenen cap tipus de contraposició, tot i que podrien tenir-la, atenent a la necessitat informativa i a la potència de les fonts alternatives.

Per exemple, a la notícia sobre les suposades irregularitats a la Fira de Sant Lluç d'Olot (6/1996/EP), el redactor recull els arguments del regidor acusat, que rebutja el que havia afirmat dies abans el grup del PSC. Sorprenentment però, no s'il·lustra al lector sobre quines eren les acusacions que se li feien, ni tant sols a tall de recordatori, ja que se suposa que aquesta informació ja havia estat publicada amb anterioritat. En canvi, es deixa només un petit paràgraf al final en el que s'afirma que el PSC es manté en les acusacions i que repta al regidor a defensar-se en un cara a cara. Si bé és elogiuable que es reculli l'opinió del partit de l'oposició, davant d'unes acusacions tant serioses seria bo que l'opinió del PSC, a l'oposició, estigués il·lustrada almenys amb alguna declaració, per curta que fos. Però el govern posseeix una autoritat i una credibilitat que ajuda a imposar el seu relat respecte al dels grups de l'oposició.

La capacitat per contraposar una informació negativa és una de les característiques de les fonts estables i potents, que tenen relació fluïda amb els mitjans. En aquest sentit, s'observa com les institucions solen tenir la possibilitat de respondre a informacions que no li interessin i, per tant, tenen l'opció de contrarestar un relat alternatiu davant l'opinió pública. Per exemple, en la notícia sobre la retirada de l'autobús de la tarda al barri de la Font de la Pólvora de Girona (23/2003/EP), es recull la versió de l'ajuntament sobre els motius de la retirada del servei, però no hi ha testimonis ni dels veïns ni de l'empresa encarregada del servei, no sabem per quins motius. El *DdG*, en canvi, recull només testimonis de veïns i de l'empresa i ho planteja com una decisió del consistori per "*aïllar els veïns*". En aquest cas, l'ús de les fonts i la manera de construir el relat informatiu és rellevant per crear un estat d'opinió determinat. La creació d'opinió no es basa només en la tramesa d'informació, sinó amb un procés de còpia i acumulació d'informació que es genera des de determinades perspectives per influir en un estat d'opinió.

Efectivament, els ajuntaments plantegen una versió determinada dels fets informatius, però no perquè tinguin voluntat de manipular ni enganyar, sinó perquè volen emmarcar el debat sobre la seva gestió des de la seva

perspectiva i establint uns paràmetres que l'afavoreixin. La feina del periodista és la de contraposar la versió institucional amb d'altres que aportin una visió alternativa.

Però això no sempre és així. En ocasions hi ha una manca de contraposició que no es pot explicar des de paràmetres estrictament periodístics. Més aviat és una qüestió de rutines productives. Per exemple, en la notícia sobre la protesta d'uns treballadors de l'Ajuntament de Girona (4/2012/EP), es recull l'opinió del comitè d'empresa, que exposa les causes de la reclamació, però no es recull l'opinió del consistori per acabar de fer un retrat global del conflicte. Encara més, en la notícia sobre la finalització de les obres del port de Blanes (5/2012/EP) es fa referència a la informació pròpia obtinguda pel diari, però no hi ha cap tipus de contraposició per part de l'Ajuntament.

Aquesta tendència a no contraposar l'observem també en notícies sorgides d'altres entorns informatius, com per exemple les sessions al Parlament de Catalunya: la notícia sobre la posada en marxa de la presó del Puig de les Basses a Figueres (8/2014/EP) està signada i és d'una rellevància notable per a la ciutat ja que implica a molts actors informatius d'interès (Ajuntament, veïns...) Tanmateix no hi ha cap mena de contraposició i ni tan sols es recull l'opinió dels representants municipals. Si la presó es posa en funcionament i tot just s'acaba de conèixer la data, podria ser informativament rellevant incloure-hi l'opinió de l'alcalde o d'altres representants municipals.

Aquesta dinàmica de no contraposar s'observa en totes les poblacions analitzades. Un parell d'exemples: la notícia sobre l'aprovació del decàleg de prioritats de l'ajuntament de Salt (7/2014/DdG), explica que s'ha comptat amb la participació de diverses entitats i associacions, però no s'hi inclou cap testimoni per il·lustrar què en pensen de la qüestió. En aquest cas, a més, cal tenir present que moltes associacions compten amb contacte de premsa que podria, amb un esforç relativament petit, aportar la seva visió al periodista. I a Lloret, en la peça sobre el canvi de lloc dels serveis d'urbanisme (19/2015/EP), es recullen les explicacions que dona l'alcalde pel canvi de lloc. Enumera totes les avantatges i també indica que s'ha parlat amb tots els partits de l'oposició per arribar a un consens sobre el tema. No tenim cap motiu per dubtar de la

veracitat del testimoni, però el cas és que no es recull cap mena d'opinió dels partits de l'oposició. Creiem que hauria estat pertinent incloure-la-hi, per equilibrar el relat.

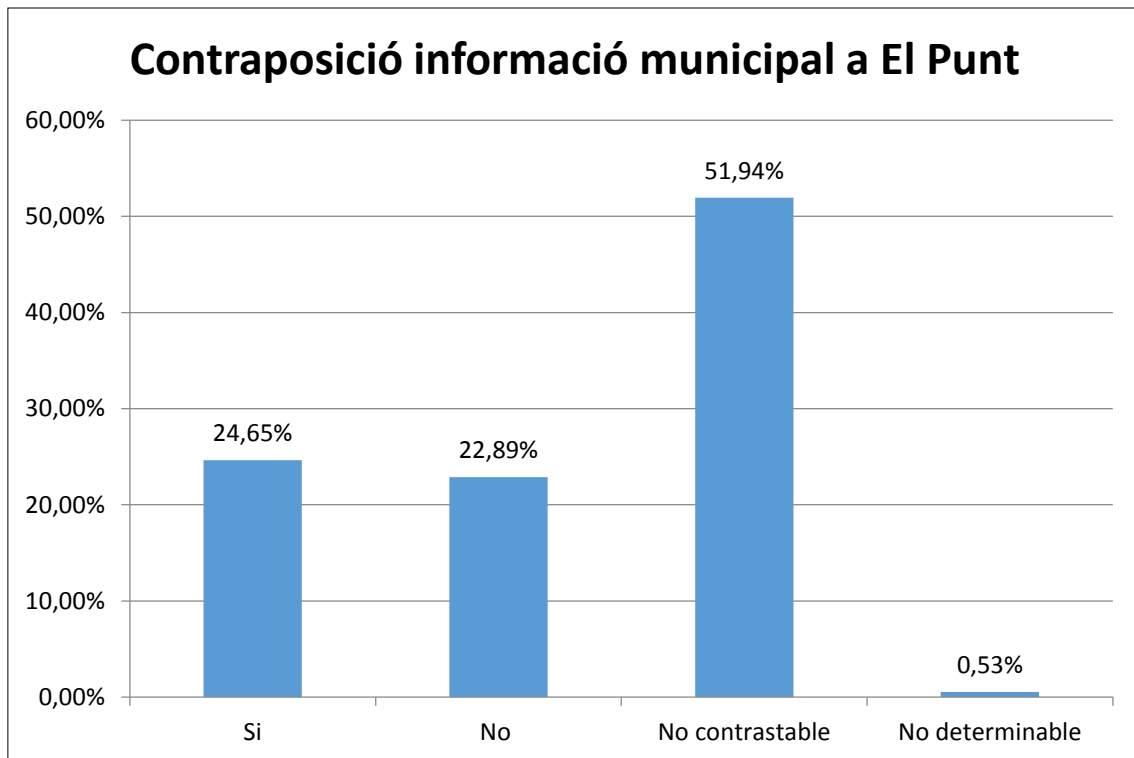
No volem que aquests exemples, però, donin una versió esbiaixada de la realitat. Tal i com ens han mostrat les dades, el cert és que hi ha un equilibri gairebé total entre les informacions que estan contraposades i les que no. Tot i això, detalls de redacció ens fan sospitar que, a l'interior de la professió periodística hi ha una voluntat de posar de manifest els esforços que es fan per contactar amb fonts alternatives. Només així s'entén la necessitat de manifestar que s'ha intentat contactar amb d'altres fonts per contraposar la informació, en el cas que no s'aporti una versió alternativa al relat principal. Així per exemple, en la notícia sobre els problemes burocràtics per començar les obres de prolongació del carrer Emili Grahit de Girona (7/2000/EP) el periodista assenyalava que ha intentat contactar amb l'alcalde de Girona, però no ha estat possible.

I no és l'únic cas. A la notícia sobre la queixa d'una protectora d'animals pel tracte de l'Ajuntament de Girona respecte uns terrenys on ubicar una gossera (19/2009/DdG) s'assegura que s'ha intentat contactar amb el regidor de Medi Ambient de Girona, Enric Pardo, però que no s'ha pogut localitzar. O per exemple la notícia sobre el vet d'una entrevista als pares de menors víctimes d'abusos per part del monitor de Lloret (10/2012/DdG). Aquí es demostra que el recolzament en fonts diverses acostava el periodisme a la funció de fiscalització del poder que se li suposa. En aquest cas, la peça compta amb el testimoni de la directora de la ràdio que explica com s'ha arribat a la situació, sense valoracions i explicant els fets. També s'intenta contactar amb la regidora de comunicació però no es pot fer. Aquesta peça és interessant perquè posa de manifest les tensions a l'interior d'una ràdio local gestionada per l'Ajuntament. Tensions generades per temes que poden provocar problemes de comunicació al consistori però que tenen un interès periodístic indubtable. Mostra també les tensions en el món periodístic local entre uns mitjans que depenen financeralement d'un ajuntament, i un consistori que els concep com un altaveu i no com a mitjà de comunicació independent i regit per criteris estrictament professionals.

Totes aquestes actituds mostren l'interès pel periodista per manifestar que ha fet la feina que se li suposa a l'hora de tractar les informacions que li aporten les fonts. Aquesta és una actitud transparent i honesta amb el lector, que potser s'estaria preguntant què n'opinen altres actors de totes aquestes qüestions.

Així doncs, tenim també exemples de bones pràctiques, com a la peça sobre la reacció dels botiguers al projecte de l'Ajuntament de Girona de fer un pàrquing subterrani al carrer Migdia (14/2002/EP), que recull l'opinió de diversos actors implicats en el tema. És la resposta a una notícia anterior on s'informava del propi projecte. O per exemple la notícia sobre l'anunci del Ministeri de Foment de no allargar el viaducte del tren convencional al seu pas per Girona (21/2006/EP), que té fins a 5 fonts, cosa raonable tenint en compte que es busquen reaccions a un anunci d'una infraestructura molt important de la ciutat. En aquests casos, el redactor fa un esforç per buscar el màxim de fonts i el més diversificades possible per elaborar un relat coral sobre com ha rebut la ciutat aquesta decisió. També podem incloure-hi la peça sobre les renúncies per construir habitatges rebudes per l'Ajuntament de Figueres (7/2009/DdG), en la que es busca el testimoni de diversos municipis per traçar un retrat de la situació a la comarca.

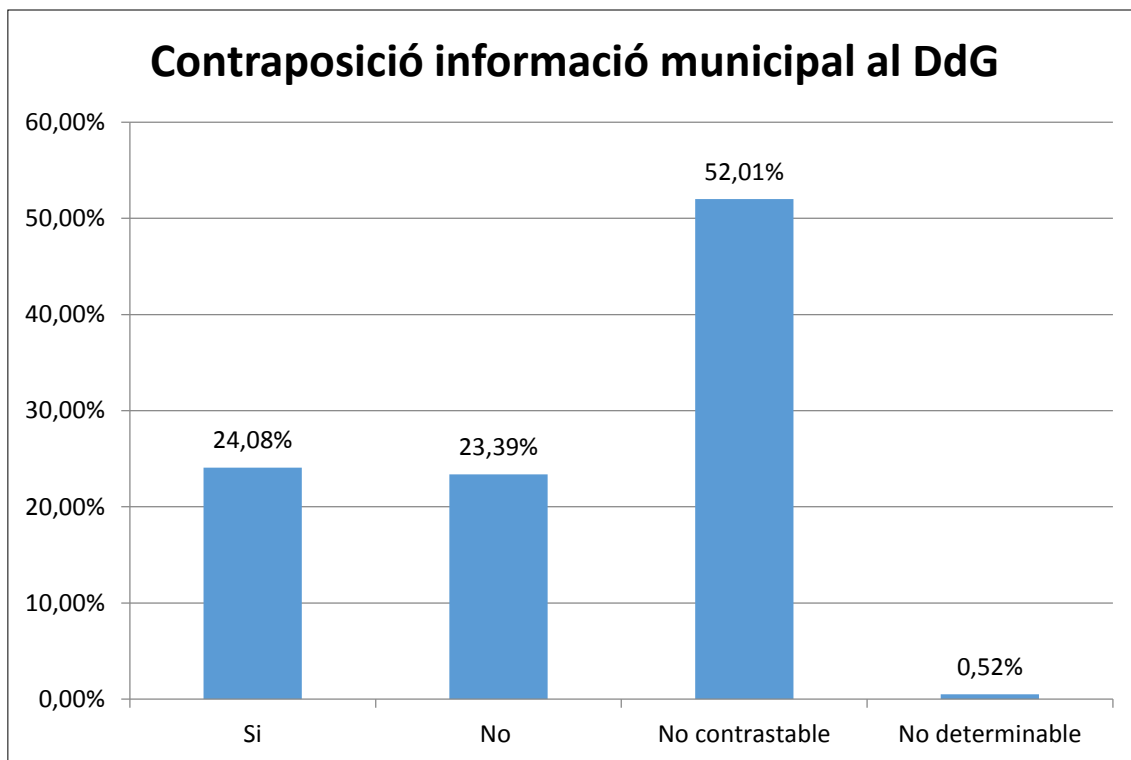
En qualsevol cas, insistim en l'alt percentatge de peces no contraposades (d'orígens i temàtiques diverses) que ens hem trobat en aquest anàlisi. És el moment ara d'observar les dades per capçalera:



Gràfica 89: Dades globals sobre contraposició a *El Punt*.

En el cas del punt observem unes dades que no s'allunyen excessivament massa de les dades globals. Per un costat comptem amb un 24,65% de notícies contraposades per un 22,89% que no ho estan. Tal i com passa a les dades globals, les notícies que no es poden contraposar són majoria, amb un percentatge que gairebé arriba al 52%.

Pel que fa al *DdG* observem dades molt similars:



Gràfica 90: Dades globals sobre contraposició al DdG.

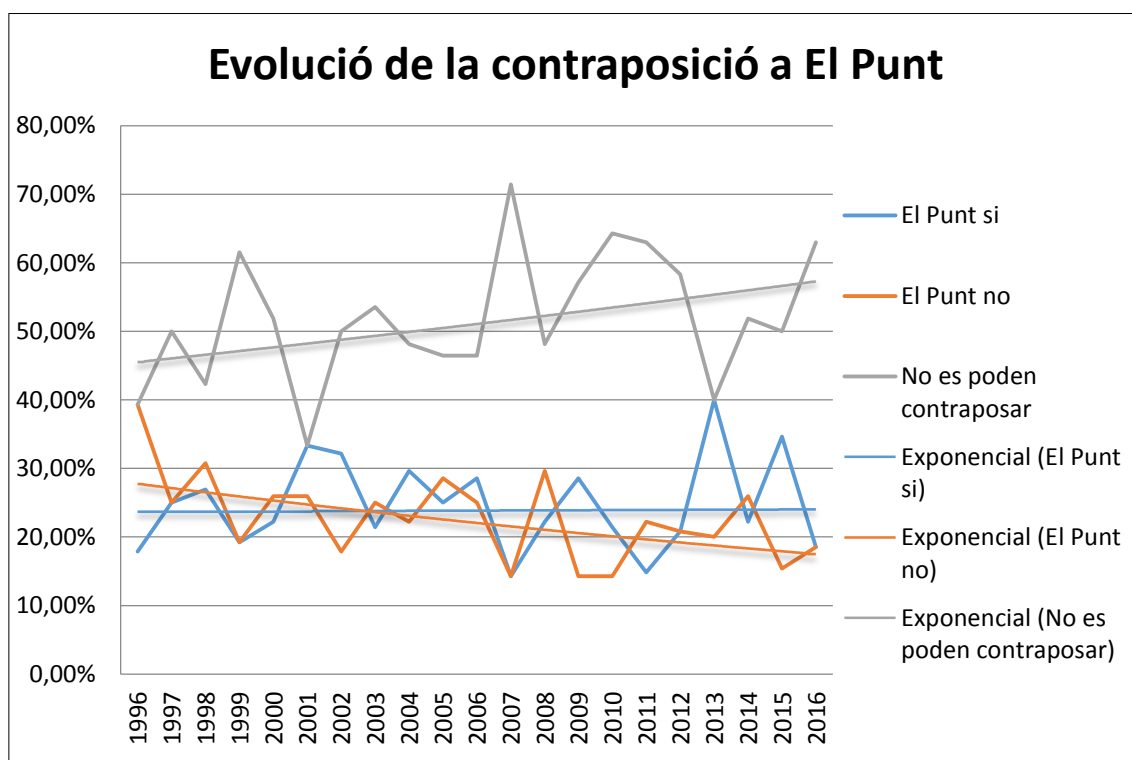
Així doncs, les diferències són mínimes. Un cop més observem certa homogeneïtat en els valors obtinguts en les dues capçaleres, fet que ens impulsa a pensar que les dinàmiques informatives mediatitzen als redactors de tots dos diaris, independentment del criteri informatiu que tinguin. En aquest sentit, no podem perdre de vista que, tal i com hem recordat anteriorment, la pressió pel tancament i l'acumulació d'inputs informatius pot provocar una relaxació a l'hora de buscar fonts alternatives per construir un relat informatiu divers.

De fet, en les notícies pròpies, on el factor immediatesa no té tanta rellevància, observem una cura major a l'hora de donar cabuda a les informacions de fonts diverses. En primer lloc, els temes propis requereixen les comprovacions necessàries per contrastar la veracitat de la informació. En segon lloc, el propi desenvolupament del relat obliga al periodista a recollir el màxim d'informació possible per desenvolupar una informació veraç, completa i satisfactòria. Totes aquestes passes no són tan necessàries si els actors informatius, especialment els oficials, llancen missatges informatius. Només a tall d'exemple, podem parlar de la peça sobre la queixa dels veïns de Fontajau, a Girona, per la

presència de senglars (28/2009/EP). En aquest cas, el periodista segueix totes les passes previstes per contrastar la informació que li aporten els veïns, i aporta informació alternativa. En moltes ocasions, aquests temes propis, que no tenen una caducitat concreta i que es treballen durant la setmana acaben a la “nevera” per a ser publicats en dies de baixa intensitat informativa, com per exemple els dilluns o en cap de setmana. Són temes sense caducitat definida però que aporten interès sobre aspectes socials que van més enllà de la política.

Un cop comentades les dades globals generals i desglossades per capçalera donarem un cop d'ull a les eventuais tendències que puguem observar. Per això, hem decidit mostrar l'evolució de les notícies contraposades i les que no ho estan:

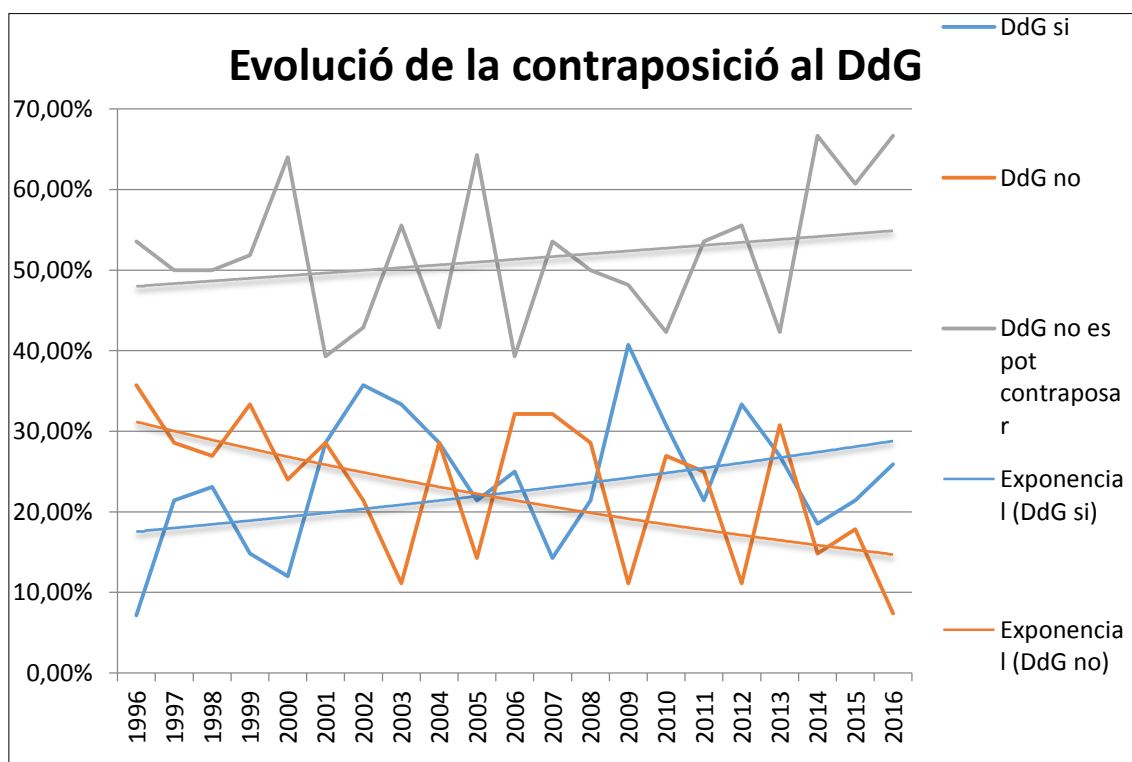
5.2.6.4. Evolució de la contraposició de la informació:



Gràfica 91: Evolució de la contraposició a El Punt.

En les dades d'*El Punt* veiem com les notícies que estan contraposades no mostren una variació, més enllà de les fluctuacions conjunturals, de manera que les notícies que presenten contraposició es mouen en uns percentatges compresos entre el 20 i el 30%. En canvi, si que s'observa una tendència a la baixa en aquelles notícies que *El Punt* no contraposa. Finalment, destacar l'augment notable, al llarg dels 21 anys analitzats, de les notícies que no es poden contraposar.

En certa manera, aquestes dades podrien relacionar-se amb increment registrat, al llarg dels anys, de les notícies elaborades a partir de GCM¹¹³, i també amb la diferència que hi ha entre les notícies elaborades a partir de comunicat de GCM amb una sola font i les que presenten més d'una font¹¹⁴. La major presència de notícies elaborades a partir de GCM amb una sola font que mostren les dades ens indiquen la tendència a reproduir informacions de poca rellevància, que normalment es desenvolupen en format breu, i que solen tractar sobre novetats relatives a serveis o equipaments municipals.



Gràfica 92: Evolució de la contraposició al DdG..

¹¹³ Veure gràfica 71

¹¹⁴ Veure gràfica 72

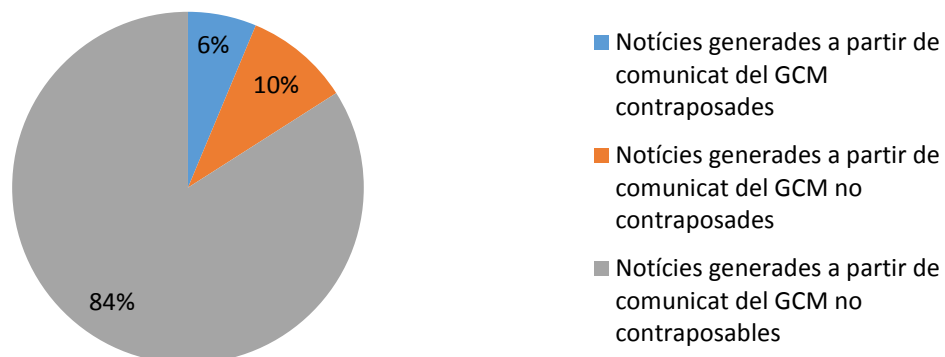
Pel que fa al *DdG*, les tendències són similars a les d'*El Punt*. Per un costat detectem un increment més notable de les notícies que contraposen. Aquesta tendència es contraposa al descens notable del percentatge de notícies que no ho estan. Aquestes dades farien palesa la tendència a tenir més cura a l'hora d'aportar fonts alternatives al relat informatiu. De fet, podríem fins i tot relacionar-la amb l'increment (menys sensible que en *El Punt*) de les notícies que no es poden contraposar.

5.2.6.5. Relació entre contraposició i origen de la informació:

En aquest punt de l'anàlisi ens hem plantejat si seria pertinent donar un cop d'ull a la relació que s'estableix entre la contraposició i l'origen de la informació. Si, referint-nos a l'origen, hem vist que les notícies de GCM representen el percentatge més alt, i acceptem que molt sovint les informacions elaborades per una font estable i amb credibilitat tenen més possibilitats, no només de tenir accés a l'agenda temàtica, sinó també d'imposar el seu relat sobre el que puguin aportar les fonts alternatives, hauríem d'observar aquesta tendència en les dades relacionades.

Per veure millor la relació entre aquestes dues variables hem decidit segmentar-les per origen, de manera que cadascuna de les gràfiques correspon al percentatge de contraposició a l'interior de cadascun dels orígens. Ens hem centrat en comunicats del GCM, notícies pròpies i els comunicats externs. Aquests són els resultats:

Nivell de contraposició en les informacions elaborades per GCM

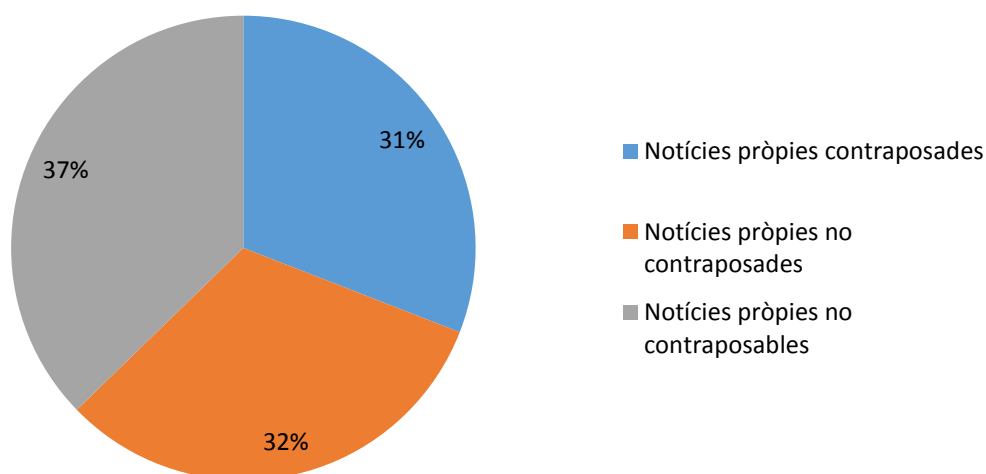


Gràfica 93: Contraposició en les notícies originades en comunicat del GCM.

A l'interior dels GCM observem un domini aclaparador de les notícies que no es poden contraposar. Com ja hem comentat anteriorment, el nivell de penetració d'aquest tipus d'informacions és elevat i no hem de confondre'l amb una mala praxis, sinó a la pròpia tipologia de les informacions aportades.

Unes dades que varien molt si observem les notícies pròpies:

Nivell de contraposició a les notícies pròpies



Gràfica 94: Contraposició en les notícies pròpies dels diaris.

Efectivament, les dades mostren com la cura per contraposar les informacions pròpies és molt major que en les informacions desenvolupades pel GCM. L'equilibri entre les tres categories és molt evident, amb un 31% de notícies contraposades per un 37% que no ho són.

Estem d'acord en que cal introduir un factor corrector, que és la tipologia de notícies. Així és, les notícies pròpies requereixen un procés de producció més complex que les notícies provinents de GCM. A més, generalment treballen sobre qüestions que impliquen la participació de més actors informatius. La necessitat de contrastar i desenvolupar la informació originària sobre la que treballa el periodista fa que, necessàriament, s'hagi de contraposar la informació. Són notícies, doncs, que tenen un recorregut informatiu (és per això que es consideren susceptibles de ser desenvolupades) pel que difícilment no serà necessari contraposar-les.

