

La comunicació política a Andorra com a politja transmissora dels canvis en l'Administració

Marc Rodríguez i Romero



Les jornades de la SAC ens porten enguany a parlar de l'administració pública andorrana. No cal dir que aquest àmbit és a bastament ampli i que, evidentment, es pot enfocar des de múltiples perspectives. Per aquest motiu hi participen diferents actors implicats. Els polítics, que són aquells qui, amb més suport social o menys, tenen a les seves mans la presa de decisions en temes tan transcendents com el redimensionament de l'Administració. També hi ha sindicalistes del funcionariat, col·lectiu especialment sensible a totes aquelles accions que en aquest àmbit es prenen. I finalment també hi ha la presència de professionals que intenten analitzar l'Administració des del seu vessant històric, des del punt de vista de l'advocacia o la sociologia, així com economistes i, finalment, periodistes, que al cap i a la fi no deixem de ser els cronistes a temps real dels canvis que poc a poc es van gestant en aquest àmbit.

El títol de la meua ponència, *La comunicació política a Andorra*, pot semblar a simple vista una mica allunyat de l'objecte d'anàlisi. Però no cal oblidar qui hi ha al darrere de tot això: els polítics. Aquests són els que han d'aglutinar el consens popular i concretar-lo en mesures que facin de l'administració pública una eina al servei de l'Estat, els que han de consolidar l'entramat de garanties per reconèixer els drets, però també dels deures dels treballadors de l'Administració, i els que, per sort o per desgràcia –en el cas d'una societat democràtica, és evident que per sort– acaben votant al Consell General aquells articulats directament vinculats amb el futur de camps com el de la funció pública.

I és per això que em centraré, des d'un punt de vista intermediari entre els polítics i la societat, en la manera com aquestes accions s'han de comunicar en una societat moderna on els mitjans de comunicació fan de politja transmissora. Certament, els mitjans són els que juguen un paper clau a l'hora que la percepció pública de col·lectius

com el dels funcionaris no posi en risc la necessària cohesió social com a resultat d'una incorrecta comunicació pública. No cal oblidar tampoc que un dels vessants de la comunicació política és la comunicació de les corporacions públiques, és a dir, de les administracions, ja sigui la central o les comunals. I una acció ben plantejada i encertada pot perdre força i valor a ulls de la ciutadania si ha estat incorrectament comunicada. En aquest punt de ben segur que molts dels ponents tenen experiència, ja sigui per bé o per mal.

Els polítics han de ser conscients que, en la relació amb els periodistes, la transparència ha de ser el criteri fonamental. Ha de ser una màxima imprescindible en tot flux de comunicació. La societat així ho demana. En un context globalitzat, on les noves tecnologies faciliten la interconnexió i la consegüent riera de fluxos comunicatius en sentit horitzontal, d'igual a igual, mitjançant eines 2.0 com *Facebook* o *Twitter*, per posar-ne dos exemples, és necessari canalitzar un missatge en sentit vertical, de polític a ciutadà, capaç de condensar d'una manera eficaç les decisions preses en l'àmbit de l'Administració. Decisions que inclouen no només la manera com s'està enfocant actualment l'anàlisi quantitativa i qualitativa del col·lectiu de funcionaris, sinó també les decisions que s'estan prenent a l'hora de gestionar els diners públics, de lluitar contra el gran forat de deute de l'Estat i el seu finançament, o les accions preses per apropar l'Administració al ciutadà amb eines com les virtuals, per posar-ne tres exemples molt bàsics i actualment en boca de tothom.

