

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

La comunicación institucional en la comarca de Abona

**Alumna: Raquel Yanes Rodríguez
Tutor: Julio A. Yanes Mesa**

Curso académico 2015-2016



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AVAL FAVORABLE

El Dr. **Julio Antonio Yanes Mesa** profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna.

Como director del Trabajo Fin de Grado titulado:

realizado por la estudiante **Raquel Yanes Rodríguez** autorizo su entrega y defensa pública, dado que reúne los requisitos establecidos por el Reglamento del Trabajo Fin de Grado.

San Cristóbal de La Laguna, 22 de junio de 2016.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Julio Yanes', is written over a horizontal line.

Fdo. Julio Antonio Yanes Mesa

Resumen

La relevancia de la información política en los medios de comunicación y el interés de la ciudadanía por conocer el funcionamiento de las organizaciones ha generado en estas una mayor preocupación por la imagen que proyectan al exterior.

Numerosas organizaciones han recurrido a la comunicación para conseguir una mayor presencia en la prensa y, con ello, mejorar su imagen pública. La comunicación se consolida como la mejor herramienta que poseen las instituciones para cumplir con su obligación de satisfacer uno de los derechos fundamentales de los ciudadanos, el derecho a la información.

La evolución de la comunicación institucional y empresarial en España ha sido bastante lenta y desigual, en contraposición a Estados Unidos, país pionero en el desarrollo de las funciones comunicativas en las organizaciones. En las Islas Canarias aterriza a finales de los noventa, siendo aún escasos los ayuntamientos que cuentan con departamentos de comunicación.

Los gabinetes más avanzados en este sector han diversificado sus funciones, dando lugar a una nueva forma de practicar la profesión más allá de las relaciones con la prensa. Esta tendencia supone implicar al público en las decisiones del gobierno, siendo una pieza fundamental en el día a día de las organizaciones.

Estudiar el funcionamiento de la comunicación en los ayuntamientos de la comarca de Abona, en la isla de Tenerife, y analizar su proyección social son algunos de los objetivos que persigue esta investigación. Con este trabajo se quiere aportar novedades en el campo científico de la comunicación y demostrar la relevancia de la gestión comunicativa eficiente en el ámbito de las empresas e instituciones.

Palabras clave: comunicación institucional, relaciones públicas, departamento de comunicación, responsable de comunicación, ayuntamiento.

Índice

Introducción	5
Justificación	7
Antecedentes.....	10
Estado de la cuestión y marco teórico.....	17
Objetivos e Hipótesis	20
Metodología	21
Resultados y análisis	25
Historia de la comarca de Abona.....	25
Historia de los gabinetes de comunicación de los ayuntamientos de la comarca de Abona ..	29
Análisis de los resultados en la prensa regional	34
Conclusiones	37
Referencias bibliográficas	40
Anexos.....	44
Anexo I: Corpus empírico de Arona.....	44
Anexo II: Corpus empírico Granadilla de Abona	54
Anexo III: Corpus empírico San Miguel de Abona	60
Anexo IV: Corpus empírico de Arico	62
Anexo V: Corpus empírico de Fasnía	64
Anexo VI: Corpus empírico de Vilaflor	65

Introducción

En los últimos años, la creciente participación de los individuos en los asuntos públicos ha supuesto un cambio sustancial en el orden de las instituciones. El ciudadano ha abandonado su rol de receptor de información para intervenir en las iniciativas de las organizaciones, fomentando así el desarrollo de entidades más comprometidas con la sociedad (Camacho, 2001, párr. 4).

Las administraciones públicas tienen que cumplir con sus obligaciones democráticas ante el conjunto de personas a las que presta sus servicios. Entre sus compromisos figura la transparencia en la gestión, siendo la comunicación la forma más adecuada para reforzar el conocimiento que estos poseen de la institución (B. García, 2005: 159). Por ello, cada vez son más los representantes públicos que la consideran un elemento esencial para «explicar, justificar y, en consecuencia, legitimar las decisiones políticas asumidas en cada periodo legislativo» (Campillo, 2010: 47).

La comunicación pública alude al intercambio de información entre la Administración y el administrado (Campillo, 2010: 49). La respuesta de este último es clave para ahondar en sus intereses y para el desarrollo de estrategias comunicativas orientadas a satisfacer sus necesidades. Así pues, la comunicación institucional no se reduce a la difusión de las actuaciones del gobierno, sino que se trata de un proceso más complejo que atañe a todos los elementos dentro y fuera de la organización.

En el panorama actual, los gabinetes de comunicación se han convertido en un medio profesional que ha acogido a numerosos periodistas. Sin embargo, existen opiniones contrapuestas sobre esta alternativa a los medios tradicionales. En el prólogo de la obra de Ramírez (1995: 13), Fontcuberta alude a la diversidad de opiniones sobre esta cuestión. Mientras algunos creen que los departamentos facilitan la tarea de los redactores al suministrarle información sobre la organización, otros piensan que son fuentes manipuladas que sirven a los intereses del poder. A pesar de estas discrepancias, está claro que los directores de comunicación son «asesores hacia dentro e intermediarios hacia afuera» de la institución (Maciá, 1996: 20).

El interés de la clase política por demostrar su buen hacer ante unos medios desprovistos de información ha supuesto su consideración como fuente legítima (C. Pérez, 2008: 251). La influencia de los gabinetes en el sistema informativo es fruto de este reconocimiento que se

ampara en sus profesionales, que velan para que los comunicados reúnan las condiciones necesarias para su publicación: fiabilidad, notoriedad, claridad, transcendencia social, etc., (Ramírez, 1995: 154). Prado y Cesáreo afirman que para ser una fuente primaria, todo gabinete debe formar parte de la cúpula del poder, tener un nivel elevado de homogeneidad cultural con los medios y una buena productividad que le permita abastecer a las redacciones y reducir su volumen de trabajo (Ramírez, 2005: 160).

La participación de los gabinetes en el proceso de elaboración y selección de la noticia es una realidad. De acuerdo con C. Pérez (2008: 254), estas infraestructuras comunicativas se han consolidado como los nuevos gatekeeper de la comunicación, suplantando a los propios redactores. Esta tendencia se confirma en la investigación que Leon V. Segal realizó entre 1949 y 1969, analizando las fuentes de 2850 noticias publicadas en los periódicos *New York Times* y *Washington Post*. Sus conclusiones prueban la supremacía de las fuentes institucionales en el 78% de los casos y demuestran la especial predilección de los medios hacia las fuentes políticas, accesibles y estables (Ramírez, 2005: 155-156).

Las personas prestan mayor atención a los temas de proximidad y, por ello, a las noticias derivadas de su administración frente a las cuestiones relacionadas con otras instituciones de mayor rango (Campillo, 2010: 46). El gobierno recibe a diario numerosas peticiones de periodistas que no pueden atender por falta de tiempo. Esta dificultad deja entrever la necesidad imperante de gabinetes de comunicación en las instituciones públicas independientemente de su tamaño. Un estudio de B. García (2005: 104) arrojó cifras que indican un predominio de estos departamentos en los municipios de mayor extensión. Las corporaciones con un gabinete profesionalizado en pueblos de más de 20 000 habitantes era de un 69,36%, frente al 15% correspondiente a los pueblos que no superaban esta cifra.

La comunicación permite la integración de los ciudadanos en la organización y de esta en su entorno social (J. Costa, 1995: 206). Toda institución que desee tener presencia pública debe dotarse de un responsable de comunicación o crear su propio departamento de prensa. Una política comunicativa formal funciona como un elemento distintivo de la administración municipal frente a sus semejantes, que se traduce en un contacto asiduo con los vecinos, una mayor representación política en la prensa y una mejora de su imagen pública.

Justificación

La comunicación institucional en la comarca de Abona es un estudio que tiene por objeto demostrar la necesidad de una labor comunicativa organizada en los ayuntamientos de esta región del sur de la isla de Tenerife.

La presente investigación parte de la importancia de la comunicación en las instituciones públicas que, entendidas como organismos que trabajan por y para el pueblo, deben ser nítidas en lo que respecta a su actividad. Resulta interesante indagar en este tema, en primer lugar, ante la ausencia de estudios sobre esta rama en Canarias y, más en concreto, en esta zona. En segundo lugar, por la importancia de la proyección social de los ayuntamientos, sobre todo, en municipios como Granadilla de Abona o Arona, coronados como los principales centros turísticos del sur.

Antes de delimitar el objeto de estudio de este trabajo, es reseñable hacer una breve aproximación para situar al lector sobre el contexto político, social y económico del archipiélago canario.

Los primeros pobladores de las islas eran de origen bereber, vivían en cuevas naturales y practicaban la agricultura, la ganadería y la pesca como forma de subsistencia. A finales del siglo XIV, el *mencey Axerax*, único rey que ejercía poder en Tenerife, dividió el territorio en nueve reinos para cada uno de sus descendientes. Según el autor Juan Álvarez (1985: 21), los nueve *menceyatos* tardaron once años en constituirse: Taoro surgió en 1442; Güímar, en 1443; Anaga, en 1444; Abona, en 1445; Tacoronte, en 1446; Icode, en 1447; Tegueste, en 1452, y Daute, en 1453. Tras la muerte de *Axerax* en 1448, su hijo *Arbitocazpe* le releva en el reino de Adeje.

La conquista del archipiélago comenzó en 1402 y se prolongó hasta 1496, cuando Tenerife pasó a formar parte de la Corona de Castilla. Lanzarote, Fuerteventura, El Hierro y La Gomera adoptaron un régimen señorial, ya que fueron ocupadas por la nobleza y no directamente por los Reyes Católicos, como ocurrió en Gran Canaria, Tenerife y La Palma, las denominadas islas realengas (Lobo, 1998: 13-14).

Durante el conflicto en Tenerife, los *menceyes* de Daute, Icod, Tacoronte, Taoro y Tegueste decidieron hacer frente a la invasión formando el denominado bando de guerra. Por el contrario, Abona, Anaga, Adeje y Güímar adoptaron una postura neutral en un bando de paz, lo

que les permitió una vez finalizada la conquista introducirse en la nueva sociedad (Álvarez, 1985: 24).

La ocupación castellana supuso para el archipiélago la adopción de las formas de gobierno y ordenamiento propias de Castilla, así como el aumento de la población procedente de diversos puntos de España y Europa. Aunque el reino de Abona se mantuvo al margen del enfrentamiento, los intentos de resistencia a la colonización y las propias condiciones naturales del territorio postergaron el asentamiento en el lugar (Báez, 2010: 71).

Para organizar a la sociedad canaria se crearon instituciones políticas y jurídicas a nivel insular: los cabildos y ayuntamientos (Lobo, 1998: 14). Alonso Fernández de Lugo se erigió como máximo representante de las islas de Tenerife y La Palma. Entre sus funciones figuraba el reparto de tierras, con el que benefició a los artífices de la conquista que formaban parte de la oligarquía insular (C. R. Pérez, 2000: 68). En esta época, en la comarca se desarrollaba la explotación ganadera y maderera. La actividad agrícola, que más tarde se consolidó como la principal impulsora de la economía, no afloró hasta 1510 (Báez, 2010: 93).

Entre los primeros órganos con jurisdicción a nivel regional se encuentra la Real Audiencia, que tenía competencias judiciales en materia civil y criminal (Lobo, 1998: 20). Además, en 1589 se creó la figura del Capital General, que poseía también el título de gobernador y presidente de la Audiencia, lo que generó el descontento de los cabildos y la posterior supresión del cargo en 1594. Su puesta en práctica en 1629 supuso la sustitución de los gobernadores por los corregidores en las islas realengas (Lobo, 1998: 21).

La llegada de los Borbones al poder en el siglo XVIII modificó la estructura política española. Carlos III aumentó la participación de los ciudadanos en el gobierno mediante la creación de los cargos de Diputado del Común y de Síndico Personero, y le otorgó mayor importancia a la figura del corregidor.

Para comprender el régimen local actual hay que trasladarse al siglo XIX, cuando la Constitución de 1812 decreta un nuevo orden territorial que termina con las formas organizativas del Antiguo Régimen. Este documento regula la división del Estado español en provincias y estas, a su vez, en municipios, con el objeto de garantizar la uniformidad territorial (J. García, 2012: 455). El orden vigente en Canarias desde el siglo XV, que establece un ayuntamiento por isla, se modifica con la creación de este organismo en los pueblos que superan los 1000 habitantes (J. García, 2012: 451). Sin embargo, este proyecto no pudo llegar a aplicarse por la vuelta al absolutismo de la mano de Fernando VII. Durante el Trienio Liberal, se implantaría esta división provincial, pero sería de nuevo abolida por el regreso al Antiguo Régimen.

La organización provincial y regional tal y como la conocemos hoy fue creada por Javier de Burgos en 1833. En 1927 se modifica con la división de Canarias en dos provincias, Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria. Con la Constitución de 1978 se añade en la organización territorial un nuevo ente, la comunidad autónoma.

Justificación de los límites de la comarca de Abona

Las delimitaciones espaciales de la comarca de Abona son bastante difusas. En la actualidad, el Plan Insular de Ordenación de Tenerife cita que esta comarca se compone de los municipios de Granadilla de Abona, San Miguel de Abona, Arona y Vilaflor. De acuerdo a los datos que recoge el cronista oficial de Granadilla, Emiliano Guillén (2015), también formarían parte de este grupo Arico y Fasnía.

Guillén (2015) expone los pasajes correspondientes a las datas del reparto de tierras que recibió el regidor Cristóbal de Valcárcel, la primera con fecha del 28 de agosto de 1516:

Licenciado Cristoval Valcarcel. Por que sirváis y os avecindéis en esta isla doy a vos vuestro suegro Pedro de Lugo, para ambos a dos 600 fanegadas de sequero de buena medida en el reino de Abona, desde el Llano del Ahijadero que comienza desde la fuente de Jámar con la dicha fuente, todo el barranco abajo, que va a dar a Las Galletas hasta el mar con todos los pozuelos de dicho barranco que están junto al mar y hacia las moradas que llaman de Guadarteme e dende allá hasta Jámar e la banda de Aldea Blanca con el corral que hizo Martín Vayl a dar al corral grande que dicen de Los Cristianos, e por allí arriba hasta el barranco que está junto al barranco e camino de Adegue...

La segunda referencia, el 14 de abril de 1522:

Licenciado Cristoval de Balcarcel, vecino y regidor. El Barranco que se dice de Las Galletas desde la mar hasta el Ahijadero, con los pozos que el dicho barranco tenéis hechos o quisiéredes hacer para abrevar vuestro ganado e más 150 fanegas de un cabo del dicho barranco hacia la montaña de Asyo y otras 150 del otro cabo, con todas las moradas e asientos para que traigáis vuestros ganados de cabras y ovejas e majadas de ganados e quesos que en ella hay. Digo que vos do las 300 fanegas y el barranco...

Atendiendo a las referencias históricas señaladas y a los rasgos climatológicos o edafológicos que comparten estas circunscripciones, el marco de esta investigación comprende los términos de Fasnía, Arico, Granadilla de Abona, San Miguel de Abona, Arona y Vilaflor.

Esta comarca es la más extensa de la isla con una superficie total de 566,41 km². Sus fronteras limitan al Norte con Las Cañadas del Teide, al Sur con el mar, al Oeste con el Barranco de El Rey, que separa Arona y Adeje, y al Este con el Barranco de Erques, delimitando Fasnía del Valle de Güímar (C.R. Pérez, 2000: 31).

Antecedentes

Desde que la comunicación traspasó la barrera de los medios masivos para irrumpir en las organizaciones ha sido objeto de gran interés en el ámbito académico y en la comunidad profesional. Esta doctrina, relativamente joven en nuestro país, pertenece al grupo de empresas informativas que todavía «no muestran caracteres unívocos, porque se halla en proceso de crecimiento y consolidación» (Sotelo, 2001: 7). Dentro de la comunicación institucional se encuentran las empresas que se dedican de forma íntegra a la actividad de informar y las que desarrollan, además de la comunicación, otro tipo de actividades.

Esta revolución ha supuesto la coexistencia en el mercado informativo de empresas, particulares e instituciones con un objetivo común, el intercambio de información (Sotelo, 2001: 13). Las condiciones de este escenario, caracterizado por su ritmo frenético y por la sobreabundancia de contenidos, han llevado a la pluralidad de actores que participan en él a adoptar una estrategia de comunicación formal.

La comunicación institucional, pese a ser una disciplina reciente –apareció a principios del siglo XX– cuenta con numerosas acepciones en función de la naturaleza de la organización. La falta de precisión terminológica y conceptual impide la delimitación práctica de la actividad y, como afirma Arceo (1995: 27), perjudica directamente la labor cotidiana de empresas e instituciones. La forma más antigua para designar esta práctica es mediante el concepto ‘relaciones públicas’, que hace referencia a «la dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos» (Grunig y Hunt, 2003: 53). Entre las obligaciones de sus profesionales se encuentran la redacción de notas de prensa, memorias anuales, discursos o planes de comunicación interna y externa (Sotelo, 2001: 35-36), labores que no difieren de las ejecutadas en un gabinete de prensa.

