

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES REGULADORES DEL CONTRACTE DE SERVEIS EN MATÈRIA DE COMUNICACIÓ, PUBLICITAT, DIFUSIÓ INSTITUCIONAL I RECURS INFORMATIU DE L'AJUNTAMENT DE BANYOLES

PRESCRIPCIÓ 1.- OBJECTE I NECESSITAT.

L'objecte del contracte consisteix en la prestació del servei de gestió de xarxes socials, tasques de comunicació, publicitat, difusió institucional, recull informatiu, i disseny gràfic associat per tal de difondre i avaluar de forma clara, puntual i veraç tota aquella informació d'interès relativa a l'actualitat del municipi i als projectes i/o actuacions que es duen a terme dels diferents serveis municipals, en els termes i condicions definits en aquest plec, amb l'objectiu de difondre la imatge, l'activitat i les iniciatives de l'Ajuntament de Banyoles.

Cal generar el contingut de la comunicació i la difusió institucional indicada pels regidors i la difusió mitjançant notes informatives, rodes informatives i altres formes de comunicació als mitjans de comunicació. Posteriorment amb el recull informatiu es podran avaluar els resultats i impactes de la comunicació i difusió institucional. Les xarxes socials són altres canals per assolir la difusió necessària per l'Ajuntament de Banyoles de forma directa i ràpida als ciutadans, amb la possibilitat d'adaptar cada xarxa social al públic a la qual es dirigeix.

Tenint en compte que actualment el Consistori no disposa de mitjans i recursos tècnics adients i especialitzats per portar a terme totes aquestes actuacions, cal procedir a l'auxili mitjançant la contractació amb tercers, tot d'acord amb l'objectiu d'estabilitat pressupostària i control de despesa, i amb total respecte al principis d'eficàcia, eficiència, publicitat, transparència, no discriminació i igualtat de tracte.

PRESCRIPCIÓ 2.- DEFINICIÓ DEL SERVEI.

El contracte comprèn les prestacions següents:

COMUNICACIÓ, PUBLICITAT, DIFUSIÓ INSTITUCIONAL, DISSENY GRÀFIC ASSOCIAT I RECURS INFORMATIU DE L'AJUNTAMENT DE BANYOLES

1. Tasques de comunicació i difusió institucional, consistents en :

- Redactar i enviar de notes informatives: generar, redactar i enviar notícies, a partir de la informació proporcionada pels responsables polítics i tècnics,



seguint criteris periodístics i de comunicació pública, als diferents mitjans de comunicació tradicionals (premsa, ràdio i TV).

- Convocar i organitzar rodes informatives:
Establir contacte amb els diferents mitjans de comunicació per tal de convocar-los a assistir a una roda informativa quan des del consistori es vulgui comunicar un fet. El contractista també serà l'encarregat de l'organització del mateix i del posterior seguiment de la notícia.
Proposar al Consistori rodes informatives quan el contractista consideri que així ho requereix alguna de les notícies proposades.
- Selecciona els mitjans de comunicació adequats per cadascuna de les notícies que s'emeten des de l'Ajuntament. Seleccionar per cada notícia si cal fer arribar la informació a mitjans especialitzats amb la finalitat de segmentar el públic. Es farà un mínim de dues notes informatives a la setmana.
- Fer el seguiment i posterior avaluació de l'impacte assolit per cada peça informativa. Analitzar els mitjans que han publicat la informació i avaluar els motius dels que no ho han fet.
- Atendre les peticions dels mitjans de comunicació envers temes de comunicació. Amb caràcter previ a les diferents peticions, s'ha d'analitzar la informació i les dades sol·licitades pels mitjans a l'Ajuntament.
- Efectuar la gestió publicitària d'acord les instruccions dels regidors.
- Preparar dossiers d'informació per entrevistes als mitjans de comunicació i continguts de vídeos d'informació municipal.
- Altres anàlogues.

2. **Gestionar les xarxes socials actuals dels diferents serveis de l'Ajuntament de Banyoles.** Aquest servei comprèn les tasques següents:

Gestionar les xarxes socials actuals dels diferents serveis de l'Ajuntament de Banyoles, amb les següents prestacions:

2.1. Proposta anual, abans d'inici d'any, de les estratègies i accions necessàries per arribar als objectius de l'Ajuntament a les xarxes socials, amb el vist i plau del Consistori. Cada xarxa social (Institucional, Cultura, Turisme, Esport...) establirà el seu missatge propi en funció del públic que vagi dirigit o adreçat.

