



Comunicación municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática en el municipio de Elche, durante las legislaturas 1995-1999, 1999-2003 y 2003-2007

Conchi Campillo Alhama
Universidad de Alicante

Since the institution of democratic city halls in 1979 and up to the present term of office, the communications structures and processes meant to inform the citizenry through the media have suffered a radical transformation, as reflected by the different municipal communications models. This article analyzes the recurrence of local management topics in the city of Elche's media from a longitudinal and organizational economy perspective. To do this we gathered a sample of 2,804 news items that appeared in the local press during the 1995-99, 1999-03 and 2003-07 office terms. By means of content analysis, this exploratory study verifies the existence of municipal topics that recur from one period to the next, that the media treatment of particular themes shows highly significant coincidences and that the hierarchy of individual deponents is related to the treatment of a news item. The strategic planning of news policies, as well as the mediation by municipal communications structures are shown to stand as the fundamental premises towards achieving the local government's established goals in each term of office.

KEY WORDS: communications, municipal, methodology, schedule, thematization, relation, media.

PALABRAS CLAVE: comunicación, municipal, metodología, agenda, tematización, relación, medios.

Los ayuntamientos constituyen el eje básico de referencia cuando nos aproximamos a la gestión local, ya que todo aquello que se relaciona con la dinámica municipal tiende a ser asociado sistemáticamente con el ente político-administrativo (Ballesteros, 2006).

Alaminos (1995), Ibáñez (1995) o la propia Federación Española de Municipios y Provincias (2006) han constatado, a través de sus estudios, que el interés que despierta el ente municipal entre los ciudadanos por la proximidad de su ges-

tión y la inmediatez de sus decisiones es mucho mayor que el que se manifiesta respecto a otras instituciones de gobierno. Así, se observa en el colectivo imaginario, como tendencia generalizada, una atribución manifiesta al ayuntamiento de todas aquellas actividades que están vinculadas o, en cierta medida, son próximas a la vida local; incluso, en aquellas situaciones en las que las competencias o actuaciones que se efectúan están repartidas o divididas entre varios organismos administrativos y políticos.

A través de diversos procesos comunicativos y relacionales, las administraciones municipales se dirigen a la ciudadanía para transmitir todo tipo de mensajes relacionados con su gestión; son procesos que se justifican desde la premisa fundamental de que el ciudadano, como epicentro de la acción de gobierno local, debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de ciudadano-administrado¹ (Galán, 2000: 25-40).

En este sentido, la comunicación pública en el contexto municipal se erige como una poderosa herramienta en manos de los equipos de gobierno que permite explicar, justificar y, en consecuencia, legitimar las decisiones políticas asumidas en cada periodo legislativo.

La comunicación pública de proximidad

En los ayuntamientos se ha producido, a lo largo de los últimos treinta años, una transformación tan radical en su desarrollo competencial y en el ejercicio de la función pública, que esta circunstancia ha afectado a las organizaciones locales no sólo en el aspecto funcional, sino también estructural (Ballart y Ramió, 2000: 318). Así, en el momento actual, el antiguo modelo clásico-burocrático, basado en procesos de comunicación unidireccional, ha sido sustituido por modelos de gestión mucho más relacionales y participativos.

La comunicación de los entes locales ya no se asume, exclusivamente, como una comunicación sobre servicios públicos, sino desde una perspectiva global de comunicación organizacional a través de la cual se implementa en el colectivo imaginario una marca de ciudad con valores propios, tal y como apunta Puig (2003).

En este sentido, y desde la perspectiva neopública² de gestión administrativa municipal (Ramíó, 1999c; Olías de Lima, 2000), las estrategias comunicativas se orientan hacia la identificación de los ciudadanos con un proyecto de ciudad compartido, de forma que éstos se implican en el diseño y desarrollo de diferentes líneas de actuación, proyectos e iniciativas, y cooperan con los ayuntamientos, de manera activa, en la consecución de las políticas públicas. Esta evolución de la cultura organizativa en las estructuras municipales ha tenido una incidencia muy directa en la incorporación de unidades de gestión administrativa, cuya función es implementar estrategias de comunicación pública dirigidas a los ciudadanos, a partir de los objetivos establecidos por el equipo de gobierno.



