

## LA COMUNICACION EN LAS ENTIDADES LOCALES CASTELLANO-LEONESAS

---

Marcelino CORCHO BRAGADO  
Economista y Ldo. en Derecho.

La comunicación es una actividad peculiar del género humano, al caracterizarle la sociabilidad en sus relaciones con sus semejantes. Si, de alguna manera, casi todos los seres vivos tienen mecanismos de transmisión de sus sentimientos, especialmente aquéllos que están dotados de órganos adecuados a tal fin, como es el caso de los racionales. Ello nos obliga a aplicar, desarrollar, y estimular, al máximo de sus posibilidades, tales facultades, para lograr, en la mayor medida posible, el mejor grado de convivencia posible, como de satisfacción de las necesidades de nuestros semejantes.

Las demandas colectivas no son las mismas a lo largo del tiempo; éstas evolucionan, según se resuelven, surgiendo otras nuevas, de manera continuada, que, asimismo, habrá que ir atendiendo en función de su prioridad respecto a las demás y de los recursos disponibles.

El conocimiento de las competencias que legalmente tienen atribuidos los Municipios y Provincias determinará, y limitará, sus posibilidades de actuación respecto de la ciudadanía; debiendo, por lo tanto, la comunicación referirse estrictamente a los bienes y servicios en que han de materializarse aquéllas, al objeto de que sean debidamente conocidas por la ciudadanía y pueda ésta demandarlas adecuadamente. Por ello, nos referiremos a continuación al ámbito legal que las contempla.

Las Administraciones Públicas son las que; en primer lugar, y con carácter preferente, han de atender a la satisfacción de las necesidades y demandas colectivas; además de que, asimismo, coadyuven a ellas, otras Instituciones No Lucrativas. Ello se fundamenta en los mandatos legales que regulan sus funciones, competencias y financiación. Así, en los arts. 103°. 1 de la Constitución Española de 1978; 3°.1 de la L. 30/92, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común; y, 6°.1, de la L. 7/85, Reguladora de las Bases del Régimen Local, se les encomienda el servir "con objetividad los intereses generales".

La Administración Local española, tiene que prestar una serie de bienes y servicios a la ciudadanía, según dispone su normativa reguladora. Así, "El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover toda clase de actividades y prestar cuantos servicios públicos contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal", dispone el art. 25°.1 de la Ley 7/85, Reguladora de las Bases del Régimen Local; en cuyo punto 2, se enumeran las "materias" en las que ejercerá competencia el Municipio, "en todo caso", como son, entre otras, "protección civil", "promoción y gestión de viviendas", "protección del medio ambiente", "defensa de usuarios y consumidores", "prestación de servicios sociales", "tratamiento de residuos", "instalaciones culturales y deportivas", etc.

Asimismo, el art. 26° de la citada norma, enumera aquéllos "servicios" que "deberán prestar" todos los Municipios, y en función de que su población respectiva sea superior a 5.000, 20.000 ó 50.000 habitantes.

Las Diputaciones Provinciales por su parte cooperarán "a la efectividad de los servicios municipales, preferentemente de los obligatorios"; como en "la elaboración de Planes territoriales y urbanísticos, redacción de proyectos, dirección de obras e instalaciones, informes técnicos previos al otorgamiento de licencias y gestión tributaria, construcción y conservación de caminos y vías rurales y demás obras y servicios de la competencia municipal", tal como establece el art. 30, en sus apartados 1 y 5, del Decreto Legislativo 781/86, y los arts. 26°.3 y 31°. 2. a) de la L. 7/85. También, y tal como fija el art. 36° de la citada Ley de Bases, las Corporaciones Provinciales tienen como "competencias propias", entre otras, "la asistencia y la cooperación jurídica, económica y técnica a los Municipios", "la prestación de servicios públicos de carácter supramunicipal" y "el fomento y la administración de los intereses peculiares de la provincia".

En cuanto a las "Entidades locales de ámbito inferior territorial al Municipio", reguladas en el art. 45° de la Ley de Bases, tendrán entre otras competencias, al tenor del art. 38° del R. Decreto Legislativo 781/86, por el que se aprueba el texto refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local, la construcción de "fuentes", la "limpieza de calles", como "la ejecución de obras y la prestación de servicios comprendidos en la competencia municipal, y de exclusivo interés de la Entidad, cuando no esté a cargo del respectivo Municipio"

Las comarcas u otras entidades que agrupen varios municipios, las Areas Metropolitanas y las Mancomunidades de Municipios; "gozan, asimismo, de la condición de Entidades locales" tal como establece el art. 3°. 2 de la L. 7/85.

En esta primera aproximación a la comunicación en el ámbito local, nos limitamos a los municipios castellano-leoneses de más de 10.000 habitantes y a las Diputaciones Provinciales de nuestra Comunidad Autónoma, por entender que las competencias, presupuesto y plantilla, hacen más probable la aplicación, y desarrollo, de los mecanismos de comunicación previstos en su legislación específica, y a los cuáles nos referimos. Así, se ha remitido a los Presidentes de dichas Corporaciones Locales un cuestionario de diez preguntas, relativas cada una de ellas a otras tantas disposiciones legales que debieran de observar en materia de comunicación ciudadana. La información que obtengamos de los mismos, una vez cumplimentados y devueltos, nos permitirá detectar la problemática que en la realidad tengan las Administraciones Locales encuestadas, evidenciar experiencias aprovechables y manifestar sugerencias que permitan una óptima observancia de la normativa legal correspondiente.