2.2. Presentació d'indicadors KPI (indicador clau de rendiment) mensuals (leads, seguidors, número de visites, "m'agrada"...)



2.3. Dinamitzar Facebook per tal de garantir un creixement sostingut del nombre de seguidors en base a la qualitat i la continuïtat. Aquesta tasca comprèn, mínim, les següents accions:

- Elaborar àlbums de fotografies dels actes que es considerin rellevants a efectes comunicatius.
- Elaborar l'agenda d'activitats.
- Elaboració i pujada de vídeos propis.
- Escolta activa i diàleg permanent, interacció amb el ciutadà/usuari.
- Convocatòria d'actes, concursos, trobades, festes, gastronomia, etc.
- ✓ Actualització diària dels perfils de dilluns a dissabte.
- Interacció amb els seguidors de la xarxa.
- Resposta als usuaris com a màxim en 24h feta la consulta per part de l'usuari...
- Ampliació del nombre de seguidors.
- Altres accions que proposi el contractista, prèvia autorització de l'Ajuntament, o bé que les proposi el propi Consistori.

2.4. Dinamitzar Twitter:

- Actualització diària del perfil de dilluns a dissabte.
- Escolta activa i diàleg permanent, interacció amb el ciutadà/usuari.
- Etiquetatge dels principals esdeveniments i serveis que s'ofereixen al municipi.
- Servei d'atenció (sol·licituds, telèfons, adreces, horaris, links, pàgines web...).
- Enllaç amb els àlbums de fotos del Facebook.
- Resposta als usuaris com a màxim en 24h de feta la consulta per part de l'usuari...
- Ampliació de nombre de seguidors.
- Altres accions que proposi el contractista, prèvia autorització de l'Ajuntament, o bé que les proposi el propi Consistori.

2.5. Dinamitzar Instagram:

- ✓ Etiquetatge de fotos.
- ✓ Organització de concursos.
- ✓ Escolta activa i diàleg permanent, interacció amb el ciutadà/usuari.
- ✓ Elaboració i pujada de fotos i vídeos propis.
- ✓ Actualització constant dels perfils de dilluns a dissabte



- ✓ Interacció amb els seguidors de la xarxa.
- ✓ Resposta als usuaris com a màxim en 24h de feta la consulta per part de l'usuari...
- ✓ Ampliació de nombre de seguidors.
- ✓ Altres accions que proposi el contractista, prèvia autorització de l'Ajuntament, o bé que les proposi el propi Consistori .

En cas que sigui necessari, es podrà requerir la generació de contingut i la difusió d'esdeveniments importants de l'Ajuntament de Banyoles com ara proves esportives, activitats culturals, fires o altres actes destacats de l'Ajuntament, en diumenges o festius.

- 2.6. Per a la resta de xarxes, al marge de Facebook, Instagram i Twitter, la resposta ha de ser com a màxim a les 48 hores.
- 2.7. Anàlisi de les xarxes socials dels diferents serveis de l'Ajuntament de la Banyoles, en concret:
 - Anàlisi de la reputació on-line (una anual).
 - Tècniques de contribució a posicionament (anual).
- 2.8. Disseny i realització d'infografies i d'elements o suports gràfics per les xarxes socials, newsletters i altres recursos electrònics.
Ampliació de nombre de seguidors. Maquetació de documents (dossiers, powerspoints, informes, etc.).
- 2.9. Elaboració, execució, gestió i seguiment, així com posterior reporting, de campanyes de publicitat a les xarxes socials i online.
- 2.10. Elaboració de fons fotogràfics de les activitats, fires, festes i esdeveniments programats per les àrees de l'Ajuntament de Banyoles que es considerin rellevants, per així fer-ne el seu seguiment i publicació a les corresponents xarxes; i també posar a disposició de l'Ajuntament aquest material per a futures promocions de l'activitat tant per xarxes socials com per altres suports.
- 2.11. Elaboració de contingut del canal de Youtube de l'Ajuntament relacionat amb el punt 1 de Tasques de comunicació i difusió institucional.