A pesar de que las relaciones con los medios de comunicación siguen siendo consideradas el rol esencial a desarrollar por parte de la dirección de comunicación municipal (Castillo y Almansa, 2001: 383-392; Almansa, 2004: 5-21; 2005: 117-132), podemos observar cómo dicha función, anclada en los orígenes de los gabinetes, ni es la única ni puede desarrollarse, en el contexto actual, sin el respaldo de otras actividades enfocadas a cubrir las necesidades específicas de la interacción comunicativa-relacional entre administración y administrados: *la publicidad institucional y las relaciones institucionales* se incorporan así a la estrategia municipal. Por tanto, la función comunicacional se ha ido ampliando hasta llegar a configurar estructuras complejas y diversas que presentan, a su vez, profundas dependencias, interrelaciones y sinergias.

En los contextos democráticos, una de las principales obligaciones de cualquier gobierno es informar a los ciudadanos de aquellas decisiones o acuerdos alcanzados en la gestión político-administrativa que les influyen o pueden afectarles; pero además, es necesario explicar y justificar a la ciudadanía el porqué de tales actuaciones así como la planificación del gasto público. En consecuencia, podemos afirmar que, dentro de la estrategia de comunicación externa de cualquier organización pública, la función de mayor incidencia por su repercusión es, tal y como ya ha sido apuntado por diversos autores, la gestión de las relaciones informativas; entendiendo como tales: “las actuaciones periodísticas encaminadas a seleccionar material propio para su suministro a los medios de comunicación y responder a las peticiones informativas internas y externas de la organización” (Ruiz Vivo, 2003: 39).

Por tanto, para cualquier ayuntamiento, mantener una relación equilibrada con los aparatos mediáticos locales supone gestionar a través de ellos una imagen pública en consonancia con su estrategia comunicativa global. Para ello, la dirección de comunicación, a través de la unidad administrativa que asume las relaciones informativas, desarrolla funciones estandarizadas como el seguimiento y la documentación informativa, el análisis estratégico de los temas municipales y la mediación profesional, tal y como apunta Piñuel (1997). A través de ellas se canalizan las informaciones interesadas de la organización municipal hacia los medios y se atienden sus demandas informativas.

Metodología

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis longitudinal³ y de economía organizativa⁴ en el municipio de Elche, desde la orientación de la gestión de las relaciones informativas, como aquella variable que, según los responsables de las administraciones públicas, presenta, por su complejidad, periodicidad, visibilidad y repercusión hacia la organización municipal, un mayor peso específico dentro de la gestión comunicativa.

Se presenta un estudio exploratorio utilizando como técnica cuantitativa el análisis de contenido, con la intención de reflejar, durante las últimas tres legis-



laturas, la recurrencia y la naturaleza del tratamiento informativo que presentan los temas o asuntos principales que se han manifestado en la agenda mediática durante doce años de gestión, así como la jerarquía personal del declarante individual que aparece en las noticias. Para ello, identificamos, como unidades de contexto, un número determinado de ejemplares de la edición local del diario de prensa *Información*, que serán utilizados para establecer el universo o corpus de noticias, de entre las cuales seleccionaremos una muestra, suficientemente representativa, que garantice el análisis de los datos de forma fiable.

Unidades de contexto y selección de la muestra

Si partimos del número total de periódicos durante los 12 años correspondientes a las tres legislaturas a analizar, inicialmente nos encontraríamos con un total de 4.380 periódicos que representan a las diferentes unidades de contexto.

Tras una exploración previa del archivo documental del gabinete de prensa del Ayuntamiento de Elche, observamos que la media de hechos informativos municipales que se traducen diariamente en noticias es de 5. Nos encontramos, por tanto, ante 21.900 noticias que representan un universo finito. Según criterios de inferencia probabilística, se aplica un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error del 2%; aplicando la fórmula estadística correspondiente, se obtiene la muestra mínima representativa, necesaria para realizar un análisis de contenido sobre tematización municipal, que resulta ser de 2.243 noticias. Si dividimos la muestra resultante entre 5 noticias por ejemplar, obtenemos un total de 448 periódicos como unidades de contexto.

Realizamos una afijación o distribución muestral estratificada y sistemática por legislaturas, años y semanas, partiendo del número total de ejemplares derivado de la muestra (448), y los distribuimos por años; obtenemos así un total de 37 ejemplares que deberían ser analizados por cada uno de los 12 años que forman las tres legislaturas. Como cada año está formado por 52 semanas, consideramos que, en aras de establecer una estratificación absolutamente proporcional, resulta más conveniente analizar una unidad de contexto por cada una de las 52 semanas en cada año de las tres legislaturas; a pesar de que esta decisión suponga superar la muestra representativa inicial de 2.243 noticias. Por tanto, ampliamos las unidades de contexto a 624 (12 años x 52 semanas) y la muestra a 2.804 noticias.