Aquestes línies d'acció respecte de l'Administració de les quals la gent parla a peu de carrer són les que, en termes periodístics, es correspondrien amb els ítems que conformen l'agenda temàtica dels mitjans de comunicació, aquells temes que han passat el filtre del *gatekeeper* o guardià de la porta, un terme que Kurt Lewin ja va encunyar el 1947, quan els mitjans a l'abast de la ciutadania no s'assemblaven pràcticament gens als actuals. Però en qualsevol cas, cal entendre que els polítics, els agents de decisió en l'àmbit de l'Administració, han de satisfer no només les demandes de transparència de la ciutadania, sinó també dels periodistes, que, en l'exercici de la seva feina, han de manipular, en el sentit més neutre de la paraula, els missatges d'aquests emissors de comunicació.

I em centraré a partir d'ara en aquesta relació en molts casos conflictiva entre polítics i periodistes, o periodistes i polítics, com ho preferiu. Després d'haver enquestat els responsables de les seccions de Política dels diferents mitjans de comunicació andorrans, i d'haver parlat també amb els principals canals o mitjancers amb la premsa de les tres formacions amb representació parlamentària a Andorra –PS, CR i ApC– puc afirmar-vos que el Principat no s'allunya de la dinàmica dels nostres països veïns, en el sentit que tots, tant emissors com receptors, són conscients que la línia editorial és una realitat amb la qual s'ha de conviure. Qui no accepti aquestes regles de joc en l'entramat comunicatiu s'equivoca. Les societats democràtiques, amb l'evolució dels

mitjans de comunicació, han anat experimentant com les perspectives mitjançant les quals s'enfoca un mateix tema poden variar perfectament.

En aquest sentit, cal dir que si bé els periodistes reben i transmeten, reben i transmetem, aquestes informacions amb diligència pel que fa a les principals dades, en aquest procés també juguen un pes important, en aquest cas en l'enfocament, les diferents línies editorials. No cal posar-se les mans al cap. Sempre que es respecti la fidelitat al missatge principal, al fet en qüestió, els polítics andorrans han de procurar no trencar els fluxos comunicatius amb els mitjans, ja que aquests, com havíem dit, són la principal politja transmissora en les decisions preses en àmbits com el de l'Administració. I cal reconèixer que els polítics andorrans, en comparació amb els països veïns, encara no han acabat d'entendre, conviure o, com a mínim, acceptar aquesta realitat dels mitjans.

Posaré un exemple molt clar, un dels que inclou l'estudi sobre la gestió de la comunicació política a Andorra que vaig elaborar recentment per a la Universitat Autònoma de Barcelona. Entre els diferents rotatius d'Andorra –*Diari d'Andorra*, *El Periòdic d'Andorra*, *Bondia* i *Més Andorra*– els redactors tenen una percepció evident que els mitjans de comunicació adquireixen línies editorials diferenciades, com succeeix a Espanya i França, un fet que demostra la consciència global, independentment de les propietats dels mitjans, que l'entramat periodístic viu immers en una separació ideològica (vegeu taula 1). Entre els redactors de la informació política dels mitjans audiovisuals –on hem fet una acotació a Andorra Televisió, Ràdio Nacional i Ràdio Valira– succeix el mateix, tot i que en aquest cas de manera menys clara a causa d'unes dinàmiques en què el contingut ideològic perd pes davant les necessitats logístiques del llenguatge televisiu o audiovisual, que delimita molt el temps i els matisos que d'una informació política es pot extreure (vegeu taula 2). Finalment, a l'agència de notícies aquesta percepció és menys clara, ja que arreu aquest tipus d'agents intenten mantenir una posició més neutra pel fet que són receptors al temps que emissors de tot l'entramat de mitjans (vegeu taula 3).

I després de veure tot això observem també que els polítics, els emissors d'aquesta comunicació, també tenen consciència majoritària d'aquestes línies editorials, sense que aquest fet suposi una pèrdua total de la confiança en la professionalitat dels periodistes (vegeu taula 4). D'alguna manera, els polítics poc a poc van assumint que un tractament no sempre afí als seus plantejaments no és sinònim d'un mal professional al darrere, sinó de la dinàmica de comunicació en si mateixa. Diferent és la percepció que les informacions transmeses són tractades amb fidelitat als diferents mitjans de comunicació, i és que, evidentment, mai no plou a gust de tothom.