En tot cas, és remarcable que un 37% dels temes propis no aportin cap contraposició a la informació principal. Cal tenir present que hem considerat temes propis totes aquelles notícies que, independentment del seu origen, han estat tractades de manera personal per un periodista del diari que no només s'ha limitat a recollir el que diuen les fonts principals, sinó que ha realitzat un treball de recerca, contrast i edició de la informació que li aporten fonts alternatives. Tenint en compte això, la tipologia de temes propis també és diversa.

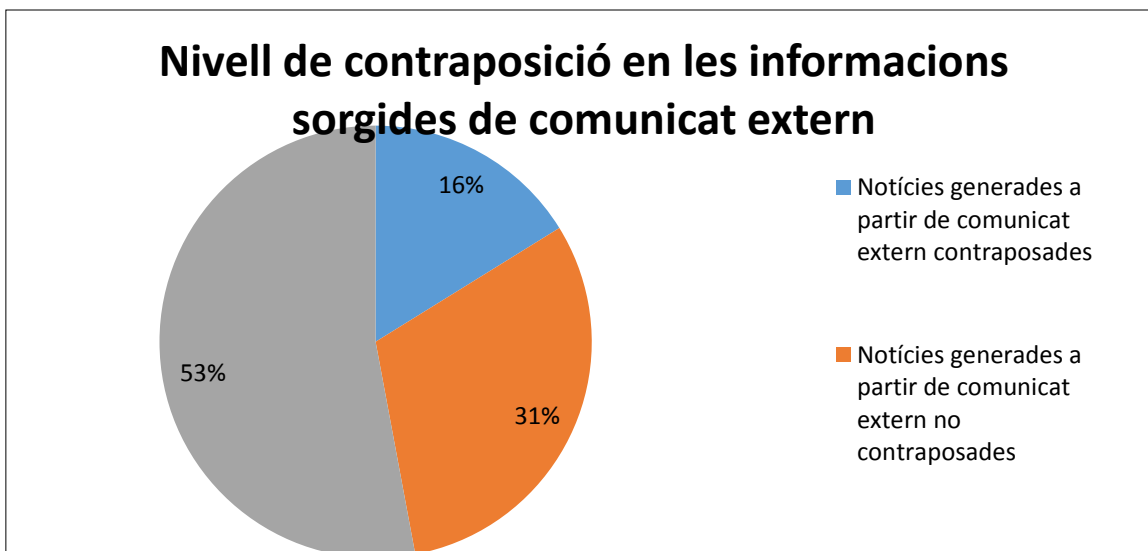
Per un costat tenim els temes propis que sorgeixen de l'interès informatiu del redactor, que troba una informació que pot tenir interès i la desenvolupa. Generalment són temes d'àmbit social que solen aportar moltes visions complementàries. Tenim un munt d'exemples, com la notícia sobre la construcció d'un parc temàtic a Lloret (22/1996/EP) en la que es recullen opinions de diferents sectors; la peça sobre la proposta del PP de soterrar el TGV (5/2001/EP) en la que es busca és la reacció d'un tècnic i es complementa amb l'opinió d'altres d'interès; la notícia sobre l'augment de despesa en personal d'alguns ajuntaments gironins (15/2012/DdG) que està desenvolupada de manera coral, amb un treball exhaustiu pel que fa referència a l'ús de les

fonts, amb el testimoni de deu ajuntaments que s'han consultat personalment. És en aquests casos quan ens trobem amb una informació completa i contextualitzada.

Precisament aquesta contextualització i profunditat és la que també s'observa en les peces complementàries als grans reportatges que es fan. Aquestes peces permeten aportar un nombre més ampli de fonts. És el cas del reportatge sobre l'arribada del TAV, on es recull informació de diversos sectors, entre ells el d'alcaldes i exalcaldes de Girona i Figueres (1/2013/EP).

Els altres tipus de temes propis són aquells que es desenvolupen a partir d'informació pública (ja sigui de comunicat, roda de premsa, documentació pública...) però que es treballa per part del periodista per crear un relat més ampli sobre la qüestió. Per exemple, veiem el cas de l'expropiació d'un pati particular a Girona per a fer-hi passar el carril bici (5/2001/DdG) que hem comentat anteriorment. Tampoc presenta fonts alternatives la peça sobre la requisita de bicicletes que no porten llum als xinesos d'Olot (11/2005/EP). Finalment, també trobem peces que són propis però que tenen un origen comú. És el cas de la peça sobre les reaccions a les declaracions de la Consellera Tura sobre el turisme de borratxera a Lloret (8/2004/DdG). Està elaborada a partir d'agències, comunicats i declaracions pròpies.

En definitiva, aquest ús més curós de les fonts ens acostava a la funció ideal de la premsa escrita. I el fet que els propis redactors facin explícit que la informació que aporten l'han rebut en exclusiva ens fa sospitar de la consciència que tenen de la quantitat d'informació prefabricada que presenta un diari. El periodista sembla conscient de la necessitat de donar credibilitat al seu mitjà explicitant que les declaracions són pròpies (16/2015/EP). Finalment, donem un cop d'ull al nivell de contraposició que presenten les notícies elaborades a partir de comunicat extern.



Gràfica 95: Nivell de contraposició de les notícies elaborades a partir de comunicat extern.

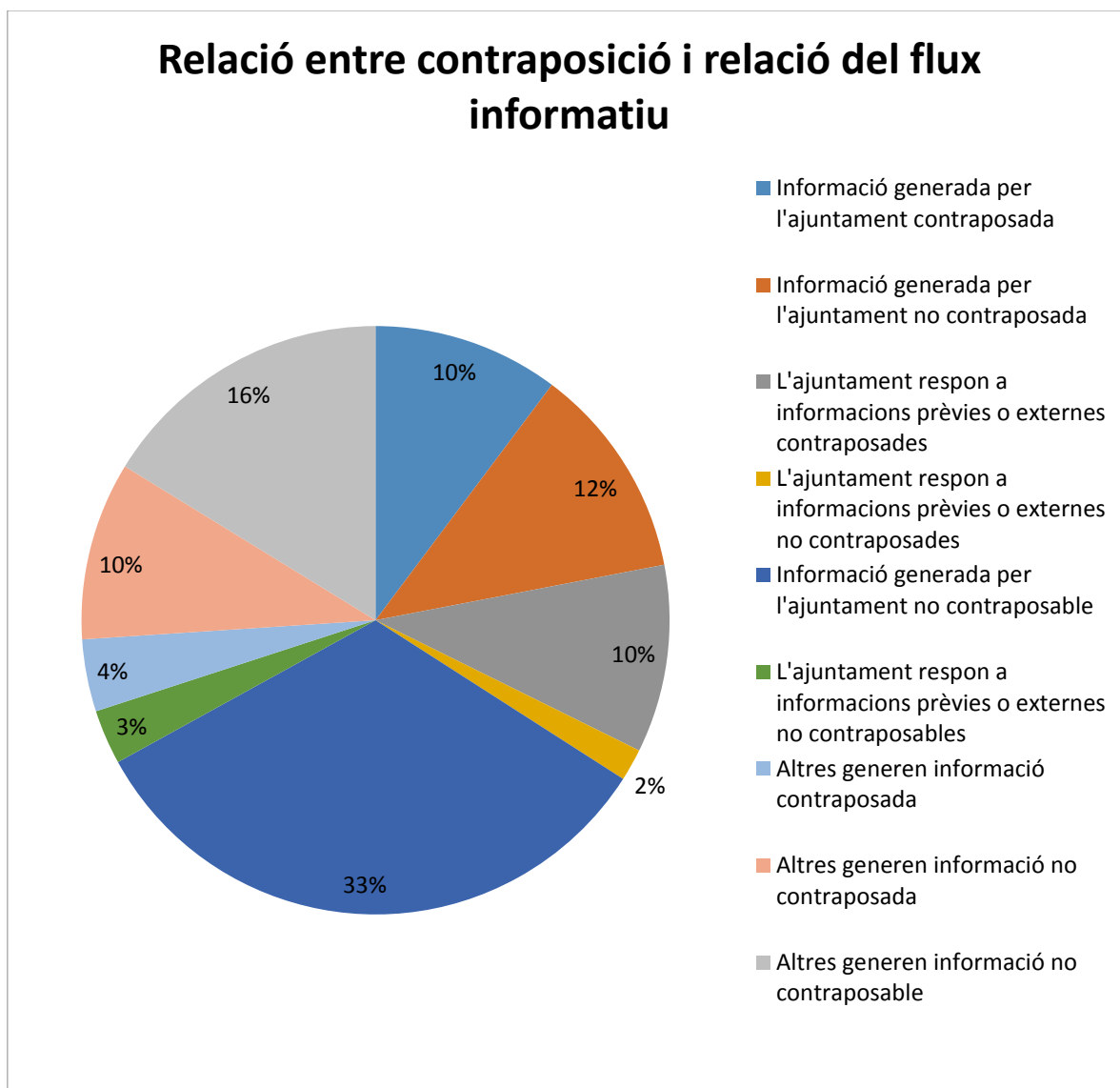
Els comunicats externs són un origen poc habitual en les notícies analitzades. Parlem d'extern per referir-nos a aquells comunicats que rep el diari però que no corresponen a cap institució pública. Per tant, solen ser comunicats o missatges enviats per associacions de veïns, entitats ciutadanes o també empreses. En qualsevol cas, les associacions es relacionen amb els mitjans per la necessitat de fer visibles les seves problemàtiques i/o demandes, a més de pressionar les administracions o potser, fins i tot, obtenir-ne una resposta, encara que sigui escadussera. El cas, però, és que en aquesta categoria tornem a trobar percentatges similars als de les notícies elaborades a partir de GCM, amb un alt percentatge de notícies que no es poden contraposar, 53%, seguida de les no contraposades amb un 31% i les contraposades amb un 16%. En ocasions no són contraposades tot i que estaria justificat fer-ho a nivell purament informatiu, com en el cas de les queixes pels barracons a l'Escola Carme Guasch de Figueres (17/2015/EP) que sorgeix de comunicat, però en la que no es recull la visió del consistori o del Departament d'Ensenyament.

5.2.6.7. Contraposició i direcció del flux informatiu:

Un altre creuament de dades que hem considerat de rellevància és la relació entre la contraposició de la informació i la direcció del flux informatiu. D'aquesta manera podem observar fins a quin punt hi ha diferències en el nivell de contraposició en funció de la direcció de flux informatiu, és a dir, en funció de si

l'ajuntament és el generador de la informació o simplement respon als inputs generats per fonts alternatives.

A nivell global aquestes son les dades:



Gràfica 96: Relació entre contraposició i direcció del flux informatiu.

Les notícies generades per GCM que no es poden contraposar són les que tenen un percentatge més elevat, del 33%, seguides per les informacions que no es poden contraposar i que generen altres actors.

El que crida l'atenció, però, és que en les notícies generades per comunicat de GCM les informacions que no són contraposades superen les que ho són. En certa manera, aquestes dades generals semblen indicar una lleugera tendència

a no contraposar la informació que arriba de comunicat. La diferència entre contraposició o no en el cas de les informacions en les que l'ajuntament respon a notícies prèvies és molt menor (10% les contraposades per un 2% les no contraposades). Sembla, doncs, que hi ha més cura a l'hora de contraposar la informació quan l'ajuntament ha de respondre a informacions prèvies. Aquest fet ens mostra que la potència informativa de la font institucional també es mesura per la seva capacitat per intervenir en l'agenda temàtica per respondre missatges elaborats per a d'altres actors que poden ser negatius en termes d'imatge pública.

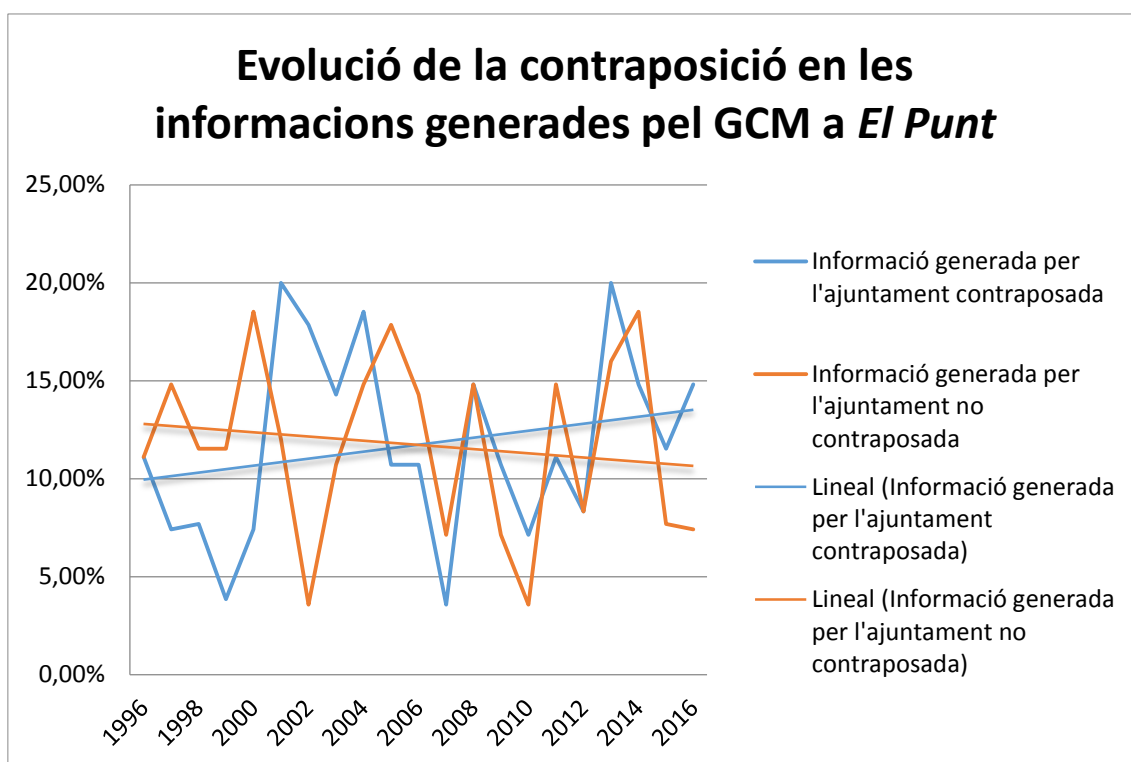
En aquest sentit els exemples són diversos: la notícia sobre la subhasta d'una casa a Salt (8/1/1996), que respon a una notícia anterior en la que un veí acusava a l'ajuntament d'actuar de mala fe en la venda d'un immoble. Està elaborada en base a les declaracions que ha fet l'alcalde responent a la denúncia, en una demostració de la força de les fonts institucionals per contrarestar el discurs de les fonts alternatives, molt menys eficaces especialment a finals dels anys 90 a l'hora d'accedir als mitjans. El mateix observem en la peça sobre les bonificacions fiscals als comerços de Figueres afectats per unes obres (8/2001/EP). Tota la peça és una resposta a les crítiques que els comerciants havien fet el dia abans. Es busca la reacció del govern municipal que, per ser una font autoritzada, té l'opció de respondre.

En ocasions el govern municipal respon a notícies generades per l'oposició, com és el cas de la peça sobre la negativa de l'oposició d'Olot a signar el pla de mobilitat de la ciutat (26/2002/DdG), que només conté declaracions del regidor d'urbanisme. En d'altres casos observem com la resposta és a informacions generades per associacions de veïns, com el cas de la notícia sobre la recollida de firmes contra la brutícia i reclamant més seguretat al barri de Sant Narcís de Girona (3/2003/EP).

Hem constatat però que a vegades les notícies generades per d'altres actors no té una contraposició per part del govern municipal, el que ens recorda que, quan parlem de contextualització, a vegades les rutines professionals tenen més pes que no pas l'origen de la informació. És el cas de la peça sobre les queixes dels professors de l'IES MOnhuriol de Figueres sobre l'aparcament, que

recull la versió dels professors però no hi ha contraposició sobre la postura de l'Ajuntament. Podria ser que, com que el govern municipal encara no està constituït després de les eleccions, no hi hagi una font fiable per fer-se càrrec de la resposta informativa al problema plantejat (26/2007/DdG). També observem això en el cas de les cartes amenaçadores que s'han enviat als comerciants que tenen cartells de curses de braus (9/1999/DdG), que no inclou la posició del consistori al respecte.

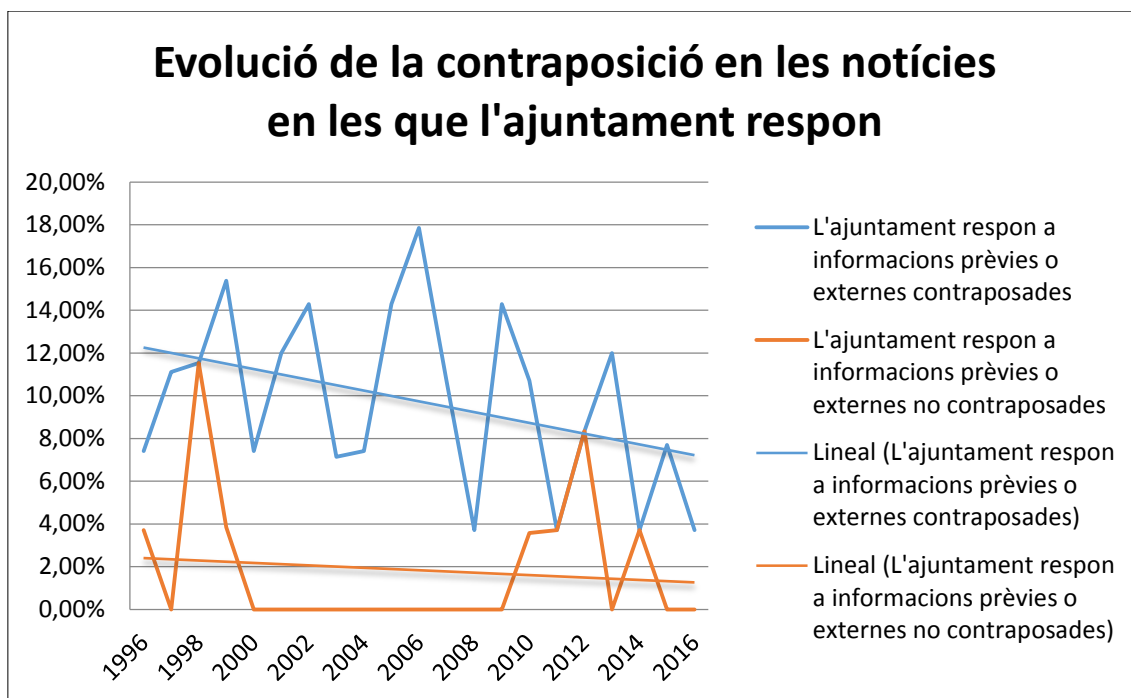
Per tancat aquesta variable, seria bo mostrar les tendències anuals que s'observen en la relació de la contraposició i la direcció del flux informatiu. Per veure aquesta categoria hem decidit centrar-nos en la comparativa entre les peces en les que l'ajuntament genera informació i les que respon a informacions anteriors:



Gràfica 97: Evolució de la contraposició a les informacions generades per l'ajuntament a *El Punt*.

En aquesta primer gràfica observem com en el diari *El Punt* hi ha una clara tendència a l'alça de les informacions generades per l'ajuntament que estan contraposades. Tal i com veiem en la línia de tendència, hi ha un augment lleuger però significatiu de les dades, fet que indica un major interès en

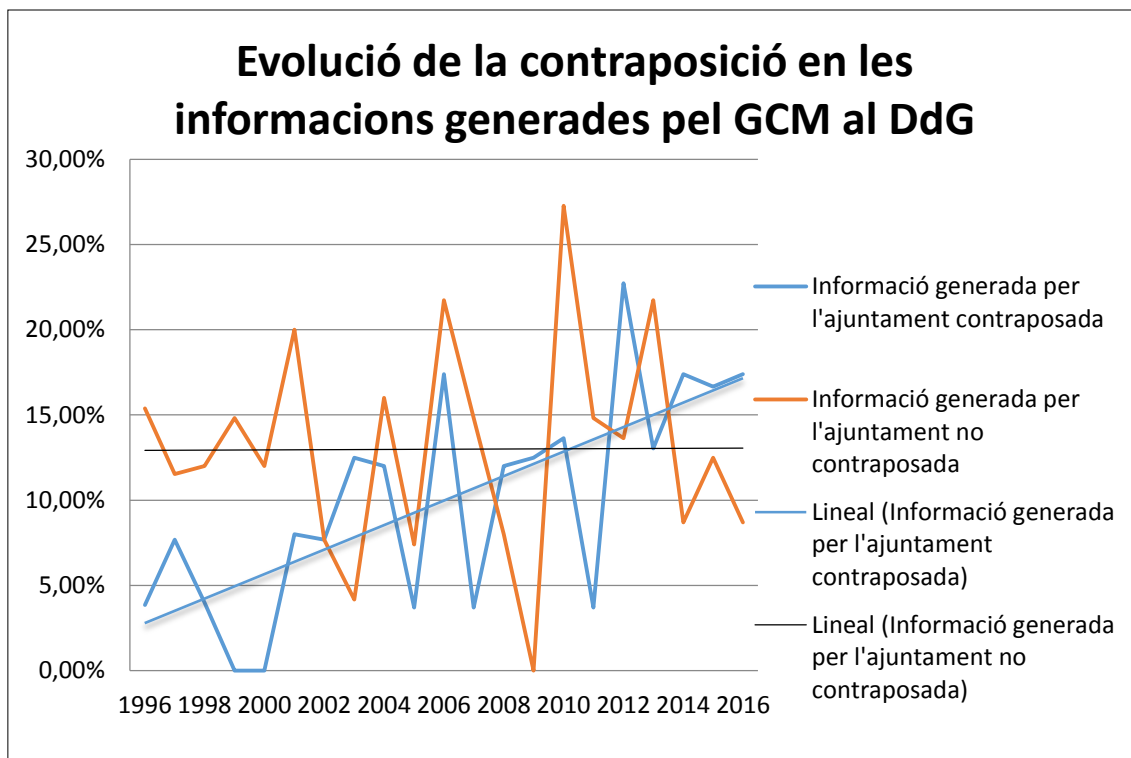
contraposar les peces generades pels comunicats de GCM. En qualsevol cas, les dades no són prou concloents per assegurar aquesta conclusió.



Gràfica 98: Evolució de la contraposició a les informacions en que l'ajuntament respon a *El Punt*.

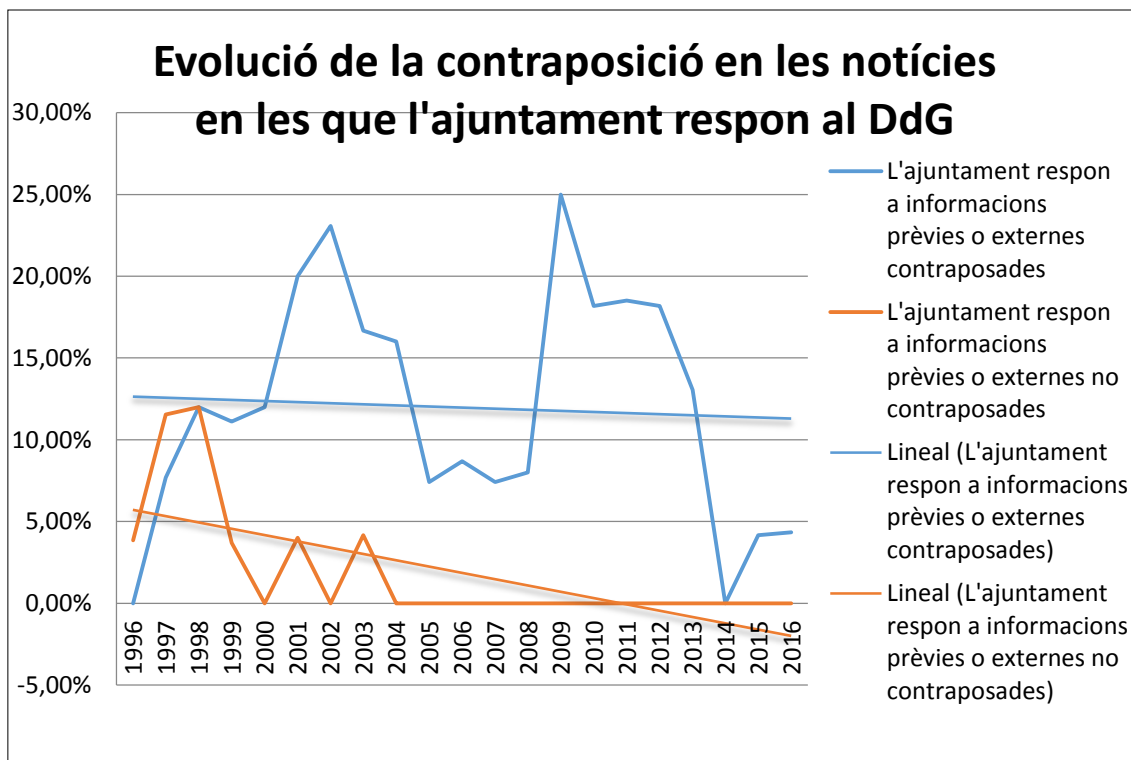
En aquesta segona gràfica observem un descens sensible de les notícies en que l'ajuntament respon a notícies prèvies que estiguin contraposades. Així, sembla que baixen les peces en les que l'ajuntament respon als inputs informatius que generen fonts alternatives. En qualsevol cas, és destacable també el descens percentual de les peces en les que l'ajuntament respon i que no estan contraposades. Sembla, doncs, que el conjunt de peces en les que l'ajuntament respon a d'altres actors ha anat a la baixa en aquests 21 anys.

En el cas del DdG:



Gràfica 99: Evolució de la contraposició a les informacions generades per l'ajuntament al DdG.

S'observa una acusada tendència a l'alça de les informacions que genera l'ajuntament que estan contraposades fet que podria indicar una millor praxis periodística, en el sentit de que es busca contraposar més aquelles informacions que provenen del GCM. En qualsevol cas, les dades no són prou significatives per extreure'n conclusions. D'altra banda, no s'observen canvis essencials en la tendència en relació a les informacions generades pel GCM que no estan contraposades, i es mantenen en una mitjana del 13% al llarg dels 21 anys analitzats.



Gràfica 100: Evolució de la contraposició a les informacions en que l'ajuntament respon al DdG.

En la gràfica anterior observem com la tendència de les notícies en les que l'ajuntament respon a una informació anterior i que estan contraposades és lleugerament a la baixa. El mateix podem dir de les informacions en les que l'ajuntament respon i que no estan contraposades, que representen un nombre molt petit i total, fins el punt que en molts anys no n'hem trobat cap que complís els dos criteris.

