



D. Miguel Ángel Sánchez de Mora, Portavoz del Grupo Municipal de Ciudadanos en el Ayuntamiento de Las Rozas, en nombre y representación del mismo, al amparo de lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, y en el artículo 97.3 del Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, presento al Pleno del Ayuntamiento de Las Rozas la siguiente:

MOCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN MUNICIPAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En la actualidad, cualquier empresa y organización, incluidas las Administraciones Públicas, consideran que la comunicación es fundamental para su actividad y desarrollo. También suele ser habitual, además, que en ellas los éxitos se atribuyan a quien o quienes lideran tal organización y en los fracasos se culpabilice a la “mala comunicación”. Eso lo sabemos bien quienes formamos parte de un partido político. En el caso del Ayuntamiento de Las Rozas, suponemos que esa segunda parte, la de las cosas que se han hecho mal, generará las correspondientes tensiones de puerta para adentro, porque hacia fuera solamente se comunican loas y buenas actuaciones del líder, el omnipresente Sr. Alcalde. Se comunican pocas, muy pocas, del resto de su Equipo de Gobierno y, desde luego, prácticamente jamás se menciona a los Grupos Municipales que conforman el resto de la Corporación. Para el Gabinete de Prensa/ Comunicación la oposición no existe.

Pero, al margen de la valoración que se pueda hacer sobre una deliberada, o cuanto menos repetida, exclusión de quienes elegidos democráticamente representan a una parte sustancial, incluso mayoritaria, de los votantes y consecuentemente de los vecinos, la pregunta que debemos hacernos es si el modelo de comunicación que tenemos en el Ayuntamiento de Las Rozas nos sirve como está o ha llegado el momento de cambiarlo.

En el concepto más básico de la comunicación hay dos elementos fundamentales, el emisor, en nuestro caso el Ayuntamiento, y el receptor, que es el ciudadano. Por tanto, debemos preguntarnos si ¿La información que emitimos como Administración Pública le interesa al ciudadano? ¿Le sirve de algo? ¿Estamos ofreciendo la información que es de interés para el ciudadano o la que es de interés para el político?



En general, sobre todo en las Administraciones Locales, las que se suponen más próximas, está sucediendo que, a pesar de toda la inversión y el trabajo dedicado a avanzar en la administración electrónica, el ciudadano percibe que cada vez le cuesta más hablar, “conversar”, con su Administración. Cada vez conoce menos lo que se hace para él, lo que trabajan los empleados públicos para ofrecer servicios y facilitar trámites, porque la mayor información que recibe es sobre el político o la política que está al frente de esa Administración. Pasa en todas las Administraciones, y es que los gabinetes de prensa son “de la Ministra”, del diputado, de la “Presidenta” o “del Alcalde” de turno.

Hasta que las redes sociales (RRSS) empezaron a aparecer en las instituciones, la difusión de la información emitida desde una Administración Pública era la que los medios de comunicación publicaban en base a un sistema bien engrasado en el que los gabinetes de comunicación escribían sus notas para los medios y los medios recogían automáticamente la información que les habían enviado desde la Administración. Para informar más directamente a los ciudadanos, además, se utilizaban o bien folletos, o bien esperábamos a que vinieran a las oficinas y dependencias administrativas para proporcionarles la información que requerían.

Obviamente, las RRSS han cambiado todo este panorama comunicativo y ahora si a los ciudadanos la información que les llega no les es útil, no les es interesante, simplemente dejan de seguir ese perfil institucional, y se va produciendo un efecto contrario: en vez de acercar al ciudadano a la administración, se va produciendo un alejamiento paralelo a la desafección a todo lo que le suene a político.

Por poner un ejemplo, si un ayuntamiento inaugura un polideportivo, la cuenta institucional en RRSS puede optar por sacar la foto del alcalde o alcaldesa con los concejales, además de todos los cargos de otras administraciones públicas que en esos casos se suelen «acercar» para salir en la foto. O bien puede sacar una información sobre los servicios que va a ofrecer la nueva instalación deportiva, precios, cómo sacarse el nuevo carné, el horario que tendrá, etc.... Ambas informaciones se refieren a la apertura de un nuevo polideportivo, pero su tratamiento es muy diferente.