Diseño de la investigación

Hemos identificado los principales temas de gestión que han aparecido en la agenda temática del municipio, se han establecido los valores a asignar para la variable naturaleza informativa y la jerarquía de los principales declarantes individuales que aparecen como emisores en las noticias, tal y como se muestra en las tablas siguientes.

Tabla 1. Variable tema municipal

Código	Valor/Descripción ⁵
APE	APERTURAS
ASE	ASESORÍA JURÍDICA
BIE	BIENESTAR SOCIAL
CNS	CONSUMO
CON	CONTRATACIÓN
COO	COOPERACIÓN AL DESARROLLO
CUL	CULTURA
DEP	DEPORTE
EDU	EDUCACIÓN
FIE	FIESTAS
FOM	FOMENTO
FUT	FUTURELX (plan estratégico)
HAC	HACIENDA
JUV	JUVENTUD
MED	MEDIO AMBIENTE
OMA	OFICINA MUNICIPAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
PAR	PARTIDOS POLÍTICOS
PED	PEDANÍAS
REI	RELACIONES INSTITUCIONALES
REX	RELACIONES EXTERNAS
RRH	RR.HH., ORGANIZACIÓN, CALIDAD
SAM	SANIDAD MUNICIPAL
SEG	SEGURIDAD CIUDADANA
SER	SERVICIOS Y MANTENIMIENTO
TRA	TRÁFICO
TUR	TURISMO
URB	URBANISMO

Tabla 2. Variable naturaleza de la información

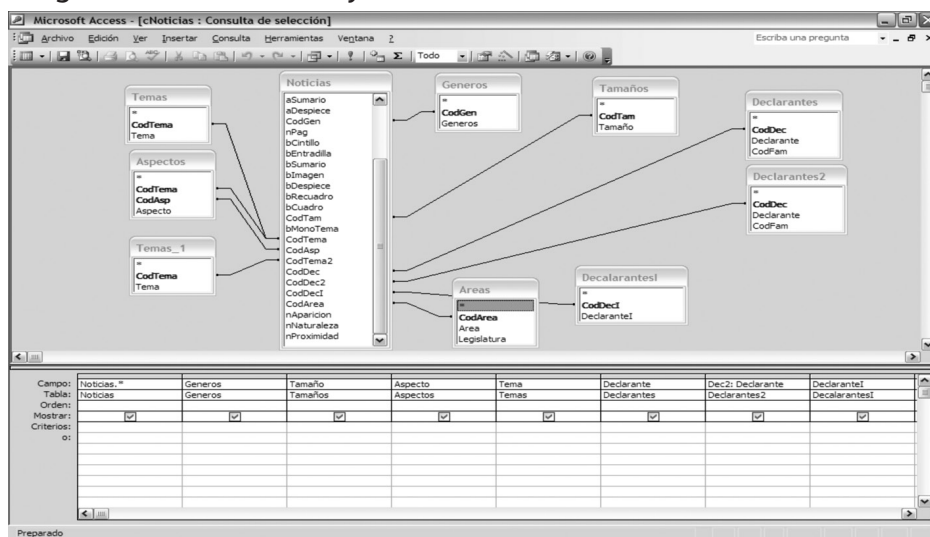
Código	Valor/Descripción ⁶
1	NEGATIVA (-)
2	AMBIVALENTE (+-)
3	NEUTRA (0)
4	POSITIVA (+)

Tabla 3. Variable declarante individual

Código	Valor/Descripción
1	ALCALDE-PRESIDENTE
2	PORTAVOZ EQUIPO DE GOBIERNO (PSOE)
3	CONCEJAL

A partir de los valores asignados, diseñamos una base de datos con Access 2000, una tabla relacional que vincula, entre otras, las tres variables a analizar y un formulario que permite introducir los códigos que representan los valores de cada variable.

Imagen 1: Tabla relacional y consulta de selección



La base de datos utilizada como herramienta metodológica ha sido suficientemente validada a través de su aplicación en una muestra inicial de noticias de la legislatura 1995-1999, que representaba el 5% de las unidades de contexto.