5.2.7. TRACTAMENT DE LA INFORMACIÓ I PRESÈNCIA DEL GCM:

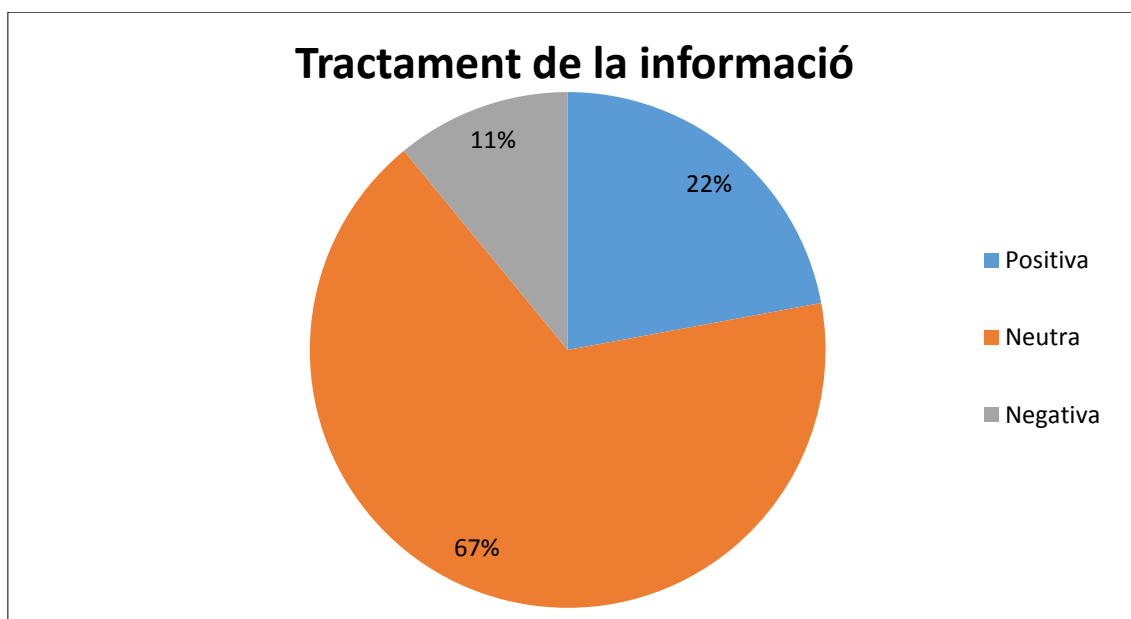
Abans de passar a observar tendències pel que fa referència a l'ús i atribució de les fonts, voldríem donar un petit cop d'ull a les dades relatives al tractament de la informació i a la presència dels GCM en les informacions periodístiques. En primer lloc cal tenir present que totes dues categories comporten un grau de subjectivitat superior a les anteriors. Valorar si un text té un enfocament positiu, neutre o negatiu cap al govern municipal és difícil.

Per intentar escatir quin tipus de tractament tenien les notícies hem provat d'observar quin llenguatge s'utilitzava per parlar de la gestió municipal, de manera que ens hem hagut de fixar en el redactat i principalment en l'ús d'adjectius qualificatius que portin implícita una valoració personal del periodista.

En segon lloc donarem un cop d'ull a la presència o no d'informació del GCM en les peces periodístiques. Aquesta categoria també comporta una càrrega subjectiva, i de fet per això la pregunta de la variable és si s'identifica o es pot deduir la presència d'informació elaborada pel GCM. En determinats casos és molt evident perquè el redactor ho fa explícit. En d'altres és més difícil d'escatir, tot i que podem tenir en compte proves circumstancials, com la signatura de la informació, de la fotografia, o determinats girs lingüístics i estructures sintàctiques més pròpies d'un text persuasiu que no pas informatiu.

5.2.7.1. Tractament de la informació:

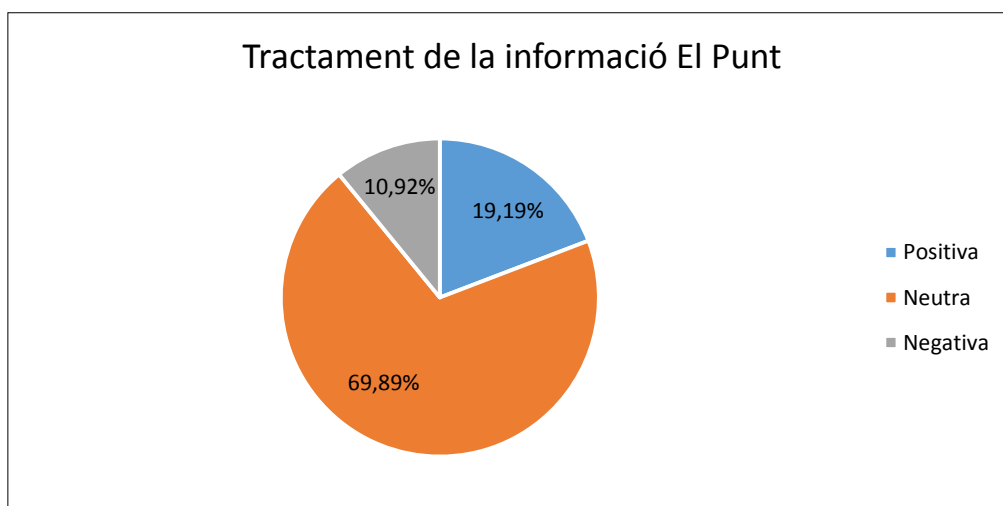
Analitzant les dades del tractament, el primer que cal destacar és l'alt percentatge de llenguatge neutre que utilitzen els periodistes per tractar la informació municipal:



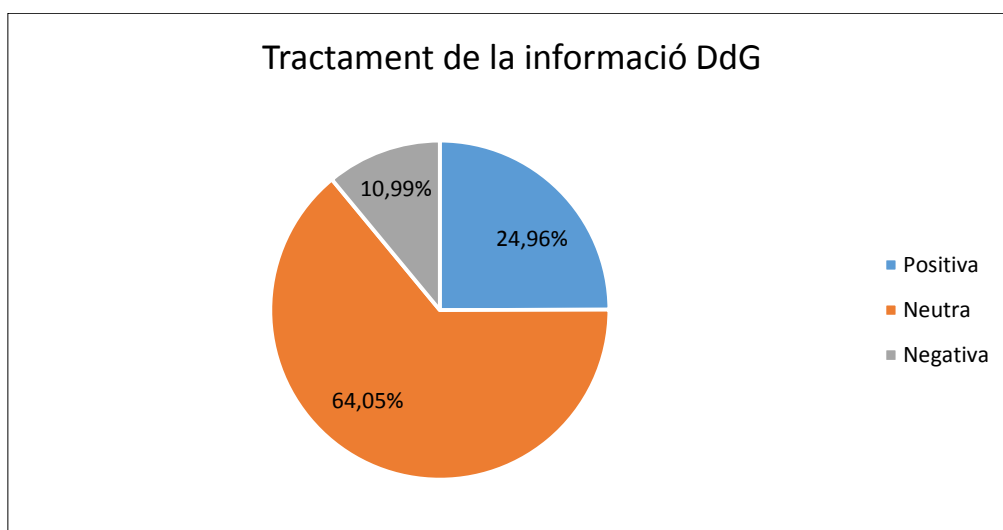
Gràfica 101: Dades globals sobre el tractament de la informació

Efectivament, el 67% de les notícies estan elaborades amb un llenguatge que podríem qualificar com a neutre, és a dir, el propi de les informacions periodístiques. Aquesta praxi, que sens dubte és positiva, té a veure també amb les rutines de producció. El llenguatge periodístic està molt definit i utilitza una sèrie d'estructures preestablertes que el periodista coneix i utilitza a la perfecció. La necessitat d'establir un relat neutre i asèptic per traslladar la informació està ben clara pels redactors, i generalment ho apliquen al desenvolupar el relat periodístic. En les demés categories el 22% té un tractament positiu i l'11% un tractament negatiu.

Si observem les dades per capçalera veiem com les dades són similars i no s'observen canvis significatius:



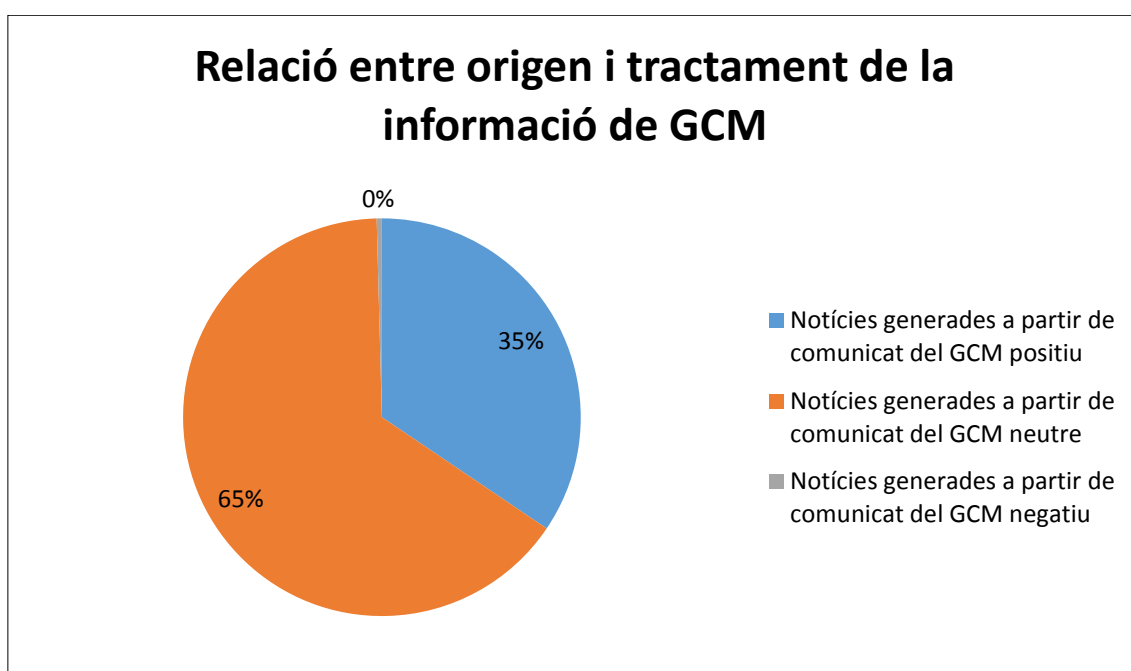
Gràfica 102: Tractament de la informació a *El Punt*.



Gràfica 103: Tractament de la informació al *DdG*

Només destacaríem que en totes dues capçaleres hi ha més notícies que tenen un tractament positiu que no pas negatiu, amb una diferència especialment notable al *DdG*. D'altra banda, convé destacar també que totes dues capçaleres tenen una majoria de peces escrites amb un llenguatge neutre, amb un major percentatge a *El Punt* que al *DdG*.

Més enllà del tractament neutre de la majoria d'informacions analitzades, seria bo observar si hi ha alguna relació entre l'origen de la informació i el seu tractament. Ens hem plantejat observar, per origen, quin és el tractament de la informació que s'hi aporta:



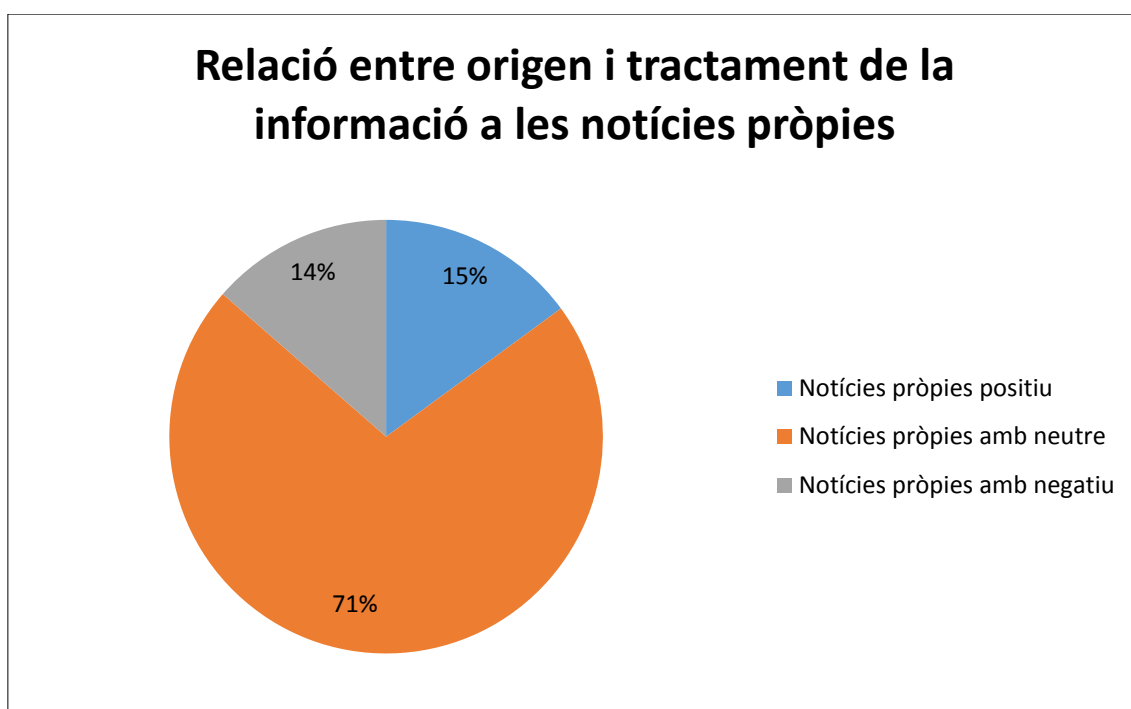
Gràfica 104: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació de comunicat municipal.

Tal i com observem en les notícies neutres són majoria. Ara bé, sorprèn la diferència de percentatge entre les notícies que tenen un tractament positiu respecte les que tenen un tractament negatiu, que són gairebé nul·les. Aquesta diferència pot semblar lògica si tenim en compte que la base d'aquestes notícies són els comunicats de GCM, que evidentment aportaran un relat en positiu dels elements dels que informi respecte la gestió municipal¹¹⁵.

¹¹⁵ Almansa (2011) cita a Dacheux per recordar que els professionals de la comunicació han legitimat una versió lucrativa de la mateixa: comunicar és metre missatges persuasius per vendre un producte o crear una bona imatge.

Tanmateix, se suposaria que la premsa hauria de tractar aquests missatges per codificar-los amb un llenguatge periodístic totalment despulat d'adjectius qualificatius que mediatitzessin la recepció del missatge per part dels lectors. El treball amb fonts alternatives és fonamental per assegurar l'equilibri informatiu, però ja hem vist fins a quin punt hi ha una tendència a treballar amb una sola font i a donar prioritat a les fonts oficials. Així doncs, les dades casen amb la tendència observada en aquesta gràfica.

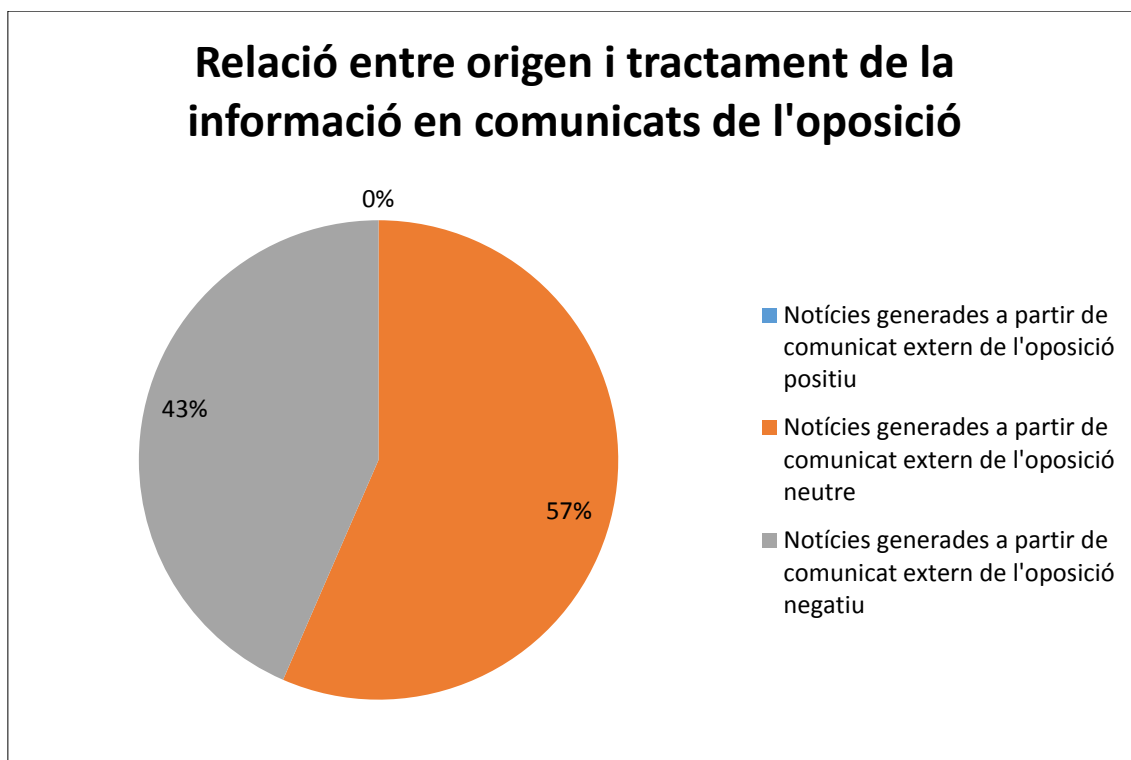
En canvi, les notícies pròpies presenten tendències diferents:



Gràfica 105: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació en notícies pròpies.

Observem com hi ha un increment sensible de les notícies neutres respecte la informació que prové de comunicat. A més, l'equilibri entre el tractament positiu i negatiu és gairebé total. Això pot indicar una major representativitat de les fonts alternatives que poden aportar un relat diferent sobre la gestió municipal, a vegades positiu, a vegades neutre, però també a vegades negatiu, especialment si parlem de notícies desenvolupades a partir d'informació aportada per grups polítics a l'oposició. Tal i com hem vist, les notícies pròpies són les que tenen una major diversitat de fonts, per tant també són les que poden aportar visions més diversificades sobre la gestió municipal.

De fet, les dades referides al tractament d'informació rebuda de comunicats de l'oposició corrobora aquesta interpretació:

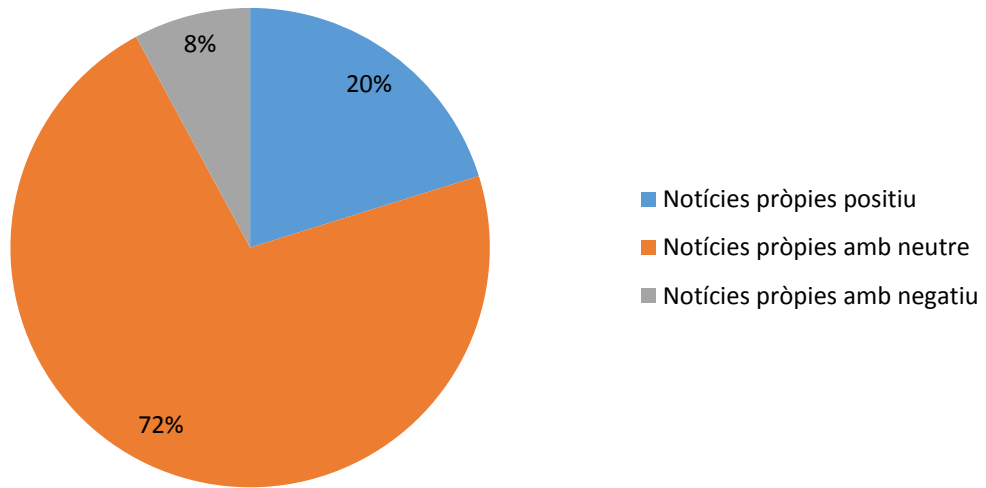


Gràfica 106: Dades globals de la relació entre origen i tractament de la informació en notícies provinents de comunicat extern.

Tal i com veiem es manté el domini de la informació neutra, però la diferència respecte les informacions tractades en negatiu és menor. De fet aquestes arriben a un percentatge del 43% el que, d'altra banda, sembla indicar com es manté el tractament originari dels comunicats, almenys pel que fa referència al tractament de la informació

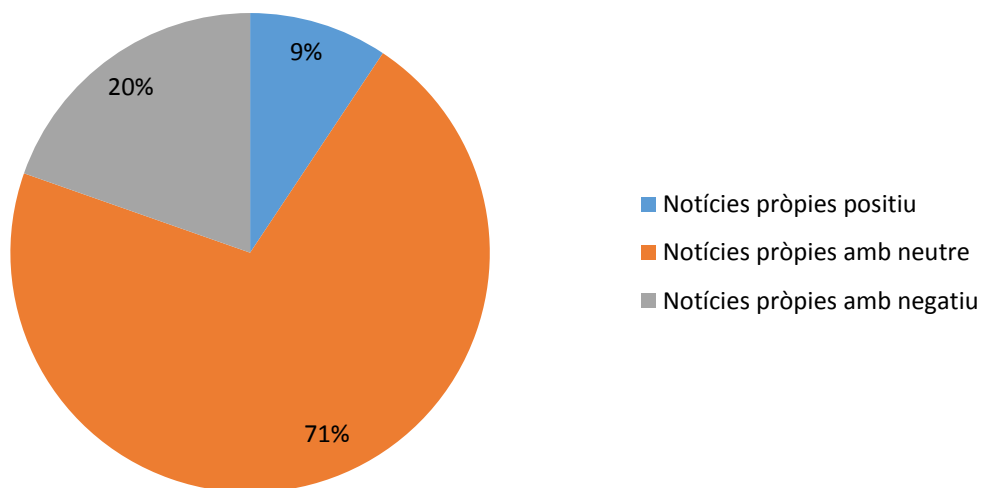
Finalment, voldríem apuntar una dada rellevant en la comparació entre capçalera, i és el tractament de les informacions en les notícies pròpies:

Relació entre origen i tractament de la informació en notícies pròpies d'El Punt



Gràfica 107: Origen i tractament de la informació a *El Punt*.

Relació entre origen i tractament de la informació en notícies pròpies del DdG



Gràfica 108: Origen i tractament de la informació al *DdG*.

En el primer gràfic observem les dades relatives a *El Punt* i en el segon del *DdG*. S'observa una dinàmica diferenciada pel que fa al repartiment de notícies positives i negatives en les dues capçaleres. Així com les notícies neutres presenten xifres gairebé idèntiques, en el cas de les notícies positives i negatives trobem dades intercanviades en les dues categories. En el cas d'*El Punt* un 20% de les notícies pròpies són en positiu, per un 9% que ho són en negatiu. En canvi, al *DdG* un 8% de les notícies són en positiu per un 20% que són en negatiu.

Podrien indicar aquestes dades una tendència més positiva d'*El Punt* cap al govern municipal que no pas la del *DdG*? Assumint que aquesta categoria porta implícit un cert grau de subjectivitat a l'hora de recollir les dades, no podem passar per alt que, en determinades informacions, *El Punt* mostra certa predisposició a parlar positivament del govern municipal. No voldríem afirmar categòricament que hi ha un tractament positiu sistemàtic cap al poder, però si que, en determinats detalls, es posa de manifest certa visió positiva de la gestió municipal, especialment en els primers anys de l'anàlisi.

En aquests primers anys la figura comunicativa de l'alcalde de Girona, Joaquim Nadal, s'erigeix per sobre la d'altres actors, fins el punt que la informació presenta un grau de personalització superior a la d'anys més propers. Per exemple, en la notícia sobre el Penny Market de Girona (9/1997/EP) el titular diu que "*Nadal amenaça en tancar...*" així no és l'Ajuntament, ni el govern, ni tant sols alguna oficina tècnica, sinó l'alcalde en persona el protagonista de la informació. Això té conseqüències en la percepció ciutadana del que és la política municipal. Titulars així poden induir a pensar que les decisions polítiques que afecten una ciutat són personals i no necessàriament adoptades des d'una perspectiva programàtica.

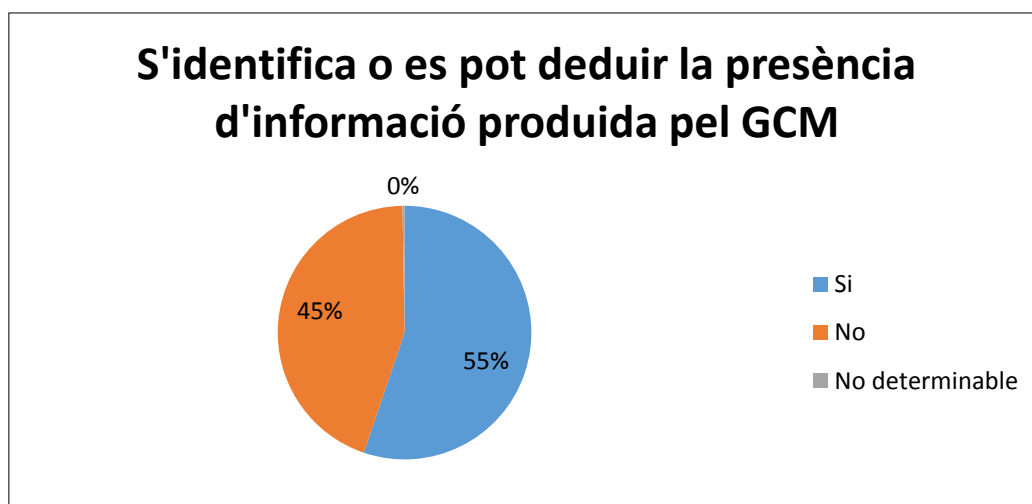
O per exemple en la notícia sobre la polèmica entre l'Ajuntament de Girona i els marxants del mercat (19/1997/EP) en la que s'afirma que "*els marxants van mantenir la seva proposta alternativa de fer el mercat al Parc Central i de no anar a la riba del Ter mentre que Nadal es va mostrar més flexible i els deixarà parar fins el 20 de setembre a la Devesa...*". Altre cop és Nadal, i no el consistori ni el govern. A més, s'inclou en la notícia una valoració totalment

innecessària, a tenor de la informació que se'ns aporta. No és una crònica de l'assemblea (de fet, la notícia es complementa amb una crònica), i per tant no calia donar opinions que pugessin contaminar la recepció dels esdeveniments per part dels lectors. Tota la notícia desprèn subjectivitat, al responsabilitzar als marxants la negativa a trobar una solució.

A nivell comparatiu, aquesta diferència de tractament la podem observar, per exemple, en la notícia la plataforma Girona Activa 24/1997/EP), que ja hem comentat anteriorment. A *El Punt* es destaca l'opinió de l'alcalde, assegurant que es tracta d'una "suma d'interessos particulars". En canvi, el *DdG* ho agafa des de la perspectiva de la nova associació, amb una informació més neutre.

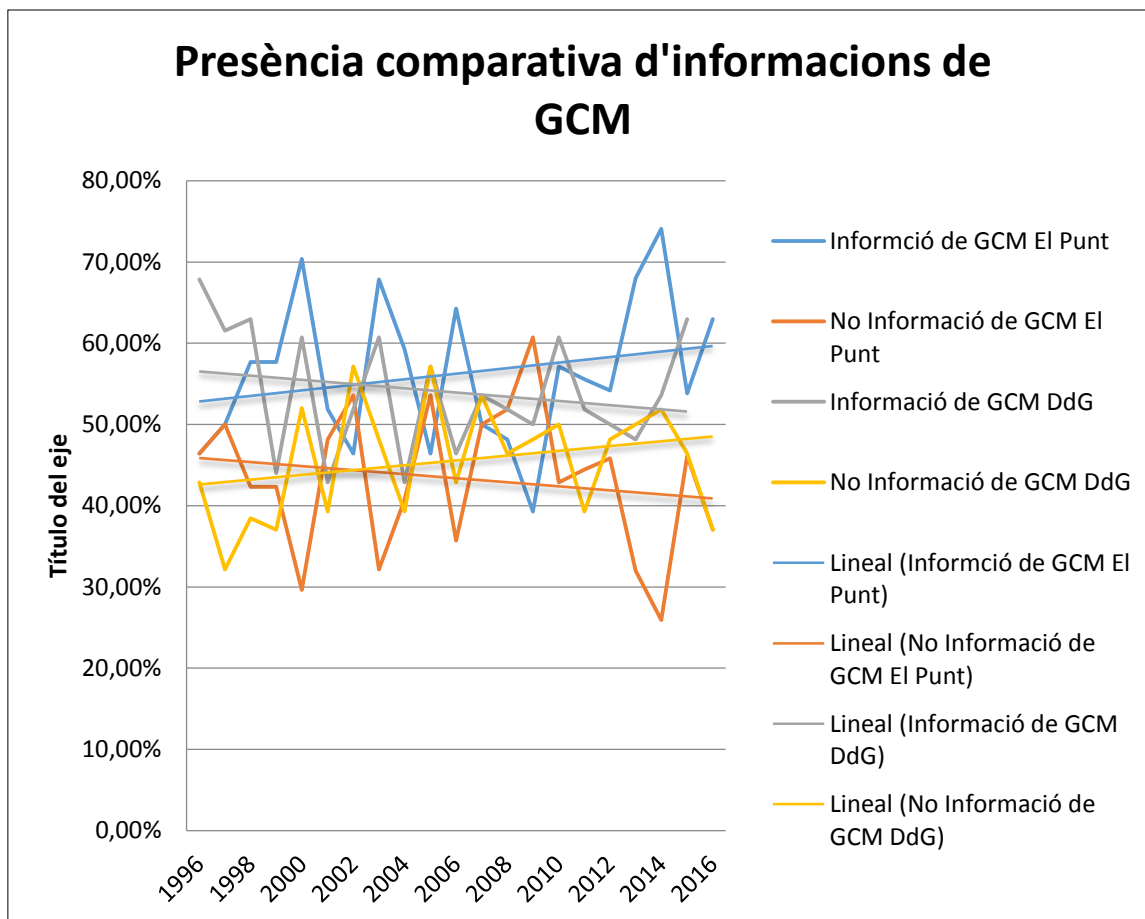
5.2.7.2: Presència del GCM:

Finalment, volem donar un cop d'ull a l'eventual presència del GCM en les informacions. Tal i com ja hem dit, es tracta d'una categoria que presenta cert grau de subjectivitat, ja que en moltes ocasions la presència d'informació elaborada per GCM no és explícita, tot i que es pot deduir. En qualsevol cas, aquestes són les dades generals:



Gràfica 109: Dades globals sobre la presència del GCM en les informacions.