3. Tasques de disseny gràfic, consistents en:

- Tasques de disseny gràfic relacionades amb els punts 1 (Tasques de comunicació i difusió institucional) i el punt 2 (gestionar les xarxes socials).
- Infografia relacionades amb el punt 1 de (Tasques de comunicació i difusió institucional) i el punt 2 (gestionar les xarxes socials).

4. Gestió de l'Aplicació (APP) de l'Ajuntament

- Actualització dels avisos i altres necessitats comunicatives acordades amb el servei de Comunicació relacionades amb l'APP de l'Ajuntament.

5. Assessorament comunicatiu, consistents en:

- Suport en la definició, planificació estratègica i execució de la política comunicativa de l'Ajuntament de Banyoles, no només pel que fa a la gestió diària de la comunicació a través dels mitjans de comunicació i les xarxes socials, sinó també en l'establiment dels objectius de comunicació interna i externa de les diferents àrees del consistori.
- Valoració dels objectius comunicatius, dels canals, acords publicitaris...
- Reunions presencials amb els regidors (amb un mínim de 3 per setmana) i amb els tècnics de l'Ajuntament per al bon funcionament del servei i l'assoliment dels objectius de la difusió.

6. Recull informatiu diari del seguiment de les notícies de l'Ajuntament de Banyoles.

El recull informatiu, conegut també com a "clipping", inclou la monitorització de les notícies de l'Ajuntament de Banyoles a mitjans impresos, digitals i xarxes socials mitjançant la cerca de les paraules Ajuntament de Banyoles, alcalde de Banyoles, Banyoles i banyolí.

S'haurà d'enviar per correu electrònic i en format digital al servei de Comunicació de l'Ajuntament, cada matí a primera hora de dilluns a dissabte, és a dir amb el disseny gràfic pertinent i amb els enllaços corresponents.

El recull informatiu corresponent al diumenge s'elaborarà el dilluns següent a primer hora.

Alhora, es proporcionarà accés a una plataforma de gestió i valoració de les notícies amb la possibilitat de generar dossiers personalitzats en format html, pdf i xml. També es disposarà d'una hemeroteca en línia de les notícies disponibles 24 mesos amb un cercador i hi haurà actualització permanent de la cobertura.

7.- Elaboració de documents.

El contractista haurà d'elaborar, lliurar i realitzar el seguiment de:

- a) Un programa anual d'actuacions en matèria de comunicació i difusió que tingui en compte les especificitats de les diferents àrees de l'Ajuntament, així com el calendari previst. Per dur a terme les accions comunicatives l'Ajuntament proporcionarà un calendari d'activitat anuals.
- b) Una memòria anual que impliqui una valoració crítica amb propostes de millora de les diferents accions comunicatives dutes a terme durant l'any. Aquesta memòria també inclourà el resum dels treballs duts a terme.

PRESCRIPCIÓ 3.- RECURSOS HUMANS.

Requisits del personal adscrit al contracte:

1.- Titulació:

El personal adscrit al contracte haurà de disposar d'un grau en Periodisme o Comunicació o títol universitari equivalent.

2.- Experiència mínima

Es requereix una experiència de 36 mesos en les tasques de comunicació i difusió institucional, gestió de les xarxes socials, assessorament comunicatiu i disseny gràfic associat a la difusió institucional i a les xarxes socials. Aquesta experiència es justificarà mitjançant un certificat de l'empresa.

L'Ajuntament es reserva la facultat d'exigir al contractista el canvi de qualsevol treballador, quan consideri que no porta a terme de forma correcta el servei, ja sigui per inexperiència, manca de professionalitat o qualsevol altre motiu.

Els treballs es desenvoluparan a les oficines o seu del contractista, excepte en els casos en què es requereixi la presència física del/s treballador/s adscrits al contracte, tals com l'assistència a rodes de premsa, reunions, activitats organitzades per l'Ajuntament i tots aquells en que l'organització de l'acte així ho requereixi.

PRESCRIPCIÓ 4.- FREQUÈNCIA DELS TREBALLS

El contractista haurà de prestar el servei de dilluns a dissabte tot i que en cas que sigui necessari, es podrà requerir la generació de contingut i la difusió d'esdeveniments importants de l'Ajuntament de Banyoles com ara proves esportives, activitats culturals, fires o altres actes destacats de l'Ajuntament, en diumenges o festius, i de manera presencial.