Desarrollo

Si observamos la tabla siguiente, podemos constatar que determinados temas representan los porcentajes más destacados sobre todo el periodo analizado: son asuntos que aparecen de manera recurrente a lo largo de cada una de las tres legislaturas abordadas.



Distribución de temas municipales. Legislaturas (1995-1999) (1999-2003) y (2003-2007)

De manera conjunta en las tres legislaturas, *urbanismo* es el tema municipal que adquiere una mayor presencia en las noticias analizadas, seguido de *seguridad ciudadana*, *relaciones externas*, *cultura*, *medio ambiente*, *servicios y mantenimiento*.

se exponen a continuación mucha agilidad al proceso de codificación. Legislatura

TEMAS		1ª	2ª	3ª	TOTAL
APERTURAS	Valor	12	16	4	32
	Porcentaje	0,9%	2,0%	0,6%	1,1%
ASESORÍA JURÍDICA	Valor	11	1		12
	Porcentaje	0,9%	0,1%	0,0%	0,4%
BIENESTAR SOCIAL	Valor	30	27	10	67
	Porcentaje	2,3%	3,4%	1,4%	2,4%
CONSUMO	Valor		1	4	5
	Porcentaje	0,0%	0,1%	0,6%	0,2%
CONTRATACIÓN	Valor	17	16	9	42
	Porcentaje	1,3%	2,0%	1,2%	1,5%
COOPERACIÓN AL DESARROLLO	Valor	10	7	2	19
	Porcentaje	0,8%	0,9%	0,3%	0,7
CULTURA	Valor	83	61	41	185
	Porcentaje	6,5%	7,6%	5,7%	6,6%
DEPORTE	Valor	13	9	8	30
	Porcentaje	1,0%	1,1%	1,1%	1,1%
EDUCACIÓN	Valor	60	47	16	123
	Porcentaje	4,7%	5,8%	2,2%	4,4%
FIESTAS	Valor	53	24	21	98
	Porcentaje	4,1%	3,0%	2,9%	3,5%
FOMENTO	Valor	55	42	38	135
	Porcentaje	4,3%	5,2%	5,2%	4,8%
FUTURELX	Valor	6	5	1	12
	Porcentaje	0,5%	0,6%	0,1%	0,4%
HACIENDA	Valor	54	22	16	92
	Porcentaje	4,2%	2,7%	2,2%	3,3%
JUVENTUD	Valor	21	14	20	55
	Porcentaje	1,6%	1,7%	2,8%	2,0%
MEDIO AMBIENTE	Valor	89	61	27	177
	Porcentaje	7,0%	7,6%	3,7%	6,3%

OMAC	Valor	3		3	6
	Porcentaje	0,2%	0,0%	0,4%	0,2%
PARTIDOS POLÍTICOS	Valor	46	48	28	122
	Porcentaje	3,6%	6,0%	3,9%	4,3%
PEDANÍAS	Valor	8	17	20	45
	Porcentaje	0,6%	2,1%	2,8%	1,6%
RR. EXTERNAS	Valor	185	28	58	271
	Porcentaje	14,5%	3,5%	8,0%	9,7%
RR. INSTITUCIONALES	Valor	49	21	38	108
	Porcentaje	3,8%	2,6%	5,2%	3,8%
RR.HH., ORG., CALIDAD	Valor	62	31	20	113
	Porcentaje	4,9%	3,9%	2,8%	4,0%
SANIDAD MUNICIPAL	Valor	10	16	1	27
	Porcentaje	0,8%	2,0%	0,1%	1,0%
SEGURIDAD CIUDADANA	Valor	107	70	103	280
	Porcentaje	8,4%	8,7%	14,2%	10,0%
SERVICIOS Y MANTENIMIENTO	Valor	70	52	53	175
	Porcentaje	5,5%	6,5%	7,3%	6,2%
TRÁFICO	Valor	35	20	27	82
	Porcentaje	2,7%	2,5%	3,7%	2,9%
TURISMO	Valor	19	10	20	49
	Porcentaje	1,5%	1,2%	2,8%	1,7%
URBANISMO	Valor	170	137	135	442
	Porcentaje	13,3%	17,0%	18,6%	15,7%
TOTAL	Valor	1.278	803	723	2.804

Así, en la primera legislatura, irrumpen los temas relacionados con las *relaciones externas* (14,5%), establecidas por la institución municipal para desarrollar, en colaboración con otras instituciones, administraciones públicas, entidades y asociaciones ciudadanas, diversos programas, planes de actuación e iniciativas de interés general;⁷ le siguen *urbanismo* (13,3%), *seguridad ciudadana* (8,4%) y *medio ambiente* (7,0%).