Si la conciencia individual, y a nivel particular, nos debe impeler a comunicarnos de la manera más eficiente posible con el entorno, especialmente, ello es predicable respecto de las personas, físicas o jurídicas, públicas o privadas, que, por sus competencias y obligaciones respecto a la colectividad, tienen que informarlas adecuadamente de todo aquello que pueda afectarles.

En el ámbito público, todo lo referente a la comunicación adquiere una especial trascendencia; al tener las Administraciones, que lo configuran, como misión fundamental, el servicio a la generalidad de la ciudadanía. Así, para que cumplan, en la mayor medida posible sus fines, adecuada y óptimamente, en el sentido de que solucionen lo más satisfactoriamente posible las aspiraciones ciudadanas; tendrán que informar al público de los bienes y servicios que puedan prestarles, a través de los mensajes, medios y soportes, más idóneos a las posibilidades de recepción de sus destinatarios, y así contribuir a que éstos tengan conocimiento de todas las prestaciones que les puedan ofertar las Instituciones Públicas, lo que les posibilita la utilización de los que precisen.

Además, la comunicación en el Sector Público, como en cualquier otro, debe procurar, y facilitar, el conocimiento de las aspiraciones, deseos y carencias de los colectivos a los que tenga que satisfacer sus necesidades; pues ello contribuirá a la obtención de la información que todo decisor, gestor, y proponente, debe obtener, y disponer, para basar, fundamentadamente, sus decisiones; lo que contribuirá al acierto, en lo que a la adopción de las mismas se refiere; permitiendo, en consecuencia, el máximo grado posible en la solución de la problemática real que tenga planteada la ciudadanía.

Los bienes, servicios e ideas, que prestan los Organismos Públicos los elaboran, realizan y producen, fundamentalmente, sus trabajadores. Consecuentemente, el conocimiento, por parte de la dirección, de todas las circunstancias y características que configuren el respectivo ámbito laboral, es imprescindible para que las competencias correspondientes se desenvuelvan con plena virtualidad. Para ello, es imprescindible, asimismo, la existencia de una comunicación entre la clase rectora y el personal de la Administración Pública en cuestión; y, en ambos sentidos, es decir, de ésta a aquéllos, y viceversa. El comunicar plenamente los objetivos y metas a quiénes han de participar en su consecución, a través de su ejercicio profesional; así como el establecimiento de cauces por los que se reciban las sugerencias del personal; facilitará a su identificación con las finalidades de la Organización Pública a la que sirven, y al adecuado trato de ésta a la problemática de aquéllos; redundando, en resumen, en el mejor aprovechamiento de los recursos públicos y en la óptima prestación de las actividades de naturaleza pública.

Los medios a través de los cuáles se verifica la comunicación por las Entidades locales son múltiples y diversos; siendo similares y, a veces idénticos, a los disponibles y utilizados por el sector privado; lo que debe conllevar una consideración exhaustiva de éstos últimos para aplicar aquéllos que mejor se adecuen a la naturaleza, idiosincrasia y fines de las Corporaciones Locales y de los destinatarios de sus actividades. Además, existen mecanismos de comunicación de especial utilización por las Administraciones Públicas y, más concretamente, por las de ámbito Local, que por estar regulados legalmente han de ser observados imperativamente; siendo éstos, a los que dedicaremos especialmente el presente trabajo.

La comunicación, como una de las subfunciones del marketing que es, abarca las actividades de publicidad, promoción, relaciones públicas y las acciones de quiénes especialmente tienen que divulgar, y conseguir la demanda, de los bienes y servicios

que ofertan Ayuntamientos y Diputaciones Provinciales. Por lo tanto, una primera recomendación que se podría formular a sus responsables es la de que en el organigrama de la respectiva Corporación Local exista una unidad administrativa cuyas competencias sean las relativas al estudio, propuesta y gestión de las tareas que conforman la comunicación; lo que posibilitará la adecuada observancia de los mandatos legales referentes a la misma. Su estructura, personal, dotación presupuestaria, medios materiales y tareas concretas, estarán en función del volumen, y peculiaridades, de los bienes y servicios que configuren las competencias de cada Administración Local, como del importe de sus respectivos Presupuestos Generales. Como en tantos otros aspectos relativos al adecuado funcionamiento de las Corporaciones Locales, no se puede, ni se debe, establecer normas rígidas respecto a su organización y funcionamiento; pues, dada la diversidad de las mismas, únicamente es aconsejable el establecimiento de objetivos generales, de deseable cumplimiento, para todas ellas. En todo caso, la preparación exhaustiva y actualizada del personal adscrito a las tareas de comunicación; como la máxima consideración y apoyo de los políticos y la colaboración de los demás funcionarios; son imprescindibles para que la comunicación sea plena y facilite, por lo tanto, la solución de las demandas ciudadanas y, por ello, el cumplimiento óptimo de las responsabilidades de las Corporaciones locales.