Este término convive en la esfera empresarial con otros como 'comunicación corporativa', 'comunicación empresarial' o 'comunicación institucional', al mismo tiempo que busca su propio espacio en el ámbito académico (Míguez, 2013: 128). No obstante, Sotelo (2001: 23) señala el uso habitual del concepto 'comunicación empresarial', ya que la mayoría de estudios sobre la materia se centran en la empresa. Esto hace que los resultados obtenidos se apliquen a otras instituciones y que se plantee «la posibilidad de trasladar el sustantivo empresa para designar al resto de entidades».

Las diferentes denominaciones también varían en función del área geográfica. En Estados Unidos y América Latina la comunicación institucional recibe el nombre de 'comunicación organizacional' y alude al «proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes dentro de un sistema de objetivos determinados» (F. Martín, 1998: 31). Este tipo de comunicación la practican todas las entidades que para cumplir sus objetivos se relacionan con otras personas o instituciones como las asociaciones civiles o profesionales, partidos políticos, hospitales, etc., (F. Martín, 1998: 31).

J. Costa (1995: 34-35) apuesta por la comunicación corporativa en las organizaciones. Para explicar su postura recurre al término 'corporativo', entendido como la idea de integridad de todas las partes que conforman una organización. Considera a la empresa o institución como un «todo articulado» donde la comunicación corporativa es fruto de las interacciones pluridisciplinarias que se dan en el ambiente de la comunicación y la organización (J. Costa, 1995: 138). Entre las disciplinas que convergen y conforman este tipo de comunicación se encuentran la comunicación institucional, la comercial o la interna y externa (J. Costa, 1995: 136). Como se observa, para el autor la comunicación corporativa es superior a otras formas comunicativas que diversos autores sitúan en el mismo peldaño.

Por el contrario, Sotelo (2001: 24) entiende que el poder que tiene la corriente profesional y académica anglosajona en la comunicación institucional puede llevar a identificar 'corporativo' con 'empresarial' porque en su origen es un concepto vinculado a las grandes empresas. Este es el motivo por el que otorga especial relevancia al término 'institución', puesto que «mantiene paralelo contenido tanto en el área anglosajona como latina» (Sotelo 2001: 24). El autor apunta a una idea sustancial de la teoría institucional de las organizaciones que prima el valor del entorno en el nacimiento y la evolución de una organización. Se describe a la institución como una organización humana, que se halla en el ámbito de una entidad social superior, en la que sus miembros realizan diversas actividades para alcanzar una serie de objetivos. Para lograr su misión, es necesario adoptar unas normas, creencias y valores que garanticen su supervivencia y su reconocimiento por parte de la sociedad (Sotelo, 2001: 29).

El carácter global de la comunicación ha supuesto la aparición de una gran variedad de términos para hablar de la comunicación en las empresas e instituciones. Esta actividad profesional, que deriva de las relaciones públicas, cuenta con cuatro modelos que describen sus diferentes etapas a lo largo de la historia.

El primer modelo de relaciones públicas nace en Estados Unidos a mediados del siglo XIX. En esta época, la práctica de relaciones públicas se conocía como agente de prensa y consistía en difundir información incompleta y distorsionada con objeto de mostrar una imagen positiva de los clientes a la sociedad (Grunig y Hunt, 2003: 74). En 1830, con la aparición de la prensa de un centavo, surgieron los primeros profesionales del oficio. Entre ellos destaca Phineas T. Barnum, que buscaba conseguir espacio en los periódicos para promocionar su circo Barnum & Bailey, o Amos Kendall, el primer secretario de prensa de la presidencia de Estados Unidos.

El creciente interés de los ciudadanos por el funcionamiento de las organizaciones supuso la incorporación a este sector de los profesionales de relaciones públicas. Pero la propaganda de los agentes de prensa, más que para comunicar la verdad, resultaba útil para ocultar los trapos sucios del ámbito empresarial. Esta fue la razón por la que diversos periodistas, conocidos como los *muckrakers*, denunciaron públicamente la corrupción existente en las empresas e instituciones (Grunig y Hunt, 2003: 86-87). Ante la necesidad de lavar su imagen, las empresas e instituciones se vieron en la obligación de modificar su estrategia comunicativa. A principios del siglo XX nacieron las agencias destinadas a prestar servicios de comunicación, entre las que se distingue Parker & Lee, creada en 1904 por George Parker e Ivy Lee. Este último se convirtió en el pionero del modelo de información pública, caracterizado por el uso de la *publicity* de forma equilibrada. Esta nueva forma de propaganda le llevó a cambiar las relaciones con la prensa, dejando claras sus intenciones en una Declaración de Principios donde se aprecia la esencia de este segundo modelo (Grunig y Hunt, 2003: 90):

Nuestro plan es proporcionar, franca y abiertamente, en nombre de los negocios e instituciones públicas, a la prensa y al público de Estados Unidos una información rápida y exacta respecto a temas que sean de valor e interés para que el público los conozca. Las corporaciones e instituciones públicas proporcionan mucha información en la que el interés informativo se pierde de vista. Sin embargo, es tan importante para el público tener estas noticias como lo es para las propias instituciones darles curso.

La comunicación también llegó a las instituciones políticas en la Primera Guerra Mundial. Entre 1917 y 1919, el gobierno estadounidense puso en marcha el Committee on Public Information (CPI), una agencia encargada de lograr el apoyo de los ciudadanos a la contienda. El «bombardeo intelectual y emocional» al que estaban sometidos los norteamericanos respondía a las técnicas propias de la persuasión de masas (Grunig y Hunt, 2003: 95). El empleo de las ciencias sociales en la persuasión de la opinión pública sentó las bases del modelo asimétrico bidireccional. A través de este enfoque se pretende manipular de forma consciente al público para que adopten la postura de la organización (Grunig y Hunt, 2003: 99).

En su libro *Crystallizing Public Opinion* publicado en 1923, Edward Bernays describió por primera vez esta actividad como una profesión. Asimismo, acuñó el término «asesor de Relaciones Públicas» (Grunig y Hunt, 2003: 98) para dar nombre a sus profesionales.

La estabilidad política, económica y social imperante después de la Segunda Guerra Mundial motivó la expansión de la comunicación institucional a todo tipo de organizaciones. La Office of War Information (OWI), creada durante la guerra para informar a la sociedad, contribuyó a la creciente demanda del servicio en años consecutivos. Las empresas de comunicación y relaciones públicas se perfeccionaron mediante la reorganización de las plantillas, la creación de planes de comunicación y la apertura de nuevas oficinas por toda la nación (Sotelo, 2001: 34). Destaca la iniciativa de la agencia Hill & Knowlton, que estableció una red de oficinas por varias ciudades hasta alcanzar la internacionalización. Su estructura sirvió como modelo para el resto de empresas que querían hacerse un hueco en la industria de la comunicación (Sotelo, 2001: 36).

Los cambios que acompañaron a la profesión en las décadas posteriores exigieron una mayor especialización de los trabajadores, que tuvieron que adquirir conocimientos sobre los métodos de trabajo de las distintas formas de organización (Sotelo, 2001: 35). La comunicación institucional ya era una realidad en la mayoría de empresas norteamericanas. Su éxito como instrumento de gestión en las organizaciones hizo posible su incursión en los planes de estudio de las carreras de Periodismo o Lingüística (Sotelo, 2001: 33).

En este periodo nacen dos de las asociaciones profesionales más importantes de la historia de la comunicación y las relaciones públicas, la Public Relations Society of America (PRSA) en 1948 y la International Association of Business Communicators (IABC) en 1970. Estos grupos perseguían el reconocimiento social de la profesión, denigrada por las malas prácticas de los agentes de prensa. La desconfianza en el trabajo de los periodistas y los asesores de relaciones públicas les llevó a buscar la responsabilidad social como uno de sus objetivos. Para regular la actividad profesional, la PRSA elaboró un sistema de acreditación, un código de

conducta y un Consejo de Conducta Ética y Profesional que velara por el cumplimiento de las normas. De igual manera, la IABC instauró un sistema de acreditación y desarrolló cursos de formación y programas de ayuda a la investigación (Sotelo, 2001: 44-46).

A pesar de que el modelo simétrico bidireccional surgió en Estados Unidos alrededor de los años 60, no es hasta finales del siglo XX cuando se hace visible en la práctica profesional (Arceo, 1995: 34). En un intento por normalizar este modelo, los investigadores Cutlip y Center describieron la actividad de relaciones públicas como el intercambio de opiniones entre la organización y sus públicos para alcanzar un entendimiento mutuo (Grunig y Hunt, 2003: 103). A diferencia del modelo asimétrico, con este se busca modificar la actitud de la organización y de sus públicos. Esto se consigue gracias a las habilidades comunicativas del relaciones públicas, que ejerce como intermediario entre ambos. Esta postura le permite conocer las preferencias del público respecto a la organización para mejorar las acciones de la organización con sus seguidores.

De forma análoga a Estados Unidos, las políticas de comunicación institucional y empresarial se integraron en las empresas europeas alrededor de 1945. En la primera mitad de siglo, la comunicación sólo estaba presente en las instituciones bajo el modelo de propaganda. Esta servía al poder como un arma para influir en las masas en los estados totalitarios, donde se empleaba con fines bélicos y políticos, y en los países liberales, donde coexistía con actividades informativas.

Tras la Segunda Guerra Mundial, la puesta en marcha del Plan Marshall posibilitó la recuperación económica de Europa y aceleró la llegada de las empresas norteamericanas al continente. La mayoría imitaron el modelo estadounidense y muy pronto abordaron la comunicación comercial y corporativa. En el plano de las instituciones públicas, las políticas informativas se desarrollaron en los cincuenta con la intención de consolidar la democracia liberal y la economía de mercado (Sotelo, 2001: 48).

Los consejos de información implantados durante la contienda se mantuvieron en años posteriores como canales de comunicación con los ciudadanos. También surgieron organismos bajo la supervisión del Ministerio de Exteriores que desempeñaban labores de comunicación, publicidad y relaciones públicas desde la neutralidad, como la Central Office of Information en Gran Bretaña. Su labor informativa se extendió por todos los niveles de la Administración, incluidas las corporaciones locales, aunque no se popularizó esta práctica hasta los años setenta (Sotelo, 2001: 49).

Las primeras prácticas de relaciones públicas en Europa se iniciaron en Reino Unido y Francia, donde se creó el primer departamento de relaciones públicas en la compañía Esso

Standard. A diferencia de Norteamérica, las asociaciones profesionales surgieron al otro lado del mundo de forma paralela al nacimiento de la profesión. En 1948, cuando emergió la primera agrupación norteamericana, nació en Reino Unido el Institute of Public Relations. Aunque en sus inicios contaba con apenas 200 afiliados, en los noventa tenía cerca de 4000 miembros. Un año más tarde, nace en Francia el Club de la Maison de Verre, que en 1955 pasó a formar parte de la Asociación Francesa de Relaciones Públicas (Sotelo, 2001: 50).

En 1964 se decreta la profesión de consejero de relaciones públicas y jefe de prensa en Francia, cuya función era la de «proponer los medios para establecer y preservar las relaciones de una organización y sus públicos y para difundir información de interés sobre su actividad» (Sotelo, 2001: 51). El principal requisito para acceder al cargo era el de distinguir con rigor publicidad, relaciones públicas y periodismo, por consiguiente, el cargo era incompatible con el de periodista o publicista.

Hasta los años 80, la profesión en Europa estuvo marcada por el modelo estadounidense, en parte, debido a la ausencia de un modelo profesional aplicable a todos los practicantes de relaciones públicas. Con este objetivo, nació en Londres la International Public Relations Association (IPRA) en 1955, integrada por profesionales de todo el mundo. Esta organización elaboró un Código de Conducta Profesional aprobado en Venecia en 1961 y un Código de Ética en Atenas en 1965. Ambos contienen derechos y deberes de la profesión basados en «el respeto a la dignidad humana, las libertades públicas, la verdad y el derecho a la información» (Sotelo 2001: 52).

Además de la corriente tradicional de la comunicación institucional y las relaciones públicas, concurren otras dos alternativas que proliferaron en la década de los ochenta y que perduran hoy en día. En primer lugar, nace una forma de concebir y practicar las relaciones públicas «con una filosofía estratégica y previsor» (Sotelo, 2001: 53), fruto de la aplicación de las innovaciones en este sector. Esta perspectiva, añade Sotelo, se desarrolla en los países anglosajones y en Europa, principalmente en Reino Unido y Europa del este.

El siguiente modelo profesional surge a raíz de la idea de aglutinar varias actividades en una sola política de comunicación y a la orden de una sola persona: el director de comunicación o *dircom*. La figura del *dircom* nace en Francia y su labor supone no solo el desempeño de las tareas informativas habituales sino, también, de la publicidad comercial e institucional, patrocinio y mecenazgo, etc., (Sotelo, 2001: 54). Este modelo se consolidó con la llegada de la Association des Directeurs de Communication en 1987.

La comunicación institucional llegó a España con retraso debido al control que ejercía el régimen dictatorial franquista sobre la profesión periodística. La prensa era una institución al

servicio del poder y la información un instrumento para adoctrinar a las masas. Hasta finales de los 60, esta práctica no empieza a dar señales de vida en la Administración y en las empresas privadas (F. Martín, 1998: 37).

La incorporación de las relaciones públicas al sistema informativo franquista no fue una tarea fácil, aunque el avance de la actividad en el continente despertó la curiosidad de sus precursores. En 1955, la agencia de publicidad Danis fue la primera en tomar contacto con las relaciones públicas gracias a una campaña de la marca Mistol. Su artífice, Joaquín Maestre, cinco años más tarde fundó, junto a Juan Viñas, la Sociedad Anónima Española de Relaciones Públicas (Sotelo, 2001: 56).

Los esfuerzos por consolidar la práctica de relaciones públicas y convertirla en una profesión dieron su fruto con la creación de las primeras asociaciones. En 1961 nace la Asociación Técnica de Relaciones Públicas, en 1965 la Agrupación de Relaciones Públicas y, un año más tarde, el Centro Español de Relaciones Públicas. Asimismo, en 1975 se constituye por decreto el Registro Oficial de Técnicos en Relaciones Públicas que reconoce la actividad y establece tres categorías de profesionales: directivos, ejecutivos y auxiliares (Sotelo, 2001: 56-57). En la década de los noventa nace la Asociación de Empresas Consultoras en Comunicación (ADECEC) formada por dieciséis agencias españolas y la Asociación de Directivos de Comunicación, ADC Dircom, con la misión de regularizar la nueva profesión del director de comunicación (Sotelo, 2001: 58).

Las relaciones públicas se incorporan al ámbito académico en los setenta, primero en centros privados y luego en las Facultades de Ciencias de la Información. En 1974, el Gobierno establece la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Barcelona y, en años posteriores, se incorpora a los planes de estudio de carreras como Periodismo o Comunicación Audiovisual (Sotelo, 2001: 57).

En 1978, el cambio a un régimen democrático supuso la apertura a Europa. El nuevo orden institucional provocó el impulso de la comunicación y la multiplicación de los departamentos de comunicación, antiguos gabinetes de prensa y relaciones públicas (F. Martín, 1998: 38).

Almansa (2004: 8-9) acude a Ramírez para explicar los motivos de la creación de los gabinetes de comunicación. En primer lugar, el autor apunta que estos organismos surgieron ante la demanda de información de la opinión pública y, en segundo lugar, para cambiar la imagen negativa que sobre estas imperaba en la sociedad. Ramírez (1995: 27) define a estos organismos como «fuentes activas, organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades comunicativas tanto internas como externas de aquellas

organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública».

A finales de los setenta y principios de los ochenta se extiende la práctica comunicativa en las corporaciones locales. J. Costa afirma que «es con los ayuntamientos democráticos cuando se generalizan [...] los gabinetes de prensa, la publicidad o, más adelante, el uso de la investigación para crear o planificar las campañas públicas» (Almansa, 2004: 10).

En un primer momento estos organismos se desarrollaron en Cataluña, concretamente en los ayuntamientos de Reus, Barcelona o Tarragona (Almansa, 2004: 7), para extenderse luego a otros puntos de la geografía española. Esta tendencia persiste en décadas posteriores, incrementándose de forma considerable entre 1996 y 2004 (B. García, 2005: 99).

Estado de la cuestión y marco teórico

En la actualidad, la comunicación institucional está muy desarrollada en los países punteros del mundo occidental, donde las organizaciones han adquirido nuevos métodos para lograr una gestión excelente de la comunicación.

Según el informe *El estado de la publicidad y el corporate en España*, publicado en 1998, las funciones de un gabinete son la comunicación interna, la comunicación de producto, la comunicación corporativa y las relaciones informativas (Almansa y Castillo, 2004: 50). Aunque han transcurrido dieciocho años desde su alumbramiento, los estudios recientes demuestran que este conjunto sigue siendo la piedra angular de los que ejercen la comunicación empresarial e institucional.