Algunes de les activitats previstes i destacades de l'Ajuntament de Banyoles que se celebren el diumenge són 10: el Firestoc (últim diumenge de gener), competició internacional de BTT (mitjan de febrer), l'Exposició de flors (finals de maig), Festival de la veu (a)phònica (finals de juny), les Festes d'Agost (mitjans d'agost), les proves esportives internacionals (setembre), la Fira Aloja (finals de setembre), la Festa Major (finals d'octubre), la Fira de Sant Martírià (mitjans de novembre) i la Fira de Nadal (mitjans de desembre).

Així mateix, el contractista haurà de garantir que es cobreixin els diferents actes que organitzi l'Ajuntament per tal de fer-ne la difusió immediata pels diferents mitjans de comunicació i/o xarxes socials (cultura, festes, esports, turisme, etc.).

Serà necessària una dedicació mínima de 1.680 hores anuals entre les hores presencials o a la seu del contractista, de les quals un mínim de 840 hores (16,15 hores setmanals aproximadament) seran presencials ja que és necessari per a generar el contingut per les xarxes socials, i la comunicació i difusió institucional especificats a la prescripció 2.

PRESCRIPCIÓ 5.- PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Tots els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat de l'Ajuntament de Banyoles, de forma exclusiva per a tot el món i pel temps de durada legal dels drets, d'acord amb el Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, i la resta de normativa en la matèria.

L'Ajuntament de Banyoles és el titular exclusiu de tots els drets de propietat intel·lectual derivats dels treballs encomanats en virtut del contracte i, com a tal, de tots els drets d'exploració, inherents a aquests, amb caràcter mundial, i podrà exercir-los en la forma més àmplia que la Llei permeti, la qual cosa en comprèn la reproducció, la distribució, la transformació, la comunicació pública i la posada a disposició en qualsevol suport format o idioma, i amb els efectes que les lleis determinin. En conseqüència el contractista s'haurà d'abstenir de comercialitzar, publicar, difondre o comunicar de qualsevol forma, totalment o parcial, el contingut dels esmentats materials i treballs sense el consentiment previ exprés de l'Ajuntament de Banyoles. A més, en extingir-se el contracte per qualsevol causa es compromet a lliurar a l'Ajuntament de Banyoles qualsevol material que com a conseqüència de la prestació de serveis estigui en poder seu o del seu personal.

PRESCRIPCIÓ 6.- INSTRUMENTS TÈCNICS QUE DELIMITEN LA PRESTACIÓ.

El contractista i el personal que realitzi la prestació dels serveis objecte del contracte, haurà d'observar en tot moment les disposicions contingudes en el Codi Deontològic "Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya" que consta a l'annex 1.

També haurà d'observar en tot moment les disposicions contingudes en el "Decàleg de bones pràctiques de la comunicació local pública", elaborat pel Laboratori de Comunicació Pública de la Universitat Autònoma de Barcelona que consta a l'annex 2.

PRESCRIPCIÓ 7.- RESPONSABILITAT DEL CONTRACTISTA.

El contractista serà responsable de la qualitat dels treballs que desenvolupi i de les prestacions i serveis realitzats, així com de les conseqüències que es dedueixin per a l'Administració o per a tercers de les omissions, errors, mètodes inadequats o conclusions incorrectes en l'execució del contracte, i restarà obligat a indemnitzar a l'Ajuntament o a tercers pels danys i perjudicis que es causin com a conseqüència de les operacions o activitats que comporta l'execució del contracte.

PRESCRIPCIÓ 8.- RESPONSABILITAT DE L'AJUNTAMENT.

Correspon a l'Ajuntament de Banyoles la despesa dels drets d'utilització d'articles periodístics que es liquiden anualment per part del Centre Español de Derechos Reprográficos (V78652203).