Los métodos para la obtención de datos utilizados en el ámbito privado; como las encuestas, las entrevistas, y la observación directa; y el buzón de sugerencias, la consideración de lo manifestado por los medios de comunicación, las ruedas de prensa, los boletines informativos, el teléfono de atención al "cliente", las visitas y audiencias, etc.; dada la eficacia de los mismos, debieran ser, por lo tanto, objeto de estudio y aplicación, con las subsiguientes adaptaciones y modificaciones, a la Administración Local. Además, el empleo, por ésta, de otras técnicas que configuran el "análisis de mercados", como el telemarketing, es, asimismo aconsejable y necesario, por la virtualidad demostrada en la esfera privada.

Servir más y mejor es, en última instancia, lo que se debe perseguir con cualquier actividad humana y, especialmente, con las de índole público y de interés general. Para lograrlo, es imprescindible conocer, y dar a conocer, exhaustivamente, lo que la ciudadanía necesita, y lo que a ésta se le ofrece por las administraciones locales; siendo necesario, a tal fin, el empleo de todos los mecanismos posibles de comunicación. Además de posibilitar el mayor grado posible de satisfacción colectiva, conlleva, por este motivo, la utilización óptima de los recursos de la colectividad; pues bien, la comunicación debiera poner en evidencia carencias y ofertas, y, subsiguientemente, facilitar la toma de decisiones relativas a la dotación presupuestaria idónea para resolver y divulgar con eficacia, unas y otras.

La elaboración de planes de comunicación por las entidades locales que contemple objetivos, medios, estrategias y análisis de los resultados alcanzados; contribuirá a lograr el más exacto cumplimiento de las competencias, que tenga atribuidas la Corporación local, con "eficacia", tal como se contempla en el art. 6º.1 de la L. 7/85 y art. 3º.1 de la L. 30/92; lo que, asimismo, implica una mayor probabilidad de obtener la máxima rentabilidad económica y social de los recursos implicados; la evidencia inmediata de las desviaciones que puedan originarse respecto a las metas previstas, y la adopción inmediata de las medidas conducentes a la eliminación de tales

anomalías; con lo que se evitarán ineficiencias de todo tipo, y la obtención de información precisa para actualizar permanentemente todos los componentes del plan de comunicación, permitiendo el máximo logro de las metas previstas en él.

Los aspectos más fundamentales de la comunicación de las entidades locales, por así exigírselo la normativa legal vigente, los analizaremos a continuación, en base a las contestaciones facilitadas por aquellas Corporaciones que remitieron el cuestionario precitado, donde dichos aspectos quedaban reflejados.

1º FORMAS DE PARTICIPACION CIUDADANA (Arts. 1º.1, 24º, Cap. IV del Tít. V. de la L. 7/85 y 227 a 236º del R.D. 2.568/86). Reglamento de Organización y Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales.

Los "Reglamentos de Participación Ciudadana" de las Entidades locales regulan las formas de participación. Así, el del Ayuntamiento de Salamanca contempla:

- Las "oficinas municipales de información", "buzones de sugerencias", y "teléfono del ciudadano";
- Estudios de opinión, sectoriales, y puntuales;
- Presencia del movimiento ciudadano en el proceso de descentralización, como en la gestión directa de actividades, tales como los centros cívicos, las culturales y deportivas, etc.;
- Facilitar información el Ayuntamiento sobre sus actuaciones, "transmitir, las asociaciones ciudadanas, al Ayuntamiento información sobre los asuntos de competencia municipal que se susciten en su entorno", "formular propuestas al Ayuntamiento", "consultas del Ayuntamiento a las Asociaciones para que estudien e informen sobre asuntos municipales de su interés";
- Los "Consejos de Barrio o de Zona", estudian y evalúan los problemas de su ámbito territorial, participan en las actividades y actuaciones del Ayuntamiento en el barrio", los "Consejos de Sector", constituirán un cauce preferente para la participación de los vecinos en la planificación y gestión municipal en el ámbito sectorial correspondiente, así como un órgano de asesoramiento y estudio sobre la problemática municipal o sobre el tema de su competencia", formando dichos Consejos, la "Junta Municipal de Participación ciudadana";
- Los representantes de las asociaciones podrán participar en las Comisiones Informativas;
- El orden del día de la Comisión de Gobierno y del Pleno Municipal se enviará a las entidades ciudadanas, cuando se recojan asuntos que les afecten directamente, y para el resto de las asociaciones estarán a su disposición en el "Negociado de Participación Ciudadana", siendo los "asuntos de mayor trascendencia" presentados a las entidades ciudadanas, para asegurar el debate

y participación.

La intervención de los vecinos en las sesiones plenarias del Ayuntamiento está aprobada por el Pleno de 13 de Julio de 1.992; concretamente, en lo que se refiere a la exposición ante el Pleno por las asociaciones, como a la participación del público ante el Pleno, una vez concluida la sesión ordinaria. La consulta informativa será contestada por escrito, sin perjuicio de que pueda dar una respuesta inmediata; y, que tratándose de una propuesta, el Alcalde decidirá la consideración o no del ruego,

- Existe una "Comisión de Control del Seguimiento del Reglamento de Participación Ciudadana", para su íntegro cumplimiento, del que forman parte comisionados del movimiento asociativo; como, también, en la "Comisión de Seguimiento de los Medios de Comunicación Municipales".

## 2º MEDIOS DE INFORMACION A LOS CIUDADANOS (Arts. 105º de la Constitución Española, 18º.1.e), 70º.2, de la L. 7/85, y 229º.2 y 3, R.D. 2.568/86)

El tablón de anuncios y las inserciones en el Boletín Oficial de la Provincia, son las prácticas más habituales de informar las Corporaciones Locales.