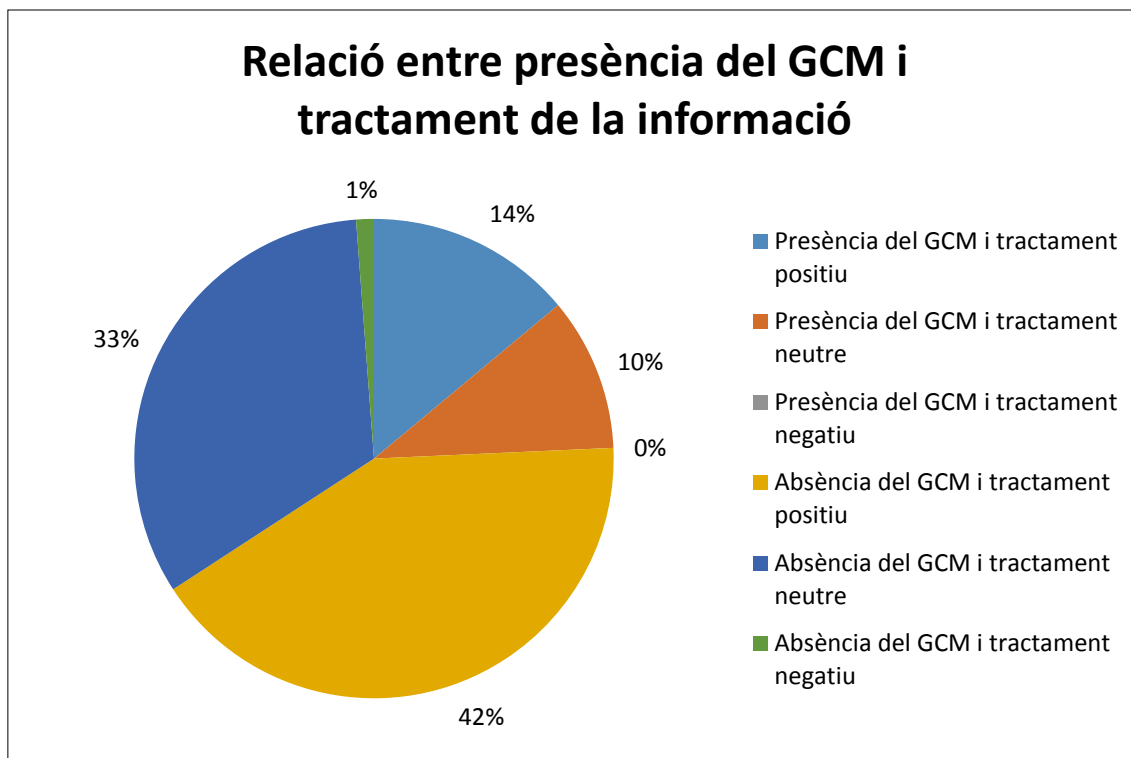
L'equilibri entre categories és gairebé total, amb un 55% de les informacions en les que es pot deduir la presència del GCM i un 45% en les que no. El percentatge en el que no és determinable la seva presència és residual.



Gràfica 110: Comparativa de la presència de GCM a les informacions publicades.

Comparativament, s'observa com *El Punt* presenta dinàmiques contraposades. Per un costat les notícies en les que s'identifica la presència de GCM tenen un increment sensible, passant de poc més del 50% a gairebé el 60%. Paral·lelament es produeix un descens sensible de les informacions en les que no es detecta la presència de GCM. Podria tractar-se doncs d'una tendència que indiqués un percentatge d'informacions que presenten un tractament menor al llarg dels anys. Pel que fa al *DdG* observem una tendència a la baixa en totes dues categories, tant en les que es detecta presència del GCM com en les que no.

Finalment, donarem un cop d'ull a la relació que s'estableix entre la presència o no d'informació elaborada per GCM i el seu tractament:



Gràfica 111: Dades globals sobre la relació entre presència del GCM i tractament de la informació.

En aquestes dades observem una importància rellevant del tractament positiu, especialment en notícies en les que no s'aprecia informació provinent del GCM. També destaca el tractament neutre d'aquestes informacions.

5.2.8. ATRIBUCIÓ I EXCLUSIVITAT DE LES FONTS PRIMERES:

En aquest darrer capítol de l'anàlisi ens centrarem en els nivells d'atribució i exclusivitat de les fonts. En l'apartat 5.2.3.1 ja hem explicat la tipologia de les fonts primeres, i hem observat un domini notable de les fonts institucionals. Ara bé, simplement identificant les fonts no podem copsar tota l'essència del seu ús ni la influència de les rutines productives del periodisme en la configuració de la informació.

Efectivament, tal i com hem vist anteriorment existeix un domini rellevant de les fonts institucionals a l'hora de generar el relat sobre la gestió municipal, de manera que un 58% de les fonts primeres per elaborar la informació són

d'aquesta tipologia¹¹⁶. No només això, les tendències observades indiquen un augment en l'ús d'aquestes fonts al llarg del temps. Una tendència no molt acusada, però notable i significativa¹¹⁷. Ara bé, el simple recompte de fonts no ens aporta la informació sobre el seu ús si no hi afegim la categorització de l'atribució de les fonts informatives i de l'exclusivitat de les mateixes.

L'atribució fa referència, tal i com recorda Fontcoberta (1993) a la manera amb la que els periodistes informen de qui els ha aportat la informació per elaborar les notícies. Es tracta d'un criteri molt rellevant perquè és un aspecte fonamental per la transparència periodística. Tant és així que a l'hora de valorar la qualitat d'un producte periodístic cal tenir present no només el nombre de fonts i la seva tipologia, aspectes d'altra banda prou rellevants, sinó també com el periodista fa explícit qui li aporta la informació que ofereix.

No entrarem a desgranar la importància de l'atribució en el procés de producció periodística, perquè ja ho hem fet en el capítol 2.3.1., però si convé recordar que l'atribució està directament relacionada amb la transparència i amb les bones pràctiques, especialment quan parlem de fonts atribuïdes amb reserves (quan no se cita explícitament a la font però se la situa en un context i poden citar-se les seves informacions) i l'atribució de reserva obligada (quan el mitjà no menciona a la font i explica les informacions com si fossin pròpies).

Pel que fa a l'exclusivitat, considerem que és un aspecte clau en la interpretació de l'ús de les fonts periodístiques. Si considerem que les rutines productives estan àmpliament influïdes per l'acció de fonts institucionalitzades i professionalitzades que mediatitzen l'accés a l'agenda temàtica, considerem essencial escatir si les fonts que s'usen per elaborar la informació són pròpies o comunes. En aquest sentit, per valorar la influència de l'ús limitat de les fonts en la configuració del relat periodístic cal donar un cop d'ull al context en el que s'ha obtingut la informació, per veure així la capacitat de les fonts estables i organitzades d'accedir a l'agenda temàtica i definir el debat públic¹¹⁸.

¹¹⁶ Veure gràfica 61

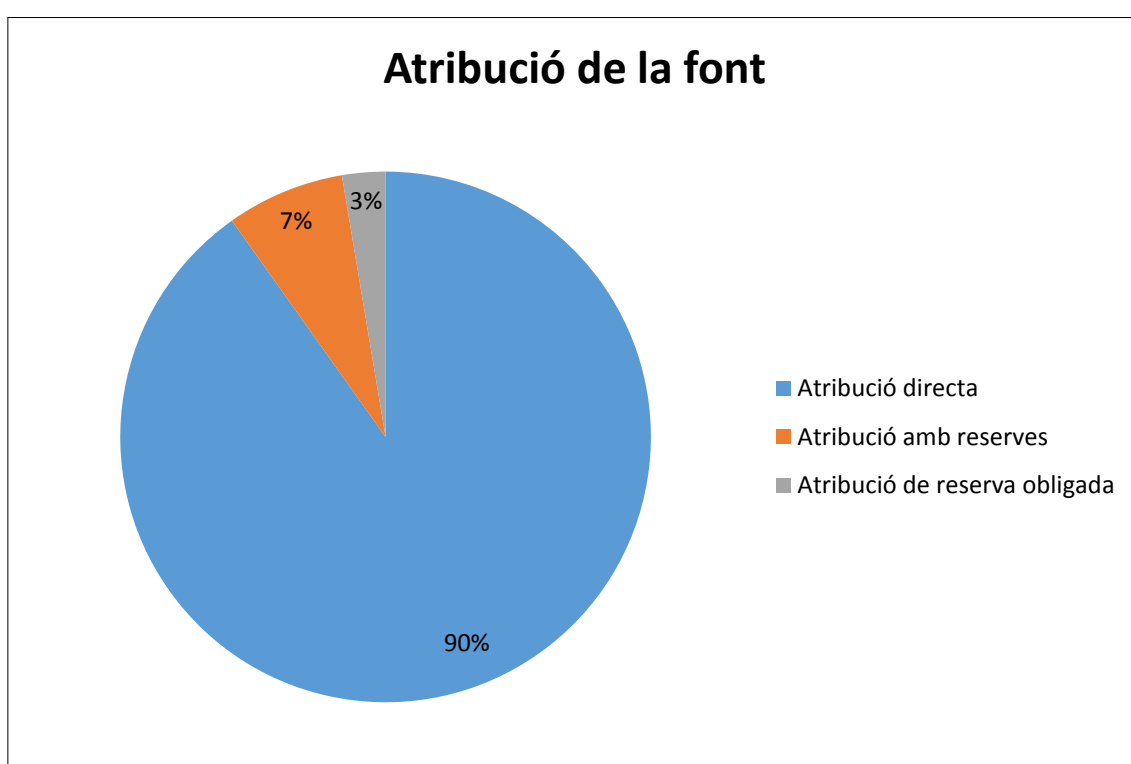
¹¹⁷ Veure gràfica 63

¹¹⁸ O'Niell i O'Connor asseguren que: "journalism has entered into an unholy alliance with the public relations industry" (O'Niell, O'Connor: 2008, 499).

Així doncs, començarem per donar analitzar als nivells d'atribució de les fonts principals, així com la seva relació amb la tipologia. Posteriorment analitzarem les dades d'exclusivitat i les relacionarem també amb la tipologia. Finalment analitzarem la tipologia, atribució i exclusivitat de les fonts segones i terceres.

5.2.8.1. Atribució de les fonts primeres:

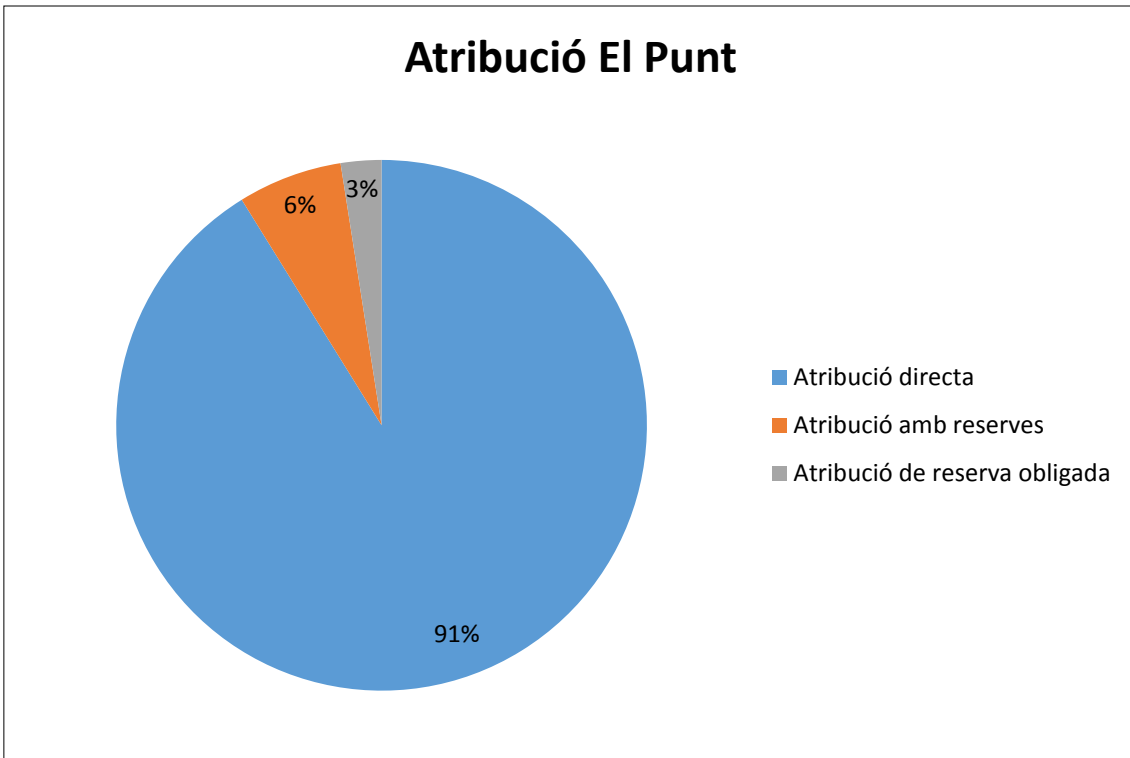
En primer lloc cal destacar la preeminència de l'atribució directa en les fonts principals a l'hora d'elaborar les informacions, tal i com observem a la gràfica següent:



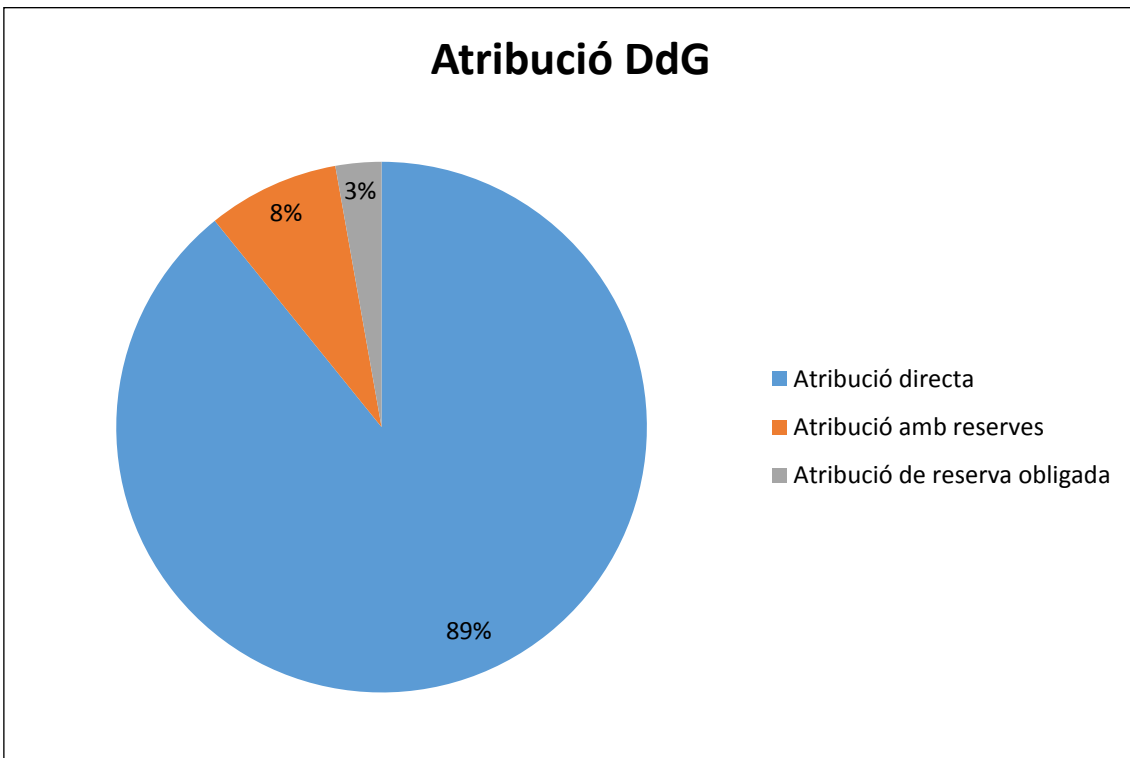
Gràfica 112: Dades globals de l'atribució de la informació.

Un 90% de les informacions tenen atribució directa, és a dir, que s'especifica clarament qui ha aportat la informació, amb noms i cognoms. La resta de notícies només representen un 10%, concretament un 7% d'atribució amb reserves i un 3% d'atribució de reserva obligada.

Si fem una ullada a les dades per capçalera observarem com no hi ha un canvi significatiu de tendència. Totes dues es mouen en paràmetres similars:



Gràfica 113: Dades de l'atribució al diari *El Punt*.



Gràfica 114: Dades de l'atribució al *DdG*.

Aquestes dades mostren, sens dubte, una bona praxis pel que fa a l'atribució de la informació, i més si tenim en compte que la correcta identificació de les

fonts repercuteix positivament en la correcta interpretació de la peça. Observem cura a l'hora d'atribuir les fonts en tots els tipus de notícia, encara que generalment les peces pròpies i de més envergadura són les que presenten millor identificació. Així per exemple tenim la notícia sobre la posició del PP respecte el local de la Creu Roja a Figueres (11/2002/EP) on fins i tot s'especifica el canal a través del qual s'ha obtingut la informació. També la notícia sobre les baixes inscripcions a P-3 en una escola de Girona (7/2002/DdG), que es genera amb informació pública del Departament d'Ensenyament i es complementa amb declaracions de representants municipals al ple i amb declaracions recollides a Olot per un altre redactor, a qui se li ha demanat que preguntí sobre la qüestió a la delegada d'Ensenyament a Girona. En qualsevol cas, es fa un esforç per buscar el màxim de fonts per a complementar la notícia.

Ara bé, el fet que la majoria d'informacions s'atribueixin de manera directa, cosa que és positiva, no ens ha de fer perdre de vista que moltes peces presenten una manca d'atribució preocupant, amb un ús del llenguatge poc adequat a la redacció periodística, com per exemple la utilització de formes verbals impersonals, o de recursos estilístics que poden portar a la confusió al lector.

Efectivament, en ocasions hem trobat peces que no presenten una correcta atribució, sobretot en els casos d'informació que aporten les institucions. Sembla com si el redactor donés per suposat l'origen de la font, quan no necessàriament l'hem de conèixer. Per exemple, en la notícia sobre el vial giratori d'Olot (24/2007/DdG) no s'indica qui informa de les obres. És evident que l'Ajuntament, però el trasllat d'informació sense especificar-ne la font pot portar a engany. La peça diu que *“aquesta rotonda solucionarà els problemes de trànsit que solen tenir els vehicles que des del vial sud o avinguda Sant Jordi volen accedir a la superfície comercial o a la gasolinera.”* És evident que això és el que diu l'ajuntament, però el periodista assumeix aquests judicis com a propis i verídics, quan no deixen de ser previsions que, per bé que molt probables, no estan basades en fets.

En la notícia sobre la incapacitat de Blanes i Lloret de cobrar les multes de trànsit (15/1999/EP) es parla del malestar dels agents i s'exposa el seu punt de vista, però no s'indica qui fa aquestes afirmacions. Ni tan sols s'utilitza l'atribució amb reserves, fet que ens fa pensar que, més enllà de que el malestar pugui estar generalitzat, la informació no està ben contextualitzada. De fet, indueix a confusió perquè es parla d'un informe obtingut en un ple municipal per part de l'oposició i després es posen les declaracions dels regidors. No sabem si les declaracions són d'aquell ple (que no està ubicat en el temps, o d'un altre ple). El cas és que, a vegades, s'obté una pàtina de legitimitat si s'atribueix a un col·lectiu el que diu només un individu. Al no estar atribuïdes les declaracions no podem valorar amb certesa quina intenció s'amaga darrera la informació que s'aporta.

És el mateix que succeeix en la peça sobre la inauguració de la nova rambla de Figueres (18/2003/EP). Se'ns informa dels actes i també del repartiment de 300 tisores per tallar la cinta, però en cap moment se'ns indica qui ha aportat aquesta informació, ni la més mínima referència. Tot i que pugui ser evident que és l'ajuntament, s'ha d'exigir una referència explícita. Normalment aquest tipus de notícia abusa de l'ús de formes verbals impersonals, com *“els treballs es donaran per acabats”* o bé *“se'n farà la inauguració”* o *“es repartiran 300 tisores”*. El fet que sigui evident la font informativa no és motiu suficient per no atribuir-la correctament.

Encara a Figueres, la notícia sobre les reticències d'ERC i CiU a donar suport als plans econòmics de l'Ajuntament (5/2004/EP) només compta amb el testimoni de CiU. En cap moment es fa referència al que opina ERC, o s'aporta alguna font republicana que confirmi el que s'apunta a la informació. Cal ser curós en l'aspecte formal, perquè si es llegeix la notícia amb atenció hom podria pensar que el suport d'ERC a CiU és una opinió del redactor, sense cap element informatiu que recolzi aquesta idea. D'altra banda, convé no abusar de les formes impersonals dels verbs. En un moment de la notícia s'escriu que *“ara, s'apunta que...”* qui apunta? En quina direcció? En quin context?

I un darrer exemple: en una notícia sobre l'arxiu de Girona (3/1999/DdG) s'aporten dades sobre les donacions, però a més s'hi fan valoracions

personals. Així, s'afirma que *“aquestes donacions demostrin, per una banda, l'interès dels ingressos menys voluminosos i que sovint no tenen un especial ressò i, per l'altra, la fidelització dels donants, com ara l'alcalde de la ciutat, Joaquim Nadal”*. La qüestió és: qui extreu aquestes conclusions? El periodista o la font? Pot semblar una qüestió poc rellevant, i en el cas que ens ocupa potser ho és, però no deixa de ser una praxis perillosa. Les subtileces del llenguatge amaguen moltes intencions comunicatives i cal que els periodistes siguin molt curosos en l'ús de determinades construccions gramaticals.

En aquest sentit, cal tenir present també l'ús d'expressions poc explícites a l'hora d'identificar la font o el context del que s'ha obtingut la informació. Ens expliquem: sovint, quan un diari vol explicitar que la informació que ha obtingut és pròpia i exclusiva s'utilitza la fórmula *“segons ha pogut saber aquest diari...”* Considerem que aquesta fórmula, que s'usa en moltes capçaleres i molts d'altres formats periodístics, no deixa de ser una manera d'encobrir el vertader origen de la informació: una filtració intencionada. Ho veiem per exemple en la notícia sobre la recerca d'ubicació per una nova clínica privada entre Girona i Salt. El periodista ha obtingut informació exclusiva (creiem que per part dels metges) però no s'especifica qui ha donat aquesta informació, o almenys quin col·lectiu ho ha fet. Estarem d'acord en que no és el mateix que la informació sobre com serà el nou hospital la doni un ajuntament, els metges o, per exemple, els arquitectes que han dissenyat el projecte. Per tant, és rellevant apuntar el col·lectiu que l'ha aportada, ja que de ben segur té uns interessos comunicatius determinats. (1/2001/DdG).

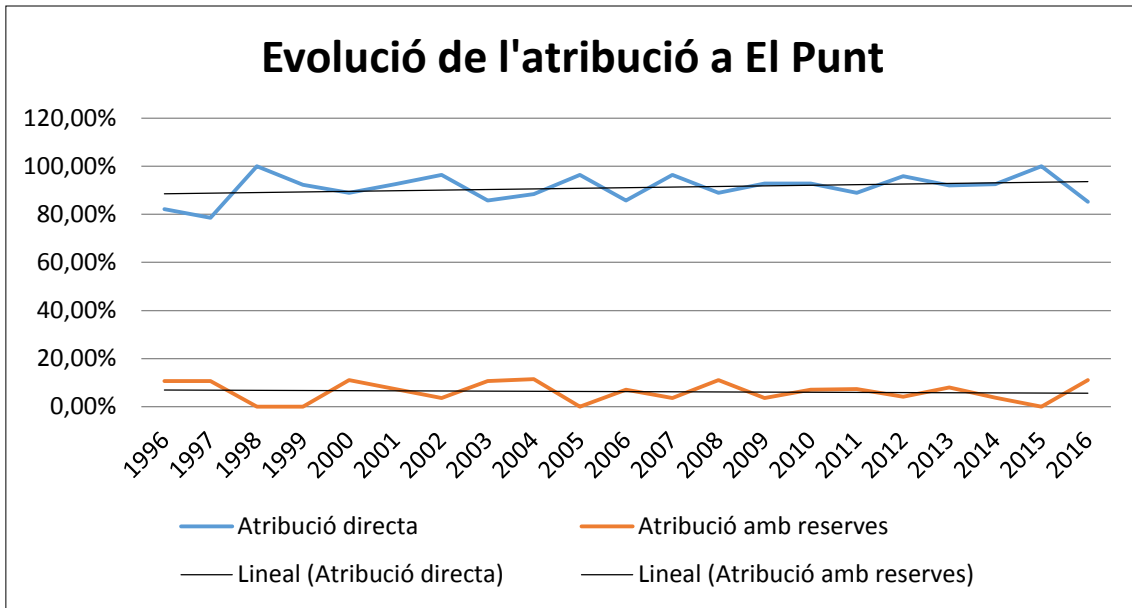
Només que s'atribuís amb reserves es podria interpretar correctament les informacions. Per exemple, la notícia sobre el resum de sancions per incomplir les ordenances de civisme al 2006 (3/2007/EP), s'elabora a partir de l'informe de l'Ajuntament de Girona. Ara bé, tot i que és evident que la informació és municipal, no s'especifica. De fet s'utilitza un verb impersonal (*“es van obrir un total de 112 expedients...”*) que no s'ajusta a la realitat de la notícia. A més, observem un altre cop l'ús poc curós de la gramàtica per expressar realitats informatives.

Insistim en que la utilització de determinades construccions gramaticals, com ara els impersonals, indica una manca de transparència notable en el que fa referència a l'atribució. Així, en la notícia sobre la denegació, per part de la Comissió de Girona, del permís per la construcció del pavelló de la Devesa (26/2009/EP) s'aporta informació pròpia amb reaccions diverses a la decisió. Però s'abusa de construccions gramaticals poc recomanables en relats informatius que s'han de basar en fets i la seva comprovació, és a dir, notícies.

Així per exemple, diu: *“La comissió va votar desfavorablement en relació amb el projecte del pavelló per quatre vots contra dos, segons ha pogut saber aquest diari. Tot i que no n'han transcendit els motius, tot fa pensar que alguns podrien ser la inexistència del pla d'usos que garanteixi el valor de l'espai i el volum que suposa la construcció d'un pavelló d'aquestes característiques a la Devesa, declarada bé cultural d'interès nacional.”* És a dir, que no han transcendit els motius però se n'apunten dos, sota la genèrica i difusa introducció *“tot fa pensar”*. Què és tot? Qui és tot? En què es basa la periodista per realitzar aquestes afirmacions. És evident que és informació que ha rebut de diverses fonts que haurien de ser mínimament identificables.