ANNEX 1. DECLARACIÓ DE PRINCIPIS DE LA PROFESSIÓ PERIODÍSTICA A CATALUNYA

Criteris

- 1) Observar sempre una clara distinció entre els fets i opinions o interpretacions, evitant tota confusió o distorsió deliberada d'ambdues coses, així com la difusió de conjectures i rumors com si es tractés de fets.
- 2) Difondre únicament informacions fonamentades, evitant en tot cas afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menysprear la dignitat de les persones i provocar dany o descrèdit injustificat a institucions i entitats públiques i privades, així com la utilització d'expressions o qualificatius injuriosos.
- 3) Rectificar amb diligència i amb tractament adequat a la circumstància, les informacions -i les opinions que se'n derivin- que s'hagin demostrat falses i que, per tal motiu, resultin perjudicials per als drets o interessos legítims de les persones i/o organismes afectats, sense eludir, si calgués, la disculpa, amb independència d'allò que les lleis disposin al respecte.
- 4) Utilitzar mètodes dignes per a obtenir informació o imatges, sense recórrer a procediments il·lícits.
- 5) Respectar l'*off the record* quan aquest hagi estat expressament invocat, d'acord amb la pràctica usual d'aquesta norma en una societat lliure.
- 6) Reconèixer a les persones individuals i/o jurídiques el seu dret a no proporcionar informació ni respondre preguntes, sense perjudici del deure dels periodistes a atendre el dret dels ciutadans a la informació. Aquest dret protegeix molt especialment l'estricta confidencialitat sobre la salut o la malaltia d'una persona com a nucli de la seva privacitat, malgrat la curiositat que pugui haver-hi en el cas de personatges coneguts públicament, fins i tot més enllà de la seva mort. Pel que fa a assumptes relacionats amb les administracions públiques, el dret fonamental a la informació ha de prevaler sempre per damunt de qualsevol restricció que vulneri injustificadament el principi de la transparència informativa a la que estan obligades.
- 7) No acceptar mai retribucions o gratificacions de tercers per promoure, orientar, influir o haver publicat informacions o opinions. En tot cas, no s'ha de simultaniejar l'exercici de l'activitat periodística amb altres activitats professionals incompatibles amb la deontologia de la informació, com la publicitat, les relacions públiques i les assessories d'imatge, ja sigui en l'àmbit de les institucions o organismes públics, com en entitats privades.
- 8) No utilitzar mai en profit propi informacions privilegiades obtingudes de forma



confidencial com a periodistes en exercici de la seva funció informativa.

9) Respectar el dret de les persones a la seva pròpia intimitat i imatge, especialment en situacions de vulnerabilitat i malaltia i en casos o esdeveniments que generin situacions d'aflicció o dolor, evitant la intromissió gratuïta i les especulacions innecessàries sobre els seus sentiments i circumstàncies, especialment quan les persones afectades ho explicitin.

10) Observar escrupolosament el principi de presumpció d'innocència en les informacions i opinions relatives a causes o procediments penals en curs.

11) Tractar amb especial cura tota informació que afecti a menors, evitant difondre la seva identificació quan apareixen com a víctimes (excepte en supòsit d'homicidi), testimonis o inculpats en causes criminals, sobretot en assumptes d'especial transcendència social, com és el cas dels delictes sexuals. També s'evitarà identificar contra la seva voluntat les persones pròximes o parents innocents d'acusats o convictees en procediments penals.

12) Actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas d'informacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de sexe, raça, creences, extracció social i cultural i malaltia, així com incitar a l'ús de la violència, evitant expressions o testimonis vexatoris o lesius per a la condició personal dels individus i la seva integritat física i moral.

Annex 1 - Sobre manipulació d'imatges

En Fotoperiodisme no estan permeses manipulacions que suposin alteració de la informació visual enregistrada originàriament per l'objectiu de la càmera i que recull el suport, és a dir, afegir, eliminar, desplaçar o modificar qualsevol element de la imatge original. (La inclusió d'aquest annex va ser proposada pel IV Congrés de Periodistes de Catalunya).

Annex 2 - Recomanació sobre fotó il·lustració

Recomanació que es doni prioritat a la regulació d'aquesta activitat, a fi de poder-ne fer esment en el Codi Deontològic. (Aquesta recomanació va ser feta pel IV Congrés de Periodistes de Catalunya)

Annex 3 - Recomanació sobre internet

Que es determini l'acceptació per part dels mitjans de comunicació de l'arbitratge del CIC en documents Web signats per periodistes i difosors a través d'Internet. Que s'iniciï un debat per veure si es pot aconseguir un consens sobre els diversos problemes que es poden presentar en la redacció d'un Codi Ètic d'Internet, entre els quals hi figuren els

aspectes relacionats amb la publicitat, els links hipertextuals, el comerç electrònic, la manipulació d'imatges, el copyright i la privacitat quan puguin afectar la imparcialitat, l'exactitud i la credibilitat de les notícies a través de la xarxa.