Però especialment significatiu és un dels punts en què polítics i periodistes mostren un elevat grau d'entesa. Es tracta, precisament, del punt al qual ens havíem referit introductòriament, el de la transparència. Els polítics assenyalen que no han de comunicar

el cent per cent de les seves accions, és a dir, que no és necessària una gestió de la comunicació que passi per un flux il·limitat de missatges indiscriminats en direcció cap als mitjans. Però curiosament, i a diferència del que podia semblar, veiem com els mitjans, tant els escrits com els audiovisuals, entenen aquest fet. I no només l'entenen, sinó que l'accepten. Entra dins les regles del joc. Tot això gira entorn una tendència que no s'escapa de la dinàmica dels països veïns, en què els mitjans de comunicació estan cada cop més caminant cap aquesta acceptació de les línies editorials que no ha d'anar en detriment d'una informació de qualitat. Però, si ens tornem a situar en l'altra banda d'aquests fluxos de comunicació, és a dir, en els polítics, observem que encara hi ha molt camí per recórrer, ja que els dubtes sobre la *professionalitat en la gestió* per part dels periodistes adquireix consideracions més negatives. A mesura que la comunicació política es vagi professionalitzant a Andorra, tot equiparant-se als nivells d'una activitat periodística més consolidada després de molts anys de bagatge, els gestors de l'administració pública, és a dir els emissors de comunicació política, haurien de percebre que el periodista, aquella politja transmissora a la qual ens havíem referit, no és menys professional pel fet de no fer sempre el joc als missatges polititzats.

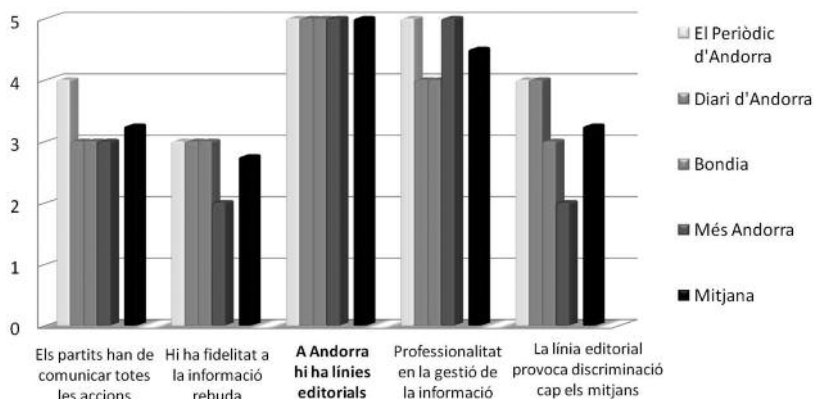
I és aquí on trobem el perquè d'aquesta relació contradictòria però necessària entre polítics i periodistes. Els primers no poden prescindir dels segons per projectar davant la ciutadania aquelles accions que l'afecten directament. Però al mateix temps, els segons, és a dir els periodistes, també necessiten d'una Administració transparent capaç d'emetre amb una certa rutina aquelles informacions necessàries per omplir telenotícies, butlletins o pàgines de diari. I en aquest cas, no val sempre una informació banal, sinó que a mesura que passen els anys, els periodistes cada cop reclamen informacions de més qualitat, capaces d'atreure les seves audiències i d'aportar un valor afegit. Si tornem a la línia editorial, doncs, una de les conclusions més lògiques és que els mitjans amb què més sintonia hi hagi en la branca ideològica siguin els conseqüents altaveus amb una més gran eficàcia. Entra dins el joc democràtic.