La "consulta con las asociaciones ciudadanas en aquéllos asuntos municipales que resulten de interés para éstas" es un cauce de información que prevé el Reglamento de Participación Ciudadana, del Ayto. de Ciudad Rodrigo; mediante la cual el Consistorio mirobrigense podrá recoger información de quiénes suelen estar más motivados por la cosa pública municipal.

Las "ruedas de prensa" una vez terminadas las sesiones de la Corporación Local, como realiza el Ayuntamiento de Segovia, es un mecanismo idóneo para divulgar, matizar, profundizar y hacer comprensibles y, por ello, mejor cumplidos, los acuerdos adoptados.

"Boletines Municipales de Consumo", como los folletos relativos a informar al vecindario sobre la ubicación de las nuevas sedes municipales, editados por la Corporación Municipal de Segovia; los trípticos sobre el "Programa de Desarrollo Agrario", y sobre el cometido de REGTSA, Organismo de Recaudación de la Corporación Provincial de Salamanca, son, asimismo, instrumentos de información sobre materias específicas, o sobre asuntos concretos.

"Puntos de Información" a los cuales pueda recurrir el ciudadano en cualquier hora del día, mediante el uso del teléfono, por disponer de un "servidor vocal", como es el caso de la Diputación de Salamanca; además de estar atendidos por personal, exclusivamente preparado y dedicado a tal cometido, durante el horario de atención al público.

Las revistas periódicas editadas por las Corporaciones Locales, con carácter gratuito, como "La Provincia" de la Diputación salmantina, donde se recojan las actividades desarrolladas, los acuerdos adoptados, los objetivos que se pretendan

alcanzar en el futuro inmediato, etc.; posibilitará, al no implicar ningún coste para su destinatario, el que éste disponga de información directa con la que evaluar el cumplimiento de las competencias de las Entidades locales, ponderando el uso y aplicación de sus contribuciones a la financiación de los cometidos públicos, con lo que se podrá disponer de los elementos de juicio suficientes para fundamentar la elección de la opción política en los comicios locales.

La "Guía de Servicios", como la editada por la Diputación de Salamanca, donde se contemplen, y especifiquen, los que configuran las competencias del Ayuntamiento o Diputación, con indicación de su ubicación, es un medio óptimo para que, en todo momento, el ciudadano tenga una visión global de los cometidos de la Corporación Local, y la ubicación de sus unidades administrativas.

Las "exposiciones" y los "audiovisuales" sobre la actividad local, permiten que los vecinos tengan un impacto de primer orden respecto a lo que los gestores públicos municipales y provinciales hacen por ellos. Hay que tener presente que "una imagen vale más que mil palabras".

### 3º PROCEDIMIENTO DE INFORMACION A OTRAS ADMINISTRACIONES (Art. 55º c, L. 7/85; art. 196º.3, del R.D. 2.568/86)

Las contestaciones de las Corporaciones Locales, que han cumplimentado el cuestionario, manifiestan la estricta observancia de los artículos precitados.

La práctica habitual entre las diferentes Administraciones Públicas de remitirse sus publicaciones, especialmente si tienen un mismo ámbito competencial y pertenecen a idéntica Comunidad Autónoma; y la posibilidad de recabar información, como cualquier ciudadano, lo que implicaría un buen conocimiento recíproco de sus respectivas actuaciones, lo que permitirá la mejora de las propias al aplicar a su ejecución aquellos aspectos de las demás que los ejecutan mejor.

### 4º SISTEMAS DE COMUNICACION INTERNA CON LOS FUNCIONARIOS (Art. 95º de la L. 7/85, y 141º.2 del D.L. 781/86).

La remisión de las actas de los acuerdos Corporativos a las Unidades Administrativas, las Circulares de régimen interno, el acceso al Delegado de personal, y la información de la Entidad local a los Representantes Sindicales, son los sistemas de comunicación interna más utilizados por las Entidades locales comunicantes.

Publicaciones periódicas de carácter interno, donde se expongan todo lo concerniente a las políticas laborales, como a las inquietudes de sus destinatarios; encuestas regulares sobre el estado de opinión de los trabajadores; institucionalización de un horario regular de atención a los funcionarios por parte del Delegado de Personal, de los Representantes Sindicales y de la Unidad administrativa de Régimen interno; el traslado inmediato al empleado público de cuantas resoluciones corporativas y administrativas puedan afectarle, etc., son actuaciones que podrían proponer y acordar

las Corporaciones Locales y cargos sindicales para lograr la máxima armonía laboral y, subsiguientemente, el mejor aprovechamiento posible de los recursos humanos públicos, como la eficacia y eficiencia de la Administración Local.

**5° DISPONIBILIDAD, Y DIVULGACION, DE LA MEMORIA DE LA GESTION CORPORATIVA** (Art. 149° R.D. 2.568/86).

La reseña histórica de la Entidad local; la descripción de las metas que se proponga alcanzar en un inmediato futuro, especialmente en el ejercicio siguiente al que se refiera la Memoria en cuestión; como la relativa a su Hacienda; son los principales aspectos que han de constar en tal documento.