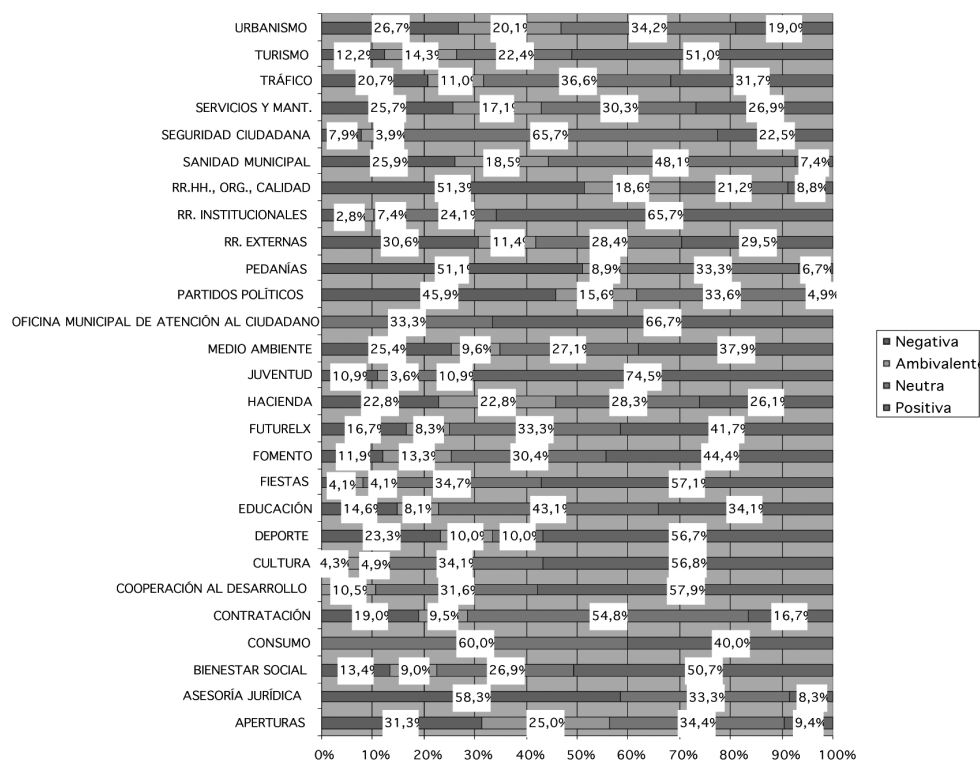
Durante la segunda legislatura, ya consolidada la mayoría absoluta del equipo de gobierno socialista, destacan los temas de *urbanismo* (17,0%) que crece progresivamente desde la 1ª hasta la 3ª legislatura. *Seguridad ciudadana* (8,7%), *medio ambiente* (7,6%) y *cultura* (7,6%) se presentan también como temas relevantes.

En la tercera, seguimos asistiendo a un despegue notable, con un 18,6% sobre el resto de temas, de la información relacionada con la gestión urbanística: ésta se centra en infracciones, programas y la gestión del desarrollo urbano e infraestructuras, entre otros asuntos. Le siguen *seguridad ciudadana* (14,2%) y *relaciones externas* (8,0%), e irrumpe, en este periodo, *servicios, mantenimiento de la vía y espacios públicos* (7,3%).

En consecuencia, podemos observar cómo se producen importantes cambios en la gestión municipal de una legislatura a otra: es muy notable el descenso experimentado por los temas medioambientales, cayendo en casi un 50% la producción de noticias relativas al mismo, que se sitúan, en el tercer periodo, en un 3,7% frente al 7,0% y 7,6% de las dos legislaturas anteriores: creemos que ello se debe fundamentalmente al hecho de que este ámbito de gestión deja de estar adscrito, a mitad de la 3ª legislatura, al área administrativa de Urbanismo (que posee un peso informativo muy destacado), y pasa a estar integrado en Contratación y Servicios (de menor presencia en los medios locales).

El análisis estratégico de tales temas y su tratamiento informativo se convierte así en un barómetro que va a permitir al equipo de gobierno municipal consolidar, reforzar o rectificar determinadas políticas públicas.