L'administració pública andorrana viu avui en un context de canvi. I aquests canvis s'han de comunicar coherentment a la ciutadania, amb uns missatges clars que siguin capaços de superar les limitacions que en molts casos originen els enfocaments ideològics dels diferents mitjans. Hi ha, d'altra banda, dues opcions. Una, la de continuar la dinàmica seguida fins ara, en què les informacions siguin difuses en molt comptades ocasions i, en molts casos, originant incertesa entre els agents implicats en la reforma de l'Administració. I una altra opció és prendre i comunicar aquestes decisions polítiques des de la consciència que l'entramat divers de mitjans de comunicació no és un fre, sinó una riquesa de tot sistema democràtic i amb el qual s'ha de con-viure, alhora que milloren la fluïdesa i les rutines diàries en un àmbit que s'ha de professionalitzar.

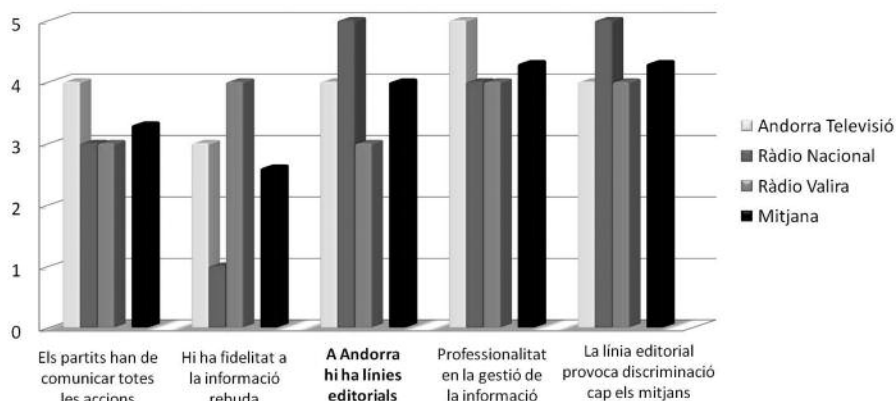
Dues són les opcions, com dues són les maneres d'enfocar la comunicació política per

part dels agents de decisió. D'aquest enfocament depèn la percepció ciutadana de gestió en l'àmbit de l'administració pública, però també, no ho oblidem, la necessària cohesió social en un microestat com l'andorrà.

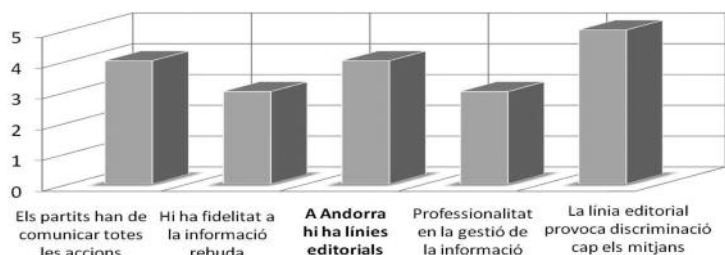
Taula 1 – Sector premsa escrita



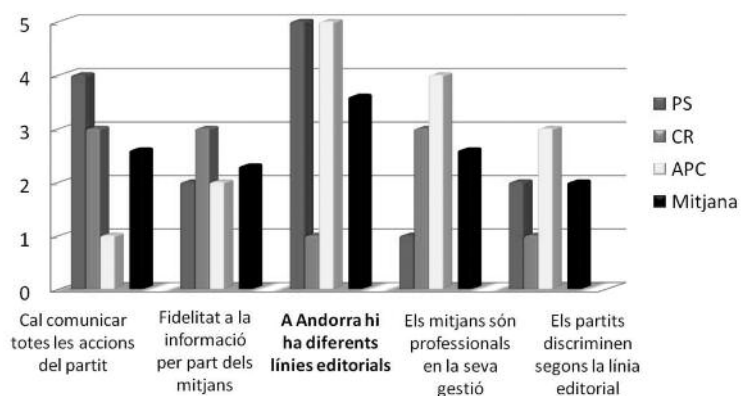
Taula 2 – Sector audiovisual



Taula 3 – Agència de Notícies Andorrana



Taula 4 – Formacions polítiques andorranes



Annex

Conclusions finals de l'estudi "La comunicació política a Andorra 2009-2010"