A nivel general, la estructura actual de los gabinetes de comunicación en nuestro país no difiere de la existente en otros lugares. El departamento de comunicación depende de la alta dirección o de un órgano intermedio como puede ser la Secretaría de Comunicación en una empresa o la Concejalía de Comunicación en el caso de una institución política. Su ubicación en el organigrama, próxima a la coalición dominante y en el mismo peldaño que el resto de departamentos, promueve el contacto frecuente con todos los miembros de la entidad (Almansa y Castillo, 2004: 56).

Dentro del gabinete, el jefe de prensa y sus trabajadores tienen la ardua tarea de definir la política comunicativa y proyectar en el público una buena imagen de la organización. Reyes y Giquel (1993: 104) recurren a Justo Villafañe para describir las competencias de los miembros de estos gabinetes. El *dircom* tiene que orientar a la organización en el camino hacia la

creación de su imagen corporativa, ejercer de portavoz de los diferentes departamentos y conocer la opinión del público para trasladarla a la alta dirección. Para alcanzar este fin es necesario que el comunicador tenga, además del título universitario correspondiente, «un gran poder de síntesis y una amplia fluidez mental» (F. Martín, 1998: 50).

Debido a la incidencia de la comunicación en la realidad actual, muchas organizaciones han puesto en práctica las teorías de Grunig, entre las que destaca el modelo simétrico bidireccional. Los rasgos más destacados de las organizaciones que abogan por el entendimiento mutuo emanan de las teorías simétricas y de la teoría general de sistemas. Entre las propuestas se contemplan la descentralización en la dirección de la entidad, la responsabilidad, la innovación, la igualdad y la autonomía de los trabajadores (Grunig y Hunt, 2003: 34-35). James y Larissa Grunig han cuestionado este modelo, al considerarlo como un precepto, defendiendo que las relaciones públicas excelentes son el resultado de una combinación de los modelos bidireccionales (Grunig y Hunt, 2003: 33).

En 1992 James Grunig, Larissa Grunig y David Dozier publicaron *Excellence in Public Relations and Communication Management* con el fin de descifrar los elementos comunicativos que hacen eficaz a una organización (Grunig y Hunt, 2003: 35). Este paradigma de la excelencia en relaciones públicas propone una serie de principios para ayudar a las organizaciones a alcanzar su misión.

Es importante que los responsables de las relaciones públicas participen en la gestión estratégica de la entidad demostrando su «fuerza, autonomía y poder de decisión y comunicación» (F. Martín, 1998: 27). El gabinete de prensa depende de la alta dirección y no de otros departamentos, de ahí que se espere que las relaciones entre el equipo directivo y estos profesionales sean habituales (Reyes y Giquel, 1993: 105).

Para añadir valor a la organización debe gestionarse la comunicación en dos direcciones, siendo el modelo simétrico el más adecuado para establecer vínculos con el público dentro y fuera de la entidad (Sotelo, 2001: 132). La gestión de ambas formas de comunicación desde un solo punto es fundamental. No obstante, Almansa y Castillo (2004: 57) descubrieron en su investigación que la mayoría de gabinetes no diferencian entre comunicación interna y externa, sino que realizan una segmentación «por parcelas de trabajo más concretas». F. Martín (1998: 29) incide en su importancia al declarar que «la Comunicación Interna es el soporte previo y básico de la Comunicación Externa». Sin la comunicación interna nunca podría existir una buena comunicación externa, ya que la armonía entre los trabajadores se proyecta al exterior y es fundamental para despertar buenas sensaciones en el público. Por esta razón, todo aquel que ejerza la función de comunicación y relaciones públicas debe poseer los conocimientos

teóricos y prácticos de esta profesión. Asimismo, el estudio revela que es propio de las organizaciones excelentes el fomento de la igualdad de oportunidades en el plano laboral, para que no tenga cabida la discriminación por cuestión de raza o sexo (Grunig y Hunt, 2003: 35).

Entre 2008 y 2009, alumnos del área de comunicación de las universidades catalanas Ramon Llull y Rovira i Virgili elaboraron un estudio para conocer el grado de excelencia en relaciones públicas de las empresas e instituciones españolas. La finalidad de la investigación era demostrar la existencia en estos organismos de los principios del *Excellence Study* de Grunig, entre los que se encuentran la función comunicativa de planificación estratégica, la respuesta del gabinete a los problemas sociales, su participación en la toma de decisiones y el apoyo de la dirección a las relaciones públicas (Huertas, Lozano y Ordeix, 2012: 3).

A pesar de contar con la mayoría de las características de la excelencia comunicativa, los resultados revelaron que las organizaciones en nuestro país no son excelentes. La prueba de ello es que la mayoría de los directores de comunicación y relaciones públicas desarrollan más funciones técnicas que directivas (Huertas et al., 2012: 10). Esto comporta un menor grado de participación de este experto en las cuestiones referentes a la gestión de la organización, lo que repercute de forma negativa en sus públicos. La falta de contacto entre la alta dirección y el equipo de relaciones públicas fomenta la comunicación unidireccional e impide la presencia de los públicos externos en la toma de decisiones (Sotelo, 2001: 139). Así lo refleja la investigación, que advierte de la manipulación que la organización ejerce sobre las personas que no comparten su punto de vista (Huertas et al., 2012: 10).

El manejo de la información ha comportado una de las mayores preocupaciones de las organizaciones en los últimos treinta años. El legado de teóricos como Grunig ha servido de ejemplo para los practicantes de relaciones públicas de todo el mundo. En España, la comunicación institucional se ha expandido de manera dispar, teniendo en cuenta su lento desarrollo en Canarias donde, ahora, las organizaciones empiezan a tomar conciencia de su importancia.

En el ámbito local, algunos ayuntamientos ya efectúan funciones comunicativas, aunque sin la garantía de estar haciendo lo correcto. La escasez de estudios en profundidad sobre esta materia tan reciente ha supuesto, de acuerdo con Diez Lobo (citado en Campillo, 2010: 52), que todavía no exista un paradigma de la comunicación local «que nos sirva universalmente y que pueda ser aplicado en cualquier municipio». Un aspecto que sí ha quedado demostrado gracias a la experiencia es que la comunicación ayuda a las organizaciones a alcanzar sus objetivos y a aumentar su prestigio social.

Objetivos e Hipótesis

La escasa información sobre el funcionamiento de la comunicación institucional en las corporaciones municipales de las islas ha generado algunos interrogantes que han propiciado la elaboración de este proyecto.

1. ¿La presencia de un departamento de comunicación en la institución garantiza una mayor frecuencia de aparición en la prensa?
2. ¿Reúnen las instituciones locales las características de la excelencia comunicativa?
3. ¿Percibe el departamento la comunicación externa como una herramienta para conocer las expectativas del público?

El conocimiento de los gabinetes de comunicación de las rutinas periodísticas de las redacciones y las peculiaridades de cada medio le han convertido en una fuente informativa a la que acuden los medios en busca de hechos noticiables. Numerosos estudios reflejan que las noticias elaboradas en los gabinetes tienen una probabilidad mayor de aparecer en la prensa que las procedentes de otras vías (Ramírez, 2005: 183). Esto viene a reafirmar el pensamiento de diversos autores, entre ellos, Villafañe, Bustamante y Prado, que consideran que los gabinetes condicionan la agenda mediática, reduciendo el factor sorpresa de las noticias (Ramírez, 2005: 175).

Con el análisis del funcionamiento de los gabinetes de prensa municipales, acción que conforma el objetivo principal de esta investigación, se quiere demostrar la siguiente hipótesis:

1. Los ayuntamientos que tienen un departamento de comunicación gozan de una mayor presencia y de una imagen más favorable en los medios de comunicación que aquellos que carecen de tales estrategias comunicativas, al tiempo que pueden desarrollar su labor con transparencia y en sintonía con las aspiraciones de sus vecinos.

Todo aquel que se adentra en un proyecto de estas características busca alcanzar una serie de objetivos, generales y específicos, que le guíen durante todo el proceso de trabajo (Berganza y Ruiz, 2005: 44).

El objetivo primordial es el de estudiar el funcionamiento del área de comunicación de los ayuntamientos de la comarca de Abona. Con ello se pretende aportar novedades a este campo científico donde no abundan contenidos sobre este tema en concreto.

Cada vez son más los organismos que contratan a periodistas para desempeñar una labor comunicativa que garantice su presencia frecuente en los medios de comunicación. No obstante, la comunicación institucional a nivel local está menos arraigada que en otras organizaciones de mayor extensión. La situación en la región estudiada no difiere de esta tendencia general. B. García (2005: 225) declara que «los ayuntamientos, pese a ser uno de los ámbitos históricamente más importantes de comunicación con los ciudadanos, carecen, en general, de infraestructura estable de relación con los medios». A raíz de esta realidad, los objetivos específicos que se persiguen son los siguientes:

1. Constatar la importancia de la gestión de la comunicación en las instituciones locales.
2. Detectar los puntos fuertes y débiles en el desarrollo de la comunicación en cada ayuntamiento.
3. Demostrar la necesidad de que las instituciones de la comarca de Abona cuenten con un gabinete de comunicación.
4. Analizar la presencia que tienen estas administraciones locales en la prensa regional.

Metodología

Los métodos de investigación utilizados de acuerdo a los fines anteriormente expuestos son de carácter cualitativo y cuantitativo. La combinación de ambas técnicas, lo que se denomina «triangulación metodológica» (Berganza y García, 2005: 34) busca obtener un conocimiento más completo de la realidad objeto de estudio.

Análisis de contenido cuantitativo en los medios

El análisis de contenido cuantitativo de los medios es uno de los procedimientos más utilizados en la investigación científica dentro del ámbito comunicativo (Sánchez, 2005: 207). Según Bernard Berelson, esta técnica se emplea «para describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación» (Sánchez, 2005: 212). Berganza y García (2005: 32) son más específicas al añadir que este método suele utilizarse cuando el investigador se enfrenta a un estudio «en extensión y generalizador».

El análisis de contenido supone aplicar determinados criterios para valorar los productos informativos. Estos elementos reciben el nombre de categorías y varían en función de la finalidad de la investigación (Sánchez, 2005: 217).

La muestra hace referencia a los sujetos u objetos sobre los que se quiere obtener información (del Río y Velázquez, 2005: 64). En este caso, la muestra está formada por todas las noticias emitidas desde el área de comunicación y publicadas en los periódicos *Diario de Avisos*, *El Día* y *La Opinión de Tenerife* durante los meses de enero, febrero y marzo de 2016.

La ficha de análisis para el estudio de la muestra incluye las siguientes categorías: fecha, medio de comunicación, firma, titular, número de páginas, ubicación y extensión de la información, número de fotografías, extensión de la imagen y tratamiento informativo. Este último se subdivide, a su vez, en positivo, negativo o neutro, dependiendo de cómo afecte el contenido informativo a la propia institución.

El propósito de la investigación empírica es el de detectar la frecuencia de aparición de cada organismo en los medios y la incidencia que estas publicaciones tienen en su imagen. Asimismo, se han recopilado las publicaciones elaboradas por periodistas y corresponsales para examinar la demanda de información procedente del exterior que desde el ayuntamiento intentan satisfacer. Con ello, también se quiere conocer el grado de interés periodístico de cada municipio y su relación directa con la presencia o ausencia de una estrategia comunicativa formal en el ayuntamiento.

El motivo de la elección de este espacio temporal reside, en primer lugar, en la intención de realizar una investigación que aportara datos recientes a este campo científico, reflejo de la situación actual. En segundo lugar, en este periodo, a diferencia de los meses de verano, se produce un mayor número de informaciones, por consiguiente, más resultados que respalden las conclusiones del trabajo.

De igual forma, las fuentes hemerográficas consultadas se corresponden a los tres medios impresos más importantes editados en Tenerife. *Diario de Avisos* es el periódico más antiguo

de Canarias, fundado en 1890, le sigue *El Día* en 1909 y, por último, *La Opinión de Tenerife* que apareció casi un siglo más tarde, en 1999. Los tres se caracterizan por destinar un espacio considerable a la cobertura de los acontecimientos desarrollados en la isla y, en menor medida, a temas regionales, nacionales e internacionales.

Respecto a su difusión y tirada, a continuación se exponen los últimos datos certificados de estos periódicos entre enero y diciembre del año 2015.

Tabla 1

Difusión y tirada de medios impresos con información general

Medio	Tipo de difusión	Periodicidad	Promedio de tirada	Promedio de difusión
Diario de Avisos (DA)	Pago	Diaria	8734	7352
El Día	Pago	Diaria	17 197	13 992
La Opinión de Tenerife (LOT)	Pago	Diaria	5850	3723

Nota. Fuente: Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

En este caso, se ha realizado una investigación primaria a partir de datos obtenidos de forma directa gracias al escrutinio en medios impresos y a las entrevistas con los jefes de comunicación de cada ayuntamiento. Ahora bien, en la línea de Berganza y García (2005: 78), toda investigación primaria se orienta por datos derivados de estudios anteriores.

Análisis cualitativo: entrevista en profundidad

Mediante la aplicación de las técnicas cualitativas, el investigador pretende conocer e interpretar las experiencias subjetivas de las actuaciones de las personas (Berganza y García, 2005: 32).

Trabajar con aspectos de carácter personal como los sentimientos y las opiniones de los entrevistados impide hacer generalizaciones de igual forma que en la metodología cuantitativa. Por esta razón, mediante la comparación de las reacciones de los entrevistados se pretenden alcanzar unos resultados que den respuesta a las cuestiones planteadas antes de abordar la investigación (de Miguel, 2005: 255). El análisis del lenguaje, la reflexividad y el *feed-back* informativo son los elementos a los que hay que prestar especial atención en este método de trabajo (Berganza y García, 2005: 33).

Para conocer la situación actual en cada uno de los ayuntamientos se concretó una reunión con los responsables del área de comunicación de los seis términos municipales. La entrevista, lejos de ser estructurada, se gestó en un clima conversacional informal que fomentase la espontaneidad del entrevistado, con el fin de conocer su punto de vista sobre este asunto (de Miguel, 2005: 253).

Aunque en la entrevista en profundidad el investigador acude al encuentro sin un cuestionario previamente elaborado, este debe tener una idea clara de los temas a tratar para garantizar una conversación coherente (de Miguel, 2005: 255). La libertad de la que gozan sus protagonistas promueve la flexibilidad del diálogo, de modo que pueden surgir aspectos que en un futuro repercutan de forma sustancial en las conclusiones del estudio.

El cargo que ocupan las fuentes personales consultadas vislumbran las enormes diferencias entre las instituciones de la comarca. Mientras algunos practican la comunicación como una rutina de trabajo, otros la ejercen cuando lo estiman oportuno por falta de tiempo.

En Vilaflor, Dolores González, técnico en el área de Servicios Sociales e Igualdad, es la encargada de atender las demandas de la prensa. Esta función no forma parte de su trabajo habitual pero, por sus conocimientos de la profesión periodística, apuesta por mejorar la comunicación en el municipio.

En Fasnia, el alcalde, Damián Pérez, y sus concejales son los encargados de elaborar las notas de prensa que envían a los medios de comunicación. Cabe destacar que ninguno en el grupo de gobierno posee la titulación universitaria en Periodismo.

La agencia Pasovox Comunicación, que dirige el periodista Zeben Díaz, desarrolla la comunicación interna y externa del Ayuntamiento de Arico.

La concejala de Servicios Sociales y Comunicación del Ayuntamiento de San Miguel de Abona, Nuria Marrero, se encarga de la función comunicativa en la institución. Periodista de profesión, cuenta con el apoyo de Danelia Quintero, licenciada en Pedagogía, Agente de Igualdad y Experta en Género y Políticas de Igualdad.

La comunicación e información municipal en Arona es gestionada por Sonia Galdón, licenciada en Periodismo, Historia del Arte y diplomada en Derecho.

Por último, el gabinete de prensa del Ayuntamiento de Granadilla de Abona está compuesto por Lucy González, licenciada en Periodismo y Relaciones Laborales, y Domingo Melián quien, a pesar de no tener los estudios correspondientes, cuenta con trayectoria en el medio radiofónico.

Resultados y análisis

Historia de la comarca de Abona

Esta comarca de la vertiente sur de la isla posee unas condiciones climáticas uniformes que serán determinantes en los asentamientos de población y en las actividades económicas que se desarrollarán durante el siglo XIX y parte del siglo XX. La comarca de Abona se caracteriza por tener unas temperaturas anuales superiores a los 18°C, con oscilaciones por las diferencias de altura y los frecuentes vientos alisios entre Fasnia y San Miguel (C.R. Pérez, 2005: 36-37). La llegada de nubes de polvo procedentes del Sáhara elevan los termómetros en los meses de verano. En los meses fríos las precipitaciones, escasas e irregulares, no superan los 100mm. anuales en la franja costera. En las medianías pueden alcanzar los 200-300mm, y en las cotas más elevadas superar los 300-400mm., incluso en forma de nieve (C. R. Pérez, 2005: 36).