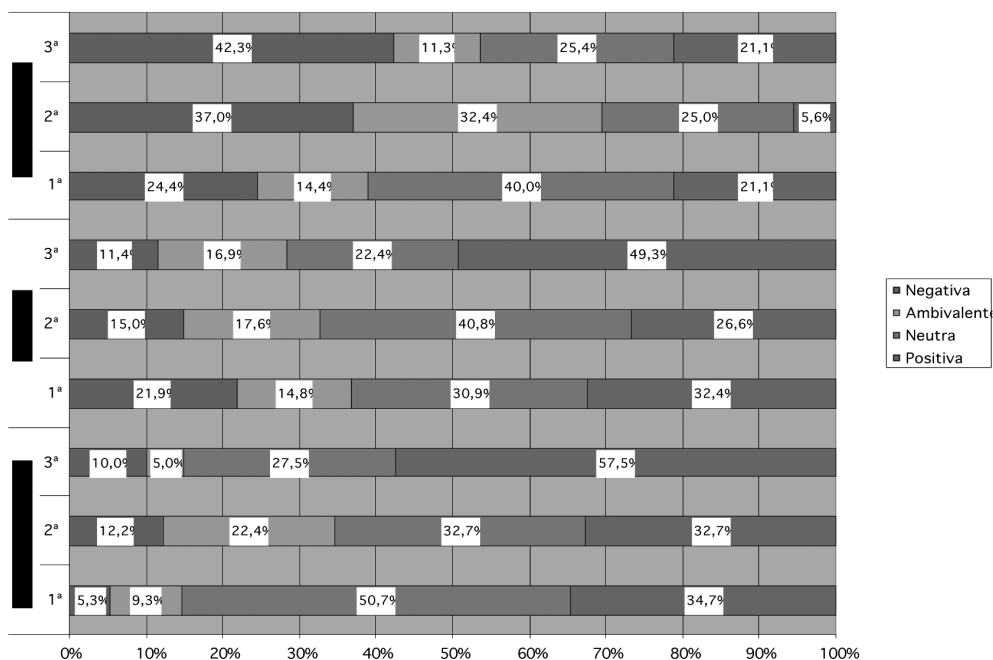
Tratamiento informativo de los temas municipales (1995-2007)



En el caso de las cuestiones reflejadas en el medio local sobre *recursos humanos, organización y calidad* se presentan, en los tres periodos analizados en su conjunto, bien con un marcado carácter negativo o en estructuras discursivas ambivalentes, en las que aparecen versiones contrapuestas de los hechos por parte de la fuente municipal frente a los individuos afectados, sus colectivos y representantes sindicales; por otro lado, las informaciones acaecidas sobre la *gestión interna* y el

funcionamiento de las agrupaciones políticas locales que configuran la Corporación municipal afectan a su imagen como organizaciones y, por extensión, a la propia imagen del Ayuntamiento como institución pública. Se constata, además, que la gestión político-administrativa en las pedanías municipales, como entes descentralizados, refleja las tensiones y conflictos a los que se ha visto enfrentado el equipo de gobierno municipal durante las tres últimas legislaturas.

Declarante individual y tratamiento informativo (1995-1999) (1999-2003) (2003-2007)



En cuanto a los declarantes individuales, se observa cómo, en los tres periodos analizados, es el portavoz del grupo político socialista quien aparece como principal declarante en las noticias de naturaleza negativa y ambivalente; siendo, en la 1ª legislatura, 38,8% entre ambas categorías; 69,4% en la 2ª y 53,6% en la 3ª. Los concejales se sitúan entre el portavoz y el alcalde-presidente de la Corporación municipal con el 36,7% de noticias negativas y ambivalentes en la 1ª legislatura, el 32,6% en la 2ª y el 28,3% en la 3ª.

Resulta relevante el hecho de que el alcalde de la Corporación aparezca, en los tres periodos, por detrás del portavoz del grupo político y los concejales del equipo de gobierno en informaciones con tratamiento negativo y ambivalente; siendo su presencia en este tipo de noticias del 14,6% en el primer periodo, con un ascenso muy notable como declarante individual en el segundo (con el 34,6%) y con el 15% en el tercer periodo. La excepción se produce en la 2ª



legislatura, en la que se acusa, de manera destacada, la presencia del alcalde en noticias de carácter ambivalente relacionadas con cuestiones urbanísticas, quedando su posición, como declarante individual, por delante de los concejales. Por tanto, se deduce que la figura institucional del alcalde de la Corporación Ilicitana, representada por la misma persona física en las tres legislaturas, aparece bien protegida en la exposición de los temas municipales realizada por el medio de comunicación local, en los tres periodos que hemos analizado.