La dinàmica de la comunicació política a Andorra s'emmarca en un baix nivell de professionalització per part de les formacions, tant pel que fa als recursos humans, ja que només es destinen persones a aquest important vessant de l'activitat política, com des del punt de vista de les rutines seguides. En aquest sentit, les expectatives que els mitjans de comunicació tenen dels partits polítics a l'hora d'exercir la seva activitat periodística no es corresponen amb allò que les formacions ofereixen. En símsils d'un mercat, els compradors de notícies acaben adquirint ítems que en molts casos no satisfan els criteris de noticiabilitat però que acaben formant part del carro de la compra del mitjà de comunicació, ja que no hi ha productes de millor qualitat. Aquesta

situació s'emmarca en un context totalment diferenciat al dels països veïns d'Andorra, ja que si a Espanya i França la dificultat rau a seleccionar i comprimir un nombre limitat de notícies entre el gran flux d'informacions que entren a la redacció, en el cas del Principat es produeix tot el contrari: el redactor ha de sortir a buscar notícies i no esperar que li arribin. A més, quan arriben, ho fan amb els esmentats condicionants d'escassa noticiabilitat. Davant d'aquest panorama, els partits han d'oferir més i millor producte als periodistes per satisfer la relació d'interès entre ambdues activitats.

Com a resultat de la baixa professionalització, únicament ApC, la formació minoritària, té una persona contractada a temps complet en la qual diposita les funcions de premsa, tot i no tenir la condició de cap de premsa com a tal. Aquesta importància més gran a l'emissió de comunicació política es correspon amb uns recursos materials superiors als de PS i CR des de la mateixa campanya electoral amb els quals ha obtingut uns rèdits polítics considerables. Al mateix temps, el PS també té una persona delegada de les funcions de comunicació política del partit, encara que tampoc no està professionalitzada en aquesta funció. Tot i això, en el cas del PS la menor professionalització en la gestió de la comunicació política es compensa amb una visió més estratègica per part de la persona delegada d'aquestes funcions, ja que a més de posseir més llibertat per articular una política de mitjans al servei del partit, aquesta figura té també un notori paper polític. El cas més deficient dels tres analitzats, amb diferència, és el de CR, ja que no disposa directament d'una persona de contacte amb la premsa i els periodistes acaben contactant els diferents líders polítics de forma individualitzada. Aquesta baixa professionalització de la gestió de la comunicació política per part d'una formació que havia governat Andorra durant els disset anys anteriors a l'entrada dels socialdemòcrates al Govern, l'any 2009, il·lustra les dificultats per adaptar-se als reptes de la comunicació en una societat moderna.

Tenint en compte les rutines periodístiques que el catedràtic Pere Oriol Costa posa a l'abast dels comunicadors per aconseguir la publicació de missatges als mitjans i que s'han anat esmentant al llarg d'aquest estudi, s'observa que a Andorra no es produeix a dia d'avui un escenari propici per als polítics, ja que no aprofiten l'ampli marge existent per aconseguir una presència positiva en el pla quantitatiu i qualitatiu. Els polítics no ofereixen suficients informacions noticiables i no tenen en compte factors com la negativitat dels continguts o la improbabilitat. Aquests dos criteris, que fan referència a la màxima de l'Escola de Leicester que *la notícia és una mala notícia* i a la teoria matemàtica de la informació, que demostra com un missatge conté més informació com més improbable sigui el fet que es narra, no són prou valorats, per no dir desconeguts, per part dels emissors de comunicació política. De la mateixa manera, també es produeixen mancances en la inclusió de factors d'interès humà en les informacions transmeses, amb el corresponent descens de la noticiabilitat a les diferents redaccions.