El clima, el viento y la escasez de agua limitaron durante décadas a los residentes en la región a practicar una agricultura de secano. Esta situación favoreció el establecimiento de los principales núcleos de población y órganos de gobierno en las medianías, entre los 400 y los 700 metros de altitud, cerca de las corrientes de agua (V. Martín, 2003: 45).

Para V. Martín (2003: 22-23), el desarrollo altitudinal y la red de barrancos fueron determinantes en la configuración del terreno destinado a la práctica agraria. Atendiendo a estas peculiaridades se establecieron dos zonas de cultivo: las medianías y la franja costera. El terreno en las medianías se dedicó a los cultivos de secano, y en el litoral se implantaron los productos de exportación.

El trigo, la cebada, el centeno y el millo fueron los granos más extendidos de la comarca (C. R. Pérez, 2005: 739). La papa también fue durante décadas una de las mayores fuentes de trabajo y alimento de la isla. La posibilidad de su cultivo en jable y la abundancia de este material volcánico en las medianías de los municipios de San Miguel, Granadilla y Arico facilitó que se consolidara como uno de los cultivos de subsistencia en el sur (C. R. Pérez, 2005: 794). En la actualidad, destacan en el paisaje sureño enormes parcelas de este cultivo que sigue presente en la dieta de las familias canarias.

Durante el siglo XIX, los beneficios derivados de la cochinilla fueron el principal sustento económico de la población del archipiélago. En 1830, Arico y Granadilla ya tanteaban con este insecto que motivó la aparición de fincas de tuneras para su producción en años posteriores (C. R. Pérez, 2005: 752). En 1939, Tenerife se corona como la mayor exportadora hacia la

Península y el extranjero. La Ley de Puertos Francos en 1852 supuso un gran impulso para el comercio de productos canarios y el fortalecimiento de las relaciones con el mercado anglosajón (C. R. Pérez, 2005: 748).

En un esfuerzo por trasladar al lector el protagonismo de la cochinilla en la sociedad canaria, C. R. Pérez (2005: 757) acude a la *Historia de Arucas* de Rosales Quevedo. En esta obra, el autor afirma que la grana implicó «el fortalecimiento de numerosas fortunas privadas, posibilitó importantes obras públicas y de particulares [...] y produjo, en fin, un insospechado bienestar general».

La armonía derivada de la cría de este insecto provocó el aumento de la población en estos municipios. No obstante, los sucesos acaecidos entre 1866 y 1897 provocarán la salida masiva de canarios a América en busca de un futuro lejos de la miseria. A la pérdida reiterada de las cosechas de cereales se suma la devaluación de la cochinilla, fruto de la crisis bursátil europea de los setenta y de la introducción en el mercado internacional de los colorantes artificiales (C. R. Pérez, 2005: 769). El desplome de este prometedor negocio causa estragos en la economía, lo que lleva a los agricultores a buscar nuevos cultivos sustitutivos, entre ellos, el tabaco. Pero la desgana de los campesinos, las dificultades en la producción y la amplia competencia son algunas de las razones que apuntan los editores de *La Prensa*, en enero de 1938, sobre el escaso éxito de la industria tabaquera canaria. Aun así, la demanda local y la venta a los barcos que surcaban las islas lograron perpetuar su fabricación (C. R. Pérez, 2005: 781).

Tabla 1

Evolución histórica de la población en los municipios de la comarca de Abona durante el S. XIX

Municipio	1857	1860	1877	1887	1897
Fasnia	1753	1817	1805	1494	1814
Arico	3197	3405	3435	3196	3524
Granadilla	2918	3258	3492	3145	3164
San Miguel	1997	1916	2161	1928	1857
Vilaflor	1062	1018	1005	1083	1068
Arona	2069	2050	2423	1962	1974

Nota. Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

El sur reanuda su etapa de crecimiento con la introducción de los cultivos de exportación como el tomate y el plátano, que permitirán a Canarias retomar los contactos con el mercado foráneo. El tomate comenzó a darse a finales del siglo XIX en el norte de Tenerife, ante las

posibilidades que ofrecía esta zona para su cosecha. La insuficiencia de recursos hídricos entorpecerá su asentamiento en el sur hasta después de la Primera Guerra Mundial (C. R. Pérez, 2005: 815).

La sequía hizo del sur un enclave poco atractivo para aquellos que buscaban un lugar de residencia estable. A esta dificultad se le añade la ausencia de vías de comunicación terrestres adecuadas que conectaran unos municipios con otros y, a su vez, con los puertos marítimos. Las precarias condiciones de los caminos tradicionales a causa del abarrancamiento del terreno, la escorrentía y el paso de animales suponían un grave problema para sus residentes (C. R. Pérez, 2005: 1011). La situación de aislamiento en la que se hallaban y la detención de la obra de la carretera general, que no sobrepasaba Fasnía, llevó a los municipios sureños a reclamar al Cabildo la construcción de una carretera de circunvalación. En 1925, la institución elabora el primer Plan General de Carreteras para construir los caminos de parte del sur de la isla y su conexión con el norte (C. R. Pérez, 2005: 1015).

En la década de los cincuenta del siglo XX se produce el paso de una agricultura de secano a una de regadío gracias a la construcción del Canal del Sur. Esta infraestructura, junto a la extensión de las vías de comunicación, provocará grandes transformaciones sociales. El canal posibilitó el trasvase de agua desde Fasnía hasta Adeje, atravesando las medianías de los municipios de la comarca de Abona y recorriendo un total de 73.548,5 metros. Aunque tardó casi diez años en construirse, desde 1941 hasta 1950, aportó numerosas ventajas a los habitantes de la región gracias al aumento de los puestos de trabajo (V. Martín, 2003: 83). Los nuevos usos del suelo promovieron la introducción y expansión en el mercado de los productos agrarios de regadío, que ocupaban amplias superficies en la franja costera. En este momento se produce «una compartimentación de los cultivos de exportación en el espacio insular: Norte-plátano y Sur-tomate» (V. Martín, 2003: 126).

En los años sesenta, el sur sufre una nueva metamorfosis que modifica el ordenamiento espacial en el litoral. Las grandes extensiones de tierra desaparecen para dar lugar a lo que Víctor Martín (2000: 16) denomina un «fenómeno turístico-residencial». Este cambio, propiciado por las dificultades en el sector agrario, abrió paso a la urbanización como alternativa en el aprovechamiento del suelo. Muchos propietarios decidieron convertir sus fincas rústicas en urbanizables o vender sus terrenos a nuevos inversores para obtener rédito económico. Otros, por el contrario, decidieron seguir cultivando sus terrenos para competir en el mercado nacional e internacional. Sin embargo, atraídos por el crecimiento del sector turístico frente a la merma de la agricultura, este grupo de terratenientes termina por introducirse en el negocio inmobiliario (V. Martín, 2000: 24).

El proceso urbanístico despegó en la zona norte a principios de los sesenta, cuando se erigen los principales complejos turísticos en el Puerto de la Cruz y el Valle de La Orotava (V. Martín, 2000: 38). Las inversiones inmobiliarias en el sur comienzan un poco más tarde, concentrándose en dos etapas: 1968-1973 y 1985-1989. La apertura del 'Hotel Médano' en Granadilla y el primer plan parcial de urbanización para la construcción de apartamentos en Arona, serán un reflejo de lo que ocurrirá en años posteriores (V. Martín, 2003: 158-159). Además, con la aprobación del Plan Insular de Ordenación en 1969 se contemplan acciones que modificarán aún más la realidad de esta región, como la creación del Aeropuerto Reina Sofía, la apertura de una nueva carretera o la continuación de la autopista norte (V. Martín, 2000: 52).

Durante el periodo comprendido entre 1968 y 1973 se produjo un crecimiento exponencial de las plazas turísticas en el sur, que concentraba el 32% de la oferta hotelera y extrahotelera. Entre los municipios de la comarca objeto de estudio despunta Arona, que a finales de 1972 ofertaba 5.883 plazas, por detrás del Puerto de la Cruz y La Laguna en cuanto al volumen de alojamientos turísticos (V. Martín, 2000: 43-44).

La crisis inmobiliaria que se desarrolló en los setenta hasta mediados de los ochenta paraliza la edificación de hoteles y apartamentos, manteniendo la oferta alojativa canaria en 180.000 plazas. La recuperación del sector trae consigo el aumento de 180.000 a 360.000 plazas hoteleras entre 1985 y 1989 (V. Martín, 2000: 42). En esta segunda etapa de apogeo los inversores centran sus esfuerzos en explotar el potencial turístico del sur para convertirlo en el destino preferido de los turistas que buscan disfrutar del sol y la playa.

La llegada masiva de visitantes ha supuesto el impulso del sector servicios y la mejora de la accesibilidad a las áreas turísticas y recreativas. Los centros históricos también han tenido que adaptarse reforzando su atractivo y potenciando el turismo rural para acoger a aquellos que desean escapar de las aglomeraciones en el litoral.

A finales de los ochenta se consolidan los principales centros turísticos de la isla, Los Cristianos, en Arona y Playa de Las Américas, en Adeje (V. Martín, 2000: 45). Como se observa en la tabla, esto generó un aumento considerable de la población en Granadilla, San Miguel y Arona. Las zonas costeras de estas jurisdicciones se afianzaron como destino de vacaciones: El Médano en Granadilla, Golf del Sur y Amarilla Golf en San Miguel y Costa del Silencio-Ten-Bel y Los Cristianos en Arona.

Tabla 2*Evolución histórica de la población en los municipios de la comarca de Abona durante el S.XX*

Municipio	1960	1970	1981	1990	2000
Fasnia	3503	2706	2291	2319	2554
Arico	5522	4308	4205	4432	5644
Granadilla	8711	10 083	13 752	17 073	20 323
San Miguel	3035	4822	3935	5294	7315
Vilaflor	1847	1528	1482	1560	1634
Arona	6331	9418	13 556	25 018	38 416

Nota. Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

Historia de los gabinetes de comunicación de los ayuntamientos de la comarca de Abona

Toda organización transcurre por una serie de etapas antes de tomar la decisión de crear un gabinete de comunicación (B. García, 2005: 110). En este periodo, la institución parte de un escepticismo absoluto hacia la actividad comunicativa para, poco a poco, ir reconociendo su utilidad.

La primera etapa se caracteriza por la inexistencia de un departamento de comunicación ante la falta de interés de los poderes políticos. B. García (2005: 110) incluye en este grupo a las entidades que responden a las demandas de los periodistas en momentos puntuales y que, por esta razón, solo aparecen en la prensa por cuenta ajena a la propia institución. En este punto se encuentra Vilaflor, donde el reducido número de habitantes ha sido el pretexto del gobierno para justificar la ausencia de un área de comunicación integrada en su política diaria. No existen máximos o mínimos cuando se trata de comunicar pues, como señala Jean Paul Simon (citado en Ramírez, 2005: 128), hasta los municipios más pequeños tienen algo sobre lo que informar a sus vecinos.

En la siguiente fase se encuentran las organizaciones que entienden la comunicación como una actividad secundaria. Son entidades que se preocupan por dar respuesta a los medios, ya sea a través de sus propios trabajadores o mediante la contratación eventual de una empresa de comunicación (B. García, 1995: 110). Desde 2010 a 2013, el Ayuntamiento de Fasnia contó con una periodista en el cargo de confianza. La Ley Reguladora de las Bases del Régimen

Local estableció una serie de requisitos que obligaban a los municipios de sus características a eliminar al personal eventual. Ahora, el alcalde y sus concejales redactan las notas de prensa y, de forma ocasional, recurren a agencias de comunicación. Si bien esta postura activa sirve para ganar visibilidad en los medios, no es suficiente para calar en la opinión pública.

En el pasado, las tareas de comunicación en el Ayuntamiento de Arico las desempeñaba el director de la radio municipal en colaboración con los técnicos y concejales. Las medidas de austeridad adoptadas por el gobierno actual les llevaron a prescindir del personal de comunicación y a contratar a una empresa externa, Pasovox Comunicación. Desde octubre de 2015, esta empresa se encarga de contactar con los medios y de asesorar al gobierno en materia de comunicación para conseguir cierta notoriedad.

El auge de la información local en los medios supuso una mayor consideración de la figura del portavoz como intermediario entre políticos y periodistas. El reconocimiento de la necesidad de una estrategia de comunicación es lo que marca un antes y un después en el devenir de las instituciones. Ante la imposibilidad de atender a los medios, algunos ayuntamientos decidieron crear un gabinete de comunicación para canalizar la información institucional (C. Pérez, 2008: 257).

En 2004 se crea en San Miguel de Abona un gabinete de comunicación para suplir las carencias comunicativas existentes en la institución. Esta infraestructura contaba con una periodista procedente de los medios tradicionales, sin experiencia en este sector emergente. El gabinete estuvo vigente durante una legislatura, ya que en 2007 se suplantó por la figura del portavoz como personal de confianza. En 2011, del mismo modo que en Fasnia, la desaparición de este puesto llevó al alcalde a tomar las riendas de la comunicación en el ayuntamiento.

Ante la imposibilidad de crear un gabinete como tal, han optado por aprovechar los recursos de los que disponen. El año pasado, el consistorio sanmiguelero creó una Concejalía de Comunicación desde donde su regidora, también periodista, realiza las funciones propias de un departamento de prensa institucional.

La comunicación está presente en los ayuntamientos de Granadilla y Arona desde la segunda mitad de los años noventa, afianzándose como los primeros entes de la isla en valorar la inclusión de esta actividad en el organigrama. El interés por la comunicación, la existencia de un departamento estable y el contacto frecuente con los medios son algunas de las condiciones que confieren a estas entidades un estatus superior al resto de protagonistas de esta investigación (B. García, 2005: 111).

En sus primeros años, estos departamentos no despuntan por una gestión comunicativa excelente. En Granadilla, por ejemplo, el gabinete surgió en 1997 pero no contó con un experto en comunicación hasta el año 2003. Su llegada sirvió para profesionalizar esta actividad y para reconducir la labor de sus cuatro miembros. En 2007, los cambios derivados del nuevo periodo institucional se saldan con la reducción de la plantilla y la incorporación de la actual responsable de comunicación. La experiencia ha permitido a sus dos miembros afrontar con éxito las múltiples tareas del día a día ante la imposibilidad de contratar a nuevo personal.

Desde hace 20 años, la figura del jefe de prensa en el municipio de Arona ha ido cambiando a la par que el propio gobierno. La presencia de una sola persona en el cargo ha sido la tónica habitual en este ayuntamiento que ocupa el tercer puesto en cuanto a población y presupuesto de entre los municipios de toda la isla. Esta posición le sitúa como uno de los entes municipales con mayor presencia en la prensa, no solo por el trabajo de los periodistas sino también por la buena estrategia de comunicación que se desarrolla dentro de la institución. Este departamento es uno de los de mayor renombre de la zona, porque ha servido de escuela para los profesionales que, una vez fuera, han seguido ejerciendo la comunicación institucional.

La situación en los distintos ayuntamientos revela que la expansión de los servicios de comunicación en la administración local depende, entre otros factores, del responsable de gobierno y de las características económicas, sociales y culturales de cada organización.

Para lograr la coherencia entre el discurso y la acción política, los dircoms deben cumplir unas exigencias que, además, conducen a la organización a la excelencia comunicativa: depender de la alta dirección, mantener un enfoque integral de comunicación y otorgar especial atención a la comunicación interna (Carrascosa, citado en B. García, 2005: 83).

Ya en 2005, B. García (2005: 170) apuntaba a la proliferación de nuevas áreas de gobierno encargadas del control de los servicios comunicativos de la institución. Los gabinetes de comunicación que componen la muestra dependen orgánicamente de una concejalía específica que, también, se rige por las decisiones del alcalde. En los municipios de Granadilla y San Miguel, el departamento se encuentra a las órdenes de la Concejalía de Comunicación y en Arona de la Concejalía de Turismo.

Esta subordinación solo se aprecia en el organigrama, ya que las fuentes consultadas destacan la libertad que tienen en el desempeño de su trabajo. En alusión a las relaciones con los diferentes niveles de la administración local, coinciden en el contacto directo y frecuente, incluso a través de las conocidas aplicaciones de mensajería instantánea. De igual forma ocurre en Arico donde, al tratarse de una empresa externa, el periodista programa reuniones mensuales para gestionar la acción informativa institucional.

La ubicación también juega un papel destacado dentro de la organización. Para fortalecer los lazos comunicativos, es recomendable que el departamento de comunicación de la entidad esté próximo a la alcaldía. No obstante, la distribución depende de las condiciones del propio ayuntamiento. Solo en Arona y San Miguel, Comunicación y Alcaldía coinciden en la misma planta.