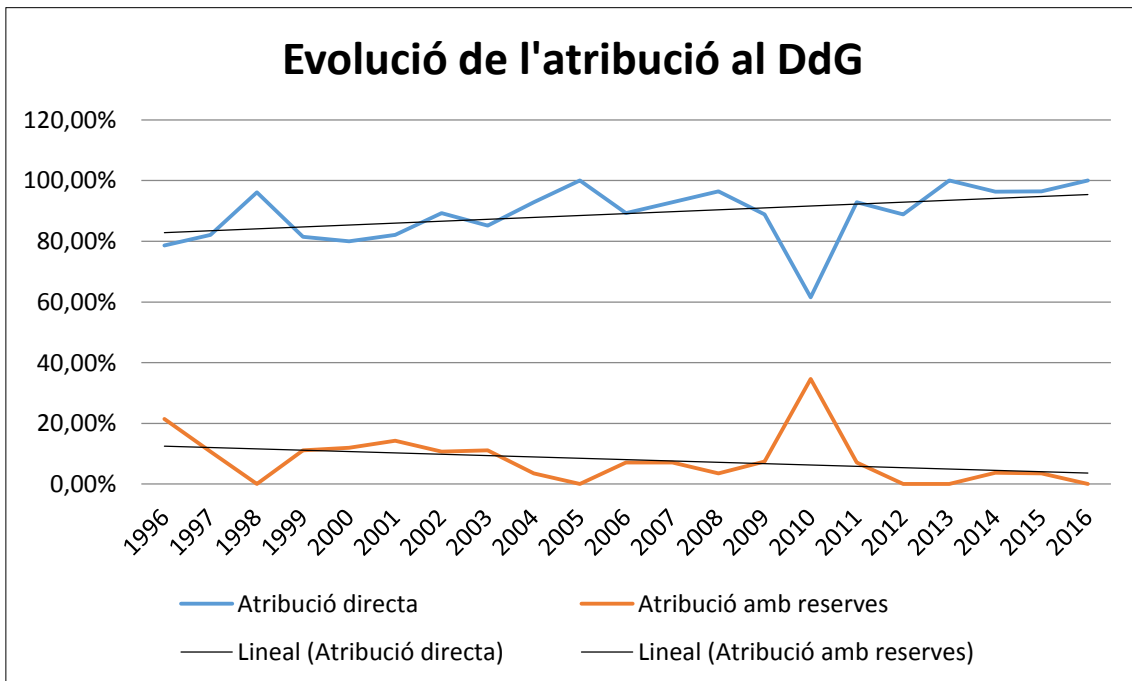
En definitiva, la incorrecta atribució de les fonts, per bé que minoritària, no ens ha de fer perdre de vista que cal ser curós tant amb el que s'afirma com en identificar qui ho diu. Si es fa una afirmació hem de ser capaços, com a lectors, de discernir clarament qui la fa: ho diu la font, o ho redacta el periodista? Si considerem als diaris com entitats independents que processen la informació que els arriba, cal que siguin el més clar possible amb el lector, i que no es converteixin en un altaveu, aprofitant la capacitat de crear contingut noticable dels consistoris.

Finalment voldríem donar un cop d'ull a l'evolució de l'atribució de les fonts primeres en les dues capçaleres analitzades:



Gràfica 115: Evolució de l'atribució a *El Punt*.

Tal i com observem, pel que fa referència a l'atribució no es produeixen canvis significatius de tendència al llarg dels anys: l'atribució directa es mou en percentatges molt elevats que es mantenen al llarg dels 21 anys de l'anàlisi. El mateix succeeix en l'atribució amb reserves que presenta uns percentatges similars als globals.

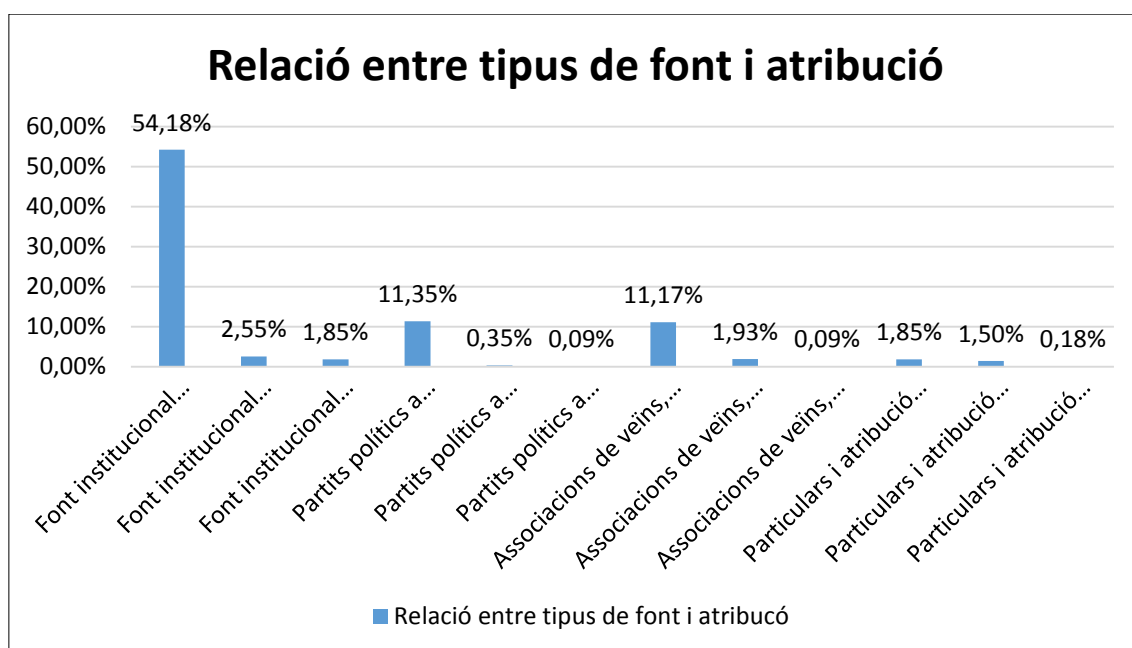


Gràfica 116: Evolució de l'atribució al *DdG*.

En el cas del *DdG*, si bé la tendència general es manté similar a la d'*El Punt*, si que s'observa un increment més pronunciat de les notícies amb atribució directa, i es passa d'uns percentatges lleugerament superiors al 90% a gairebé el 100% especialment en els darrers anys d'anàlisi. Pel que fa a les notícies que presenten atribució amb reserves observem una tendència a la baixa més acusada que no pas a *El Punt*.

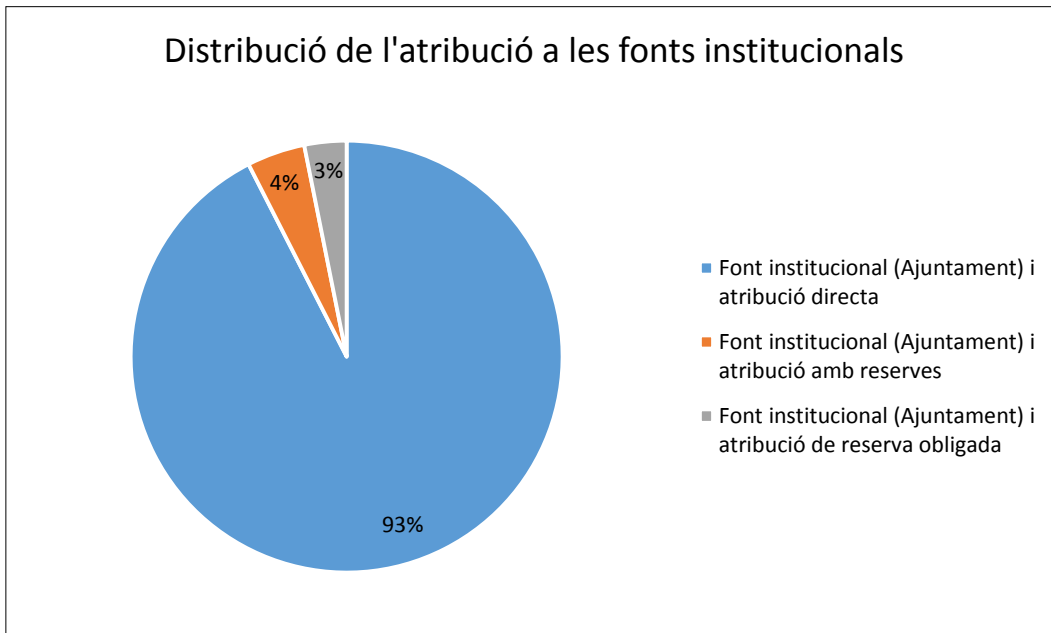
Finalment, cal apuntar que en els casos en els que s'ha identificat, d'una manera fefaent, suplantació de fonts són molt minoritaris. Tot i això, ens temem que sota alguns casos d'atribució amb reserves s'amaga en realitat una suplantació de fonts. Un exemple d'aquest fenomen el trobem en una notícia sobre el llançament de llibres al carrer des de la presó de Figueres (23/1999/DdG). Tot i que la peça està estructurada de manera perfecta, no està signada ni s'hi identifica cap font. Per tant no podem saber si la informació l'ha extret el periodista personalment o si s'ha obtingut d'un altre canal que no es fa explícit.

Aquestes dades ja ens aporten informació sobre les dinàmiques professionals a l'hora d'atribuir les fonts d'informació, però creiem que podem obtenir-ne més si creuem alguns dels paràmetres analitzats. Donem un cop d'ull a la relació entre el tipus de font i l'atribució:

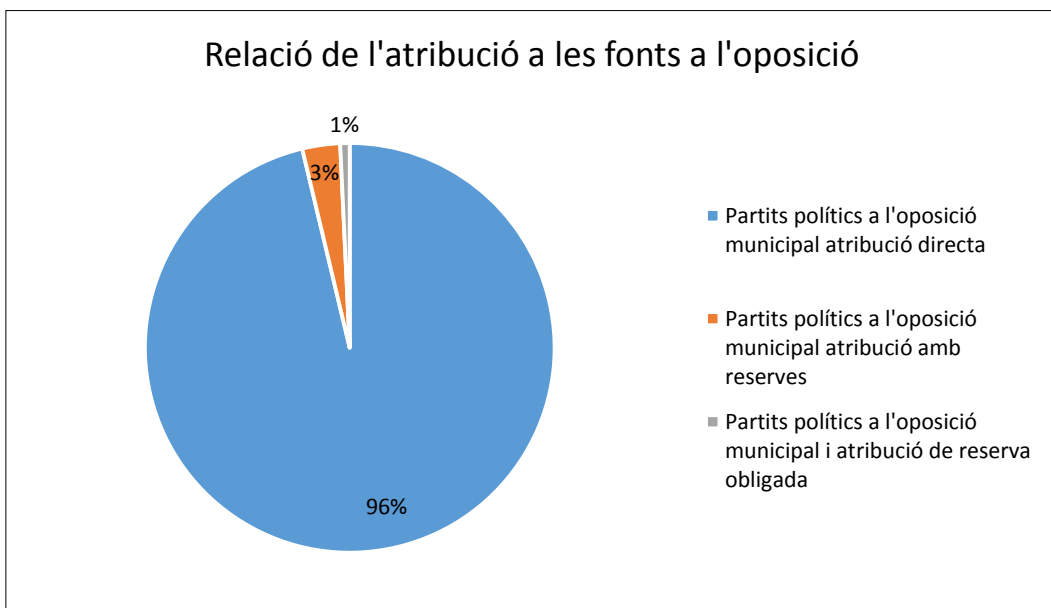


Gràfica 117: Dades globals de la relació entre tipus de font i atribució.

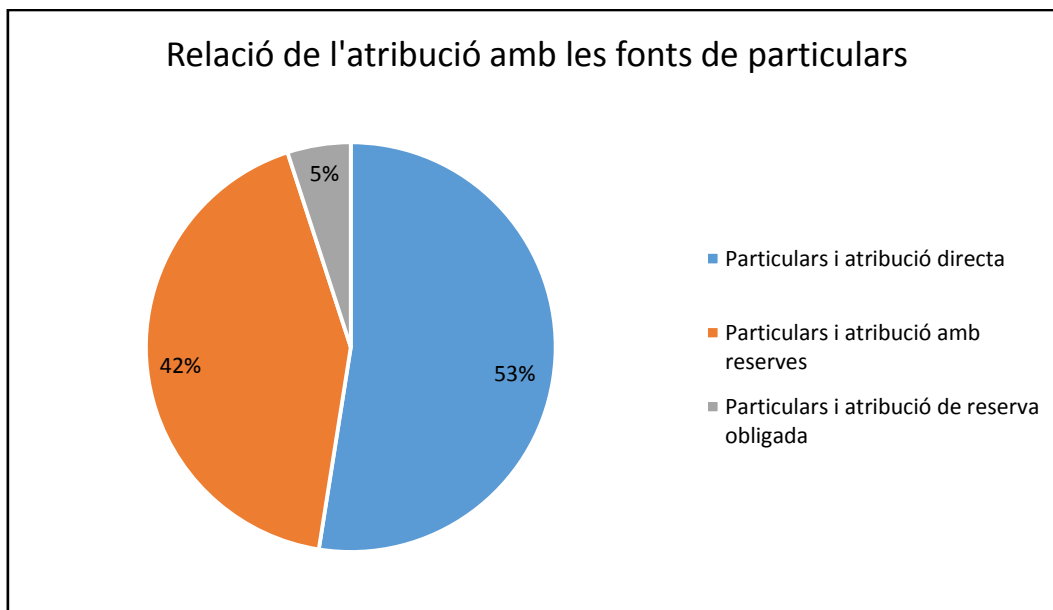
En aquesta gràfica hem inclòs alguna de les fonts més destacades en relació a l'atribució. Estem davant de les dades globals, que mostren una clara preeminència de l'atribució directa en tot tipus de fonts, com no podria ser d'altra manera, atenent a les dades generals. Tot i això, si mirem les dades a l'interior de cada tipus de font trobem diferències interessants.



Gràfica 118: Distribució de l'atribució en les fonts institucionals.



Gràfica 119: Atribució de les fonts a l'oposició.



Gràfica 120: Atribució de les fonts de particulars.

En aquestes tres gràfiques observem la distribució de l'atribució en funció del tipus de font, i veiem dinàmiques ben diferenciades. El percentatge d'atribucions directes és molt major en les fonts institucionals i les de partits polítics a l'oposició, més que no pas a la de particulars, on les diferències entre atribucions són molt menors.

En el dos primers casos els percentatges d'atribució directa s'enfilen per sobre del 90% (93% en el cas de les fonts institucionals i 96% en el cas de les informacions de partits polítics a l'oposició). En el cas dels particulars, en canvi, el 52% presenta atribució directa per un 43% que presenta atribució amb reserves.

Aquesta tendència es pot explicar per les dificultats que a vegades posen els particulars per a ser identificats directament en públic. Sovint els testimonis d'un succés no s'identifiquen perquè allò que els fa vàlids com a font no és la seva identitat sinó allò que han presenciats. En d'altres ocasions, especialment en el cas de conflictes veïnals o de reclamacions a l'administració, el particular no vol que s'identifiqui, pel que no podem comptabilitzar-ho com a atribució directa.

En definitiva, doncs, les pràctiques pel que fa a l'atribució són correctes, però sospitem que tenen relació amb l'ús notable de fonts institucionals per a realitzar les notícies. No és casual que les fonts que compten amb estructures potents de comunicació, com el govern municipal o l'oposició siguin les que s'atribueixen més de manera directa. L'atribució, doncs, també indica, encara que sigui circumstancialment, que els diaris es recolzen de manera majoritària en estructures pensades per construir el relat periodístic. L'atribució directa es relaxa quan els temes són propis, i aquí és on entra l'escrupolositat del periodista per atribuir les fonts i, per tant, contextualitzar la informació correctament.

Un exemple el tenim en la notícia sobre la ubicació de la comissaria de Salt (13/2010/DdG). S'explica el que va dir l'alcaldeessa als veïns en una reunió celebrada dos dies abans. Curiosament, el redactor no especifica de quina font ha obtingut la informació, si dels veïns o de l'ajuntament. Es diu que *“L'alcaldeessa de Salt, Iolanda Pineda, va explicar divendres al migdia la ubicació exacta d'aquests dos equipaments i el calendari de construcció de les dues instal·lacions, a les associacions de veïns del municipi i a la Federació de comerciants. Segons ha pogut saber aquest diari, van assistir a la reunió convocada per l'alcaldeessa els representants veïnals de la Maçana, del Barri Vell, de les cases barates i del barri dels Escriptors. En la reunió, Pineda va sentir com alguns residents li indicaven...”* Qui informa del contingut de la reunió? No se sap. És remarcable que no s'especifiqui l'origen, simplement que el diari ha pogut saber la informació, però no s'informi de qui ha aportat la informació. Tampoc es contraposa aquesta versió amb la de la font alternativa, el que aportaria una visió complementària per interpretar millor la informació i ens donaria base per deduir la seva intenció comunicativa.

Encara més, la notícia sobre la rebaixa del preu del pressupost per la construcció de la nova estació del TAV a Girona (25/2012/DdG) no té fonts definides. Podríem pensar que és una peça feta exclusivament a partir d'informació pública, i segurament és així, però no es fa cap esment a qui ha aportat les dades ni es recull cap opinió alternativa sobre la qüestió, ni del consistori ni de veïns, ni de cap altra institució.

Finalment, dues consideracions en relació a l'atribució de la informació. La primera és la poca cura a l'hora d'atribuir les fonts en els breus informatius. Podria ser que la poca importància de les peces provoqués la manca d'atribució, o potser la manca d'espai és un impediment per a explicitar-la. En qualsevol cas, la publicació d'una nota de premsa porta implícit el risc d'assumir com a propi el llenguatge i el missatge de la font. Un exemple seria el breu sobre la visita de Carles Puigdemont a les escoles de la ciutat de Girona (4/2013/EP). Més enllà de la importància o no de la necessitat de contraposar aquesta informació, que seria discutible, l'interès rau en observar com en les darreres línies de la nota s'explica que les visites es fan per conèixer “*de primera mà*” la realitat dels centres. Més enllà de la veracitat d'aquesta versió, que és a priori indubtable, considerem que el diari no hauria de ser l'espai on s'expressin voluntats polítiques, o almenys sense ser tractades mínimament o sense indicar explícitament qui les expressa.

La segona és la diferència selectiva en funció de l'origen de la informació. És a dir, perquè s'identifica sempre en determinats casos, per exemple quan prové d'altres mitjans de comunicació (8/2001/DdG, 14/2015/DdG, 27/2015/DdG...) i en canvi no hi ha la mateixa escrupolositat quan parlem d'altres orígens, per exemple, d'un comunicat de l'ajuntament?

Per exemple, la notícia sobre les queixes d'alguns comerciants de Figueres per l'aturada de les obres a la sala Erato (6/2016/DdG) està elaborada a partir d'un comunicat que han enviat als mitjans i que avança el setmanari *L'Alt Empordà*. El més interessant és que s'explicita l'origen si el comunicat és d'una entitat, associació o particular que no té massa relació amb els mitjans. Com si fos necessari avisar al lector del camí que ha seguit la informació fins arribar al periodista. Però en canvi això no és així en els casos dels comunicats de les institucions. Podria ser que el constant contacte informatiu entre institucions i periodistes fes que es considerés innecessari evidenciar l'origen de les informacions cada vegada; potser es considera reiteratiu. No podem concloure perquè succeeix això, però és interessant ressenyar-ho. Si s'identifica la notícia quan prové d'altres mitjans s'ha de fer exactament igual quan prové de comunicat, de roda de premsa, o de qualsevol altre origen informatiu.

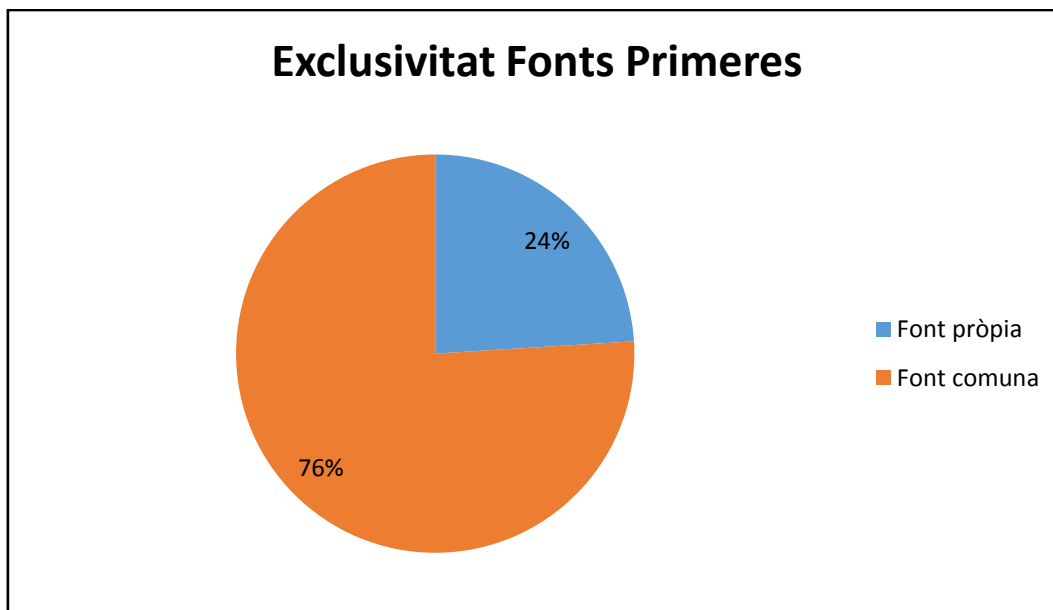
5.2.8.2: Exclusivitat de les fonts:

La variable de l'exclusivitat de les fonts fa referència a l'ús de fonts que siguin pròpies del diari per elaborar la informació, és a dir, si les fonts consultades per obtenir la informació s'han consultat de manera individual pel redactor o les ha obtingut d'un acte comunicatiu destinat a periodistes de tots els mitjans. Així, les informacions rebudes de comunicat, roda de premsa, ple municipal o acte extern seran considerades com a comunes, mentre que les pròpies seran les exclusives del diari.

Val a dir que en ocasions no és fàcil discernir si la font és pròpia o comuna. Això és degut a la manca de transparència dels diaris a l'hora d'identificar el context en el que s'ha obtingut aquesta informació. Ja hem parlat de la necessitat de contextualitzar, no només les informacions, sinó també les circumstàncies informatives en les que la font i el periodista han interactuat.

Tanmateix, això no és sempre així. De fet, observem al llarg de l'anàlisi una tendència a identificar aquest context en les notícies, pròpies o no, en les que una informació ha estat obtinguda en exclusiva pel diari. Expressions tipus "*fonts consultades per aquest diari...*", "*segons ha pogut saber aquest diari...*" o "*en declaracions a aquest diari...*" són les que s'utilitzen per explicitar que aquella informació que aporten és exclusiva. Això prestigia sens dubte el diari, ja que posa de manifest l'esforç que s'ha fet per obtenir informació que no es podrà trobar enlloc, excepte en aquell diari. A més legitima l'acció del periodista ja que demostra, davant de l'audiència, que s'ha seguit la praxis professional necessària per obtenir el màxim d'informació possible, i per tant també la més diversificada.

Donem un cop d'ull a les dades sobre exclusivitat:



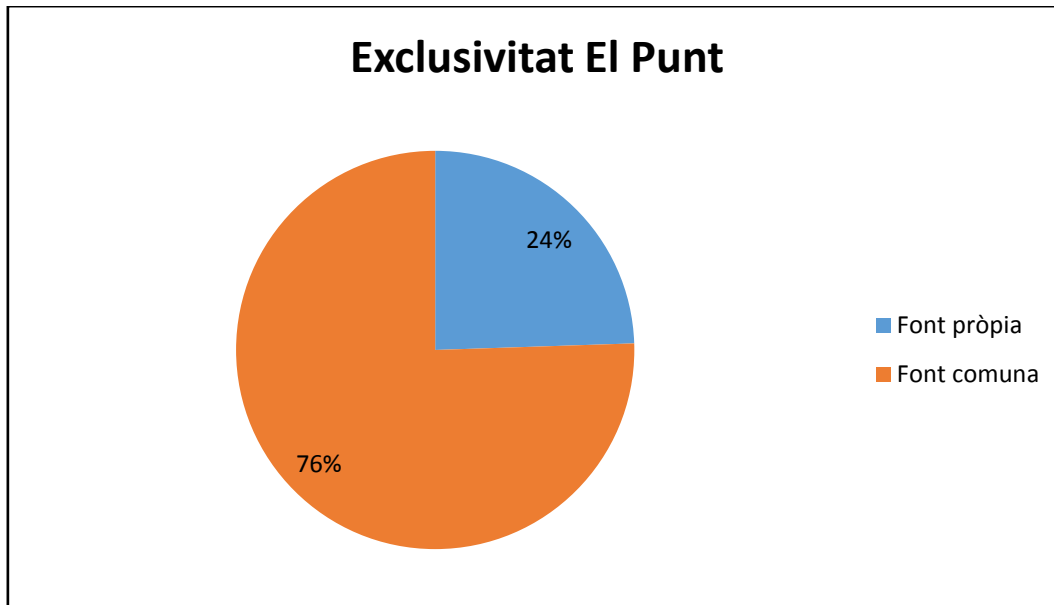
Gràfica 121: Dades globals sobre l'exclusivitat de les fonts primeres.

Tres quartes parts de les fonts primeres identificades en les més de 1.000 notícies analitzades són comunes, és a dir, que són fonts que han aportat informació en entorns informatius preestablerts i destinats a tots els periodistes. Així doncs, els actes informatius desenvolupats per les fonts organitzades tenen un accés molt majoritari a l'agenda mediàtica, fet que explica, en part, el fenomen d'homogeneïtzació de la informació a la premsa local que hem apuntat anteriorment.

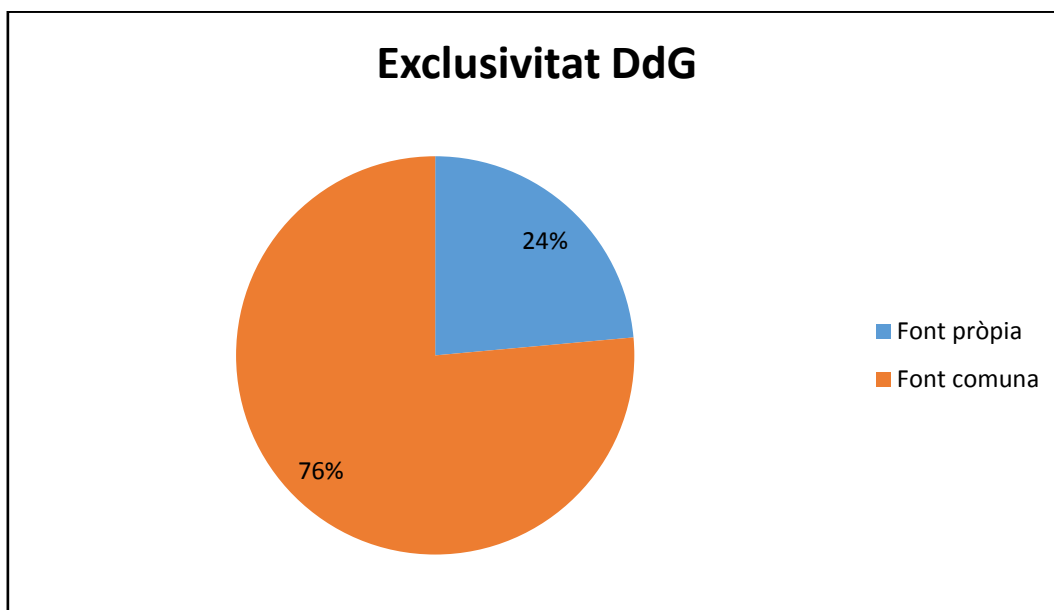
El baix percentatge de fonts pròpies indica la dificultat dels diaris per accedir de manera personalitzada i exclusiva a les informacions que publiquen. Les dues dades combinades mostren, en definitiva, el grau d'accés a l'agenda temàtica de les informacions generades des d'entorns informatius controlats. Les fonts, doncs, organitzen actes informatius per incidir en aquesta agenda, i en darrera instància en el debat públic, i les dades sobre exclusivitat mostren l'efectivitat d'aquesta estratègia.