Por eso hay que plantearse qué va a motivar a un ciudadano a seguir una cuenta de un ayuntamiento. ¿Es la información de las reuniones, visitas, inauguraciones o premios que recibe el Sr. Alcalde? ¿O las notas de prensa en las que éste opina y hace sus valoraciones? ¿O las reuniones que mantiene cada día? Es posible que sí, que en casos puntuales interesen esas informaciones, pero si se abunda en ese modelo y en ese tipo de información ¿Dónde y cuándo comunicamos la información de servicio público?



Es evidente que el principal canal de comunicación entre ciudadanos y las Administraciones Públicas que existía hace años, la atención presencial, ha cambiado. Ya no hemos de desplazarnos para realizar trámites administrativos, pero precisamente por esa razón, por el protagonismo que las RRSS han ido adquiriendo en la transmisión de información relevante para el ciudadano y que se emite desde los perfiles institucionales, **hemos de depurar y diferenciar lo que es información de servicio público de lo que es información de carácter político.**

Nuestro Grupo Municipal considera que las RRSS de las administraciones públicas no están para difundir lo que hace la persona que está al frente de esa institución, para eso están los perfiles personales de esas personas o los perfiles de las formaciones políticas o cualquier otro que quieran abrir, los cuales serán gestionados por asesores y personal de confianza.

Lo que no puede ser es que las RRSS institucionales estén en manos del personal de confianza o asesores políticos ya que esas personas trabajan con un objetivo diferente al que lo hace la propia administración.

Esta situación, por supuesto, ni mucho menos presupone que no hagan bien su trabajo o que no miren por el interés común de los vecinos, pero sin duda su trabajo está condicionado. Si tu puesto de trabajo en la Administración Pública está vinculado a una persona que decide de forma libre tu nombramiento y tu cese evidentemente el objetivo final de tu trabajo, es decir, el para quién trabajas, está ligado a esa vinculación. Los ciudadanos ya no son tus «jefes», lo es la persona que tiene la capacidad de nombrarte y de cesarte y, por derivada, el partido político que te incorpora a la Administración Pública sin pasar ningún filtro.

Como en muchas otras Administraciones, afortunadamente cada vez menos, en el Ayuntamiento de Las Rozas, las personas destinadas al gabinete de prensa y al protocolo también pertenecen a la categoría de “personal eventual de confianza”, adscritas al gabinete de alcaldía, todas ellas propuestas por el Partido Popular.

Todos los Grupos Municipales hemos puesto sobre la mesa, tanto en las RRSS como en las Comisiones Informativas y en el Pleno Municipal, la confusión que a veces se ha generado entre **propaganda e información**, entre las acciones realizadas por el Partido Popular o las efectuadas por el Gobierno Municipal, e incluso mensajes de contenido político e ideológico emitidos como Ayuntamiento cuando deberían hacerse, obviamente, desde el Partido Popular.



El cambio de modelo que proponemos con esta moción no solamente se debe a que creamos que las cuentas y perfiles en RRSS de las Administraciones Públicas se tienen que dedicar a ofrecer **información de servicio público** y ser un canal de comunicación entre la propia administración y los ciudadanos. Es que, además, ya se están produciendo fallos de los tribunales en esa dirección. Como ejemplo, recordaremos la primera sentencia en ese sentido, la llamada **sentencia #PageCumple** (sentencia 0083/2018 del Tribunal Superior de Castilla-La Mancha):

La cuenta oficial del Gobierno de Castilla-La Mancha había estado utilizando durante un tiempo en Twitter el hashtag #Pagecumple en todas sus publicaciones, intentando transmitir la idea de que todo lo que se hacía desde el Gobierno de Castilla-La Mancha era mérito del Presidente Emiliano García-Page. Tras la denuncia y el correspondiente proceso judicial, el Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha condenó a ese gobierno, señalando que no se podía hacer comunicación política en las cuentas institucionales y exhortando al perfil institucional de Twitter de la Junta de Castilla-La Mancha a que no volviera a usar el hashtag #Pagecumple. La sentencia argumentó que el uso de ese perfil oficial del Gobierno de Castilla-La Mancha *«supone una ventaja clara en el juego político que rompe con la necesaria neutralidad de los medios públicos, sin olvidar que los mismos se encuentran financiados por recursos públicos y que la labor de redacción se encarga a empleados al servicio de las administraciones públicas»*.