Los resultados desvelaron la enorme confusión respecto a lo que los departamentos consideran comunicación interna y externa. Asimismo, reflejaron el escaso valor que otorgan las organizaciones a la comunicación interna, a la que conciben como el contacto habitual con el personal de la institución. Esta convicción obstaculiza el desarrollo de una política comunicativa integral, ya que están pasando por alto algunos de sus elementos más importantes.

En el marco de las relaciones con la prensa, todos coinciden en mantener una política informativa fluida y transparente puesto que, como indica uno de los entrevistados, «hoy en día pretender que un periódico no te publique una cosa es magnificar el problema». La realidad cambiante del municipio obliga a modificar de forma constante el modelo de comunicación vigente en la administración local. Uno de los modelos más avanzados es el de Arona, que ha decidido ampliar su red de contactos con la incorporación de medios nacionales y extranjeros.

Las plataformas digitales se han convertido en instrumentos fundamentales para llegar a la sociedad. La página web y las redes sociales funcionan como un escaparate de los municipios, por esta razón, hay que apostar por la producción continua de contenidos de calidad. Estas estructuras sociales benefician a ambas partes. Por un lado, permiten a los vecinos informarse de las iniciativas que no tienen eco en la prensa y, por otro, es una de las formas más rápidas que tienen los gabinetes de valorar el impacto de las ideas políticas en el público.

Aunque no todo son ventajas, las redes sociales también se han convertido en un medio idóneo para la difusión de rumores. Como garantes de la imagen institucional, los expertos en comunicación deben estar pendientes de cualquier información falsa que pueda afectar a la visión que los ciudadanos tienen de los líderes políticos.

De nuevo los municipios que despuntan en esta investigación, Granadilla, Arona y San Miguel, son los únicos que publican las notas de prensa en su página web y en sus redes sociales. Otra tarea prioritaria dentro del medio digital, y que suscita bastante controversia, es la respuesta a los comentarios de los internautas. Por lo general, atienden las peticiones de los usuarios, eliminando, únicamente, los comentarios ofensivos.

En la página web y en las redes sociales del resto de localidades solo figuran imágenes, información y publicidad sobre las actividades impulsadas desde el consistorio. Esta situación es comprensible en los ayuntamientos que no tienen a un periodista que se preocupe por buscar contenidos noticiosos que trasladar al público. Sin embargo, resulta curiosa la presencia del municipio de Arico en este grupo, ya que cuenta con un gabinete de prensa y con una empresa encargada de las plataformas digitales.

El seguimiento diario de la actualidad informativa es obligatorio para cualquier dircom. Desde primeras horas de la mañana debe reunir toda la información que sobre la institución se ha publicado en los medios y en las agencias informativas. Esta rutina es clave para el dossier de prensa, diario o eventual, que se realiza con el fin de conseguir una visión general de la organización (F. Martín, 1998: 91-92). Bien es cierto que el dossier informativo es recomendable para hacer un balance de la incidencia de la institución en la prensa, pero los departamentos no lo consideran indispensable. De hecho, Arona se ha replanteado la posibilidad de contratar a una empresa externa para realizar este servicio.

Granadilla de Abona es el único municipio que elabora a diario este dossier para informar al alcalde y sus concejales de la imagen de la institución en la prensa. En San Miguel, en cambio, el departamento opta por almacenar las notas en el archivo municipal.

El periodista debe tener cierta habilidad para detectar qué iniciativas institucionales pueden interesar al público. Una vez conoce el tema, el procedimiento habitual suele ser la redacción, fotografía y envío de los comunicados a las redacciones por correo electrónico. La frecuencia de envío varía en los diferentes ayuntamientos. Arico y San Miguel de Abona suelen enviar como mínimo dos notas semanales, mientras que Granadilla y Arona optan por enviar al menos una nota diaria.

Son múltiples las funciones que realiza el dircom para dar visibilidad a su organización. Algunas de las más conocidas son el seguimiento de medios, la agenda institucional, la convocatoria de ruedas de prensa o el contacto con los periodistas. También toman parte en la organización de actos públicos, los saludos y discursos del alcalde y los concejales.

Los estragos que la crisis económica ha causado en este sector son notables. Las partidas de comunicación y publicidad son las primeras afectadas por los recortes presupuestarios en todos los ayuntamientos de la comarca. A pesar de esta traba, los dircoms han explotado los recursos disponibles para producir y difundir información de calidad al público.

Mientras los departamentos con una actividad comunicativa estable reconocen la necesidad de contar con más personal cualificado, las instituciones restantes son conscientes de que la comunicación sigue siendo su asignatura pendiente.

El contraste entre ambas partes en el ejercicio de la comunicación es evidente. Los municipios que trabajan de una forma rudimentaria tienen mayores dificultades para satisfacer las necesidades de las redacciones y, por tanto, para acceder al sistema informativo. En definitiva, la probabilidad de que una noticia sea publicada es mayor para las fuentes estables y organizadas que sean capaces de adaptarse al ritmo de los media (Ramírez, 2005: 166).

Análisis de los resultados en la prensa regional

Este apartado recoge los datos derivados del análisis de las informaciones políticas sobre los municipios que conforman la investigación.

La disminución de personal y el ritmo acelerado de las redacciones han favorecido la introducción de los departamentos y agencias de comunicación en el sistema informativo (B. García, 2005: 229). De ahí que casi el 50% de las informaciones de carácter local de algunos medios procedan de estos organismos, siendo cada vez menor su producción propia (Ramírez, 2005: 157). Ahora el periodista no es el que acude en la búsqueda del político, sino que el político o su intermediario son los que le facilitan la información al redactor, reduciendo así su carga de trabajo (Ramírez, 2005: 157).

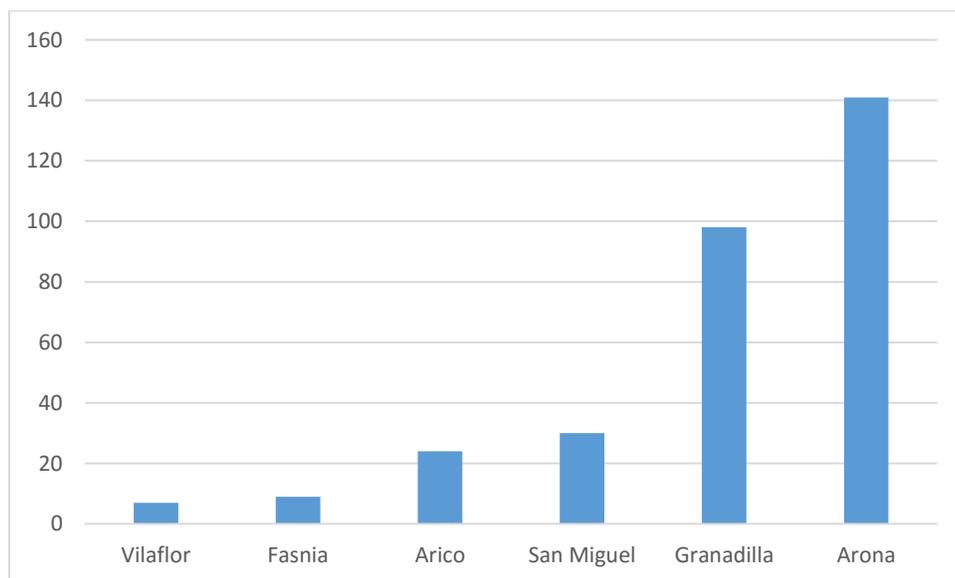


Figura 1: Noticias en medios impresos

Fuente: elaboración propia.

En el gráfico anterior se muestra el número de noticias sobre cada municipio publicadas en los periódicos *Diario de Avisos*, *El Día* y *La Opinión de Tenerife* durante los meses de enero, febrero y marzo de 2016. Los periódicos solo destinan dos páginas al sur de la isla, de manera que los ayuntamientos que deseen aparecer en la esfera pública tienen que ganarse un espacio en el medio. Este espacio depende, entre otras cosas, de los criterios de noticiabilidad de cada empresa informativa y del tamaño del propio ayuntamiento. Las corporaciones más extensas tienen una mayor probabilidad de aparecer en la prensa y, en esta ocasión, no ha sido diferente. Los municipios más poblados de la comarca, Arona y Granadilla, son los que mayor número de noticias han reunido durante el periodo de estudio.

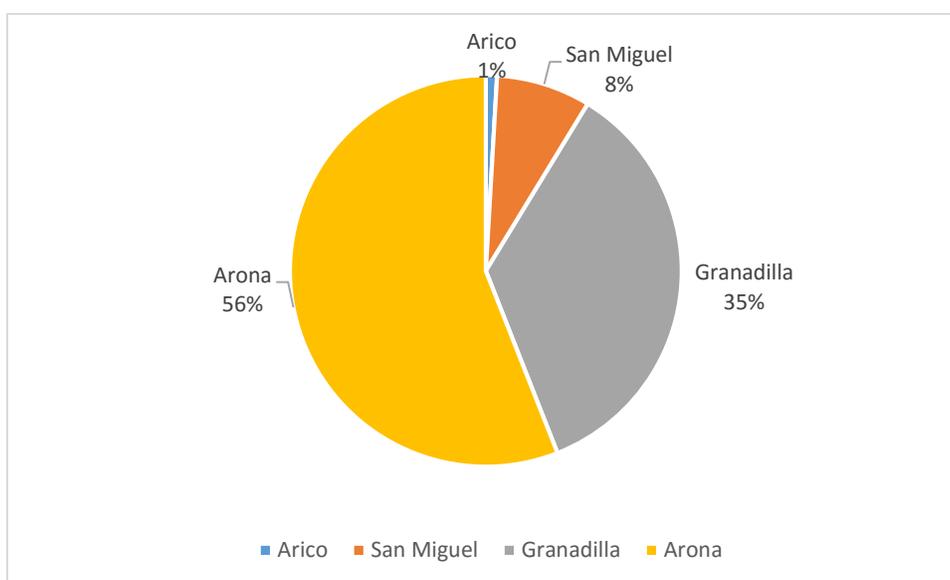


Figura 2: Noticias procedentes del ayuntamiento

Fuente: elaboración propia.

La adaptación de los gabinetes al funcionamiento de los rotativos les concede un lugar privilegiado en el proceso de selección y producción de los contenidos (Campillo, 2010: 56). Mediante este procedimiento, los gabinetes contribuyen a que los públicos «hablen exclusivamente de los temas que proponen los medios y piensen la realidad que ellos mismos diseñan» (C. Pérez, 2008: 267).

Las instituciones que de forma habitual suministran información a las redacciones aparecen con mayor frecuencia en la esfera pública. Los resultados gráficos dejan entrever la notable influencia de los ayuntamientos de Granadilla y Arona, los únicos que cuentan con un experto dedicado íntegramente a las tareas de comunicación. Aunque en menor medida, San Miguel

también se preocupa por ganar visibilidad con el envío de notas informativas sobre sus proyectos más relevantes.

A pesar de tener la comunicación en manos de una empresa externa, Arico tiene una escasa repercusión mediática. Esta circunstancia evidencia las desigualdades en el tratamiento que los medios realizan de los entes municipales. Su modo de obrar unido a las carencias comunicativas de algunos ayuntamientos dificulta el acceso que los ciudadanos tienen a la información de su localidad.

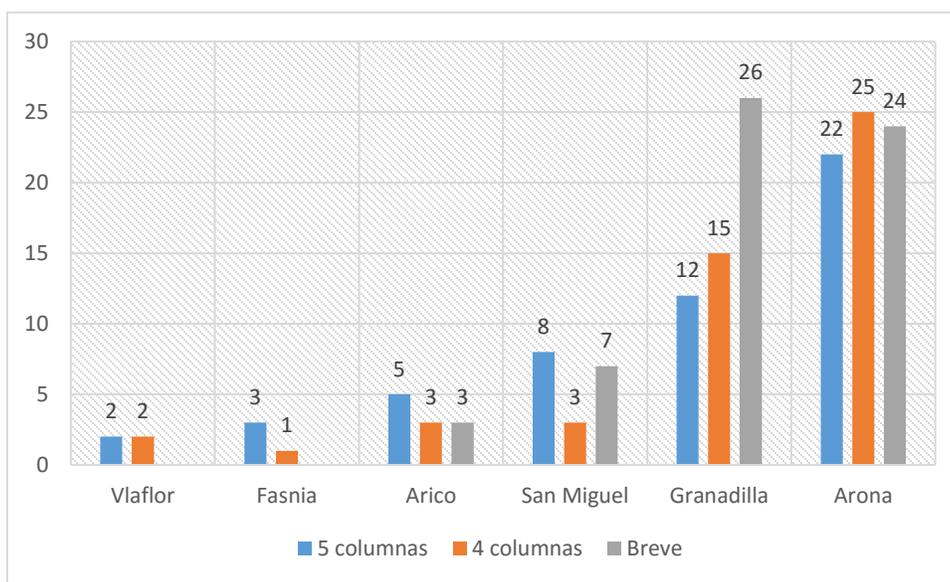


Figura 3: Extensión de la noticia

Fuente: elaboración propia.

El gráfico reúne los formatos más frecuentes relativos a la disposición y extensión de las informaciones: cinco columnas, cuatro columnas y breves. Esta recopilación revela tres tendencias comunes en los medios de comunicación. En primer lugar, el espacio considerable que otorgan a las informaciones de carácter político en cualquiera de sus formas. En segundo lugar, la presencia de fotografías en la mayoría de las noticias, que sirve como factor determinante de la relevancia de las informaciones. Por último, la predisposición de los periodistas a la reproducción exacta de los comunicados procedentes de los departamentos de comunicación.

El alto grado de dependencia a estas fuentes oficiales fomenta la homogeneización de la información y la desaparición de las diferencias entre los medios de comunicación (Ramírez, 2005: 176). Cada vez resulta más complicado encontrar un medio con una oferta diferenciada

de productos informativos, siendo previsible para los lectores habituales descubrir lo que se van a encontrar al ojear las páginas de las principales cabeceras.

Conclusiones

El análisis cuantitativo de los medios regionales ha permitido dar respuesta a una de las preguntas planteadas al inicio de la investigación. Las organizaciones que apuestan por una estrategia de comunicación formal, ya sea mediante empresas externas o gabinetes integrados en la institución, tienen mayor presencia en la prensa. Además de garantizar una mayor representación pública, una actividad comunicativa frecuente mejora la percepción que el público tiene sobre la institución política.

En el contexto actual todo comunica, incluso el silencio. La escasa aparición en la prensa puede ser entendida por el público como una falta de iniciativa del ayuntamiento. Esto es lo que ha ocurrido en los entes municipales de las zonas rurales, donde la práctica arcaica limita sus posibilidades de acceder al sistema informativo.

Es importante que el departamento mantenga un enfoque integral de comunicación, otorgando un valor semejante a la comunicación interna y externa. Según Bartoli (1992: 127), la organización que quiere comunicar debe planificar su actividad y dotar al personal específico de los recursos adecuados para desempeñar su trabajo. Sin embargo, esta parece ser una de las mayores debilidades de los gabinetes que componen la muestra. Ninguno de los entrevistados hizo alusión a las actividades que desarrollan para alentar el sentido de pertenencia de los miembros hacia la organización. De igual forma, las declaraciones constataron que no perciben la comunicación externa como un instrumento para acercarse al receptor de sus informaciones. Tal como expresa C. Pérez (2008: 259), «el gabinete de prensa no puede reducirse sólo a ser punto de conexión entre la fuente y los periodistas», también debe ser intermediario entre la administración y los ciudadanos.

Esta escasa interacción con el público revela la predisposición hacia el modelo de información pública en las instituciones de la comarca sureña. Más allá de enfocarse en el flujo de información que trasladan a la sociedad, González Zubieta aconseja al gabinete que invierta en una política comunicativa que haga partícipe a los ciudadanos en la gestión de gobierno (F. Martín, 1998: 80). De este modo, se potencian las relaciones simétricas, que son las únicas que equilibran los intereses de la organización y sus públicos (Grunig y Hunt, 2003: 25).

La proximidad entre la alta dirección y el departamento de comunicación puede causar confusiones. Esto se acentúa con la tendencia de los ayuntamientos a situar al periodista en el cargo de confianza. Cuatro de los seis organismos públicos analizados desarrollan funciones habituales de comunicación y tan solo uno de ellos cuenta con un departamento profesionalizado. La profesionalización de la comunicación política reduciría el intrusismo en este campo y beneficiaría a licenciados y graduados en Periodismo. En opinión de Cárdenas (1999, párr. 34) «El hecho de que los periodistas del servicio de comunicación sean funcionarios de oposición garantiza una estancia en el servicio mucho más largo, lo que redundaría en un mejor conocimiento de las estructuras administrativas que atienden».