Aportaciones

La primera conclusión que podemos extraer de este estudio exploratorio es que existen temas relacionados con la gestión municipal que tienen una presencia mediática relevante (frente a otros que podemos calificar como temas secundarios o de segundo nivel) y que coinciden de una legislatura a otra: es el caso de *urbanismo y seguridad ciudadana*, ya que se manifiestan como temas recurrentes en las tres legislaturas analizadas; relaciones externas destaca notablemente, junto con los anteriores, en el primer y tercer periodo.

En segundo lugar, debemos incidir en el hecho de que el tratamiento informativo de algunos temas municipales se presenta de forma más negativa (o perjudicial para los intereses del ente local) que el resto; de hecho, si desagregásemos los datos obtenidos en el gráfico anterior por legislaturas, sería posible constatar una coincidencia muy significativa, entre los temas negativos, de un periodo a otro. Apuntamos la necesidad de que las instituciones municipales tomen conciencia de la trascendencia que pueden llegar a alcanzar determinados mensajes a través de los medios de comunicación social. Un seguimiento pertinente y constante del tratamiento y contextualización de los temas municipales, por parte de las estructuras comunicativas, no solo permitirá confirmar la idoneidad de los discursos públicos de los miembros del equipo de gobierno, la ausencia de contradicción en los mismos o pulsar la actuación de las fuerzas opositoras en determinados ámbitos, sino que, además, propiciará el diseño de políticas comunicativas y relacionales que favorezcan los intereses de la Institución.

En el contexto actual, los equipos de gobierno municipales necesitan, para garantizar su continuidad al frente de los ayuntamientos, estructuras comunicativas profesionalizadas, integradas por recursos humanos con perfiles especializados. Resulta conveniente garantizar a estos recursos (o al menos a parte de ellos) su continuidad en el desempeño de tales funciones, mediante fórmulas contractuales pertinentes no sujetas a los posibles “vaivenes políticos” a los que está sometida cualquier organización pública.

Así, en un estado social y democrático, esta decisión, que huye de planteamientos politizados y del uso (o abuso) de cargos de confianza por parte de los responsables políticos, es la mayor garantía de que la gestión de la comunicación pública de la Institución municipal se va a desarrollar no sólo dentro de

los parámetros (legítimos) del derecho a la información de la ciudadanía, sino desde la orientación marcada por los objetivos estratégicos del ente local.

Si las estrategias de relaciones con la prensa se realizan de manera profesionalizada y rigurosa, atendiendo no a planteamientos atomizados, sin coordinación entre las diferentes áreas, departamentos, concejalías, organismos o empresas públicas, sino a fines de interés general, la gestión comunicativa quedará justificada, de manera legítima, por el derecho de los ciudadanos a recibir información sobre la actividad administrativa desarrollada por la organización

Notas

¹ Es a partir de los postulados neopúblicos contemporáneos cuando el administrado reclama una modificación de su posición jurídica frente a la Administración y exige ser considerado como ciudadano. Esta circunstancia implica dos premisas fundamentales: la primera, que debe ser escuchado ante cuestiones relevantes relacionadas con la gestión de lo público; la segunda, la posibilidad de poder participar en la definición de su relación jurídico-administrativa con las diferentes organizaciones públicas.

² Durante la etapa denominada Nueva Gestión Pública (enmarcada desde 1999 y hasta la actualidad) se manifiestan dos orientaciones teóricas, que están relacionadas básicamente con la cultura de las organizaciones públicas y que representan dos formas divergentes de interpretar la gestión político-administrativa: por un lado, las corrientes neoempresariales, basadas en la economía, la eficacia y eficiencia de los aparatos públicos que proponen una clientelización de los ciudadanos; por otro, las corrientes neopúblicas, que depositan un especial énfasis en cuestiones como la repolitización de los cargos públicos, la racionalización y control de la externalización de los servicios, la participación ciudadana y la ética en la gestión pública. Ambas se erigen, dentro de la teoría organizativa pública, como las tendencias más significativas que sustentan en la actualidad la política de gestión de los ayuntamientos.