(Aquesta recomanació va ser feta pel IV Congrés de Periodistes de Catalunya).

Annex 4 - Recomanació sobre el criteri 7è del codi deontològic

L'exercici de la professió periodística és, per principi, èticament incompatible amb el desenvolupament simultani d'activitats o serveis retribuïts en l'àmbit de la publicitat o la propaganda comercial i en qualsevol de les seves manifestacions i suports. Aquest principi és extensible a la prestació de serveis d'imatge, consultoria o assessoria, entitats o organismes privats i públics, excepte en casos justificats d'assumptes de la pròpia funció periodística quan no hi hagi ànim de lucre ni es faci en canvi de la percepció de retribucions.

No obstant, queda admesa la participació dels periodistes en activitats i campanyes divulgatives o informatives en institucions i organitzacions socials sense finalitats lucratives.

Les noves fórmules de patrocini d'espais informatius, especialment en l'àmbit d'informació de serveis, des del punt de vista de l'ètica periodística no constitueixen per elles mateixes una pràctica recusable.

En qualsevol cas, no es poden presentar subrepticiament les diferents modalitats de patrocini i d'informació comercial (publireportatge), com si fossin materials informatius de les redaccions ni es poden encobrir sense que puguin ser clarament diferenciades pels lectors i les audiències.

La percepció de retribucions o gratificacions de tercers és èticament reprovable quan està relacionada amb l'exercici de l'activitat periodística en els mitjans informatius, especialment en casos verificables d'influència i/o relació entre la remuneració o gratificació percebuda i l'acte informatiu vinculat a l'interessat, ja sigui com actor o inductor.

La pràctica d'acceptar obsequis i regals és a criteri dels mitjans i dels propis professionals, establint les condicions i circumstàncies en que es puguin ultrapassar els límits d'una cortesia raonable, convertint-se en un factor de mediatització o distorsió del treball professional.

La participació retribuïda dels periodistes en iniciatives o actes promoguts per particulars, entitats o organismes públics i privats (seminaris, conferències, presentacions, debats, etc,) aliens als mitjans en què treballen, pot contravenir els principis de l'ètica

professional quan derivi en l'àmbit de la propaganda, la promoció o publicitat d'interessos de tercers, ja sigui de forma manifesta o subreptícia, o quan s'infringeixin normes exigibles de lleialtat professional i laboral.

(Aquesta recomanació va ser feta pel IV Congrés de Periodistes de Catalunya).

Annex 5- Recomanacions per a la cobertura de conflictes armats o bèl·lics

- 1) Donar veu a tots els actors i promoure la comprensió entre les parts implicades. Afavorir el diàleg.
- 2) No deshumanitzar cap part; cal parlar de les víctimes i també dels victimaris.
- 3) Evitar el llenguatge de les parts combatents i dels seus aliats. Exposar els enganys de qualsevol d'aquestes.
- 4) Mostrar els grups que en la base treballen per la pau, no només els dirigents. En particular, els esforços de la societat civil, que atén les víctimes físicament, materialment i emocionalment.
- 5) Explorar els conflictes en la seva complexitat i tractar la violència i els seus efectes tan visibles com invisibles, però també ocupar-se de les causes diverses que els han generat.
- 6) Els mitjans han d'evitar el sensacionalisme i també impedir l'emissió sense control de missatges en línia que siguin bel·licistes, xenòfobs, racistes i sexistes.
- 7) Informar dels conflictes encara que no hi hagi violència pot ajudar a prevenir-la.
- 8) No abandonar la cobertura després de l'alto el foc i ocupar-se de la resolució, la reconstrucció i la reconciliació.
- 9) Aprofitar les similituds entre els conflictes perquè les experiències constructives ajudin els que encara no han trobat un camí de resolució.
- 10) Cal fer esment sempre de les fonts d'informació, particularment quan representen actors enfrontats, i tenir en compte que terceres fonts enriqueixen la visió del conflicte. En cas d'informacions fetes sota censura o imposicions, cal fer-ho saber als receptors.