Para lograr la coherencia comunicativa en las instituciones locales, esta debe ocupar un lugar privilegiado en la organización y, para ello, se requiere la implicación de los responsables políticos. Esta decisión pasa por modificar algunos de los problemas que se observan en las instituciones analizadas como la profesionalización del gabinete, la puesta en práctica del modelo simétrico bidireccional, etc. Otra posibilidad es la creación de un «espacio informativo local», es decir, implantar medios de comunicación públicos en la localidad o potenciar los ya existentes (P. Costa, 2001: 255). Este proyecto resulta más costoso que un gabinete de comunicación, pero ambos son una prueba fehaciente de la intención de los políticos de servir al público.

Los resultados evidencian que las instituciones de la comarca de Abona no son un ejemplo de comunicación excelente. Todavía queda mucho por recorrer para entender la comunicación como un elemento del ayuntamiento y no de un determinado partido. Ahora bien, asumiendo que esta disciplina aterrizó en nuestro país hace apenas dos décadas, algunas entidades han realizado un esfuerzo considerable en materia comunicativa. Un claro ejemplo son los ayuntamientos de Arona y Granadilla de Abona, que decidieron apostar por la comunicación activa desde la expansión demográfica que experimentaron a finales de los noventa. En este contexto, la comunicación puede ser un arma de doble filo, ya que sirve tanto para informar al ciudadano, como para promocionar y difundir una imagen favorable (B. García, 2005: 84). La frontera entre información y publicidad radica en la honestidad del profesional, clave para ganarse la credibilidad como fuente informativa (Ramírez, 2005: 50-51).

Los resultados derivados de este estudio constatan la hipótesis inicial y corroboran la necesidad de que exista un gabinete de comunicación en las instituciones municipales. Está demostrado, por tanto, que los ayuntamientos que tienen un departamento de comunicación gozan de una mayor presencia y una mejor imagen en la prensa. Del mismo modo, una gestión

comunicativa eficaz permite al consistorio desempeñar su labor con transparencia y en sintonía con las aspiraciones de sus vecinos.

Estas conclusiones son extrapolables al resto de entes locales españoles puesto que, de manera general, un municipio desarrollado presentará mayores oportunidades para instaurar un área de comunicación que genere buenos resultados que otro que no presente condiciones similares.

Referencias bibliográficas

- ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2004). Historia de los gabinetes de comunicación en España. *Revista Historia y Comunicación Social*, 9, 5-21. Recuperado el 19 de octubre de 2015, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1075286>
- ÁLVAREZ DELGADO, J. (1985). La partición de Tenerife en nueve reinos. *La división de la isla de Tenerife en nueve reinos. Anuario de estudios atlánticos*, 31, 19-23. Recuperado el 21 de marzo de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2033270>
- BÁEZ HERNÁNDEZ, F. (2010). La organización económica de las bandas del sur de Tenerife a comienzos del siglo XVI: Abona y Adeje, unos términos muy lejanos. En Concejalía de Patrimonio Histórico del Ayuntamiento de Arona (Ed.), *II Jornadas de Historia del Sur de Tenerife* (pp.69-93). Tenerife: Llanoazur ediciones.
- BERGANZA CONDE, M. R. & GARCÍA GALERA, M. C. (2005). El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática. En M. R. Berganza Conde & J. A. Ruiz San Román (Coords.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 19-42). Madrid: McGraw Hill.
- BERGANZA CONDE, M. R. & GARCÍA GALERA, M. C. (2005). Metodología y uso estratégico de fuentes estadísticas y bases de datos de contenidos de medios. En M. R. Berganza Conde & J. A. Ruiz San Román (Coords.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 77-112). Madrid: McGraw Hill.
- CAMACHO MARKINA, I. (septiembre, 2001). Comunicación institucional. Funciones de los gabinetes de comunicación en la administración local. *Revista Latina de Comunicación Social*, 44. Recuperado el 14 de marzo de 2016, de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina44septiembre/4403camacho.htm>
- CAMPILLO ALHAMA, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar la Publicidad, Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 1(4), 45-62. Universidad de Alicante. Recuperado el 14 de marzo de 2016, de: <http://hdl.handle.net/10045/19632>
- CÁRDENAS RICA, M. L. (1999). Profesionalización de los gabinetes de prensa municipales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 15. Recuperado el 13 de marzo de 2016, de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/117luisa.htm>

- CASTILLO ESPARCÍA, A. & ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2004). Estudio sobre la estructura y el funcionamiento de los gabinetes de comunicación en España. *Revista Anagramas*, 2(4), 48-62. Recuperado el 15 de abril, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5234343>
- COSTA BADÍA, J. (1995). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.
- COSTA BADÍA, P. O. (2001). Comunicación Pública en el ámbito local. En J. Benavides (Ed.) *Dirección de Comunicación empresarial e institucional* (pp. 249-273). Barcelona: Gestión 2000.
- DE MIGUEL PASCUAL, R. (2005). La entrevista en profundidad a los emisores y receptores de los medios. En M. R. Berganza Conde & J. A. Ruiz San Román (Coords.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 251-264). Madrid: McGraw Hill.
- GARCÍA OROSA, B. (2005). *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación*. Serie *Comunicación Empresarial*. España: Editorial Netbiblo.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, J. (enero-abril, 2012). El municipio y la provincia en la Constitución de 1812. *Revista de Derecho Político*, 83, 439-472. Recuperado el 22 de marzo de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3838194>
- GRUNIG, J. & HUNT, T. (2003). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- E-GRUNIG J., A-GRUNIG L. & APARECIDA-FERRARI, M. (2015). Perspectivas de las Relaciones Públicas: resultados del *Excellence Study* para la comunicación en las organizaciones. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(2), 9-28. DOI: 10.14198/MEDCOM2015.6.2.01.
- GUILLÉN RODRÍGUEZ, E. (2015, 11 de julio). Mis tiempos del Sur (II): El Menceyato de Abona. *La Rendija*. Recuperado el 10 de enero de 2016, de: <http://larendija.es/mis-tiempos-del-sur-ii-el-menceyato-de-abona/>
- HUERTAS A., LOZANO, N. & ORDEIX E. (2012). Análisis y verificación de la Teoría e Índice de Excelencia de James Grunig. ¿Sigue vigente hoy su teoría? *Comunicación y riesgo: III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. Recuperado el 15 de abril de 2016, de: http://www.ae-ic.org/tarragona2012/contents/comunicacions_cd/ok/41.pdf

- LOBO CABRERA, M. (1998). Formas de poder y economía canaria entre los siglos XV-XVII. *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, 18, 13-27. Recuperado el 22 de marzo de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=66453>
- MACÍA MERCADÉ, J. (1996). Los gabinetes de prensa, alternativa profesional. Madrid: Editorial Ciencia 3, Fundación Alfredo Brañas.
- MARTÍN MARTÍN, F. (1995). *Comunicación en Empresas e Instituciones: de la consultora a la dirección de comunicación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- MARTÍN MARTÍN, F. (1998). *Comunicación Empresarial e Institucional*. Madrid: Editorial Universitas.
- MARTÍN MARTÍN, V. (1999). *El turismo en el Sur de Tenerife: de la renta agraria a la renta del ocio*. Santa Cruz de Tenerife: Cabildo de Gran Canaria y Cabildo de Tenerife.
- MARTÍN MARTÍN, V. (2003). *Aguas y Agricultura en Canarias: el Sur de Tenerife*. Santa Cruz de Tenerife: Ediciones Idea.
- MÍGUEZ GONZÁLEZ, M. (septiembre-diciembre, 2013). De las relaciones públicas a los nuevos conceptos de la comunicación: problemas terminológicos. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 9(26), 125-142. Recuperado el 16 de febrero de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70928465009>
- PÉREZ BARRIOS, C. R. (2005). *La propiedad de la tierra en la comarca de Abona en el Sur de Tenerife [1850-1940]*. 2 vols. Islas Canarias: Llanoazur Ediciones.
- PÉREZ CURIEL, C. (2008). Comunicación política: un reto para la especialización de periodistas y fuentes. *Ámbitos*, 17, 251-269. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado el 17 de marzo de 2016, de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16812702016>
- RAMÍREZ, T. (1995): *Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencias*. Barcelona: Editorial Bosch.
- REYES M. & GIQUÉL, O. (1993). Aproximación a la realidad del Director de Comunicación en España. En Juan Benavides Delgado (Ed.), *Director de Comunicación* (pp. 100-116). Madrid: Edipo S.A.
- SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En M. R. Berganza Conde & J. A. Ruiz San Román (Coords.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 207-228). Madrid: McGraw Hill.
- SOTELO ENRÍQUEZ, C. (2001). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Editorial Ariel.

VELÁZQUEZ GARCÍA-TALavera, T. & DEL RÍO, OLGA (2005). Planificación de la investigación en Comunicación. En M. R. Berganza Conde & J. A. Ruiz San Román (Coords.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 43-76). Madrid: McGraw Hill.

Anexos

Anexo I: Corpus empírico de Arona

ARONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
1	02/01/16	DA	DA	Muestra pictórica de Isidro Dardiña para ayudar al comedor social de El Fraile	18	Parte superior 2 cols.	1	2 cols.	Positivo
2	02/01/16	DA	DA	Arona contará con 50 puntos para recoger prendas usadas	18	Pág. completa 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
3	03/01/16	DA	J.C.M.	Las prioridades de los alcaldes para 2016	32	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
4	03/01/16	DA	DA	Abierta la inscripción de carretas para la romería	33	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Neutro
5	05/01/16	DA	DA	Últimos días de la exposición para ayudar al comedor social	19	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Neutro
6	05/01/16	LOT	LOT	Arona homenajea a sus campeones	41	Parte inferior Breve	1	2 cols.	Positivo
7	06/01/16	DA	DA	Estrenan alumbrado público el paseo de Las Vistas y otras vías peatonales de la zona	20	Parte superior 2 cols.	1	2 cols.	Positivo
8	06/01/16	El Día	J.A.M	PSOE y Ciudadanos por Arona concretan un pacto de gobierno	3	Pág. completa	4	2 fotos a 2 cols. 2 fotos despiece	Neutro
9	06/01/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento invierte 180.000 euros en el alumbrado de Las Vistas	15	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
10	07/01/16	DA	DA	Dos aroneros, campeones de boxeo	20	Parte inferior Breve	1	2 cols.	Positivo
11	07/01/16	DA	DA	Inscripción para la romería de San Antonio	20	Parte superior Breve	1	2 cols.	Neutro
12	07/01/16	El Día	El Día	Sin autorización aún para recoger los perros asilvestrados de Guaza	10	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
13	07/01/16	El Día	El Día	La mejora del alumbrado de Las Vistas tiene un coste de 180.000 euros	10	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
14	08/01/16	DA	DA	El primer baile de magos del año inaugura las fiestas	18	3 cols.	1	2 cols.	Neutro

ARONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
15	08/01/16	LOT	LOT	El casco se prepara para acoger el primer baile de magos insular del año	13	Col. completa			Neutro
16	09/01/16	DA	J.C.M.	Los tres ediles de Ciudadanos por Arona se integran en el Gobierno	18	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Neutro
17	09/01/16	DA	DA	La bahía de Los Cristianos acoge la primera regata del año de la escuela de vela	19	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Neutro
18	09/01/16	El Día	J.A.M.	PSOE y CxArona firman un pacto y CC habla de incumplimiento	3	Pág. completa 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
19	09/01/16	LOT	Efe	Los socialistas incumplen el pacto y acuerdan gobernar con Ciudadanos	11	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
20	10/01/16	DA	DA	Se mantiene la obra social del comedor La Buena Estrella	30	Parte inferior 1 col.			Positivo
21	10/01/16	DA	DA	El municipio recupera el servicio de mantenimiento de vías y edificios	31	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
22	10/01/16	LOT	LOT	El Consistorio adjudica el servicio para mantener las vías por 1,4 millones	10	Col. completa			Positivo
23	11/01/16	DA	DA	Primer gran baile de magos de la Isla y concierto de los Sabandeños	14	Parte superior 4 cols.	1	4 cols.	Neutro
24	11/01/16	El Día	El Día	Restablecido el mantenimiento y conservación de edificios y vías	9	Parte superior 4 columnas	1	3 cols.	Positivo
25	12/01/16	DA	DA	El grupo Los Sabandeños estrena el año con un concierto en el casco	16	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Neutro
26	12/01/16	DA	J.C.M.	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
27	12/01/16	DA	DA	Ofensiva promocional para vuelos y plataformas 'online'	19	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo

ARONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
28	12/01/16	El Día	El Día	Convenios para la promoción "on line"	9	Parte inferior Breve			Positivo
29	12/01/16	LOT	Efe	El municipio se promociona con tres compañías aéreas de tres países	14	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
30	13/01/16	DA	DA	Arona, paraíso invernal para Alemania e Inglaterra	34	Parte superior 1 col.			Positivo
31	13/01/16	LOT	LOT	Un total de 86 vecinos en paro inician el año con un trabajo	14	Parte inferior 2 cols.			Positivo
32	14/01/16	El Día	El Día	Ocho aspirantes a Romera Mayor	10	Parte inferior Breve			Neutro
33	14/01/16	LOT	LOT	Ocho reinas aspiran a ser la nueva Romera Mayor de San Antonio Abad	15	Parte inferior Breve			Neutro
34	15/01/16	DA	DA	Un premio internacional reconoce a Arona su apuesta en accesibilidad	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
35	15/01/16	El Día	El Día	Arona, Premio Internacional Excelencia Turística accesible	10	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
36	16/01/16	DA	DA	La localidad celebrará mañana la primera romería del año en la Isla	19	Parte inferior 4 cols.			Neutro
37	16/01/16	El Día	El Día	Transporte gratuito para asistir a la romería	9	Parte superior Breve			Neutro
38	18/02/16	DA	DA	Arona revive sus orígenes agrícolas y ganaderos	16	Parte superior 5 cols.	3	1ª foto: 5 cols. 2ª foto: 3 cols. 3ª foto: 2 cols.	Neutro
39	18/01/16	El Día	El Día	San Antonio Abad reunió a los aroneros	9	Parte inferior 4 cols.	3	1ª foto: 5 cols. 2ª y 3ª: 2 cols.	Neutro
40	18/01/16	LOT	L. D.	¡Romería, very good!	9	Pág. completa	5	3 cols.	Positivo
41	20/01/16	DA	DA	Actuación de mejora en recintos deportivos	23	Parte inferior 2 cols.	1	2 cols.	Positivo
42	20/01/16	LOT	LOT	El municipio ofrece seguridad jurídica y urbanística para nuevos hoteles	18	Parte inferior 1 columna			Positivo

ARONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
43	21/01/16	El Día	El Día	Arona apuesta por nuevos mercados y por convertirse en "Smart destination"	FITUR 10	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
44	22/01/16	DA	DA	El municipio de Arona recibe el Premio Internacional Excelencia	6	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
45	23/01/16	DA	DA	Arona apuesta por el turismo gay como primer paso a la Culture Pride 2017	7	Parte inferior 5 cols.	2	1ª y 2ª foto: 3 cols.	Positivo
46	23/01/16	LOT	LOT	Arona se lanza a por el turismo gay	25	Parte superior 4 cols.			Positivo
47	24/01/16	El Día	El Día	"La gestión de CC fue un viva la vida; se usó el dinero de forma alegre"	12- 13	Doble página	2	1ª foto: 4 cols. 2ª foto: 2 cols.	Positivo
48	26/01/16	El Día	P. Fumer o	La Policía Local deja de patrullar el sábado noche por falta de personal	9	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Negativo
49	27/01/16	DA	DA	La entrada de tres ediles de CxA obliga a reestructurar el Gobierno	21	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
50	27/01/16	DA	DA	Las playas del municipio ya tienen servicio fijo de socorristas	21	Parte inferior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
51	27/01/16	El Día	El Día	Arona diseña un FIMA con varios atractivos de gran nivel internacional	46	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
52	27/01/16	LOT	LOT	Las playas del municipio cuentan con vigilancia tras tres años sin servicio	15	Parte superior 2 cols.			Positivo
53	28/01/16	El Día		Casi 400.000 euros para el deporte	9	Parte inferior Breve			Positivo
54	28/01/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento da casi 400.000 euros en ayudas al deporte	15	Parte inferior Breve			Positivo
55	30/01/16	El Día	El Día	Arona acoge la cuarta edición de la First Lego League: Trash Trek	29	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
56	31/01/16	DA	J.C.M.	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38	Doble página			Neutro

ARONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
57	31/01/16	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 columnas	1	2 cols.	Neutro
58	31/01/16	LOT	E. Hdez	El Cabildo invertirá 33 millones en el Sur este año, un 60% más que en 2015	14	Pág. completa	1	3 cols.	Neutro
59	01/02/16	El Día	El Día	Las playas de Arona ya tienen servicio de Socorrismo	7	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
60	02/02/16	DA	DA	El programa Educar en Familia abordará cómo actuar ante el acoso escolar	20	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
61	02/02/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento ofrece talleres sobre el acoso escolar para las familias	16	Parte superior 1 columna			Positivo
62	04/02/16	DA	DA	Apuesta municipal por crear políticas de igualdad	20	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
63	04/02/16	DA	DA	Alejandro Martínez da una charla esta tarde	20	Parte superior 1 col.			Neutro
64	05/02/16	DA	DA	El PSC anuncia que quiere liderar los cambios sociales en la comarca	17	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
65	06/02/16	DA	V. Pérez	Más de 30 entidades públicas de las Islas ponen trabas a ser fiscalizadas	4	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Negativo
66	07/02/16	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	Foto: 4 cols. Info: 3 cols.	Neutro
67	08/02/2016	El Día	El Día	Mesas de trabajo sobre igualdad	10	Parte inferior Breve			Positivo
68	09/02/16	El Día	El Día	Preparan un plan municipal para personas sin hogar	9	Parte superior 1 col.			Positivo
69	09/02/16	LOT	Efe	La localidad tiene más de un centenar de personas sin hogar, la mayoría extranjeros	15	Parte superior 2 cols.			Positivo
70	10/02/16	DA	DA	El municipio contará con un plan integral para personas sin hogar	20	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
71	12/02/16	DA	DA	Los Cristianos se disfrazan de La Habana	12	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo

ARONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
72	12/02/16	DA	DA	Amplia oferta comercial para celebrar San Valentín	19	Parte inferior 1 col.			Positivo
73	13/02/16	El Día	El Día	Más de 200.000 consultas en las OIT	9	Parte inferior Breve			Neutro
74	14/02/16	DA	DA	Homenaje a las empresas y colectivos por su apoyo en la campaña de Navidad	33	Parte superior 2 cols.			Positivo
75	15/02/16	DA	DA	Transporte y ocio, consultas más comunes de los turistas	15	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
76	16/02/16	DA	DA	Apuesta por el programa 'Housing First' para las personas sin techo	21	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
77	16/02/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento diseña un programa para dar viviendas a personas sin hogar	9	Parte inferior 3 cols.			Positivo
78	17/02/16	DA	DA	Las Galletas contará con un centro para empresarios	20	Parte superior 1 col.			Positivo
79	17/02/16	LOT	LOT	La red del Sur de la Isla por la igualdad trabajará con el ICI en prevención de violencia	27	Parte inferior 2 cols.			Positivo
80	19/02/16	El Día	El Día	Mañana tendrá lugar la feria científica	10	Parte superior Breve			Neutro
81	19/02/16	LOT	LOT	El Auditorio Infanta Leonor acoge mañana la feria científica 'Diviértete y Experimenta'	12	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Neutro
82	19/02/16	LOT	LOT	La edil de Policía y los cuerpos de seguridad crean nuevas acciones de coordinación	12	Parte inferior 1 col.			Positivo
83	20/02/16	DA	DA	El Auditorio Infanta Leonor celebra la IV edición del torneo First Lego League	20	Parte inferior 2 cols.	1	2 cols.	Neutro
84	20/02/16	DA	DA	Mena y Saavedra se reúnen para analizar las quejas ciudadanas	20	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
85	20/02/16	El Día	El Día	Solo tres quejas en el Diputado del Común	12	Parte superior Breve	1	2 cols.	Positivo
86	21/02/16	El Día	El Día	Centro de Apoyo al Empresario	13	Parte inferior Breve			Neutro

ARONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
87	22/02/16	El Día	El Día	Inician el proceso para la creación de un punto de encuentro familiar	10	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
88	23/02/16	DA	J.C.M.	Los ayuntamientos del Sur reclaman más vigilancia en los accesos al Teide	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
89	25/02/16	DA	J.C.M	La Guardia Civil incrementará la vigilancia en los miradores al Teide	18	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
90	25/02/16	El Día	El Día	Más de 200 efectivos para la seguridad	9	Parte inferior Breve			Positivo
91	26/02/16	DA	DA	Más de 200 personas se ocuparán de la seguridad durante el Carnaval	20	Parte inferior 3 cols.			Positivo
92	26/02/16	DA	DA	Prorrogan el mantenimiento de las instalaciones eléctricas	20	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
93	26/02/16	El Día	El Día	Prorrogado el contrato del servicio de mantenimiento	13	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
94	26/02/16	LOT	LOT	Consistorio y vecinos se alían para impulsar la mejora del núcleo de Guaza	13	Parte superior 1 col.			Positivo
95	28/02/16	El Día	El Día	Habrà ordenanza de Transparencia	14	Parte inferior Breve			Positivo
96	29/02/20 16	DA	DA	Arona aprobarà hoy medidas para reforzar la transparencia	16	Parte superior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
97	01/03/16	DA	DA	Obras, Servicios y Turismo, partidas que más suben en el presupuesto	20	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
98	01/03/16	El Día	El Día	El presupuesto aumenta este año 5,4 millones y ya supera los 93,8	10	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
99	01/02/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento destina 6 millones para Servicios Sociales	16	Parte inferior 2 cols.			Positivo
100	03/03/16	DA	DA	El Servicio de Atención Ciudadana recibe 15.000 personas cada mes	22	Parte inferior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
101	03/02/16	DA	DA	Alumnos de Las Galletas colaborarán con el Ayuntamiento	23	Parte inferior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo

ARONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
102	03/03/16	El Día	El Día	Concedidas 231 becas al transporte escolar	12	Parte inferior 1 col.			Positivo
103	03/02/16	LOT	LOT	Las tres oficinas de Atención al Ciudadano atienden a 15.000 vecinos cada mes	16	Parte superior 2 cols.			Positivo
104	04/03/16	El Día	El Día	La corporación urge realizar la obra del instituto	11	Parte superior 1 col.			Positivo
105	04/03/16	El Día	El Día	El SAC atiende 15.000 personas de media al mes	12	Parte superior 1 col.			Positivo
106	04/03/16	El Día	El Día	Los Cristianos presentará candidatas	12	Parte inferior Breve	1	1 col.	Neutro
107	04/03/16	LOT	Efe	El Ayuntamiento solicita un nuevo instituto para sustituir las aulas prefabricadas	16	Parte inferior 1 col.			Positivo
108	05/03/16	DA	DA	Piden a Educación que inicie la construcción del instituto de Parque La Reina	23	Parte superior 2 cols.	1	2 cols.	Positivo
109	05/03/16	LOT	LOT	Más de 20 grupos de la Isla y los personajes del Carnaval animan la Cabalgata	12	Parte inferior 2 cols.			Positivo
110	06/03/20 16	LOT	LOT	El Consistorio exige al Cabildo medidas contra el deterioro de la carretera TF-66	13	Parte inferior 5 cols.			Positivo
111	06/03/16	LOT	LOT	La Cabalgata llena de alegría Los Cristianos	18	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
112	07/03/16	DA	N.Chijeb	"El caso Arona le ha costado al municipio 42 millones de euros y más de 30 urbanizaciones sin recepcionar"	18 -19	Doble página	1	5 cols.	Positivo
113	07/03/16	El Día	El Día	Las Américas se llena de color con la Cabalgata del Carnaval	9	Pág. completa 4 cols.	3	Todas a 2 cols.	Positivo
114	08/03/16	El Día	El Día	Solicitan que la TF-66 entre en el Plan de Carreteras	9	Col. completa			Positivo
115	09/03/16	El Día	El Día	El casco recupera la tradición de la Rogativa de la Lluvia tras dos años	9	Pág. completa 4 cols.			Positivo

ARONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
116	10/03/16	DA	DA	Estudio para crear una bolsa de viviendas de protección oficial	29	Parte superior Breve			Positivo
117	11/03/16	DA	N.Chijeb	José Julián Mena aspira a que Los Cristianos acoja cruceros	27	Pág. completa 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
118	11/03/16	El Día	El Día	Mena sitúa el Carnaval de Arona como el segundo de la Isla	12	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
119	12/03/16	DA	N.Chijeb	El Carnaval se despide en el Sur	26-27	Dos págs. 6 cols.	3	1ª foto: 4 cols. 2ª foto: 2 cols. 3ª 1 col.	Positivo
120	12/03/16	El Día	El Día	Vianney García, reina del Carnaval de Arona	10 par	Parte superior Breve	1	2 cols.	Neutro
121	12/03/16	LOT	LOT	Vianney García Chinaea, Reina adulta del Carnaval de Los Cristianos	13	Parte superior 4 columnas	1	3 cols.	Neutro
122	13/03/16	El Día	El Día	Elevador y otros servicios en el cementerio	13	Parte superior Breve	1	2 cols.	Positivo
123	13/03/16	LOT	LOT	Las drags dan espectáculo en Los Cristianos	11	Pág. completa 4 cols.	6	4 fotos: 1 col. 2 fotos: 2 cols.	Neutro
124	13/03/16	DA	DA	El Coso de Los Cristianos reúne a más de 25.000 personas y 60 grupos	20	Pág. completa	2	1ª foto: 4 cols. 2ª foto: 2 cols.	Neutro
125	15/03/16	El Día	El Día	El coso cerró el Carnaval de Los Cristianos	11	Parte superior Breve	1	2 cols.	Neutro
126	15/03/16	LOT	LOT	Más de 15.000 personas disfrutaron de El Carnaval de Día de Los Cristianos	14	Parte inferior 5 columnas	1	2 cols.	Positivo
127	16/03/16	El Día	El Día	Los carnavaleros enterraron la sardina	10	Parte inferior Breve	1	2 cols.	Neutro
128	18/03/16	DA	DA	Sale a licitación el concurso para adquirir 14 vehículos de la Policía Local	25	Col. completa			Positivo
129	18/03/16	El Día	El Día	Licitación de 14 vehículos para la Policía	9	Parte superior 1 col.			Positivo
130	22/03/16	DA	DA	Arona desmonta mitos con un análisis de la realidad de la mujer que profesa el islam	26	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo

ARONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Págs.	Ubicación y extensión	Foto	Extensión de la imagen	Tto. informativo
131	22/03/16	DA	DA	El alcalde informa a los mayores de las ayudas a la tercera edad y a personas con discapacidad	26	Parte inferior 2 cols.			Positivo
132	23/03/16	LOT	LOT	Los Cristianos dará facilidades a las personas con movilidad reducida para poderse bañar	19	Parte superior 2 cols.			Positivo
133	24/03/16	El Día	El Día	Sale a concurso el combustible para parque móvil y guaguas de Arona	8	Parte superior 3 cols.			Positivo
134	24/03/16	El Día	El Día	Alumnos de la ULL estudiarán cómo recuperar el antiguo cine	8	Parte superior 1 col.			Positivo
135	25/03/16	LOT	LOT	Sale a concurso el suministro de combustible para coches municipales	13	Parte inferior 3 cols.			Positivo
136	29/03/16	El Día	El Día	Encuentro con el alcalde senegalés de Mbacké	9	Parte superior Breve 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
137	30/03/16	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	Info: 5 cols.	Positivo
138	30/03/16	El Día	El Día	El próximo Folk Fest será remodelado	9	Parte inferior Breve Pág. completa 3 cols.			Positivo
139	31/03/16	DA	DA	Las Galletas se prepara para una nueva fiesta del 'running'	48	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
140	31/03/16	El Día	El Día	El Medio Maratón cumple 20 años con una fiesta del deporte	41	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
141	31/03/16	LOT	LOT	El Medio Maratón de Las Galletas cumple 20 años el domingo	80	Parte superior 2 cols.			Positivo

Anexo II: Corpus empírico Granadilla de Abona

GRANADILLA DE ABONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
1	03/01/16	DA	DA	Proponen una medalla a un agente por salvar una vida	30	Parte superior 1 col.			Positivo
2	03/01/16	DA	DA	La obra del centro cívico de Chimiche durará dos meses	30	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
3	03/01/16	DA	DA	Alimentos para los más necesitados	30	Parte inferior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
4	03/01/16	DA	J.C.M	Las prioridades de los alcaldes para 2016	32	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
5	04/01/16	DA	DA	Jóvenes sin trabajo se forman en el programa 'Socorrismo en playas'	14	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
6	04/01/16	DA	DA	Apoyo económico para la Asociación de Personas con Discapacidad del Sur	14	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
7	05/01/16	El Día		115.000 euros para el nuevo centro cívico	10	Parte superior Breve	1	2 cols.	Positivo
8	05/01/16	El Día	J.A.M.	El ayuntamiento paga 8 millones a Endesa y entra en inestabilidad	10	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
9	06/01/16	El Día	El Día	Forman a un grupo de jóvenes como socorristas	9	Parte inferior 1 col.			Positivo
10	07/01/2016	DA	DA	Gran campaña de juguetes en Granadilla	20	Parte superior Breve	1	2 cols.	Neutro
11	07/01/16	DA	DA	Un millar de niños participan en los juegos del Parque Infantil de Navidad	21	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
12	08/01/16	El Día	El Día	Emplea Agrícola 2015 forma a 15 desempleados en la recuperación agraria	9	Parte inferior 2 cols.			Positivo
13	08/01/16	LOT	Efe	Un proyecto para recuperar la agricultura beneficia a 15 vecinos en paro	11	Parte superior 1 col.			Positivo
14	09/01/16	DA	DA	Comienza el proyecto de empleo agrícola	21	2 cols. Breve	1	2 cols.	Positivo
15	10/01/16	DA	J.C.M	La Tejita ya cuenta con centro comercial tras cuatro años de obras	30	4 cols.	3	1ª: 4 cols. 2ª: 3 cols. 3ª: 2 cols.	Positivo
16	11/01/16	DA	DA	Un millar de niños, en el Parque Infantil de Navidad	14	Parte superior 1 col.			Positivo

GRANADILLA DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
17	12/01/16	DA	J.C.M	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
18	12/01/16	DA	DA	Lavado de cara para el campo de El Médano	31	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
19	14/01/16	El Día	El Día	La OMIC atendió 1.322 solicitudes	10	Parte superior Breve			Neutro
20	15/01/16	DA	DA	Aumenta el 35% la recogida selectiva de envases ligeros	20	Parte inferior 3 cols.			Positivo
21	15/01/16	El Día	El Día	Aumenta el 35% el reciclaje de envases	10	Parte inferior Breve			Positivo
22	16/01/16	DA	DA	La telefonía, sector que genera más reclamaciones	19	1 col.			Positivo
23	16/01/16	LOT	LOT	Más de 2.000 usuarios se apuntan al programa de actividades extraescolares	10	Parte inferior 3 cols.			Positivo
24	18/01/16	DA	DA	Antonia López, la abuela del municipio, cumple 106 años	16	Parte inferior 3 cols.			Positivo
25	19/01/16	DA	J.C.M	La marca turística Granadilla Costa	20	Parte superior 5 cols.	1	4 cols.	Neutro
26	19/01/16	LOT	LOT	Magallanes ya es oficial El alcalde asegura que el hotel de La Tejita respeta "el espacio natural"	12	Parte inferior 1 col.			Positivo
27	20/01/16	DA	J.C.M	Investigarán las causas de la devolución de 8 millones a Endesa	20	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
28	20/01/16	LOT	LOT	'Granadilla Costa Magallanes' marca turística que promociona al municipio en Fitur 2016	32	Pág. completa	2	1ª: 4 cols. 2ª: 2 cols.	Positivo
29	21/01/16	DA	DA	Granadilla estrena guía y vídeo promocional de sus riquezas paisajísticas	8	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
30	21/01/16	El Día	El Día	Permanencia de tarde en 10 colegios	12	Parte superior Breve			Positivo
31	21/01/16	El Día	El Día	"Granadilla Costa Magallanes", marca turística del municipio sureño	FITUR 9	Pág. completa	1	4 cols.	Positivo
32	22/01/16	DA	DA	Granadilla "vende" sus recursos naturales desde la costa hasta la cumbre	9	Parte superior 5 cols.	1	4 cols.	Positivo

GRANADILLA DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
33	22/01/16	DA	DA	Hasta 300 escolares se benefician del servicio de permanencia en colegios	26	Parte inferior 2 cols.			Positivo
34	23/01/16	DA	DA	Granadilla posiciona su estrategia turística integral en la feria	8	5 cols.	1	4 cols.	Positivo
35	23/01/16	DA	DA	Piden seis millones a la UE para un proyecto de desarrollo sostenible	26	4 cols.	1	3 cols.	Positivo
36	23/01/16	El Día	El Día	El proyecto de desarrollo urbano sostenible costará seis millones	11	Parte inferior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
37	25/01/16	LOT	LOT	El municipio pide a Europa seis millones para convertirse en sostenible	14	Parte superior 1 col.			Positivo
38	26/01/16	DA	DA	La campaña Envases Solidarios repartirá más de 17.000 euros	23	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
39	26/01/16	LOT	Efe	El Consistorio dará ayudas solidarias con la recaudación de la recogida de residuos	17	Parte inferior 2 cols.			Positivo
40	28/01/16	DA	DA	González Cejas propondrá al Pleno el rechazo a la planta de biomasa	20	Parte inferior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
41	28/01/16	El Día	El Día	El ayuntamiento dice no a la biomasa	9	Parte superior			Positivo
42	29/01/16	El Día	El Día	Un plan contra el acoso escolar	11	Breve Parte inferior Breve			Neutro
43	31/01/16	DA	J.C.M	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38-39	Doble página			Neutro
44	31/01/16	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Neutro
45	31/01/16	LOT	E. Hdez	El Cabildo invertirá 33 millones en el Sur este año, un 60% más que en 2015	14	Página completa	1	3 cols.	Neutro
46	02/02/16	DA	DA	La culminación de la travesía de Los Abrigos, una exigencia municipal	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
47	03/02/16	El Día	El Día	Reclaman que se culmine la travesía	9	Parte inferior Breve			Positivo
48	04/02/16	DA	DA	La ruta del Hermano Pedro será estudiada a escala internacional	21	3 cols.	1	3 cols.	Positivo