Val a dir, en aquest sentit, que la influència de les fonts comunes o de la informació rebuda en entorns comunicatius més o menys controlats per la font és una dinàmica general que afecta a les dues capçaleres, i segurament a més mitjans si analitzéssim paràmetres similars. Tal i com observem en les gràfiques relatives a l'exclusivitat de les fonts primeres per capçalera, la

influència de les fonts i l'ús de fonts pròpies es mantenen en percentatges gairebé idèntics a les dues capçaleres:



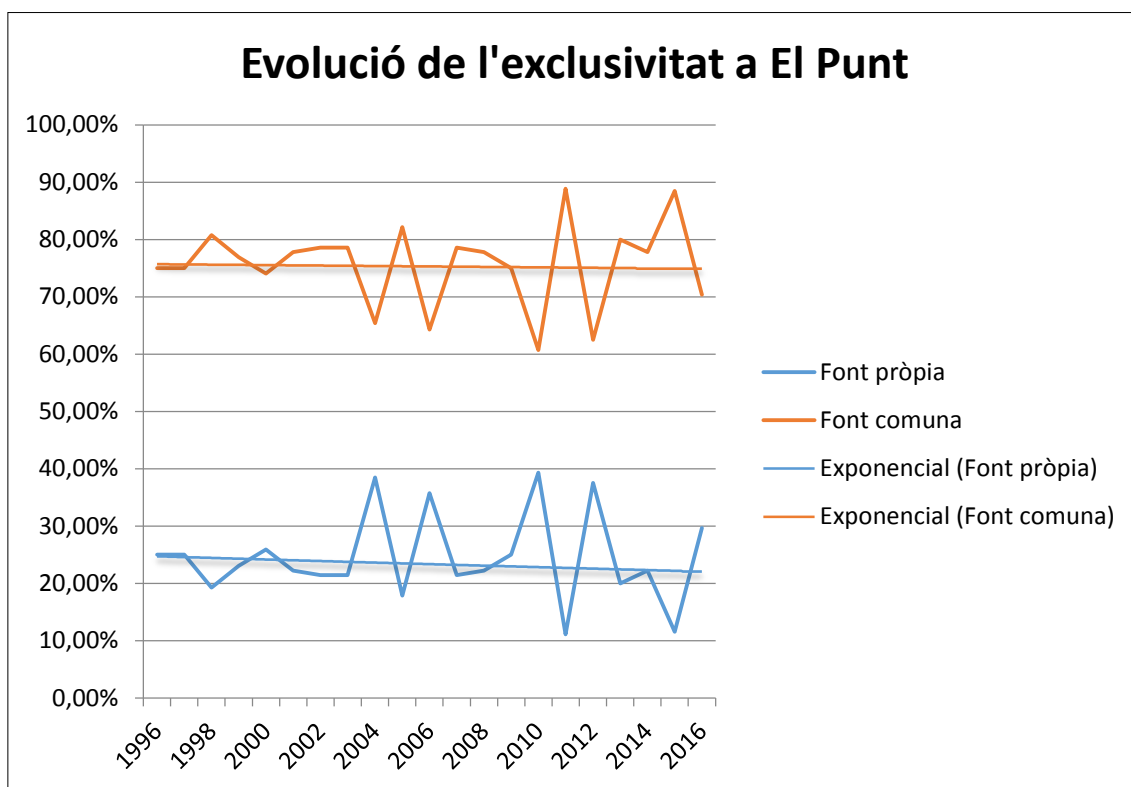
Gràfica 122: Dades sobre exclusivitat de les fonts primeres a *El Punt*.



Gràfica 123: Dades sobre exclusivitat de les fonts primeres al *DdG*.

Tenint en compte la igualtat d'aquestes dades, seria bo donar un cop d'ull a l'eventual evolució de l'exclusivitat al llarg dels anys. Podria ser que actualment s'utilitzin més fonts pròpies tenint en compte la major capacitat de les fonts

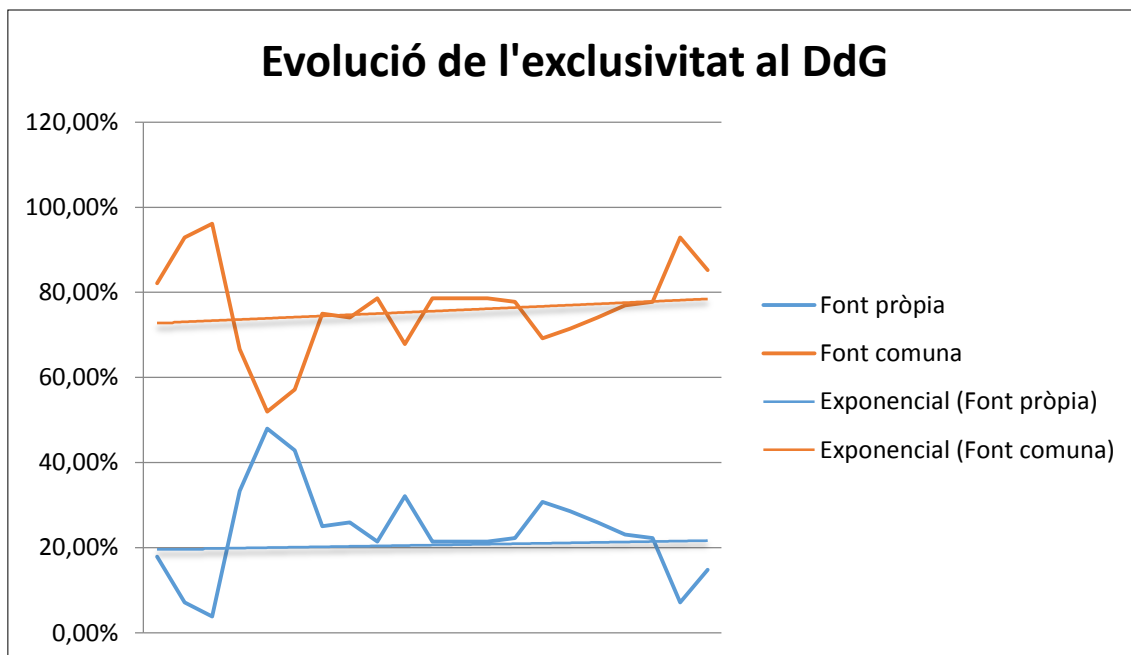
alternatives d'accedir a l'agenda temàtica dels mitjans? O potser podríem considerar que la manca de recursos econòmics i humans de les empreses periodístiques es pot observar en un augment de les fonts comunes a l'hora de construir el relat informatiu?



Gràfica 124: Evolució de l'exclusivitat a *El Punt*.

Pel que fa a *El Punt* s'observa una lleugera tendència a la baixa en totes dues categories, especialment en les fonts pròpies. Així doncs, sembla que, almenys pel que fa a l'exclusivitat, en aquesta capçalera es mantenen les fonts comunes, mentre que les pròpies pateixen un lleuger descens, per bé que molt poc apreciable.

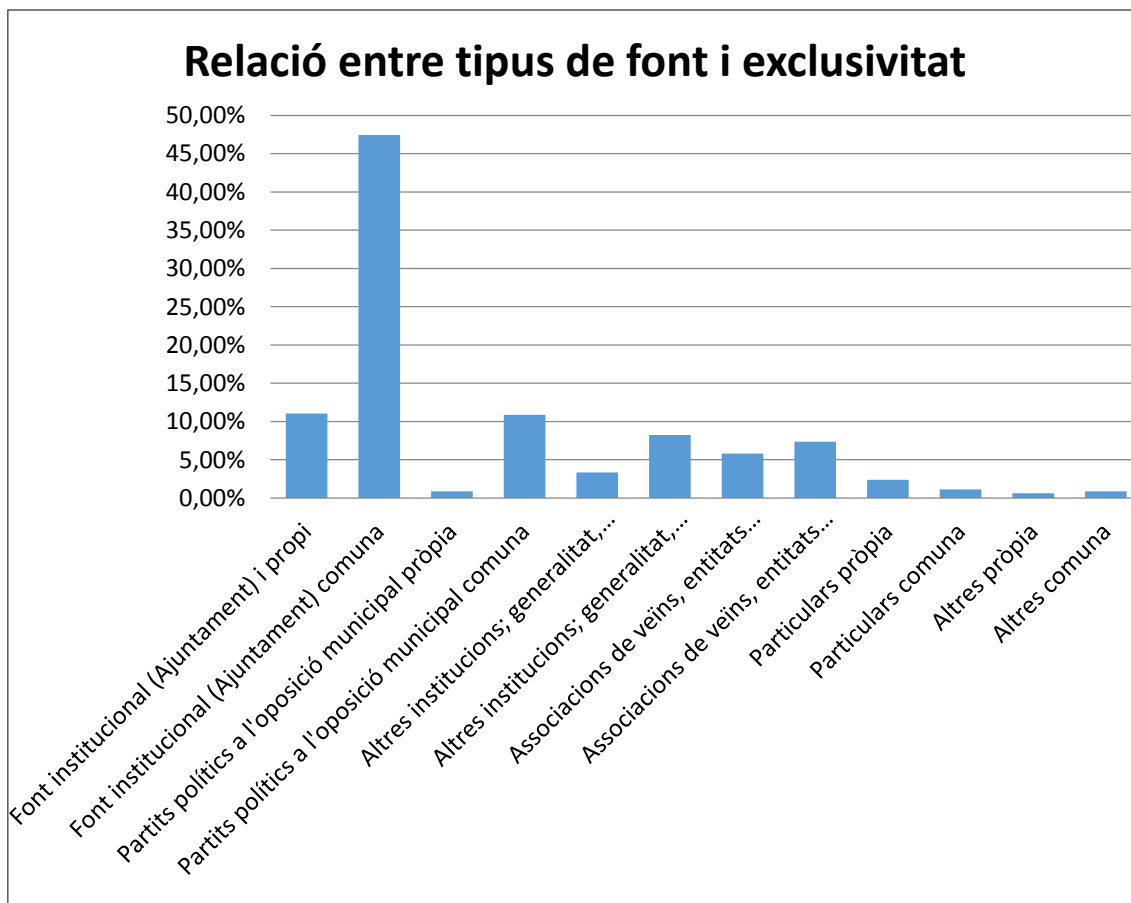
Pel que fa al *DdG*:



Gràfica 125: Evolució de l'exclusivitat al DdG.

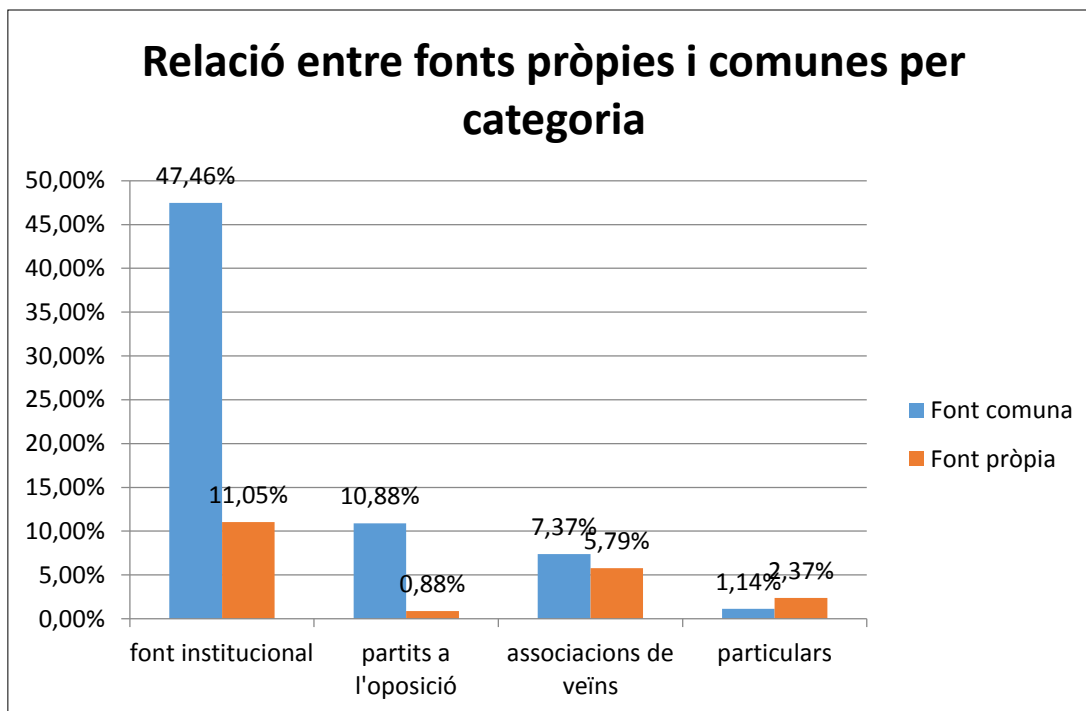
Aquí observem com les tendències són a l'alça en totes dues categories, però especialment en el cas de les fonts comunes. Sembla, doncs, que augmenta, per bé que de manera lleugera, la influència de les fonts comunes en la configuració de la realitat informativa.

Veiem ara les dades si relacionem el tipus de font amb l'exclusivitat:



Gràfica 126: Relació entre tipus de font primera i exclusivitat.

Destaca sobretot l'ús de fonts institucionals comunes, que representen gairebé el 50% de les fonts primeres, seguit de les fonts pròpies municipals i també dels partits polítics a l'oposició comunes. Serà interessant però observar-ho per categoria:

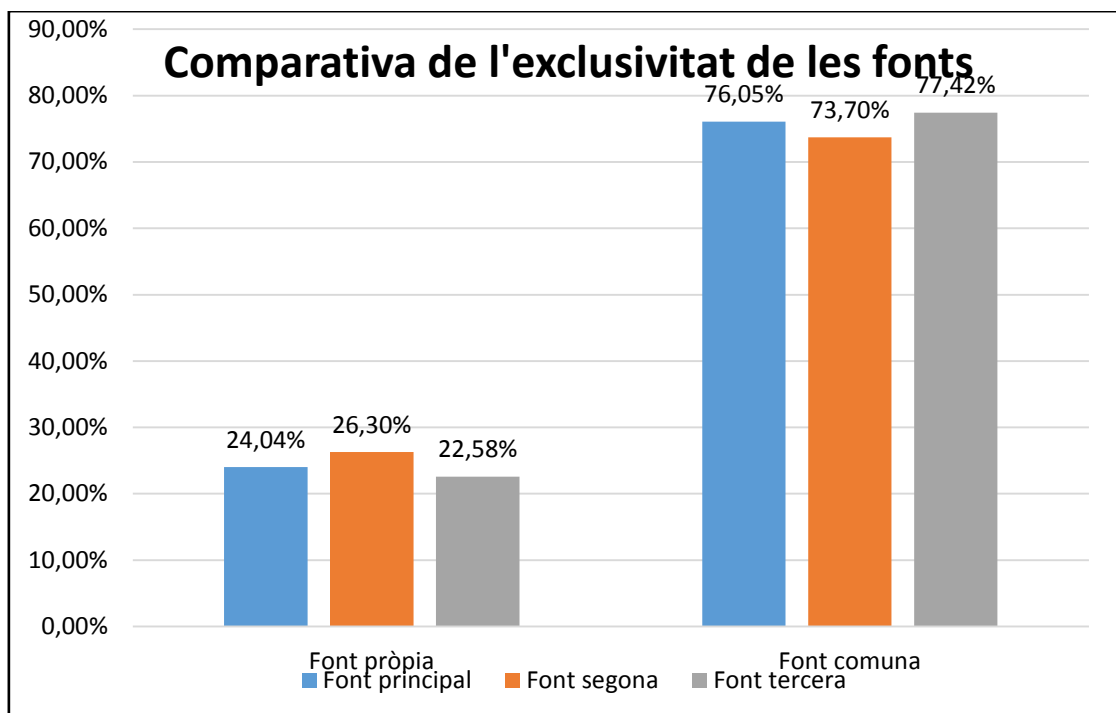


Gràfica 127: Relació entre exclusivitat i tipus de font per categoria.

Tal com veiem les diferències de percentatge en l'exclusivitat s'accentuen en aquelles fonts organitzades i estables, amb estructures de comunicació professionalitzades que regulen l'accés a l'agenda dels mitjans, especialment les institucionals. En canvi, aquelles fonts menys estables, que es relacionen de manera puntual amb els mitjans solen presentar una diferència menor pel que fa a l'exclusivitat.

Això mostra que les fonts amb un aparell professional de comunicació són més capaces d'inserir el seu missatge als mitjans a partir de procediments estandarditzats, que s'utilitzen en funció de les necessitats comunicatives. Concloem que la relació de les institucions amb els mitjans estan mediatitzades per les estratègies comunicatives de les primeres, que són capaces de desenvolupar actes informatius planificats que tenen interès pels mitjans. En canvi, aquelles fonts que tenen un accés més esporàdic a l'agenda temàtica tenen menys capacitat per organitzar esdeveniments comunicatius d'interès, el que repercuteix en la capacitat d'aportar als mitjans, i per tant a l'opinió pública, un relat estructurat sobre els temes que els afecten. No és una qüestió menor, si recordem que els mitjans encara mantenen certa força a l'hora d'emmarcar els debats públics i de donar visibilitat i credibilitat pública als actors socials.

Finalment, caldria observar ara eventuals tendències en les dades comparades d'exclusivitat entre les fonts segones i terceres:



Gràfica 128: Comparativa de l'exclusivitat entre fonts primeres, segones i terceres.

En aquest cas, s'observa com les fonts pròpies tenen una major presència a les notícies quan es tracta de fonts segones que no pas en el cas de les fonts principals. Tot i que els diferències són minses podem aventurar que el major nivell d'exclusivitat de les fonts segones pot tenir a veure amb una voluntat dels diaris de contraposar per iniciativa pròpia informació que s'ha obtingut en un acte informatiu destinat a tota la premsa.

5.2.9. FONTS SEGONES I TERCERES:

Per acabar aquesta anàlisi voldríem donar un cop d'ull a algunes característiques de les fonts segones i terceres. Val a dir que hem exclòs les quartes i les cinquenes perquè considerem que la quantitat que hem recollit és insuficient per aportar tendències més o menys sòlides. En qualsevol cas, serien unes dades que podrien ampliar-se o analitzar-se en detall en treballs posteriors.

5.2.9.1. Fonts segones:

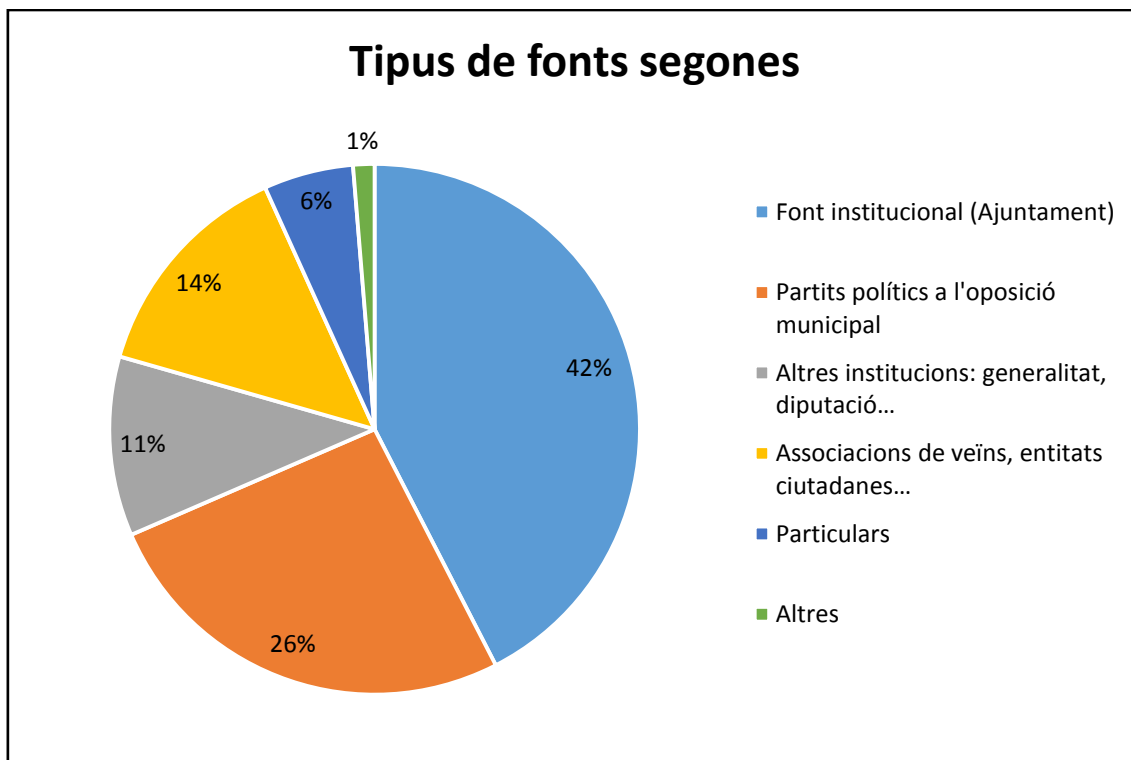
Abans d'entrar a observar les dades, però, recordem, encara que sigui breument, algunes de les tendències observades quan hem analitzat les fonts primeres¹¹⁹. Recordem que les fonts institucionals eren el tipus predominant de font principal, amb un percentatge respecte el total de fonts primeres del 58%, seguides de les associacions de veïns, amb un 13,16%, els partits polítics a l'oposició, amb un 11,75% i d'altres institucions públiques, amb un a 11,58%; unes tendències que es mantenien en nivells similars si analitzàvem les dades per capçalera.

Pel que fa a tendències, cal recordar el creixement registrat (de gairebé 10 punts) al llarg dels 21 anys d'anàlisi del percentatge de fonts institucionals utilitzades com a font principal. En canvi, s'observava un descens notable de les fonts de partits de l'oposició i un lleuger augment de l'ús de les fonts d'associacions de veïns i entitats ciutadanes¹²⁰.

Anem a veure ara quines tendències observem en les fonts segones i terceres:

¹¹⁹ Veure capítol 4.2.3.1.

¹²⁰ Veure les gràfiques 62 a 66.



Gràfica 129: Distribució de la tipologia de fonts segones.

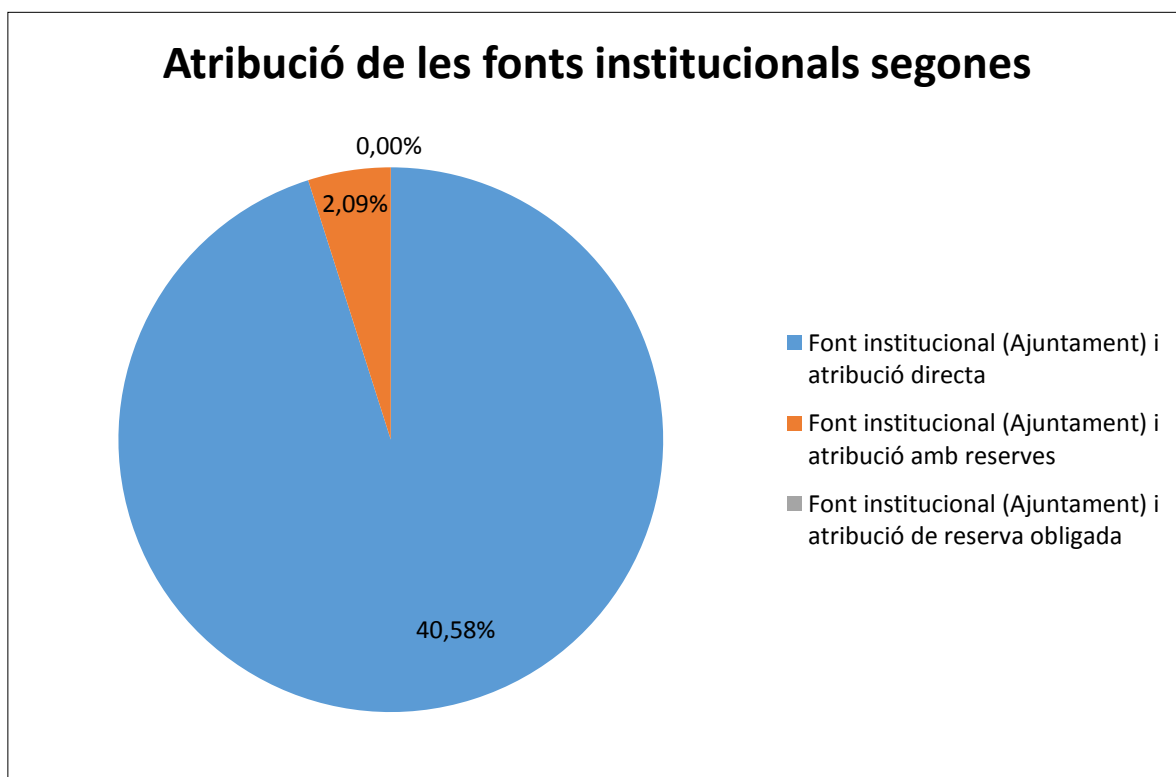
En primer lloc s'observa un percentatge menor de fonts institucionals respecte les fonts primeres. Ara bé, segueixen sent majoritàries. Un 42% de les fonts segones, que generalment aporten informació alternativa (però no necessàriament antagònica) a la informació principal, són institucionals, el que mostra, altre cop, la capacitat dels mitjans per, en aquest cas, respondre a informacions elaborades anteriorment per d'altres actors.

En segon lloc destaca l'increment notable de les fonts de partits polítics a l'oposició, que doblen el seu percentatge fins a situar-se en un 26%. S'observa com sovint els partits de l'oposició es veuen obligats a respondre a missatges anteriors, ja siguin elaborats pel govern o per d'altres actors, fet que minva la seva capacitat d'emmarcar els temes que configuraran l'agenda temàtica i, en darrera instància, el debat públic. Les altres categories es mantenen en nivells similars, i només destacaríem el lleuger increment de les associacions de veïns, que passen a representar un 14% de les fonts segones.

Pel que fa a l'atribució, les dades són similars a les de les fonts primeres, de manera que hi ha una tendència molt generalitzada a atribuir de forma directa

les fonts informatives. De fet, un 91% de les fonts estan atribuïdes de manera directa, per només un 9% que tenen atribució amb reserves.

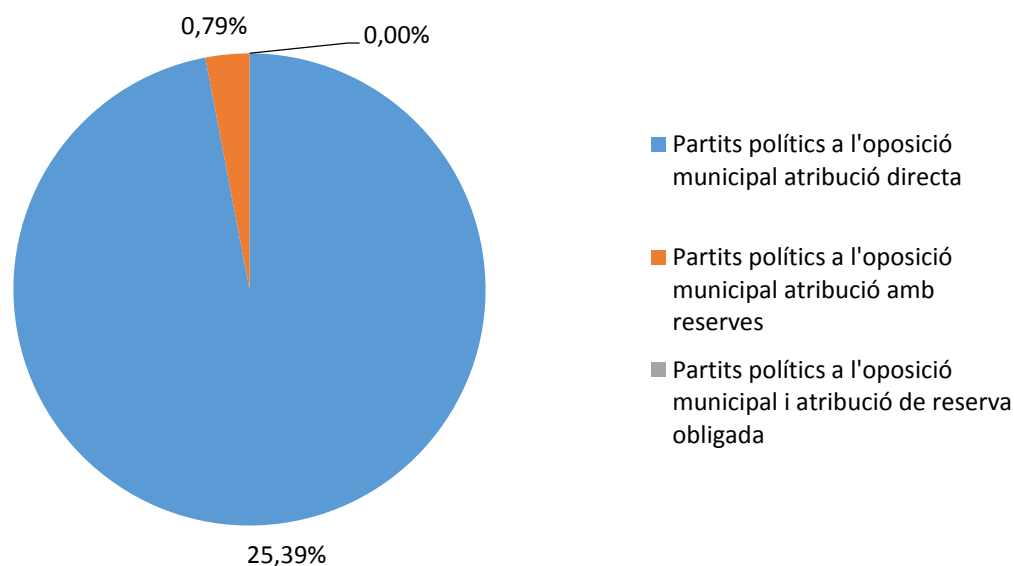
Si observem les dinàmiques per tipus de font:



Gràfica 130: Atribució de les segones fonts: les institucionals.

En el cas de les institucionals, observem el domini de l'atribució directa és gairebé total, amb un 97,91%. Els casos d'atribució amb reserves representen només un 2,09%. Pel que fa a la suplantació de fonts, és a dir, aportar informació sense citar cap font i, per tant, assumint-la com a pròpia són residuals.