Paral·lelament, els polítics no acostumen a fer ús d'una eina que no per qüestionable en el pla ètic o interpretatiu deixa de ser efectiva en la pràctica: l'espectacularització. Està demostrat que l'espectacularització de les notícies atreu el públic, ja que la televisió, la ràdio i cada vegada més també la premsa han entrat a Andorra en una cursa accelerada per aconseguir un producte informatiu molt més atractiu per al ciutadà, alhora que diferenciador. Al contrari del que succeeix als països veïns, on els emissors de comunicació amb visió estratègica saben generalment realitzar propostes de notícies que integren l'espectacularitat entre les seves característiques, a Andorra els partits encara no han descobert aquest important camp i, per tant, infrautilitzen un mecanisme de gran poder. A més, tot i els progressius esforços per part dels emissors d'informació d'índole política per satisfer les necessitats dels diferents mitjans de comunicació segons quina sigui la seva tipologia –escrita, televisada o radiofònica, a més del canal d'Internet–, les formacions encara no han fet el pas d'adaptar els missatges als diferents *targets* o segments de receptors. En aquest sentit, una de les prioritats de la comunicació, com ho és l'adaptació del missatge al canal per així contribuir a la seva òptima recepció, no és a dia d'avui completa a Andorra.

Aquests aspectes, que no fan sinó reforçar la necessitat de posar la màxima atenció sobre el contingut del missatge per part dels emissors de comunicació, es corresponen amb les prioritats posades de manifest a la pràctica totalitat de mitjans consultats en aquest projecte, independentment de quin sigui el seu format. Els redactors de les diferents seccions de Política al Principat d'Andorra necessiten, tal com hem destacat, informació "de qualitat". Això suposa per als polítics un important repte en el context actual, ja que aquesta demanda latent no prové únicament dels periodistes, sinó de la societat andorrana en el seu conjunt. Els mitjans, tot i contribuir a la construcció d'una agenda temàtica i unes jerarquitzacions en l'àmbit informatiu, es mouen en termes finals, amb la finalitat de satisfer les demandes informatives per part dels ciutadans, i aquest és un factor que els emissors de comunicació política que exerceixen al país han de tenir en consideració si volen acostar-se a aquests i contribuir així a reduir l'escletxa de la desafecció.

A aquestes demandes periodístiques generalitzades en benefici de la qualitat del contingut se n'hi sumen d'altres de tipus més logístic que s'associen en aquest cas a necessitats com la inclusió d'un contacte en els diferents missatges transmesos a les redaccions. Aquest fet no només il·lustra l'interès que, en una mateixa línia, es produeix a l'hora de produir unes informacions qualitativament superiors, sinó que al mateix temps explicaria el dèficit estructural pel que fa a recursos humans i materials que la comunicació política té a Andorra. Sense la figura del cap o responsable de comunicació política consolidada, els mitjans de comunicació es veuen en una difícil tessitura quan necessiten ampliar les informacions o senzillament contrastar i topen amb la inaccessibilitat a les fonts. Tot i que el responsable de premsa podria derivar aquestes

consultes de manera diligent cap als polítics afectats per aquestes demandes o contactar-hi directament a fi de millorar les informacions transmeses d'una manera general cap a l'entramat de mitjans, aquesta necessitat no està a dia d'avui resolta. La discordança entre la importància del contacte per als mitjans de comunicació i la situació en l'últim esglaó de la piràmide per part dels emissors de comunicació política parla per si mateixa en aquest sentit.