Analizar el pasado más reciente, para sacar enseñanzas que debieran aplicarse para mejorar el ejercicio de las competencias de la Corporación Local en el futuro; la consideración de los objetivos, que posibilitará la disponibilidad, con la antelación suficiente, de las estrategias, tácticas, y medios que los hagan realidad; y, el análisis de su solvencia financiera que, al condicionar la ejecución de sus obligaciones; exigirá, o no, la búsqueda de los recursos monetarios que permitan el pleno cumplimiento de tales deberes; son algunas de las consecuencias que ofrecen.

La divulgación máxima posible de la Memoria entre la ciudadanía le permitirá disponer de datos e información fehaciente sobre la Entidad local; lo que coadyuvará a facilitar su toma de conciencia sobre las posibilidades de actuación de la misma y, correlativamente, el estímulo al exacto cumplimiento de las obligaciones tributarias referentes a las contribuciones que tenga que hacer para financiarlas; como, por último, juzgar el cumplimiento de las metas previstas en ejercicios anteriores; y, en base a todo ello, fundamentar adecuadamente el voto, cuando proceda ejecitarlo.

Por los motivos antedichos, sería aconsejable que dicha memoria la hicieran todas las Entidades locales, con independencia de su población.

La casi totalidad de las Corporaciones Locales, que han enviado el cuestionario, manifiestan no elaborar la Memoria, y que el Ministerio para las Administraciones Públicas no las reclama. Una de ellas indica que existen las de los servicios de Bomberos y Policía; y la que dispone de ella señala que está a disposición de quién lo solicite.

**6° CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA DIVULGAR LOS SERVICIOS QUE PRESTAN; PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS LOCALES, ATRAER EL TURISMO E INVERSIONES, ETC.** (Arts. 25°.1 y 36°.1.d) L. 7/85).

El incremento del bienestar de la colectividad local es, pues, objetivo a lograr por las correspondientes Entidades públicas, lo que dependerá de la disponibilidad de los servicios de interés general que le exige prestar el ordenamiento jurídico, lo que, a su vez conlleva el que su existencia sea conocida de toda la población que los necesite y, subsiguientemente, que los recursos, medios, equipamiento e instalaciones administrados



por las Corporaciones Locales se utilicen al mayor nivel de sus potencialidades, para rentabilizar su empleo, desde el punto de vista social y económico.

El facilitar al ciudadano información completa, actualizada, precisa y comprensible sobre las prestaciones de los Ayuntamientos y Diputaciones Provinciales, es tarea que las Administraciones Locales deben realizar para satisfacer plenamente las necesidades públicas.

Las Entidades locales también pueden, y deben, contribuir a la mejora de los comportamientos sociales, con el objeto de lograr una mejor convivencia y respeto a lo que es de todos. En este sentido, la Corporación Provincial de Salamanca realiza campañas publicitarias referentes a la conservación del medio ambiente, al trato de los residentes a los visitantes, etc.

El estímulo a la iniciativa privada; al contribuir, con sus actividades, a través de las inversiones y de los bienes y servicios que ofertan a los consumidores y usuarios; al bienestar del vecindario; por el empleo que genera; las rentas que origina; por el pago de tributos que implica, etc.; debe ser objeto de consideración de los responsables públicos locales.

El turismo es, quizá, la industria más considerada por las Corporaciones Locales. Los Ayuntamientos y Diputaciones de Salamanca y Segovia, han constituido Patronatos Provinciales de Turismo, con el fin de estimularlo, principalmente mediante la divulgación de las peculiaridades y atractivos naturales, artísticos, culturales, gastronómicos, etc, de cada ámbito territorial, a través de todos los medios publicitarios.

En relación con este aspecto último cabría destacar la campaña publicitaria, materializada en folletos, en prensa, en radio y en televisión, que la Corporación Provincial salmantina lleva a cabo para atraer el turismo y las inversiones, entre otros fines, y que está enmarcada en el Plan de Acción para el Desarrollo de las Potencialidades de Salamanca.

7º FERIAS Y CERTAMENES QUE ORGANIZA, O A LOS QUE CONCURRE, LA ENTIDAD LOCAL, A LOS FINES INDICADOS EN EL APARTADO PRECEDENTE.  
(Art. 25º.2 g), L. 7/85).

En el Salón Internacional de la Agricultura de París, participa la Diputación de Salamanca, con un stand donde se promocionan los productos con denominación de origen "Lenteja de la Armuña", "Jamón de Guijuelo" y "Carne de Morucha", el turismo, especialmente la exposición LAS EDADES DEL HOMBRE, EL CONTRAPUNTO Y LA MORADA.

En la Feria Monográfica Agropecuaria de Castilla y León están representadas las Diputaciones Provinciales de la Comunidad Autónoma. Su organización compete a la Institución Ferial de Salamanca; integrada por la Diputación, Ayuntamiento de la capital, las Cámaras de Comercio y Agraria, Caja Salamanca y Soria, y CONFAES.

En las Ferias de Muestras de varias ciudades portuguesas, como Gouveia, Guarda, Covilha, Aveiro y Viseu, como en la Feria Comarcal de Muestras de Ciudad Rodrigo, interviene el Ayuntamiento mirobrigense.

En "Expo vacaciones", concurre el Ayuntamiento de Segovia.

En RODATUR, interviene la Diputación de Segovia.

F.I.T.U.R. como las Ferias del Libro, suelen contar con la presencia de las Corporaciones locales respectivas.