³ El periodo de análisis abarca doce años de gestión municipal, que se enmarcan en las legislaturas 1995-1999, 1999-2003 y 2003-2007.

⁴ Entendiendo por economía organizativa

que los temas municipales representan la gestión desarrollada por los responsables políticos y administrativos del ente local, y se identifican como bienes y servicios públicos que dan respuesta a las demandas de la ciudadanía.

⁵ En este estudio, se ha utilizado la descripción de los temas municipales asignados a cada una de las áreas administrativas del Ayuntamiento de Elche, según su Reglamento de Organización Administrativa en la legislatura 2003-2007.

⁶ Código 1: información que distorsiona los objetivos organizacionales, perjudicando seriamente la imagen de la institución y sus dirigentes políticos. Código 2: cuando existen discursos enfrentados entre el emisor institucional y los implicados, ya sean éstos afectados directos, sus representantes o los partidos de la oposición. Código 3: para noticias que no supone menoscabo alguno en la gestión municipal (por tanto poseen un efecto neutro). Código 4: cuando éstas representan una clara manifestación de gestión positiva por parte del Ayuntamiento ilicitano.

⁷ Creemos que este hecho responde a la necesidad manifiesta por parte del PSOE, que durante dicho periodo forma equipo de gobierno en coalición con EU, de alcanzar consensos suficientes con la ciudadanía para incrementar su distancia con las restantes fuerzas políticas en los siguientes comicios electorales. *La gestión de relaciones externas*, se resiente notablemente en la 2ª legislatura, con tendencia a una cierta recuperación en la 3ª; consecuencia, probablemente, del gran esfuerzo realizado en este sentido durante la 1ª para potenciar vínculos sociales, y dando prioridad por parte de los responsables políticos, a partir del 2º periodo, a otros ámbitos de gestión.



Bibliografía

ALAMINOS, A. "El Alcalde en su ciudad". *Gestión de la vida local*. Alicante: Diputación Provincial, 1995, p. 11-20.

ALMANSA, A. "Historia de los gabinetes de comunicación en España". *Historia y Comunicación Social* (2004), núm. 9, p. 5-21.

—. "Relaciones públicas y gabinetes de comunicación". *Anàlisi* (2005), núm. 32, p. 117-132.

BALLART, X.; RAMIÓ, C. *Ciencia de la Administración*. Valencia: Tirant lo Blanc, 2000.

BALLESTEROS, Á. *Manual de Administración local*. Madrid: Walters Klumer España/ El Consultor de los Ayuntamientos, 2006 (1999).

CASTILLO, A.; ALMANSA, A. "El gabinete de comunicación en el ámbito local". LÓPEZ LITA, R. [et al.]. *La prensa local y la prensa gratuita*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaime I, 2001, p. 383-392.

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS (FEMP). *La situación de los Ayuntamientos en España, sus carencias económicas y problemas de gestión. Diagnóstico y propuestas en una perspectiva europea*. Madrid: 2006.

GALÁN, A. "Comunicación Pública". En: TORNOS, J.; GALÁN, A. (coords.). *La Comunicación pública. Información administrativa al ciudadano*. Madrid: Marcial Pons, 2000, p. 25-40.

IBÁÑEZ, Z. "El autogobierno local". En: ALAMINOS, A. (coord.). *Gestión de la vida local*. Alicante: Diputación Provincial, 1995, p. 107-127.

OLÍAS DE LIMA, B. "La evolución de la gestión pública. La nueva gestión pública". En: OLÍAS DE LIMA, B. (coord.). *La nueva gestión pública*. Madrid: Pearson Educación, 2001, p. 1-33.

PIÑUEL, J.L. *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis, 1997.

PUIG, T. *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos. Somos una marca de servicios pública con propuestas innovadoras y un estilo entusiasta*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2003.

RAMIÓ, C. "Corrientes neoempresariales versus corrientes neopúblicas. Cultura administrativa, valores públicos y credibilidad social. Un planteamiento radical". *Instituciones y Desarrollo* [Barcelona: Institut Internacional de la Governabilitat de Catalunya], diciembre 1999c, núm. 5, p. 1-16.

RUIZ VIVO, J.A. "Periodismo institucional. Comunicación Administración pública-ciudadano". En: FERNÁNDEZ, M.; SIERRA, J.; VALERO, J. (coords.). *Nuevos retos en el horizonte de las Administraciones*. Murcia: Universidad de Murcia, 2003, p. 35-40.