En definitiva, lo que nuestro Grupo Municipal propone es que el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento deje de llamarse así, y **se cree un auténtico departamento municipal de comunicación** que se configure dentro de la estructura organizativa como cualquier otro servicio a la ciudadanía. Y es que partimos del hecho de que todo el trabajo que se hace en la administración se hace para el ciudadano, y tiene su justificación precisamente en ese interés público.

El personal dedicado actualmente a esa función de comunicación podrá seguir en ella, seguir adscrito a la Alcaldía, pero sin tener ningún cometido institucional.

El departamento de comunicación de una administración debería trabajar para los ciudadanos lo mismo que el departamento de informática o el departamento de contratación.

Este es el cambio de modelo que nuestro Grupo Municipal propone: que **el protagonista de la comunicación no sea el político sino el ciudadano**.



No es la primera vez que lo proponemos. Cuando se nos presentó el borrador del Reglamento Orgánico de Gobierno y Administración (ROGAR), allá por estas fechas del año 2019, quisimos incluir lo siguiente:

“CREACIÓN DE GABINETE DE PRENSA Y PROTOCOLO.

Dicho gabinete no pertenecerá directamente al alcalde ni gabinete de alcaldía y prestará sus servicios a todos los miembros de la corporación por igual.

El carácter de los designados no podrá tener carácter eventual y será dotado en la RPT.

Entre sus funciones tendrán asignadas:

Gestión de la Redes sociales del ayuntamiento.

Canalizar el contacto con los distintos medios de comunicación y de los grupos municipales.

Informar y hacer partícipes a toda la corporación de las convocatorias de prensa.

Redacción de notas de prensa de la actividad municipal.

Organizar y coordinar las actividades destinadas a difundir la imagen del ayuntamiento.

Protocolo asesorará a todos los miembros de la corporación y les mantendrá informados de todos los actos que se celebren”.

Nos faltó, y lo hacemos ahora en esta moción, añadir su papel fundamental en una asignatura pendiente, **la comunicación interna**, y el protagonismo que el Departamento de Comunicación Municipal debería tener en la **contratación de la publicidad institucional**. Este tema daría para otra moción por lo que no insistiremos aquí, pero es cierto que en otras Comunidades Autónomas existe una regulación específica, mientras que en la Comunidad de Madrid no.

Únicamente, La Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid, en su Artículo 18 (Información económico-financiera) habla de la **obligatoriedad de hacer pública, y mantener actualizada la información siguiente:**

“...

b) Información de los ingresos y gastos:

El presente documento ha sido generado y es propiedad del Portavoz del Grupo Político Municipal de Ciudadanos para uso exclusivo y para los fines expresamente previstos en el mismo.



....

*5º Los gastos realizados en campañas de publicidad o comunicación institucional, los contratos celebrados incluyendo la información a que se refiere el artículo 22, así como los planes de medios correspondientes en el caso de las campañas publicitarias, incluyendo el desglose de gastos por campaña y **presupuesto asociado por medios de comunicación y los criterios para ese reparto**. Será de aplicación lo dispuesto en la legislación que regula estas materias.*

...”

Recibimos premios casi semanalmente por Transparencia e Innovación mientras que en nuestro Ayuntamiento ni se moderniza la función de un gabinete de comunicación, ni se cumplen todos los supuestos de la Ley de Transparencia.

Por las razones expuestas solicitamos del Pleno Municipal la aprobación de los siguientes

ACUERDOS

1. La creación de un Departamento de Comunicación Municipal con las funciones enunciadas en la parte expositiva.
2. Que los Recursos Humanos destinados a dotar al nuevo Departamento se obtengan a través de una Oferta de Empleo Público.
3. Que, de conformidad a la Ley, en el Portal de Transparencia se publique y se mantenga actualizada la información relativa a los gastos realizados en campañas de publicidad o comunicación institucional, los planes de medios correspondientes en el caso de las campañas publicitarias, incluyendo el desglose de gastos por campaña y presupuesto asociado por medios de comunicación y los criterios para ese reparto.