Es altamente positivo el ver cómo las autoridades municipales y provinciales tratan de que las Corporaciones Locales estén presentes en aquellos eventos que favorezcan la economía de su ámbito territorial. El elevado número de personas que suelen concurrir a los mismos, y los contactos que se suelen establecer con destacados agentes económicos, facilitan la divulgación de las peculiaridades de los respectivos ámbitos territoriales y la afluencia del turismo y de las inversiones hacia ellos.

La creación de instituciones feriales, patronatos de turismo, etc.; integrados por las Entidades locales y las Corporaciones representativas de los intereses económicos y sociales; es conveniente para dotar a las actividades promocionales de la coherencia, continuidad, y eficacia, que las hagan rentables desde el punto de vista social y económico. La corresponsabilidad, como la profesionalidad de las citadas Corporaciones, hacen aconsejable la elaboración de convenios entre ellas, a los fines precitados; pues nadie mejor que los propios profesionales de la economía para diseñar, con la mayor precisión posible y la mayor probabilidad de acierto, las tareas encaminadas a provocar el desarrollo; con independencia de que las Administraciones Públicas hayan de arbitrar cuantos medios contribuyan a su estímulo como puedan ser la implantación de infraestructuras, elaboración de estudios socioeconómicos, otorgamientos de subvenciones para asistir a certámenes feriales, o siendo miembro de Consorcios o Entes constituidos para aquellos fines.

#### 8 PERIODICIDAD. N PAGINAS, N DE EJEMPLARES DEL BOLETIN DE INFORMACION. (Arts. 197 y 229.3.a) del R.D. 2.568/86).

La "Edición, con una periodicidad mínima trimestral, de un Boletín informativo de la Entidad" es una posibilidad que tienen las Entidades locales, "además de la exposición en el tablón de anuncios", según el art. 229. 3.a), del R. Decreto epigrafiado; al efecto de lo previsto en su punto 2 relativo a que "la Corporación dar publicidad resumida del contenido de las sesiones plenarias y de todos los acuerdos del Pleno y de la Comisión de Gobierno, así como de las Resoluciones del Alcalde y las que por su delegación dicten los Delegados".

"La Provincia", ya citada en el punto 2, es una revista de la Diputación de Salamanca que lleva publicados cuatro números, sin periodicidad fija, y que suele hacer una brevísima referencia al enunciado de algunos Acuerdos Corporativos.

"Línea Informativa" es la revista de la Diputación de Segovia, con periodicidad bimensual, de 24 páginas y 1.500 ejemplares de tirada.

El Boletín Informativo de la Entidad local cuyo contenido sea fedatario de las actividades de la Corporación, y de los planes que se pretendan acometer, en forma clara, comprensible y concisa; que recoja los pareceres de la ciudadanía sobre temas de la competencia municipal o provincial, y las opiniones de los técnicos y expertos en Administración Local; contribuirá a un mayor nivel de conocimiento general de la problemática local, lo que favorecerá la concienciación de los administrados, el debate de los diferentes puntos de vista que puedan surgir en relación con la resolución de una determinada problemática, y por ello, el incremento del abanico de sus posibles soluciones, lo que facilitará la toma de decisión óptima.

Para no gravar las arcas de los Ayuntamientos y Diputaciones, se podría insertar anuncios comerciales en dicho Boletín, de forma que, pudiendo autofinanciarse, su adquisición fuese gratuita; lo que exigirá, asimismo, un estricto control de costes, evitando impresiones lujosas que en nada favorecen a la imagen que deben dar las Corporaciones Locales de rigor, austeridad y seriedad en el empleo de los recursos públicos.

#### 9º CARACTERISTICAS, FUNCIONES Y Nº CONSULTAS DE LA OFICINA DE INFORMACION. (Art. 230º del R.D. 2.568/86).

La Diputación de Salamanca dispone de una Oficina de Información, atendida por tres funcionarios desde las 8 a las 15 horas; y por un "servidor vocal", todo el día, mediante la oportuna llamada telefónica.

Oficinas de Información sobre ámbitos de actuación específicos, como pueden ser la Juventud y la Participación Ciudadana, existen en el Ayuntamiento de Segovia; y al Consumidor y al Ciudadano, en Ciudad Rodrigo.

La oficina del Registro General también suele realizar tareas de información al ciudadano; como manifiestan los Ayuntamientos de Salamanca y Segovia.

Una sociedad cada vez más formada y, por ello, más consciente de sus derechos y obligaciones públicas, reclama abundante, actualizada y completa información sobre la "cosa pública", especialmente de la relativa al ámbito más cercano de su existir, como es el local. Por lo tanto, es obligación principalísima de los poderes públicos el arbitrar las instalaciones y los medios que faciliten, en la mayor medida posible, la obtención de información municipal y provincial a cualquier habitante que la demande; y también, el promocionar, el dar a conocer la existencia de los servicios locales dedicados a informar a la ciudadanía, para que ésta los utilice en la mayor medida posible, favoreciendo su nivel de conocimiento sobre la gestión de la Administración local respectiva.