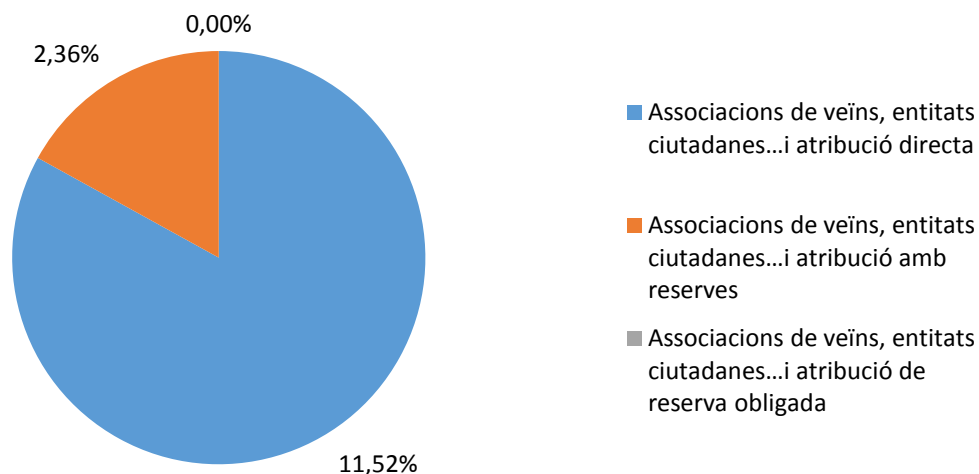
Atribució de les fonts de partits de l'oposició segones



Gràfica 131: Atribució de les fonts segones: els partits a l'oposició.

En aquesta segona gràfica s'observa com l'atribució directa de les fonts segones quan provenen de partits de l'oposició representa una àmplia majoria.

Atribució de les fonts d'associacions de veïns segones



Gràfica 132: Atribució de les fonts segones: les associacions de veïns.

Veiem com en el cas de l'atribució de les fonts segones d'associacions de veïns o entitats ciutadanes el percentatge d'atribució amb reserves augmenta

considerablement, fet que es pot relacionar, tal i com hem apuntat anteriorment, a la reticència de determinades fonts alternatives a ser identificades de manera directa.

Finalment, en la següent taula veiem els percentatges del creuament de les dades referents al tipus de font i a l'exclusivitat en les fonts segones.

Font institucional (Ajuntament) i propi	39	10,16%
Font institucional (Ajuntament) comuna	124	32,29%
Partits polítics a l'oposició municipal pròpia	15	3,91%
Partits polítics a l'oposició municipal comuna	85	22,14%
Altres institucions; generalitat, diputació... pròpia	12	3,13%
Altres institucions; generalitat, diputació... comuna	30	7,81%
Associacions de veïns, entitats ciutadanes... pròpia	22	5,73%
Associacions de veïns, entitats ciutadanes... comuna	31	8,07%
Particulars pròpia	11	2,86%
Particulars comuna	10	2,60%
Altres pròpia	2	0,52%
Altres comuna	3	0,78%

Taula 60: Taula de la relació entre la font informativa i l'exclusivitat a les fonts segones

S'observa com les diferències entre pròpia i comuna en les fonts institucionals és menor que quan aquesta font actua com a primera. És probable que les fonts segones no actuïn tant des d'escenaris comunicatius organitzats i estables, i que el nombre de fonts segones contactades pels periodistes per contrastar la informació principal sigui major.

En qualsevol cas, segueixen dominant les fonts comunes, també en l'apartat de partits polítics a l'oposició, amb una diferència encara major (3,91% les pròpies i 22,14% les comunes. En canvi, observem com en el cas d'associacions de veïns i de particulars les fonts segones presenten una diferència menor entre categories. Així, les fonts segones d'associacions de veïns que són pròpies presenten un percentatge del 5,73%, pel 8,07% de les comunes. La diferència

encara és menor en el cas dels particulars. Així, les fonts pròpies representen el 2,86%, pel 2,60% de les fonts comunes.

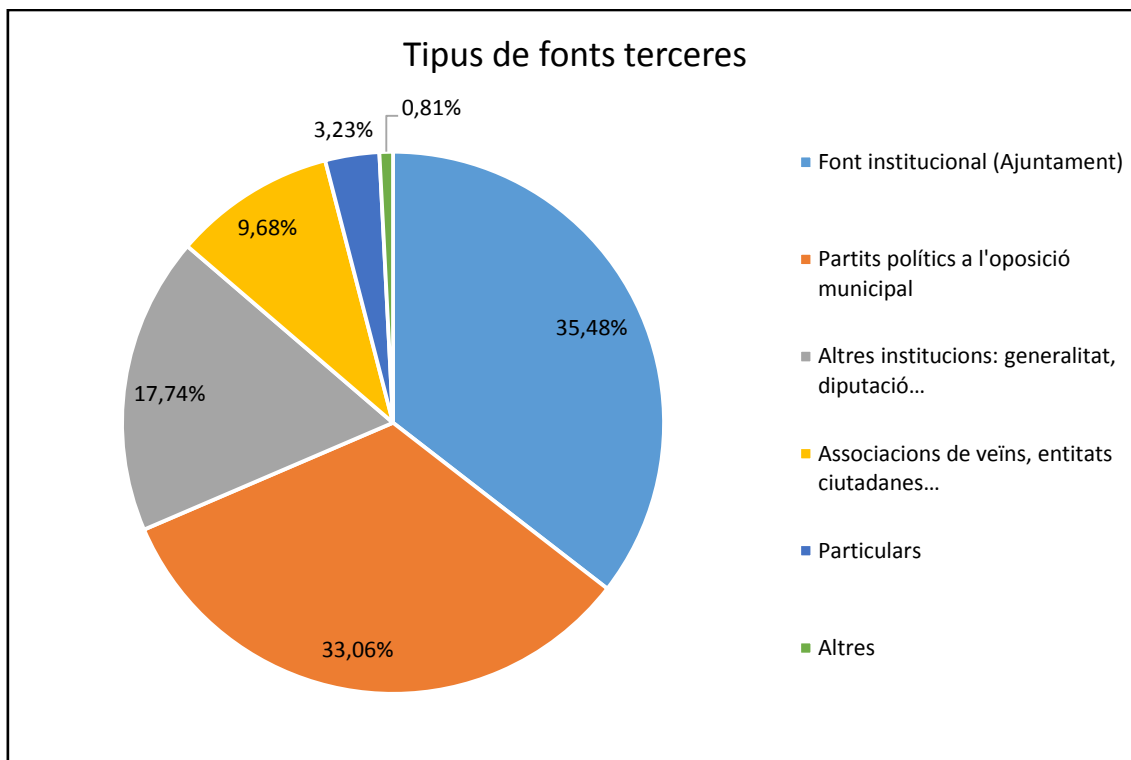
5.3.9.2. Fonts terceres:

Finalment donarem un cop d'ull a algunes de les dades generals referides a les fonts terceres. Cal dir que les peces que inclouen tres o més fonts són, generalment, peces provinents de ple municipal, en les que es recull l'opinió de tots o gairebé tots els partits que formen part del consistori, siguin govern o oposició.

L'altre tipologia de peces són les complexes, que requereixen una contraposició àmplia per donar una visió global del tema que es vol desenvolupar. Així per exemple, les peces relatives als grans projectes urbanístics, a les infraestructures importants, als plans estratègics o a la formació de nous governs municipals després de les eleccions, entre d'altres, solen incloure una major diversitat de fonts.

En aquest sentit cal tenir en compte les peces complementàries als reportatges, que solen aportar un nombre ampli de fonts, molt sovint pròpies. És el cas, per exemple, del reportatge sobre l'arribada del TAV a la demarcació de Girona, on es recull informació de diversos sectors, entre ells el d'alcaldes i exalcaldes de Girona i Figueres (1/2013/EP). A més es tracta d'un tema sense caducitat imminent, pel que es pot treballar en profunditat, aportant més punts de vista que en d'altres temes.

Així doncs, pel que fa a la tipologia de fonts terceres obtenim les dades següents:

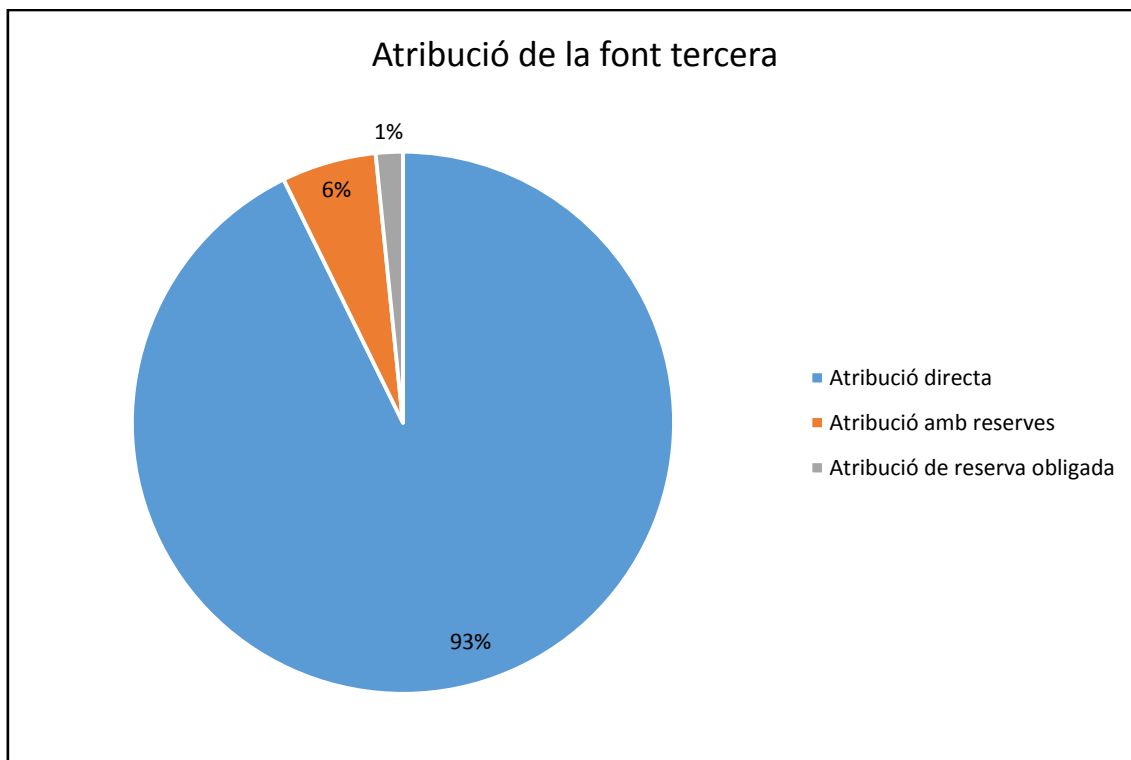


Gràfica 133: Tipologia de les fonts terceres.

A primer cop d'ull ja veiem una tendència destacada: l'equilibri gairebé total entre les peces elaborades a partir de font institucional (35,48%) de la dels partits de l'oposició (33,06%). Estem davant d'una tendència que no hauria de sorprendre si tenim en compte que la majoria de fonts principals i segones són institucionals. És d'esperar que les terceres fonts s'aportin per contraposar la informació principal, i per tant sembla lògic que els partits de l'oposició o d'altres institucions (Generalitat, Diputació...) tinguin més pes.

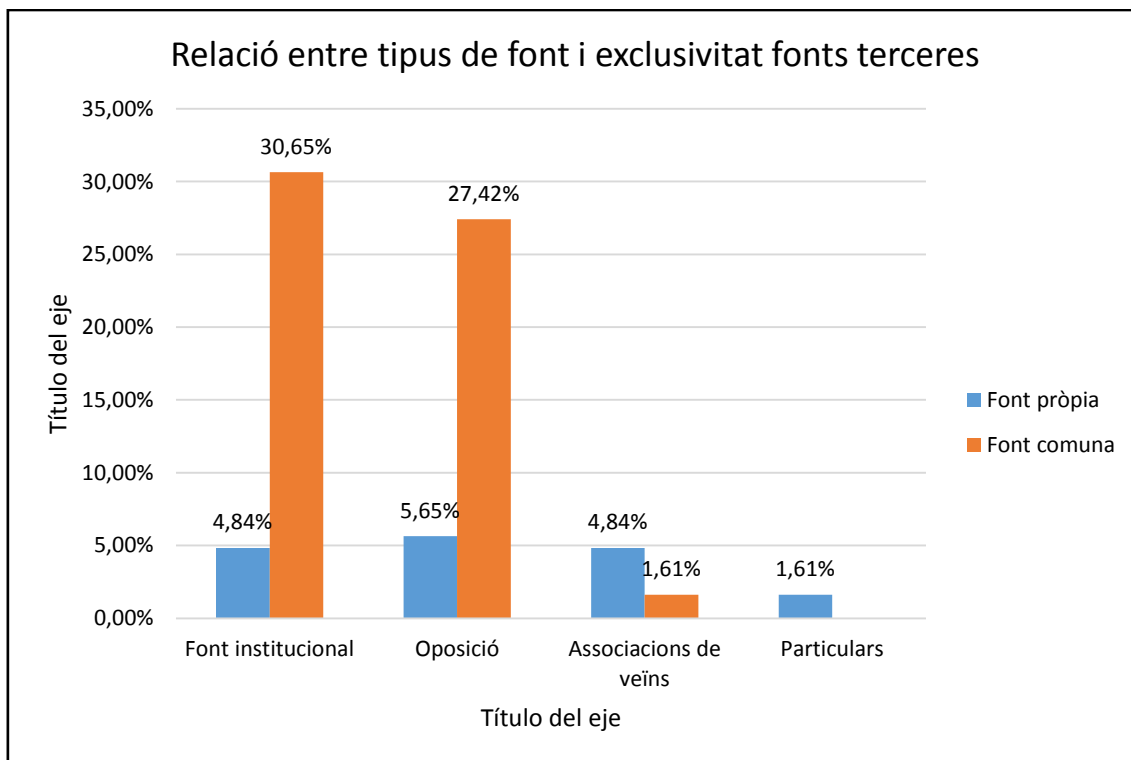
Així doncs, sembla clar que ja sigui per generar la informació o per contraposar-la, la font institucional segueix tenint una presència important, encara que sigui com a font tercera. D'altra banda, es manté la tònica a utilitzar les fonts de partits polítics de l'oposició per contrarestar informacions anteriors, el que els situa en una situació comunicativa de desavantatge respecte d'altres actors d'interès.

Si donem un cop d'ull a l'atribució observem que l'atribució directa es manté com a clarament majoritària, amb un 93% de les peces, per només un 6% d'atribució amb reserves i un 1% d'atribució de reserva obligada:



Gràfica 134: Atribució de les fonts terceres.

Tampoc s'observen diferències de rellevància si analitzem les dades per capçalera. Així, en *El Punt* un 92,79% corresponen a atribució directa per un 7,21% de reserva obligada. Pel que fa al *DdG*, les dades es mouen en paràmetres gairebé idèntics (92,45% d'atribució directa per 3,77% d'atribució amb reserves). Finalment, fem una ullada a la relació entre tipus de font i exclusivitat en les fonts terceres:



Gràfica 135: Relació entre el tipus de font i l'exclusivitat a les fonts terceres.

Seguint la dinàmica de les fonts segones, les fonts institucionals presenten una diferència més que notable entre les pròpies i comunes. Tal i com passa a les fonts primeres i segones hi ha un decalatge de gairebé 25 punts en favor de les fonts comunes. Aquesta diferència sembla corroborar la naturalesa de la relació entre la font institucional i el periodista, fortament mediatitzada per les estructures comunicatives de la institució, és a dir, el GCM.

D'altra banda, sembla que els GC també condicionen la relació entre els partits de l'oposició i els periodistes, ja que la diferència entre font pròpia i comuna és més que notable en aquesta categoria, de 22 punts concretament. En canvi, les diferències es redueixen de manera dràstica quan ens fixem en les dades referents a l'exclusivitat de les fonts veïnals, molt menys estructurades i professionalitzades que les institucionals o polítiques. Així, la diferència és molt menor, tot i que segueixen dominant les fonts comunes.

Per últim, dir que els particulars mantenen una diferència més que notable a favor de les fonts pròpies, cosa evident tenint en compte que generalment són fonts esporàdiques i imprevistes, sense cap mena d'organització comunicativa.

6. CONCLUSIONS:

Abans d'exposar les conclusions en relació a les hipòtesis presentades a l'inici de la tesi, voldríem fer algunes consideracions prèvies. Al llarg de l'estudi de cas hem fet una anàlisi exhaustiva de les dades obtingudes d'analitzar un total de 1141 notícies, repartides de manera gairebé idèntica entre *El Punt* i el *DdG*. Aquestes notícies cobreixen un arc temporal de 21 anys, des del 1996 al 2016, ambdós inclosos.

Considerem que aquesta és una quantitat suficient per observar tendències rellevants en el que fa referència a l'ús de les fonts, la seva atribució i la seva classificació tipològica. Hem intentat en tot moment aportar xifres i dades que recolzin les conclusions que hem assolit. Tanmateix, som conscients que caldria augmentar l'univers d'anàlisi per assolir la veracitat estadística, però en qualsevol cas creiem haver aportat un nombre suficient de dades per extreure conclusions que podrien ser vàlides per conèixer una mica millor quin és l'estat de la premsa local pel que fa referència a l'ús de les fonts, una variable fonamental per a valorar la seva qualitat.

En qualsevol cas, insistim en que més enllà de les dades numèriques, l'anàlisi de contingut i per extensió l'anàlisi periodística exigeix la capacitat de posar en relació les variables numèriques amb el contingut textual. La capacitat d'interpretar un text i de posar en context les dades és essencial per poder arribar a conclusions determinades. Hem intentat mostrar, a partir de les peces informatives, quina és l'evolució en l'ús de les fonts en l'entorn local, i per això hem hagut d'operar en dos plans diferents. Un de concret, amb l'anàlisi de les peces periodístiques, i un de genèric, amb la interpretació de les dades numèriques extretes d'aquesta anàlisi.

Però una sense l'altre no tenen cap sentit epistemològic. La simple observació de dades numèriques no aporta informació rellevant si no es contextualitza i si no es relaciona amb l'observació atenta del llenguatge periodístic i l'ús que se'n fa. Prenent com a metàfora l'activitat periodística que hem analitzat al llarg d'aquesta tesi, considerem que interpretar les dades sense tenir en compte el

text periodístic i el seu context seria equiparable a elaborar informació amb una sola font, sense identificar i sense contextualitzar.

En aquest sentit, intentarem recopilar algunes de les conclusions generals a les que hem arribat a partir de la interpretació de les dades, i finalment donarem una resposta concreta a les hipòtesis i preguntes que hem realitzat a l'inici i que estan a la base de la nostra investigació.

Un dels principals objectius d'aquesta tesi era quantificar i classificar les fonts utilitzades pels principals dos diaris principals gironins (*El Punt* i el *DdG*) pel que fa referència a la informació sobre les principals ciutats de la demarcació: Girona, Figueres, Salt, Olot, Blanes i Lloret. En aquest sentit podem extreure diverses conclusions:

En primer lloc observem un domini, al llarg de 21 anys, de les informacions elaborades amb una sola font per generar el relat periodístic. De fet, a nivell global el percentatge de notícies que només s'elaboren amb una sola font representa el 45% del total de notícies. Gairebé la meitat de peces, doncs, s'han elaborat amb una sola font d'informació. Tot i que elaborar informació amb una sola font no és quelcom necessàriament negatiu aquesta tendència posa de manifest una manca de cura a l'hora de contraposar la informació amb fonts alternatives que donin una versió alternativa dels esdeveniments.

Cal recordar que la necessitat de comptar amb fonts alternatives no és només una qüestió estètica, sinó ètica. Creiem que, en el cas del periodisme local, que opera des de la proximitat (a les fonts i a l'audiència), el compliment d'aquesta premissa es fa encara més necessari. El periodisme local ha de ser especialment curós a l'hora de donar representativitat als diferents actors socials. Només d'aquesta manera complirà amb la seva funció i oferirà una informació diversa, plural, contextualitzada i representativa de la diversitat social. Si observem les dades per capçalera en relació a la quantitat de fonts utilitzades observem com els percentatges s'enfilen gairebé al 70% (64,44% al *Ddg* i 69,46% a *El Punt*).

El fet de basar notícies en una sola font afecta negativament a la qualitat del producte informatiu. La notícia d'una sola font presenta un relat unívoc, que no

respon a la complexitat dels fets informatius. Considerem que això no implica necessàriament aportar un relat fals, manipulat o tergiversat. No tenim perquè dubtar de la veracitat de la informació que ens aporta una sola font, però sí que hem de ser capaços de contraposar aquesta informació per aportar totes les claus interpretatives possibles als lectors. Pensem que la premsa no només informa, sinó que exerceix com a actor fonamental per a l'enquadrament dels temes i per l'establiment dels elements que configuren el debat públic en una societat democràtica. En aquest sentit, aportar només una visió d'un fet informatiu, per versemblant que sigui, no és recomanable.

Tanmateix, si tenim en compte les tendències, hem observat un lleuger descens de les informacions elaborades amb una sola font. Tot i que són tendències suaus que probablement no signifiquin un canvi substancial en la praxis de les dues capçaleres, el simple fet que no s'observi una evolució substancial en el nombre de fonts sí que pot ser significatiu. Hom podria esperar que al llarg de 21 anys es produís un canvi, almenys significatiu, en la manera en la que s'elaboren les informacions, ateses les transformacions introduïdes per les TIC. Tanmateix no s'observen canvis significatius en aquest paràmetre.

Tot i que seria arriscat avançar possibles explicacions a aquest fenomen arribem a la conclusió que el fet que es pugui accedir amb més facilitat a l'agenda temàtica gràcies a les TIC no significa necessàriament que s'hi sigui inclòs. Cal establir una relació fluïda i constant amb els mitjans per establir-se com a font fiable i tenir accés a l'agenda. El fet que hagi canviat la forma en la que els actors socials es comuniquen amb els diaris no significa que la seva credibilitat com a font hagi augmentat.

En aquest sentit, quan parlem d'ús de les fonts hem de tenir en compte la seva capacitat per donar informació veraç de manera efectiva i ràpida als mitjans. Així doncs, tot i que qualsevol particular o associació pot generar informació atractiva, ha de superar la barrera de la confiança i la credibilitat dels periodistes per a ser presa en consideració com a font fiable. Aquest procés de verificació és molt més feixuc i difícil quan parlem d'actors que, tot i poder

accedir fàcilment al periodista, no compten amb la seva confiança com per poder establir un relat informatiu alternatiu al de les fonts més poderoses.

Els criteris que converteixen una font periodística en fiable i, per tant, susceptible de ser utilitzada no tenen doncs tant a veure amb una qüestió purament tecnològica, sinó social. El fet de tenir més accés a l'agenda temàtica però que aquest accés no s'apreciï en l'anàlisi de contingut ens fa sospitar que, tot i la transformació profunda que les TIC han comportat a la professió periodística, no hi ha hagut un canvi cultural que les hagi legitimat davant dels *newsmakers*.

Arribem aquí a la segona tendència que voldríem destacar: al llarg dels 21 anys d'anàlisi observem un domini rellevant de les fonts institucionals, és a dir, l'ajuntament, a través del GCM, establert com a font principal a l'hora de construir el relat periodístic. El fet de ser font principal significa que la informació que aportï tindrà una importància cabdal en la construcció de la realitat periodística i a més permetrà establir els paràmetres a través dels quals s'observarà la realitat. Si a això hi afegim la tendència anterior a plantejar el relat periodístic des d'una sola perspectiva, arribem a un escenari amb informacions no contextualitzades que no aporten als lectors tots els elements necessaris per interpretar la realitat de la manera més objectiva possible.

El 58% de fonts principals utilitzades per elaborar les notícies analitzades són institucionals, mentre que el segon lloc l'ocupen les fonts provinents d'associacions de veïns, que representen un 13,16% del total. Un percentatge que pot interpretar-se com a baix si tenim en compte que bona part de la informació local té una afectació directa pels usuaris, i que els mitjans locals solen tenir una relació bastant fluïda amb aquestes entitats, per necessitats de contrast informatiu. El tercer lloc l'ocupen les fonts de l'oposició municipal, amb un 11,74% del total.

Aquest recolzament en les fonts institucionals s'observa també si analitzem la tendència anual. En aquest sentit hem vist com no només el percentatge de fonts principals és dominat per les fonts institucionals al llarg dels anys estudiats, sinó que es detecta una lleugera tendència a l'alça en la preeminència d'aquest tipus de font. Si bé no es tracta d'una tendència molt

acusada, si que ens permet afirmar que la preeminència de les fonts institucionals ha anat en augment. Tot i que hom podria pensar, tal i com hem dit, que les TIC haurien d'haver obert l'agenda temàtica a d'altres actors, les dades no semblen corroborar aquesta hipòtesi, almenys en el que fa referència a les fonts principals. En aquest sentit apuntem dues conclusions:

La primera és que el sistema que regeix l'ús de les fonts periodístiques, amb els criteris de fiabilitat, estabilitat i credibilitat no ha patit canvis estructurals, tot i la transformació que han introduït les TIC. Com a actors socials tenim més capacitat per influir en l'agenda temàtica però l'autoritat, la credibilitat, la fiabilitat i en definitiva, la potència informativa de les institucions segueix dominant el procés productiu en la premsa local. A més, no podem menystenir el fenomen de la professionalització de els fonts institucionals, una professionalització que també es trasllada en una aplicació professional de les TIC per complir els objectius comunicatius.

Efectivament, la relació simbiòtica que existeix entre les fonts i els periodistes segueixen dominades per les dinàmiques en els fluxos d'informació que estableixen els GCM, capaços de generar missatges i crear esdeveniments d'interès pel periodista. En aquest sentit, no podem oblidar que un 20,86% de les notícies analitzades provenen de informació documental generada pel GCM, és a dir, un comunicat. Concloem doncs que hi ha una tendència a utilitzar fonts institucionals com primordials per elaborar el relat periodístic en el món local.

En segon lloc creiem que, tot i la irrupció de les TIC, que ha provocat una democratització de l'accés a la informació i ha transformat les rutines productives dels periodistes no ha tingut un efecte tan visible com al crisi econòmica i financera dels mitjans de comunicació, que els han col·locat en una posició de dependència, econòmica i política, de les institucions. El fet que no s'observin diferències destacables en les dues capçaleres ens porta a pensar que estem davant d'un fenomen sistèmic que té a veure amb el control del flux informatiu per part dels GCM, que imposen les rutines d'obtenció d'informació, aprofitant la debilitat de les empreses periodístiques, afectades per una crisi econòmica sense precedents.

Ara bé, això, per si sol, no és ni negatiu ni positiu, la premsa ha de mantenir la praxis de contraposar les informacions, d'aportar fonts alternatives que puguin contradir o corroborar la informació que aporta la institució. Tanmateix, les dades ens han mostrat que hi ha un gran percentatge de notícies, gairebé el 50% que no es poden contraposar, és a dir, que presenten fets informatius que no tenen interès suficient per a ser ampliades. Aquestes notícies solen configurar els breus dels diaris. Considerem que aquesta presència de temes que no es poden contraposar, juntament amb la tendència a l'alça de les informacions d'origen institucional que s'observa al llarg dels 21 anys posa de manifest un increment de la influència dels GCM en la configuració de l'agenda temàtica dels mitjans.

En aquest sentit, hem de relacionar aquestes dades amb l'increment registrat, al llarg dels anys, de les notícies elaborades a partir de GCM, i també amb la diferència que hi ha entre les notícies elaborades a partir de comunicat de GCM amb una sola font i les que presenten més d'una font. La major presència de notícies elaborades a partir de GCM amb una sola font que mostren les dades ens indiquen la tendència a reproduir informacions de poca rellevància, que normalment es desenvolupen en format breu, i que solen tractar sobre novetats relatives a serveis o equipaments municipals.