ANNEX 2. DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES DE LA COMUNICACIÓ LOCAL PÚBLICA

- I. Han d'actuar com a elements cohesionadors del municipi.
Han de fer «poble» o «ciutat» fomentant la identitat local, donant a conèixer els seus orígens, les mobilitats, les diferents condicions socials de les dones i homes



que amb les seves actuacions i relacions donen vida plural a cada municipi, les tradicions i les activitats quotidianes: econòmiques, culturals, socials, polítiques... i els projectes de futur.

II. Han d'informar d'una manera veraç, plural i transparent.

Han de donar compte de la gestió que fa l'equip de govern mostrant les diferents sensibilitats polítiques que s'han expressat a les urnes. A través de la crònica periodística del ple municipal, han d'explicar les diferents propostes d'actuació i reflectir els punts de vista dels diferents grups polítics representats i les votacions emeses.

III. Han de ser un referent informatiu per a la ciutadania.

Els professionals responsables dels mitjans de comunicació local de titularitat públic a han de poder consolidar - los d'acord amb les característiques de cada municipi i amb una periodicitat regular (diària, setmanal, quinzenal o mensual). Han d'oferir alternatives informatives plurals davant la resta de mitjans locals, autonòmics o nacionals. No han d'estar supeditats als canvis que es produeixin als equips de govern o cada vegada que se celebrin eleccions. En períodes electorals, han de ser un vehicle comunicatiu clarificador de les diferents opcions polítiques.

IV. Han de fomentar el debat públic per a la participació democràtica.

Els mitjans de comunicació escrits han de donar un tractament periodístic professional a les informacions i han d'inserir espais d'opinió dels càrrecs electes, dels grups polítics, de tècnics especialitzats, de representants de les organitzacions de la societat civil i de les persones que hi vulguin intervenir. L'editorial ha de reflectir l'opinió de la publicació i no ha d'estar signat per l'alcalde o alcaldessa. En els mitjans audiovisuals s'ha de fomentar tertúlies i programes de debat plurals. A través d'Internet, s'han de promoure consultes populars, fòrums, etc., a més d'oferir solucions fàcils a problemes concrets i tràmits burocràtics.

V. Han de promoure les activitats de la societat civil i l'associacionisme.

Els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de potenciar l'associacionisme i la iniciativa social mitjançant la publicació o difusió de totes les activitats que realitzen les organitzacions de la societat civil, especialment a través de l'agenda d'activitats o d'altres formats informatius.

VI. Han d'evitar el partidisme i la manca de professionalitat.

Mitjançant un tractament contrastat i al més complet possible de les principals informacions, donant veu als diferents protagonistes, retent



comptes de la gestió realitzada i fomentant la participació ciutadana. Els mitjans no es poden utilitzar com a eina de propaganda política del partit o la coalició que deté el poder.

VII. Han de despertar l'interès de la ciutadania.

Mitjançant la utilització d'un llenguatge clar, precís, respectuós amb la diversitat d'homes i dones de les diverses procedències i condicions socials que donen vida al municipi, a l'abast del gran públic, amb titulars entenedors i atractius. Han de generar procediments que afavoreixin la identificació i la implicació de la ciutadania en la informació i la participació democràtica.

VIII. Han d'estar dotats dels recursos humans i tècnics necessaris.

Han de tenir professionals que rebin una remuneració adient a les tasques que realitzen i que disposin dels recursos tècnics necessaris, sempre respectant el Codi Deontològic que regeix la professió periodística.

IX. Han de funcionar a través d'òrgans de gestió participatius.

Els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de funcionar amb estructures organitzatives – consells editorials o consells d'administració – que garanteixin la professionalitat de les persones que hi treballen i la participació del conjunt del consistori, de les organitzacions de la societat civil i de la ciutadania local.

X. S'han de gestionar ajustant - se a les possibilitats econòmiques de cada municipi. Les institucions o organismes públics que gestionin els mitjans de comunicació local de titularitat pública han de dissenyar plans municipals de comunicació a partir d'un diagnosi i una anàlisi de la situació comunicacional local i han de definir els objectius que s'han d'assolir establint els recursos humans i tècnics i les dotacions econòmiques necessaris, sempre d'acord amb les possibilitats i necessitats de cada municipi.