Asimismo, sería de desear que las Oficinas de Información también recogieran cualquier aspiración, demanda, queja o reclamación ciudadana, de la manera más

sencilla y cómoda para el vecino, para que éste se estimule a formularlas y, subsiguientemente, los responsables públicos tengan la más completa información sobre las carencias colectivas, lo que permitirá su óptima solución. La existencia de un teléfono donde manifestarlas, de impresos normalizados y de fácil cumplimiento, la recepción personal y rápida del administrado, etc., son algunas de las posibilidades que contribuirían al fin antedicho.

### 10º ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LOS REGLAMENTOS DE PROTOCOLO Y DE HONORES Y DISTINCIONES (Arts. 41º.1, 61º.1 y 191º del R.D. 2.568/86)

La Diputación de Salamanca cuenta con un Reglamento de Honores y Distinciones, aprobado en el año 1.946, y donde se prevén la concesión de la medalla provincial, en su categoría de oro, plata y bronce, en función de las circunstancias concurrentes en cada supuesto. Tiene seis puntos, siendo muy conciso, y plenamente aplicable, sin modificación de ningún tipo.

El Ayuntamiento de Salamanca dispone de un "Reglamento para la concesión de Distinciones Honoríficas", con 36 artículos y una Disposición Transitoria, de mayo de 1.964; siendo la Medalla de Honor y la Medalla al Mérito Municipal de 1ª, 2ª y 3ª clase, algunas de ellas. La "Comisión de Honores y Recompensas" informa la propuesta del Juez instructor, elevándola a la Alcaldía-Presidencia, si es favorable; El "Libro Registro de Distinciones Honoríficas", en el que se consignent las circunstancias personales de los favorecidos con alguna de las distinciones honoríficas; y las especiales consideraciones que pueden concurrir en el otorgamiento a "personalidades extranjeras"; son, asimismo, algunos de los aspectos más destacados del Reglamento aludido.

El Ayuntamiento de Ciudad Rodrigo tiene un "Reglamento Especial para concesión de Honores y Distinciones", de 44 artículos, en vigor desde Mayo de 1.965; del cuál destacaríamos la consideración, entre los servicios extraordinarios, de los prestados por funcionarios municipales; y, la Vecindad Honorífica Turística.

La Diputación Provincial de Segovia, en su "Reglamento de Honores y Distinciones", de 20 artículos, y fechado en febrero de 1.976, contempla, entre los nombramientos que puede conferir, el de "Empresa Modelo de Promoción Provincial".

El Ayuntamiento de Segovia contempla en los 56 artículos de su "Reglamento de Protocolo, Honores y Distinciones", las características del Escudo y Pendón de la Ciudad, los distintivos de los Concejales y Alcalde, el Libro de Oro, la Llave simbólica de la ciudad y los Visitantes distinguidos, entre sus materias más destacadas.

El Reglamento de Protocolo y el de Honores y Distinciones debieran existir en todas las Diputaciones Provinciales y, al menos, en aquellos Municipios que, por su población, trascendencia cultural, artística, histórica, económica, etc.; los hagan aconsejables por el volumen, importancia y trascendencia de sus actividades de representación, como pueden ser las visitas institucionales que reciban, o realicen, los actos institucionales y públicos que organicen, etc. Asimismo, es necesaria la actualización de algunos aspectos de aquéllos aprobados con anterioridad a la entrada

en vigor de la Constitución Española de 1.978; pues, aluden a disposiciones legales derogadas, a aspectos procedimentales obsoletos, o a Organismos inexistentes en la actualidad.

La "imagen" de la Corporación Local se pone en evidencia con ocasión, principalmente, de cualquier actuación en la que participen gentes y organismos exteriores a la misma; requiriendo, para que sea óptima, la existencia en su organigrama de la unidad administrativa responsable de la preparación, organización, y ejecución de dichas tareas, cuyos integrantes habrán de tener el respeto y consideración de todos los cargos corporativos; la competencia y profesionalidad que requiere tan delicados cometidos; y, los medios precisos para acometerlos; todo lo cuál es imprescindible que concorra, simultáneamente, para lograr el éxito de tales responsabilidades de las Corporaciones Locales, y de los funcionarios que las realizan, como la estima y ponderación de quiénes, ajenos a la Corporación, concurren a los actos programados por ella.

"La asistencia y la cooperación jurídica y técnica a los Municipios, especialmente a los de menor capacidad económica y de gestión" que le compete a las Diputaciones Provinciales, en virtud de lo previsto en los arts. 36°.1.b) de la L. 7/85 y en el 30°.6.b), del D.L. 781/86; hacen conveniente que se extienda a los cometidos del protocolo; pues, cualquier Ayuntamiento precisa organizar adecuadamente los actos que hayan de celebrarse con ocasión de especiales acontecimientos municipales, que suelen conllevar la visita de Autoridades, representantes de los Poderes Públicos y de las Instituciones; necesitando disponer de los medios pertinentes en tales casos; pudiendo carecer, por el carácter excepcional de tales eventos, de la información y de los recursos pertinentes a tales cometidos.

## CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

1. Que en el organigrama de la respectiva Corporación Local exista una Delegación, como la correspondiente unidad administrativa, cuyas competencias sean las relativas al estudio, propuesta y gestión de las tareas que conforman la comunicación.
2. Aplicación por las Entidades locales de las técnicas de comunicación contempladas en el marketing público.
3. Observancia por las Corporaciones Locales de otras experiencias de comunicación, que permitan la mejora de la propia.
4. Elaboración de un Plan de Comunicación que recoja objetivos, medios, estrategias y análisis de resultados.
5. Dotarse las Entidades Locales, que no los posean, de "Reglamentos de Participación Ciudadana", o bien que el "Reglamento Orgánico" de la Corporación Local contenga un Título dedicado a la información e intervención vecinal, como sucede en el Ayuntamiento de Segovia; desarrollando y aplicando todas sus previsiones y potencialidades, como las correspondientes formas de intervención.