Aquestes afirmacions es recolzen també en dades sobre el flux informatiu. Així, observem una tendència a l'alça en les notícies en que l'ajuntament és la font principal i que genera la informació a través de la qual es vertebrava la realitat informativa. En canvi, si observem l'evolució del flux informatiu fixant-nos en les notícies en que l'ajuntament respon a informacions generades per d'altres actors o notícies anteriors veiem que va clarament a la baixa. Podria indicar això una tendència de les institucions a gestionar més i millor l'accés a l'agenda temàtica? O potser podria indicar un relaxament dels diaris a incloure d'altres fonts que estableixin un relat alternatiu al plantejat pel poder?

Considerem que aquestes dades recolzen la conclusió de que la font institucional domina el relat perquè s'ha adaptat millor a les rutines productives del periodisme, i perquè els mecanismes que regeixen l'intercanvi d'informació en l'entorn local segueixen dominats per les fonts professionalitzades. No és

casual, doncs, que les fonts segones també siguin majoritàriament institucionals. Cal tenir present que la preeminència d'aquest tipus de font no es manifesta només en la capacitat per generar informació sinó també per respondre a informacions elaborades per d'altres actors que la institució pugui considerar nocius o negatius per la seva imatge pública. A més, apuntem també la tendència dels governs municipals a aprofitar accions puntuals de la seva gestió que tenen ressò mediàtic per inserir-les en plans polítics generals que el legitimen davant dels ciutadans i mostren com els plans amb els que van entrar al govern s'estan complint.

Així, el govern municipal té un poder informatiu que va més enllà del que li correspondria per la seva posició. Aquest domini del relat s'observa en peces periodístiques que mostren la potència dels ajuntaments a l'hora de generar temes d'interès i de contrarestar els missatges de les fonts alternatives, ja siguin de l'oposició o veïnals.

Pel que fa a l'origen de la informació cal destacar, en primer lloc, una manca important de transparència per part dels diaris locals a l'hora de contextualitzar l'origen de la informació. Pot semblar un detall menor, però no ho és. La manca d'explicitació de l'origen de la informació és un dèficit dels diaris locals, ja que no aporten tota una sèrie de dades contextuais necessàries per interpretar correctament les eventuais intencions comunicatives de les fonts. En aquest sentit, la forta presència d'informacions del GCM en les que no s'aporten fonts alternatives i en les que no s'explicita l'origen, provoca distorsions en la recepció dels missatges informatius.

En aquest sentit, destaquem també la tendència a l'alça de les informacions generades per comunicat de GCM al llarg dels 21 anys d'anàlisi. Tal i com hem vist, en un primer període, que podríem situar a finals del S. XX les notícies que tenen aquest origen representen al voltant del 25%, grosso modo. Posteriorment, pateixen un descens notable, descens que, d'altra banda, coincideix amb un increment sensible del nombre de notícies pròpies. Un segon període seria la primera dècada del S. XXI, on observem el descens que comentàvem al paràgraf anterior. El descens es fa més acusat a finals de la

dècada. A partir del 2010, però, observem un augment significatiu d'aquest paràmetre.

Moltes d'aquestes informacions sobre els ajuntaments configuren els breus i no tenen una contraposició ni una edició excessiva. En aquest sentit, l'alta presència d'informacions de GCM pot deure's a la voluntat dels diaris d'encabir el màxim d'informació possible d'una manera clara i ordenada. En aquest sentit, les informacions de menor rellevància, que no tenen recorregut periodístic, es recullen al diari en format de breu, de manera que moltes de les informacions que serveixen els GCM es presenten en aquest format i això pot explicar, almenys en part aquesta tendència.

Cal tenir present també la relació entre origen i nombre de fonts. En aquest sentit hem detectat com la diferència en el nombre de fonts en les notícies elaborades a partir de GCM és molt superior a la diferència que s'observa en les notícies pròpies. Això indica, per un costat, un interès major dels periodistes per aportar fonts alternatives en aquelles notícies que desenvolupa per iniciativa pròpia, com ja hem apuntat anteriorment. De l'altra indica el baix nivell de contraposició de les notícies elaborades per GCM, ja sigui per una qüestió de credibilitat de la font o per una qüestió necessitat de donar cabuda a les informacions dels ajuntaments, encara que sigui en format breu.

En resum, volem destacar que la manca de contextualització i la menor contraposició en temes provinents de GCM no ajuda a la correcta interpretació de les informacions per part del lector, que és més vulnerable a la influència de les intencions comunicatives de les fonts.

Pel que fa a la proporcionalitat, destaquem l'alt percentatge de notícies que no presenten conflictivitat, és a dir, que no requereixen contraposició. En el cas de notícies que es contraposen destaca l'equilibri entre les peces que tenen més fonts municipals, les que tenen igualtat de fonts i les que presenten més fonts alternatives. Ens aventurarem a afirmar que la igualtat que s'observa en aquesta categoria pot respondre a les dinàmiques informatives imposades en la premsa local en els darrers anys, amb un entorn informatiu cada cop més controlat per les fonts informatives degut a la professionalització de la comunicació política, a

la mercantilització de la informació i a la pèrdua d'independència periodística causada per la crisi financera.

Pel que fa a l'atribució de les fonts, destaquem una bona praxis dels diaris gironins, que, al llarg dels 21 anys analitzats, mantenen uns nivells d'atribució directa molt alts. Ara bé, cal tenir en compte que en els casos en que la informació no s'atribueix de manera directa, observem mancances de contextualització i l'ús, a vegades, de construccions gramaticals que indueixen a la confusió, com oracions impersonals.

La incorrecta atribució de les fonts, per bé que minoritària, no ens ha de fer perdre de vista que cal ser curós tant amb el que s'afirma com en identificar qui ho diu. Si es fa una afirmació hem de ser capaços, com a lectors, de discernir clarament qui la fa: la font o el periodista? Si considerem als diaris com entitats independents que processen la informació que els arriba, cal que siguin el més clars possibles amb el lector, i que no es converteixin en un altaveu, aprofitant la capacitat de crear contingut noticiable que tenen els consistoris.

En definitiva, observem com les pràctiques pel que fa a l'atribució són correctes, però sospitem que tenen relació amb l'ús notable de fonts institucionals per a configurar el producte periodístic. Si observem les dades veiem com les fonts de GCM tenen uns nivells d'atribució directa superiors als d'altres tipus de font, especialment les associacions de veïns i els particulars. L'atribució, doncs, també indica, encara que sigui circumstancialment, que els diaris es recolzen de manera majoritària en estructures de comunicació professionalitzades, com els GCM.

En referència a l'exclusivitat, voldríem destacar que tres quartes parts de les fonts primeres identificades en les més de 1.000 notícies analitzades són comunes, és a dir, que són fonts que han aportat informació en entorns informatius preestablerts i destinats a tots els periodistes. Les dades mostren la forta influència dels actes informatius desenvolupats per les fonts organitzades. Aquesta manca d'exclusivitat es relaciona amb el fenomen d'homogeneïtzació de la informació a la premsa local. D'altra banda, el baix percentatge de fonts pròpies indica la dificultat dels diaris per accedir de manera personalitzada i exclusiva a les informacions que publiquen. Les dues dades combinades

mostren, en definitiva, el grau d'accés de les informacions generades des d'entorns informatius controlats pels *newsmakers*.

Destaquem també que la influència de les fonts comunes o de la informació rebuda en entorns comunicatius més o menys controlats per la font és una dinàmica general que afecta a les dues capçaleres. Concloem que la relació de les institucions amb els mitjans estan mediatitzades per les estratègies comunicatives de les primeres, que són capaces de desenvolupar actes informatius planificats que tenen interès pels mitjans. En canvi, aquelles fonts que tenen un accés més esporàdic a l'agenda temàtica tenen menys capacitat per organitzar esdeveniments comunicatius d'interès, el que repercuteix en la capacitat d'aportar als mitjans, i per tant a l'opinió pública, un relat estructurat sobre els temes que els afecten. Destacar, finalment, que els temes propis presenten un major ús de les fonts pròpies i exclusives per elaborar la informació.

Així doncs, en relació amb les hipòtesis inicials arribem a les següents conclusions:

-Els Gabinetes de Comunicació Municipals aconseguixen, en el context actual, penetrar amb més força en les informacions periodístiques: Considerem que, més enllà de les transformacions introduïdes per les TIC en la comunicació, i més en concret en l'exercici del periodisme, les rutines a través de les quals s'obté la informació provoquen que els mitjans segueixin basant-se en els GCM per elaborar la informació. La presència constant al llarg de 21 anys, de notícies elaborades per GCM i el fet que aquestes no presentin fonts alternatives mostra un manteniment de la importància de les fonts organitzades i estables en la configuració del relat informatiu.

-La tendència a informar a partir de la informació aportada per les institucions h crescut en els anys analitzats. Les dades evolutives mostren que hi ha un increment de les notícies elaborades a partir de GCM, i també es registra diferència que hi ha entre les notícies elaborades a partir de comunicat de GCM amb una sola font i les que presenten més d'una font. Considerem que aquest fet minimitza l'impacte de les TIC en l'accés de les fonts alternatives en el relat periodístic, en part per la incidència de la crisi econòmica, que ha intensificat la

dependència dels diaris de les fonts institucionals. Creiem que aquesta crisi també ha incidit en els nivells de contraposició de les notícies, ja que s'ha intensificat la tendència a recolzar-se en les fonts estables i efectives, en detriment del treball de contraposició a partir de fonts alternatives i amb menys relació amb els mitjans. A més, l'increment de l'ús de fonts institucionals és paral·lel al descens de les fonts de l'oposició. Es detecta, en canvi, un augment, si bé lleuger, en l'ús de les fonts veïnals com a fonts principals. En qualsevol cas, aquestes conclusions valen també per la hipòtesi plantejada sobre l'augment de les notícies generades a partir d'actes informatius desenvolupats pels GCM (comunicats, rodes de premsa, trobades informatives).

-Les fonts pròpies i externes utilitzades pels periodistes en l'elaboració d'informacions sobre el govern municipal han perdut pes respecte les fonts institucionals en el període de 21 anys estudiat. En relació a l'exclusivitat, arribem a la conclusió que la majoria de fonts utilitzades per elaborar la informació sobre les ciutats estudiades són de caràcter comú, és a dir, que aporten la informació per igual a tots els mitjans. Per això, considerem que la majoria de la informació es recull en entorns informatius prefabricats per les estructures de comunicació, que generen així els esdeveniments informatius necessaris per aportar la informació que els interessa. D'altra banda, aquesta preeminència de les fonts comunes porta a una uniformització de la informació en totes dues capçaleres, el que redueix diversitat en el relat periodístic de la realitat.

-El contrast de les informacions per part dels periodistes ha disminuït a mesura que ha crescut el volum i les funcions dels gabinets de comunicació municipals. En relació a la contraposició observem una tendència a publicar notícies de poca continuïtat informativa, de manera que les peces que no es poden contraposar són majoria. En part per la inclusió en l'anàlisi dels breus, peces de poca importància que aporten informació poc rellevant i amb poca o nul·la necessitat de contraposició. Aquest tipus de notícies presenta una tendència a l'alça, fet que podria relacionar-se amb una major presència de temes elaborats per GCM en l'agenda temàtica. Destacar també que es produeix una tendència a la baixa en les notícies no contraposades en totes dues capçaleres.

*-El nombre i la pluralitat de les fonts utilitzades pels diaris locals a l'hora de construir les peces periodístiques ha disminuït al llarg de 21 anys. En aquest punt hem de destacar la tendència a l'alça de les notícies elaborades amb un sola font. Encara que sigui de manera lleugera, observem que les notícies elaborades a partir d'una sola font augmenten, especialment a *El Punt*. Ja hem comentat la importància que té el nombre de fonts per elaborar una informació periodística de qualitat. Però la qualitat també té a veure amb la diversitat, i en aquest punt es detecta un augment significatiu de les fonts institucionals a l'hora d'elaborar informació sobre les poblacions estudiades. Paral·lelament es detecta també una disminució notable en l'ús de les fonts dels partits de l'oposició. Pel que fa a les fonts veïnals ja hem comentat el lleuger augment que experimenten en aquests 21 anys.*

El creixement de les informacions generades pel GCM és paral·lel a la disminució de la pluralitat informativa, reduint-se el nombre de fonts alternatives aportades per desenvolupar les informacions periodístiques. En aquest apartat, que fa referència sobretot a la contraposició, indiquem que s'ha observat un increment notable de les notícies que no es poden contraposar, que generalment provenen de GCM i s'inclouen en breus o en peces de poca importància. Ara bé, cal apuntar també que les dades mostren un increment de les notícies que estan contraposades en totes dues capçaleres. En canvi, les notícies que no estan contraposades presenten una clara tendència a la baixa, el que sens dubte és una dada positiva.

-La reducció de recursos econòmics i humans a les redaccions periodístiques a conseqüència de la crisi econòmica de 2008 a ha provocat un descens de la pluralitat informativa i una major irrupció de les informacions prefabricades provinents dels GCM. Un cop observada la preeminència de les informacions elaborades amb una sola font i l'ús majoritari de fonts institucionals com a font principal, concloem que la crisi econòmica dels mitjans, que es tradueix amb una disminució dels recursos humans i econòmics per desenvolupar informació ha influït decisivament en el recolzament majoritari en les informacions institucionals. Les dades no mostren, a partir del 2008, un increment notable de fonts alternatives en la construcció del relat informatiu, tal i com ens podria fer pensar la irrupció de les TIC. Així, considerem que les necessitats financeres

dels mitjans ha enfortir la seva relació de dependència respecte les fonts professionalitzades capaces d'aportar informació de manera efectiva, ràpida i fiable, respecte les fonts alternatives amb poca relació amb els mitjans.

-La informació d'origen institucional es contraposa menys amb versions alternatives que la que prové d'altres actors aliens a la institució municipal: si relacionem la contraposició amb la direcció del flux informatiu concloem que les informacions que provenen de GCM que no són contraposades superen les que ho són. Hi ha una tendència a no contraposar tant les informacions que arriben de la institució. Així, la diferència entre contraposició o no en el cas de les informacions en les que l'ajuntament respon a notícies prèvies és molt menor. Arribem a la conclusió de que hi ha més cura a l'hora de contraposar la informació quan l'ajuntament ha de respondre a informacions prèvies, que quan és el generador de la informació. Es mostra així la potència de la font institucional no només per marcar l'agenda temàtica sinó també per respondre a missatges alternatius que poden ser nocius per la seva imatge pública.

Aquestes són algunes de les conclusions a les que hem arribat després d'analitzar 1141 notícies al llarg de 21 anys. Analitzar i interpretar dades no és tasca senzilla, i esperem no haver aportat conclusions que impliquin cap mena de judici de valor. No pretenem amb aquesta tesi fiscalitzar l'activitat de tants i tants professionals de la informació a la demarcació de Girona. Més aviat volem posar de manifest les qüestions estructurals que defineixen la relació entre les fonts en la premsa a l'entorn local. Esperem haver aportat una mica de llum sobre l'evolució de l'ús de les fonts en la premsa local i esperem que les conclusions que se'n puguin extreure serveixin per conèixer millor les dinàmiques que operen en la configuració de la realitat informativa en el món local.

7. BIBLIOGRAFIA:

- ABELA, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Centro de Estudios Andaluces.
- ALMANSA, ANA (2011) *Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla-Zamora.
- ASOCIACIÓN DE PRENSA DE MADRID (2012) *Informe de la Profesión Periodística 2012*. www.apmadrid.es.
- BARDIN, L. (1996 2ª e) *Análisis de contenido*. Akal.
- BARDIN, L., KRIPPENDORF, K., MARTÍN, R., HOLSTI, O., BERELSON, B., STAIGER, E., ... & ASPEITIA, A. A. B. (2015). *Estadística y Metodología de la Investigación. Análisis de contenido*.
- BATLLE, P. F., & ROSES, S. (2009). *La crisis acelera el cambio del negocio informativo*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 15-33.
- BENITO, A. (2003) *Información y democracia*. Doxa Comunicación, número 1. Pàgs 115-128.
- BEZUNARTEA, O., GARCÍA, M. Y RODRÍGUEZ, I. (2013). *El Valor Agregado Periodístico, herramienta para el periodismo de calidad*. En Gómez, J. L.; Gutiérrez, J. F. y Palau, D. (Eds). *La Calidad Periodística. Teorías, Investigaciones y Sugerencias Profesionales*. UAM: Colección Aldea Global.
- BLACK, S. (1994) *Las relaciones públicas. Un factor clave de gestión*. Colección Esade, Barcelona.
- BORRAT, H. (2003). *Narradores en interacción*. IC Revista Científica de Información y Comunicación. 1, 59-84.
- BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN (1994). *Comunicación y política en la sociedad democrática*, Dins el seminari "Políticos y comunicadores: Interacción y compromisos."
- BURGOS, M. A. V. (2004). *El profesional de las relaciones externas: los gabinetes de comunicación desde la perspectiva periodística*. Bosch, Barcelona.
- CAMACHO MARKINA, I., AIESTARÁN YARZA, A. & ECHEGARAY EIZAGUIRRE, L.(2014). *Educación para la salud en la prensa. Análisis de los diarios vascos y navarros*, Communication & Society / Comunicación y Sociedad, Vol. 27, n. 3, 2014, pp. 187-207.

- CAMINOS MARCET, JM. (1997) *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Síntesis, Madrid.
- CAMPILLO ALHAMA, C. (2011) *Comunicación pública y Gestión Estratégica Municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temàtica*. Instituto Andaluz de Administración Pública. Sevilla.
- CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. Y REDONDO-GARCÍA, M. (2015). *Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del Siglo XXI*. OBETS. Revista de Ciencias Sociales, Vol. 10 (1), 185-209.
- CANTALAPIEDRA, MARÍA JOSÉ (1997). *Bizkaia y su prensa*. Estudios de Periodística, número 5. Sociedad Española de Periodística, Madrid.
- CÁRDENAS RICA, M. L.(1999): *Profesionalización de los gabinetes de prensa municipales*. Revista Latina de Comunicación Social, 15. Universidad de La Laguna. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/117luisa.htm>
- CARRASCOSA, J.L. (2003) *De la Sociedad de la información a la Sociedad del conocimiento. Información versus comunicación*. Arcadia, Madrid.
- CASASÚS, J.M.; ROIG, X. (1981) *La premsa actual. Introducció als models de diari*. Barcelona, Edicions 62
- CASASÚS, J.M. (1988) *Iniciación a la Periodística*. Ed. Teide, Barcelona.
- CASASÚS, J.M. (1989) *La Periodística de la Recepción como alternativa global a los estudios tradicionales sobre Redacción Periodística*. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7887/1/20091121135755.pdf>
- CASASÚS, J. M. (1990). *Per una harmonització de les teories esdevenimentals dins la periodística*. Periodística: revista acadèmica, 69-78.
- CASASÚS, J. M. (1992). *Set hipòtesis de treball sobre història de la recepció del text periodístic*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, (14), 33-46.
- CASASÚS, J.M., NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, Ed. Ariel.
- CASASÚS, J.M. (1998) *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona, Editorial CIMS (4ª Edició).
- CASERO, A. (2012). *El periodismo político en España: algunas características definitorias*. Cuadernos Artesanos Latina, núm. 33, pàgines 19-46. Sociedad Latina de Comunicación Social, La Laguna. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80553>

- CASERO, A. Y LÓPEZ, P. (2012): *La evolución del uso de las fuentes informativas en el periodismo español*. En Actas III Congreso Internacional “Comunicación y Riesgo”. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.
- CASERO, A. i LÓPEZ RABADÁN, P (2013): *La Gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional*. Dins GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco; PALAU SAMPIO, Dolors (eds., 2013): *La Calidad Periodística. Teorías, Investigaciones y Sugerencias Profesionales*. Col·lecció Aldea Global. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana, Universitat Jaume I; Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; València, Universitat de València, pp. 7390.
- CASTELLS, MANUEL (1998). *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura. Volum II. El Poder de la Identidad*. Alianza Editorial, Barcelona.
- CASTELLS, MANUEL (2009). *Comunicación y poder*. Alianza, Madrid.
- CESAREO, GIOVANNI (1986) *Es noticia*. Mitre, Barcelona.
- COLOMBO, F. (1997). *Últimas noticias sobre el periodismo*. Anagrama, Barcelona.
- COSTA (2001) *Imagen corporativa en el siglo XXI*. LaCrujía ediciones, Buenos Aires.
- CURRAN, J. (2003) *Medios de Comunicación y Poder*. Hacer Ediciones. Barcelona.
- De FONTCOBERTA, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós Papeles de Comunicación. Barcelona.
- DE PABLOS COELLO, J.M. (2006): *Fuentes mudas en la web: periodismo tránsito propaganda*. A Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Nº 12. Madrid.
- DIEZHANDINO, M. PILAR (2007). *Periodismo y poder. Políticos, periodistas y ciudadanos voluntariamente desinformados*. Pearson Comuniación. Madrid.
- EDO, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social.
- ESPADA, ARCADI (1999). *El final de les redaccions (De llocs de pensament a oficines de gestió)*. Periodística, núm. 9.
- FERNÁNDEZ GIL, J.R. *Fuentes de análisis para el estudio de la prensa diaria*. Anales de Documentación, 2010, vol. 13.
- FURGUET ARDIACA, FRANCESC (2004) *Les trampes dels periodistes*. Edicions 62. Llibres a l'abast. Barcelona.

- GAIBAR, L. (2015). *Periodismo de investigación política en nuevos medios: Lista Falciani, Tarjetas Black y Caso Tarajal*. Miguel Hernández Communication Journal, 6, 91-128.
- GANS, Herbert J. (1980): *Deciding What's News: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. London, Constable.
- GANS, H. (1983). *News media, news policy and democracy: research for the future*. Journal of Communication. 33 (3) 174-184. Wiley Online Library.
- GARCIA LÓPEZ, X. MACIÀ MERCADÉ, J. (2007) *Periodismo de proximidad*. Síntesis. Madrid.
- GARCÍA OROSA, BERTA (2005) *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación*. Ed. Netbiblo. Serie Comunicación Empresarial, Madrid.
- GARCÍA OROSA, BERTA (2006). *Poder y comunicación: conflicto contenido. Aproximación històrica a la institucionalización de actores de la opinión pública*. Alaic, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, núm. 5.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. (2010) *La crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair*. Revista Latina de Comunicación Social, 65, pàgs. 516-537. Universidad de La Laguna, Tenerife. http://www.revistalatinacs.org/10/art3/916_UC3M/38_Santamaria.html
- GONZÁLEZ, Marián Alonso (2016). *Información política y fuentes periodísticas en la prensa impresa y en la nativa digital*. Communication papers: media literacy and gender studies, 2016, 5.9: 57-74.
- GUTIÉRREZ COBA, L. (2006) *Análisis de la calidad informativa. Primer paso hacia el cambio*. Palabra-Clave. Calidad y responsabilidad en la información. Volum 9 número 1.
- JIMÉNEZ, EVA (2006) *La influencia de los gabinetes en la prensa local*. Comunicació en el 6è CONGRESO DE COMUNICACIÓN LOCAL (ComLoc), Castelló de la Plana.
- KITZBERGER, P. (2005) *Acceso a los medio de comunicación y ciudadanía - democrática*. Diálogo Político. Número 1, vol. 22, pàgs 11-22.
- KOVAC, B. ROSENSTIEL, T. (2003) *Los elementos del periodismo*. Ediciones El País, Madrid.
- KRIPPENDORFF, K.(1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paldos Comunicación.

- LADEVÉZE, Luis Núñez; CASASÚS, J. M. (1991) *Estilo y géneros periodísticos*. Ed. Ariel, Barcelona.
- LIPPMANN, W. (2017) *Public opinion*. Routledge.
- LÓPEZ, M.(1995) *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Paidós Papeles de Comunicación, 9. Barcelona.
- LÓPEZ, X. MACIÁ MERCADÉ, J. (2007) *Periodismo de proximidad*. Síntesis. Madrid.
- LOZANO, J. C. (1994). *Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales*. CECILIA CERVANTES Y ENRIQUE SÁNCHEZ [coords.], *Investigar la comunicación: propuestas iberoamericanas*, México: U de G, CEIC, ALAIC.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1992) *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo. Madrid.
- MARTÍNEZ RUBIO, M (2012) *Uso de las fuentes de información en las noticias locales de la prensa española*. (Comunidad Valenciana, 2006-2010). Tesis doctoral de la Universitat de València.
- McCOMBS, M. (2006) *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós Comunicación, Barcelona.
- MAYORAL, J. (2005) *Fuentes de información y credibilidad periodística*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 2005, 11, 92-103.
- McNAIR, B. (2009): *Journalism and Democracy*. Dins Allan, S. (ed.): *The Routledge companion to news and journalism*. Routledge. Londres i Nova York.
- MONTERO SÁNCHEZ, M.D. (1994) *La informació periodística i la seva influència social*. Manuals del a Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra.
- ODRIOZOLA, J. (2011) *La construcción informativa de la catástrofe del Prestige: el abuso de las fuentes institucionales* Revista Anàlisi, núm. 44, pàgs. 77-92.
- OLIVA, LI. (2009) *La Comunicació en temps de crisi*. Treballs de Comunicació, Núm. 26, pàgs. 25-30. Societat Catalana de Comunicació. Barcelona.
- O'NEILL, Deindre; O'CONNOR, Catherine (2008): *The Passive Journalist*. *Journalism Practice* 2: 3, 498.
- OSORIO MARTÍNEZ FRESNEDA, H (2004). *La utilización ideológica del diseño periodístico y su responsabilidad en la percepción social de la realidad*.

A *La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M: actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación*, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra (pp. 21-34). Ediciones Universidad de Navarra. EUNSA.

-PELLEGRINI, MÚJICA. (2006) *Valor Agregado Periodístico (VAP). La calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo*. Palabra-Clave. Calidad y Responsabilidad en la información, Volum 9, número 1

-PÉREZ, C. (2008) *Comunicación política: un reto para la especialización de periodistas y fuentes*. Revista Ámbitos, Núm. 17, 2008. Universidad de Sevilla.

-QUIROGA, M. J. (1998): *El discurso informativo. Las fuentes de información y la construcción de la realidad: el caso de "El País" (Madrid)*. Revista Latina de Comunicación Social, 3. Recuperat el 20 d'agost de 2013 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/>.

-RAIGADA, J. L. P. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Sociolinguistic Studies, 3(1), 1-42.

-RAMÍREZ, T. (1995). *La influencia de los gabinetes de prensa. Las rutinas periodísticas al servicio del poder*. Revista Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad. Número 40, pàgines 47-57. Fundación Telefónica.

RAMÍREZ, T. (1995a) *Gabinetes de comunicación*. Bosch Comunicación, Barcelona.

-RAMÍREZ T. (1996) *Gabinetes de Comunicación: de la seducción por la imagen a la obsesión por "aparecer" El periodismo de rutina hace más fuertes a las fuentes oficiales y más débiles a las no oficiales*. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria.

-RAMONET, I. (2003) *La tiranía de la comunicación*. Debate, Barcelona.

-RIFFE, D., AUST, C. F., & LACY, S. R. (1993). *The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper content analysis*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 70(1), 133-139..

-RISQUETE, J. (2006) *Gabinets de premsa i de comunicació. L'ambigua frontera entre el periodisme i les relacions públiques*. Revista Anàlisi, número 34, pàgs. 209-221.

-RODRÍGUEZ REY, ET AL. (2015) *La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España*. Estudios sobre el mensaje periodístico 21 (2015): 85-100.

- RODRIGO ALSINA (1993) *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona.
- SABÉS, F. VERÓN, J. (2008) *La gestión de la información en la administración local*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla-Zamora.
- SOTELO ENRÍQUEZ, C (2001) *Introducción a la comunicación institucional*. Ariel, Barcelona.
- TUCHMAN, G. (1978): *Making News. A Study in the Construction of reality*. New York, Free Press.
- VAN DIJK, T. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós. Barcelona.
- VAN DIJK, TEUN (1993). *El poder i els mitjans de comunicació*. www.discursos.org.
- VILCHES, L (coord.) (2011) *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Gedisa Comunicación, Barcelona.
- VILAMOR, J. R. (2000). *Redacción periodística para la generación digital*. Universitas. Madrid.
- WOLF, M (1994) *La investigación en comunicación de masas*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- XICOY COMAS, E. (2008). *Interpretació periodística del conflicte basc (Avui, El Periódico i La Vanguardia. Setembre 1998-abril 2000)*. UPF.