Quant a la línia editorial, els mitjans escrits tenen una clara consciència d'aquest factor determinant a l'hora de condicionar els missatges finals posats a disposició de l'audiència, mentre que entre els periodistes del sector audiovisual aquest factor disminueix, ja que el condicionant temporal dels missatges impedeix en la majoria de casos un aprofundiment que operi sobre aquesta diferenciació ideològica. En qualsevol cas, també al sector audiovisual hi ha una línia editorial des del moment en què es produeixen enfocaments diferenciats segons quina sigui la propietat dels mitjans, i els emissors de comunicació política tenen també una consciència majoritària que aquestes línies persisteixen en la totalitat de mitjans operants al Principat d'Andorra. Aquesta consciència ha de ser vista necessàriament com a positiva, ja que mentre que l'existència d'aquestes línies editorials és un fet inherent a l'activitat periodística actual, independentment que es pugui discutir en el pla ètic o moral, la concepció d'aquest factor com una realitat natural no deixa de ser a escala global un símptoma de salut democràtica en un context plural evidentment polititzat. En el context andorrà, les línies editorials van en general lligades a les ideologies dels accionistes dels mitjans privats i dels governants en el cas dels públics, però també responen a raons de mercat, ja que hi ha casos en què els propietaris del mitjà no hi imposen la seva ideologia amb la finalitat de conservar un *target* estratègic que demana un determinat enfocament.

Finalment, i centrant-nos en l'ús d'Internet per part dels emissors de comunicació política, Andorra presenta nombroses potencialitats tant pel que fa al perfeccionament de les pàgines web com en l'ús de les xarxes socials, ja que en l'àmbit tecnològic hi ha una infraestructura molt més avançada que als països veïns, alhora que en l'àmbit cultural les taxes de penetració de la xarxa de xarxes assumeixen nivells igualment superiors als d'Espanya i França. Potenciar el llenguatge multimèdia que combini el text amb materials gràfics, sons i audiovisuals és possible tecnològicament i només cal un impuls per part dels emissors. D'alguna manera, el ciutadà tipus està capacitat per rebre la comunicació política també mitjançant Internet, i els partits han de seguir aprofitant aquesta oportunitat, que en el cas de les pàgines web és la modernització. En aquest sentit, facilitar la interacció per oferir a l'usuari la possibilitat de controlar la seva experiència comunicativa i apropar la política a la ciutadania és un dels reptes més imminents. Els partits tampoc no aprofiten la utilitat d'Internet a l'hora de mobilitzar els sectors més afins i d'organitzar-los per a la promoció i difusió de

l'activitat política duta a terme, sinó que segueixen apostant pels mecanismes tradicionals.

En un context que es pot emmarcar perfectament en allò que l'expert en semiòtica i analista dels llenguatges de la comunicació de masses Fabio Tropea defineix com de "modernitat tecnocràtica", que fa referència a "un sistema social de xarxes i connexions en el qual es barregen els assumptes d'oci i negoci, d'informació i entreteniment, de cultura i espectacle", com així es posa de manifest actualment amb les xarxes socials d'Internet, la política andorrana no s'ha adaptat encara de manera òptima a les regles de la comunicació mediàtica avui en dia dominant. D'alguna manera, i com a resultat de l'elevada personalització que la política té al Principat i que exerceix una important empremta sobre la manera de fer en aquest àmbit, els emissors de comunicació procedents de les formacions no obtenen uns resultats exitosos en termes d'eficàcia, ja que la societat andorrana ha evolucionat cap a uns estàndards de modernitat als quals la política encara no està donant resposta, com tampoc no l'està donant la comunicació en aquest àmbit. Les formacions tenen, doncs, un camí molt clar per seguir, que és el d'equiparar la comunicació política a la realitat actual, marcada per una clara voluntat de transparència dins dels límits que l'activitat permet i un més gran apropament per part dels representants dels diferents partits a les necessitats imperants. Tot això optimitzant els recursos que Internet propicia cada vegada més però sense perdre mai de vista la comunicació a peu de carrer i el contacte directe amb els ciutadans, que a dia d'avui segueix sent el principal mecanisme.

Marc Rodríguez i Romero,
periodista i màster en Gestió de la comunicació política i electoral,
redactor de política d'El Periòdic d'Andorra