GRANADILLA DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
49	05/02/16	DA	DA	Las nuevas desaladoras del Sur, a punto de iniciar la fase de pruebas	17	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
50	05/02/16	El Día	El Día	Las desaladoras de Guía de Isora y Granadilla, en fase de pruebas	10	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
51	05/02/16	LOT	LOT	El Consistorio premia a las mejores tapas de la ruta gastronómica	24	Parte inferior Breve			Positivo
52	07/02/16	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	Foto: 4 cols. Info: 3 cols.	Neutro
53	08/02/16	DA	DA	Mayores de Granadilla visitan a la Patrona	16	Parte inferior Breve	1	2 cols.	Positivo
54	08/02/16	El Día	El Día	El estudio de la ruta del Hermano Pedro une Tenerife y Guatemala	10	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
55	08/02/16	El Día		IX Premios Mándate una Tapa	10	Parte superior Breve			Positivo
56	10/02/16	DA	DA	La estabilidad presupuestaria garantiza las políticas sociales	20	Parte inferior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
57	10/02/16	LOT	LOT	La Isla y Guatemala realizan un estudio conjunto sobre el Camino del Hermano Pedro	12	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
58	11/02/16	DA	DA	Los mayores recorren la ruta de los almendros en flor	20	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
59	11/02/16	El Día	El Día	Mayores de granadilla visitaron los almendros	8	Parte superior Breve	1	2 cols.	Positivo
60	14/02/16	DA	J.C.M	Las desaladoras del Sur permitirán liberar recursos para la agricultura	31	4 cols.	2	1ª foto: 4 cols. 2ª: 2 cols.	Positivo
61	14/02/16	DA	DA	El Pleno apoya mantener los servicios sociales en 2016	32	3 cols.	1	3 cols.	Positivo
62	14/02/16	El Día	El Día	La prestación de los servicios sociales sigue siendo municipal	12	Parte inferior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
63	20/02/16	DA	J.C.M	El Médano ofrece suelo para acoger un centro comarcal de tercera edad	21	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
64	20/02/16	LOT	Efe	La desaladora garantizará a partir de este verano el 70% del suministro de agua	12	Parte superior 2 cols.			Positivo

GRANADILLA DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
65	21/02/16	El Día	El Día	La desaladora garantizará el 70% del suministro	13	Parte inferior 1 col.			Positivo
66	21/02/16	LOT	Y. Lorenzo	Granadilla lidera el aumento de población	12-13	Doble página	12		Positivo
67	22/02/16	El Día	El Día	Formación en los centros juveniles	10	Parte inferior Breve			Positivo
68	23/02/16	DA	J.C.M	Los alcaldes del Sur reclaman más vigilancia en los accesos al Teide	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
69	25/02/16	El Día	El Día	20.700 visitantes a la oficina de turismo	9	Parte superior Breve			Positivo
70	26/02/16	DA	DA	La oficina turística de El Médano recibe más de 20.000 consultas en un año	20	Parte superior 2 cols.	1	1 col.	Positivo
71	26/02/16	DA	DA	El gran coso pirata 'desembarca' mañana en las calles del casco	20	Parte inferior 2 cols.			Neutro
72	27/02/16	DA	DA	Ofrecen suelo en el casco para las nuevas oficinas de empleo	21	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
73	27/02/2016	El Día	El Día	Los Hinojeros acoge la oficina de empleo	10	Parte inferior Breve			Positivo
74	28/02/16	DA	J.C.M	Rechazo unánime a la planta de biomasa en el puerto industrial	32	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
75	01/03/16	DA	DA	Coso del Carnaval Pirata	20	Parte inferior 2 cols.	1	2 cols.	Neutro
76	02/03/16	El Día	El Día	Adecuación del alumbrado en Mata	9	Parte superior Breve			Positivo
77	02/03/2016	El Día	El Día	Iluminación desde la parada de guaguas	9	Parte inferior Breve			Positivo
78	02/03/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento mejora 37 puntos de luz en San Isidro	14	Parte superior Breve			Positivo
79	03/03/16	El Día	El Día	El Día de la Mujer, también en los IES	13	Parte superior Breve	1	1 col.	Positivo
80	04/03/16	El Día	El Día	Plazo para pedir ayuda para libros y material	11	Parte inferior 1 col.			Neutro
81	05/03/16	LOT	LOT	Granadilla acogerá por sexta vez a la élite nacional	57	Parte superior Breve	1	2 cols.	Positivo
82	08/03/16	DA	J.C.M	Granadilla pide al Gobierno la "inmediata apertura" de las Urgencias en San Isidro	22	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo

GRANADILLA DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
83	09/03/16	El Día	El Día	Comisión sobre el pago de 8 millones	9	Parte superior Breve			Positivo
84	10/03/16	LOT	LOT	El Consistorio pide a Sanidad un servicio de urgencias en San Isidro	13	Parte inferior 1 col.			Positivo
85	11/03/16	El Día	El Día	Programa para captar más turismo	12	Parte superior Breve			Positivo
86	12/03/16	El Día	El Día	Judo: la copa de España, en Granadilla	34	Parte superior Breve			Neutro
87	12/03/16	LOT	LOT	Granadilla se cita con la base nacional	53	Parte inferior 1 col.			Neutro
88	14/03/16	El Día	El Día	Flores expone las prioridades sanitarias urgentes	9	Parte inferior 1 col.			Positivo
89	15/03/16	DA	DA	Granadilla celebrará el 500 aniversario de la gesta de Magallanes	27	Parte superior 2 columnas	1	2 cols.	Positivo
90	15/03/16	El Día	El Día	El municipio conmemora 500 años de la llegada de Magallanes	11	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
91	15/03/16	LOT	E. Hdez	Santa Cruz y Granadilla de Abona e venden como destinos magallánicos	2	Pág. completa	4	2 fotos a 3 cols. 2 fotos a 1 col.	Positivo
92	20/03/16	LOT	LOT	El Ayuntamiento inaugura en Cho Portada la escuela infantil "más moderna de Canarias"	14	Parte inferior 2 cols.			Positivo
93	21/03/16	El Día	El Día	La nueva Escuela Infantil municipal atenderá a 109 niños	7	Parte superior 4 cols.	1	2 cols.	Positivo
94	24/03/16	DA	DA	La plaza de El Médano acoge hoy y mañana la X edición de la Feria de Saldo	29	1 col.			Neutro
95	27/03/16	El Día	El Día	Desayunos para 30 familias necesitadas	11	Parte superior Breve			Positivo
96	29/03/16	El Día	El Día	La Feria de Saldo, un escaparate lúdico	9	Parte superior Breve			Neutro
97	30/03/16	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	5 cols.	Positivo
98	31/03/16	DA	J.C.M	Una escuela muy familiar	28	Pág. completa	2	4 cols. 2 cols.	Positivo

Anexo III: Corpus empírico San Miguel de Abona

SAN MIGUEL DE ABONA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
1	03/01/16	DA	J.C.M	Las prioridades de los alcaldes para 2016	32	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
2	04/01/16	DA	J.C.M	Más de 323.000 euros se dedicarán a la formación de jóvenes parados	15	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
3	12/01/16	DA	J.C.M	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
4	12/01/16	DA	DA	Quince jóvenes se formarán como monitores de tiempo libre e infantil	18	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
5	12/01/16	El Día	El Día	Monitores de tiempo libre infantil y juvenil	9	Parte inferior Breve			Positivo
6	18/01/16	DA	J.C.M	Concedidas en un año 600 ayudas de emergencia social	17	Parte superior 3 cols.	1	3 cols.	Positivo
7	22/01/16	El Día	El Día	42.000 euros en ayudas a los estudiantes	9	Parte superior Breve	1	1 col.	Positivo
8	25/01/16	DA	DA	Éxito del programa de lucha contra las drogas	14	Parte inferior 1 col.			Positivo
9	31/01/16	DA	J.C.M	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38-39	Doble página			Neutro
10	31/01/16	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Neutro
11	31/01/16	LOT	E. Hdez	El Cabildo invertirá 33 millones en el Sur este año, un 60% más que en 2015	14	Pág. completa	1	3 cols.	Neutro
12	05/02/16	DA	DA	Obras de ampliación en el cementerio	17	Parte inferior 2 col.	1	2 cols.	Positivo
13	06/02/2016	LOT	LOT	La Policía Local celebra el día de su patrón, San Blas	12	Parte inferior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
14	07/02/16	El Día	El Día	Día de la Policía Local de San Miguel	12	Parte superior Breve	1	2 cols.	Neutro
15	07/02/16	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	4 cols. 3 cols.	Neutro
16	09/02/16	DA	DA	Acto de celebración del día de San Blas, patrón de la Policía Local	20	Parte inferior 5 cols.	1	3 cols.	Neutro
17	11/02/16	DA	DA	Obras de repavimentación en las calles que presentan graves desperfectos	20	Parte superior 2 cols.	1	2 cols.	Positivo

SAN MIGUEL DE ABONA

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
18	12/02/16	El Día	El Día	Acondicionamiento de las criptas	11	Parte superior Breve			Positivo
19	12/02/16	El Día	El Día	San Miguel en clave musical	42	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
20	12/02/16	LOT	V. Galán	El XII Festival y Academia de Música Internacional estrena su primer certamen	10	Parte superior 5 cols	2	1ª foto: 3 col. 2ª foto: 1 col.	Positivo
21	13/02/16	DA	DA	Mejoras de alumbrado para la carretera a La Escalona	21	Parte inferior 2 cols.			Positivo
22	19/02/16	DA	DA	El Pleno aprobará un presupuesto casi idéntico al del año pasado	19	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
23	22/02/16	El Día	El Día	El presupuesto municipal se reduce ligeramente, hasta casi 15 millones	10	Parte inferior 2 cols.			Positivo
24	23/02/16	DA	J.C.M	Los alcaldes del Sur reclaman más vigilancia en los accesos al Teide	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
25	23/02/16	DA	DA	La bienal de arte emergente se celebrará en noviembre	20	Parte inferior 2 cols.			Neutro
26	26/02/16	El Día	El Día	Encuentro para abordar problemas	13	Parte inferior Breve			Positivo
27	04/03/16	DA	DA/ J.C.M	El Cabildo reordenará el tráfico con vías de servicio en Las Chafiras	19	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
28	12/03/16	El Día	El Día	Sede de la Semana de la Diversidad	10	Parte inferior Breve			Positivo
29	30/03/16	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	5 cols.	Positivo
30	30/03/16	El Día	El Día	En abril, el programa Educar en Familia	9	Parte superior Breve			Positivo

Anexo IV: Corpus empírico de Arico

ARICO									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
1	03/01/16	DA	J.C.M.	Las prioridades de los alcaldes para 2016	32	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
2	12/01/16	DA	J.C.M	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
3	18/01/16	DA	DA	Un convenio busca fomentar la cultura musical entre la población	17	Parte inferior 5 cols.	1	2 cols.	Positivo
4	31/01/16	DA	J.C.M	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38	Doble página			Neutro
5	31/01/16	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Neutro
6	31/01/16	LOT	E. Hdez	El Cabildo invertirá 33 millones en el Sur este año, un 60% más que en 2015	14	Pág. completa	1	3 cols.	Neutro
7	01/02/16	DA	DA	Sanidad incorporará una consulta de matrona	14	Pág. Completa 1 col.			Positivo
8	02/02/16	LOT	LOT	La localidad tendrá matrona y mejorará los servicios Médicos	16	Parte inferior 1 col.			
9	03/02/16	El Día	El Día	Una matrona prestará servicio en el centro de salud dos días por semana	9	Parte superior 2 cols.			Positivo
10	06/02/16	DA	DA	Más de 30 entidades públicas de las Islas ponen trabas a ser fiscalizadas	4	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Negativo
11	07/02/16	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	Foto: 4 cols. Info: 3 cols.	Neutro

ARICO

Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
12	13/02/16	DA	DA	Las Maretas tendrá alcantarillado y extracción de aguas residuales	21	Parte inferior 3 cols.	1	2 cols.	Positivo
13	13/02/16	El Día		Solución para las aguas residuales	9	Parte superior Breve			Positivo
14	14/02/16	DA	DA	Entrega de diplomas del CIT	33	Parte inferior 2 col.	1	2 cols.	Positivo
15	15/02/16	LOT	LOT	Las Maretas dispondrá de alcantarillado y extracción de aguas residuales	7	Parte superior 1 col.			Positivo
16	21/02/16	DA	V. Pérez	CC suspende de militancia a tres alcaldes y ocho concejales 'rebeldes'	9	Pág. Completa 4 cols.	1	4 cols.	Negativo
17	24/02/16	DA	DA	Cabildo y Ayuntamiento buscarán soluciones para Fuente Nueva	10	Parte inferior 3 cols.			Positivo
18	24/02/16	El Día		Las mejoras para el caserío Fuente Nueva	10	Parte superior Breve			Positivo
19	24/02/16	LOT	LOT	Cabildo y Consistorio buscan fondos para Fuente Nueva	12	Parte inferior Breve			Positivo
20	29/02/16	El Día	El Día	Fumero no se inmuta por la suspensión de militancia en CC	8	Pág. completa 3 cols.	1	3 cols.	Neutro
21	10/03/16	LOT	Y. Lorenzo	El Ayuntamiento rechaza la planta fotovoltaica prevista por el Cabildo	12	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Positivo
22	25/03/16	DA	J.C.M	Arico de 'La Mancha'	28-29	Doble página	2	5 cols. 2 cols.	Positivo
23	30/03/16	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	5 cols.	Positivo
24	31/03/16	LOT	Y. Rodríguez	Fumero afirma que el complejo hotelero será un revulsivo para el empleo	13	Parte superior 5 cols.	1	3 cols.	Neutro

Anexo V: Corpus empírico de Fasnía

FASNIA									
Nº	Fecha	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. Informativo
1	07/01/16	DA	J.C.M	“Los retos son las políticas sociales y la equiparación de los servicios”	21	Parte superior 5 cols.	2	1ª foto: 3 cols. 2ª foto: 2 cols. 3 cols.	Positivo
2	12/01/16	DA	J.C.M	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1		Neutro
3	23/01/16	DA	DA	El Cabildo destina 400.000 euros a para el reasfaltado de varias pistas agrícolas	25	Parte inferior 2 cols.			Positivo
4	23/01/16	El Día	El Día	Reasfaltado y pavimentación de accesos a pistas agrícolas	11	Parte inferior 1 col.			Positivo
5	31/01/16	DA	J.C.M	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38	Doble página			Neutro
6	31/01/16	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Neutro
7	31/01/16	LOT	E. Hdez	El Cabildo invertirá 33 millones en el Sur este año, un 60% más que en 2015	14	Página completa	1	3 cols.	Neutro
8	07/02/16	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	Foto: 4 cols. Info: 3 cols. 5 cols.	Neutro
9	30/03/16	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	5 cols.	Positivo

Anexo VI: Corpus empírico de Vilaflor

VILAFLOR								
Nº	Medio	Firma	Titular	Nº página	Ubicación y extensión	Nº fotos	Extensión de la imagen	Tto. informativo
1	DA	J.C.M	Las prioridades de los alcaldes para 2016	32	Pág. completa	1	3 cols.	Positivo
2	DA	J.C.M	Más del 75% de los parados del Sur se concentran en 3 municipios	18	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Neutro
3	DA	J.C.M.	Carreteras, depuración de aguas y saneamiento, prioridades en 2016	38	Doble página			Neutro
4	El Día	J.A.M	Casi 60 millones de inversión del Cabildo en la comarca este año	11	Parte superior 5 cols.	1	2 cols.	Neutro
5	LOT	H. Mederos	Sólo 20 municipios ganan vecinos	20-21	Doble página	1 foto 1 info	Foto: 4 cols. Info: 3 cols.	Neutro
6	DA	J.C.M	Los ayuntamientos del Sur reclaman más vigilancia en los accesos al Teide	20	Parte superior 4 cols.	1	3 cols.	Positivo
7	DA	J.C.M	Los convenios para impulsar la fibra óptica en el Sur se firmarán este año	28-29	5 cols.	1	5 cols.	Positivo