6. Respuesta de la Corporación Local a todas las reclamaciones o quejas ciudadanas, siempre que sean lógicas y fundamentadas; siendo conveniente la disponibilidad de medios fáciles, rápidos y eficaces de expresarlas, como son los "telefonos del ciudadano" y el "buzón de sugerencias"; y también, a través del "despacho" con cargos electos y funcionarios.

7. La iniciativa ciudadana, como cualesquiera otras formas de participación deben estimularse por los poderes públicos para que los administrados tengan la motivación suficiente para el cumplimiento riguroso de sus deberes cívicos y un conocimiento exhaustivo de la cosa pública local.

8. Las "ruedas de prensa" es un mecanismo idóneo para divulgar, matizar, profundizar y hacer comprensibles los acuerdos Corporativos adoptados; como las "consultas" a las asociaciones de vecinos, al ser sus responsables personas concienciadas de la problemática local y con predicamento entre sus convecinos.

9. "Puntos de Información" con "servidores vocales"; "Boletines de Información"; "Guía de servicios"; "exposiciones" y "audiovisuales"; son instrumentos de los que debieran disponer las Corporaciones Locales para facilitar el conocimiento a la ciudadanía de sus respectivos quehaceres, al ser cómodos, rápidos, sencillos, completos y atractivos, respectivamente.

10. Publicaciones periódicas de carácter interno; encuestas periódicas sobre el estado de opinión de los trabajadores; institucionalización de un horario regular de atención a los funcionarios por parte del Delegado de Personal, de los Representantes Sindicales y de la Unidad administrativa; el traslado inmediato al empleado público de cuantas resoluciones corporativas y administrativas puedan afectarle, etc., permitirán una mejor comunicación interna de las Entidades locales.

11. Redacción de la Memoria de la gestión corporativa, tal como exige la norma legal correspondiente para que ésta sea conocida por el vecindario; siendo aconsejable que la hicieran todas las Entidades locales, con independencia de su población.

12. Promoción de la disponibilidad e idoneidad de todo tipo de recursos y ventajas competitivas de Municipio y Provincias, para que los capitales foráneos se instalen en esos ámbitos territoriales, con lo que se generará riqueza para todos; es una tarea que debieran abordar conjuntamente los agentes sociales y económicos, y por lo tanto los responsables de Ayuntamientos y Diputaciones; a través de Instituciones FERIALES, Patronatos, etc.

13. Publicar un Boletín Informativo de la Entidad local cuyo contenido sea fedatario de las actividades de la Corporación, como de los planes que se pretendan acometer, en forma clara, comprensible y concisa; que recoja los pareceres de la ciudadanía sobre temas de la competencia municipal o provincial, y las opiniones de los técnicos y expertos en Administración Local.

14. Arbitrar las instalaciones y los medios que faciliten, en la mayor medida posible, la obtención de información municipal y provincial a cualquier habitante que la demande;

como, también, el promocionar, el dar a conocer la existencia de los servicios locales dedicados a informar a la ciudadanía, para que ésta los utilice en la mayor medida posible

15. El Reglamento de Protocolo y el de Honores y Distinciones debieran existir en todas las Diputaciones Provinciales y, al menos, en aquellos Municipios que, por su población, trascendencia cultural, artística, histórica, económica, etc.; hagan aconsejable su existencia. Asimismo, es necesaria la actualización de algunos aspectos de aquéllos aprobados con anterioridad a la entrada en vigor de la Constitución Española de 1.978.

16. Una unidad administrativa de "Protocolo y Relaciones Institucionales", asimismo, debiera formar parte del organigrama de las Corporaciones Locales aludidas en el punto anterior; teniendo las de las Diputaciones Provinciales competencias asesoras, en tales materias, para los pequeños Municipios.

### BIBLIOGRAFIA

BARDOUT, J; Communiquer les Solidarites, Uniopss, Paris, págs. 9 a 53.

BLACK, S; Relaciones Públicas. Esade, Barcelona, 1.991; pág. 191 a 198.

DI SCIULLO, J; Marketing et Communication des Associations, París, 1.988; págs. 71 a 177.

CARRASCO BELINCHON, J; Manual de Organización y Métodos. 4 Relaciones Públicas, 1.977, págs. 133 a 135, y 387 a 455.

HERGEL, L. y ROMAGNI, P; Le Marketing Public; 1.990; págs. 75 a 84.

KOTLER, P Y ANDREASEN, A. Strategic Marketing For Non Profit Organizations. Prentice Hall, New Jersey, 1.991; págs. 505 y 568.

SANTESMASES, M. Marketing: Conceptos y Estrategias. Pirámide. Madrid, 1.992; págs. 623 y 783.

SILVANO SPINETTI, G.; Las Relaciones Públicas en la Administración, Escuela Nacional de Administración Pública, 1.968; págs.

WALSH, K.; Marketing in Local Government, Longman, Essex, 1.993, págs. 57 y 58.