UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

TRABAJO FIN DE CARRERA

Profesora: Ana Toledo
Curso 2010-2011

EL SEMANAL: LA INFORMACIÓN LOCAL EN EL BUZÓN

ISABEL MANUEL DE CÉSPEDES FRANCO

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN

1.1.-PUBLICACIONES INSTITUCIONALES. ANTECEDENTES

1.2.- NACIMIENTO DE *EL SEMANAL*

2.- METODOLOGÍA

3.- ESTADO DE LA CUESTIÓN

4.- *EL SEMANAL.* UN SERVICIO DESTINADO A LOS CIUDADANOS

4. 1. UN MEDIO DE COMUNICACIÓN LOCAL, ABIERTO, PLURAL Y VIVO

4. 2. UN MEDIO DE COMUNICACIÓN VALORADO POR LOS VECINOS

4. 3. DIFUSOR DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL AYUNTAMIENTO

4. 4. VEHÍCULO DE PARTICIPACIÓN VECINAL

4. 5. SOPORTE DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y DE CONCIENCIACIÓN

5.- EL EDITOR DE *EL SEMANAL*: UN GABINETE DE COMUNICACIÓN PROFESIONALIZADO

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

1.- Introducción

A los vecinos les interesa saber lo que ocurre en su entorno más próximo y los ayuntamientos, conscientes de esa demanda social así como de la obligación que tienen las administraciones públicas de informar y de favorecer la participación de los ciudadanos, han creado sus propios medios de información.

El 4 de abril de 1998 se repartió el primer número de *El Semanal*, editado por el Ayuntamiento de Valdemoro. Vio la luz con el objetivo de establecer un canal de comunicación que cumpliera la doble función de divulgar entre los ciudadanos cada propuesta, programa, actividad o prestaciones del consistorio e incrementar el número de usuarios de estas iniciativas. A estos objetivos se unía un tercer propósito: poner sus páginas a disposición de todos los colectivos, asociaciones y entidades del tejido social para que pudieran anunciar sus actividades y convocatorias.

***El Semanal:* la información local en el buzón,** es el primer estudio que se lleva a cabo de esta publicación que elabora el Departamento de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro, municipio de algo más de 65.000 habitantes situado a 27,5 kilómetros al sur de la capital. En la segunda corona metropolinatana.

Pretendemos con este estudio diferentes objetivos. El primero de ellos es **analizar *El Semanal* como medio de comunicación local** que, fiel a su cometido, ha informando puntualmente a los valdemoreños de las actividades, programas o prestaciones que la administración local ha puesto a disposición de los vecinos desde que vio la luz su primer ejemplar hasta que la publicación cumplió su número 500.

En segundo lugar **establecer que este canal de comunicación de carácter institucional tiene vocación de servicio público**. Farmacias de guardia, teléfonos de urgencias, cortes en la vía pública y cualquier información de interés para la vida de los valdemoreños, como la cartelera o las reseñas de libros recomendados por la Biblioteca Municipal, tienen espacio en las páginas de *El Semanal.*

El siguiente objetivo es **constatar la función social que desempeña esta publicación como dinamizadora del tejido asociativo de la localidad**, formado por los distintos colectivos,

grupos y asociaciones que se han multiplicado en número al tiempo que crecía la población. *El Semanal* ha servido de altavoz para que todos sin excepción informaran de sus convocatorias y actividades al resto de los conciudadanos y han dispuesto de espacio para destacar las proezas y logros personales y de equipo conseguidos por los vecinos en competiciones deportivas o culturales.

Verificar que la profesionalización del staff es decisiva en la objetividad de los contenidos informativos de *El Semanal* es otro de los objetivos de este estudio ya que nos permitirá demostrar que se trata de un medio de comunicación local que no está al servicio del Gobierno de turno, con contenidos de interés para todos los ciudadanos.

Analizar su permanencia pese al avance de las nuevas tecnologías y la crisis y demostrar por qué sigue editándose esta publicación incluso cuando existe, desde principios del año 2003, www.valdemoro.es como una alternativa más económica para que los vecinos puedan informarse de las actividades y servicios, es otro de los objetivos de este estudio.

Por último, **establecer el vínculo entre la imagen corporativa del Ayuntamiento** que se difunde también a través de *El Semanal* **y el sentimiento de pertenencia al municipio de Valdemoro,** es también un punto de interés para la investigación.

La investigación que llevaremos a cabo pretende realizar la radiografía de un medio de comunicación institucional, *El Semanal*, desde que nació hasta la actualidad; los cambios que ha experimentado en estos años, resolver si se ha consolidado como un medio de comunicación por el que los vecinos se informan de los asuntos que más les interesan en la denominada *Sociedad de la Información* donde las nuevas tecnologías, la apuesta por Internet o los SMS a la carta, se han impuesto como un avance necesario para atender las exigencias de una ciudadanía heterogénea que no parece dispuesta a renunciar a su derecho a la información.

Principalmente son dos los motivos los que me han llevado a elegir este tema de investigación. Por un lado, por haber sido testigo directo (en el mes de abril hará 14 años) del nacimiento de *El Semanal* así como de la desaparición, también en ese mismo periodo, de medios de comunicación, tanto públicos como privados.

Y, por otro lado, por razones estrictamente profesionales como son el creciente interés que me suscita la implantación progresiva en el tejido social de los municipios, los medios de comunicación local.

1.1.- Publicaciones Institucionales. Antecedentes

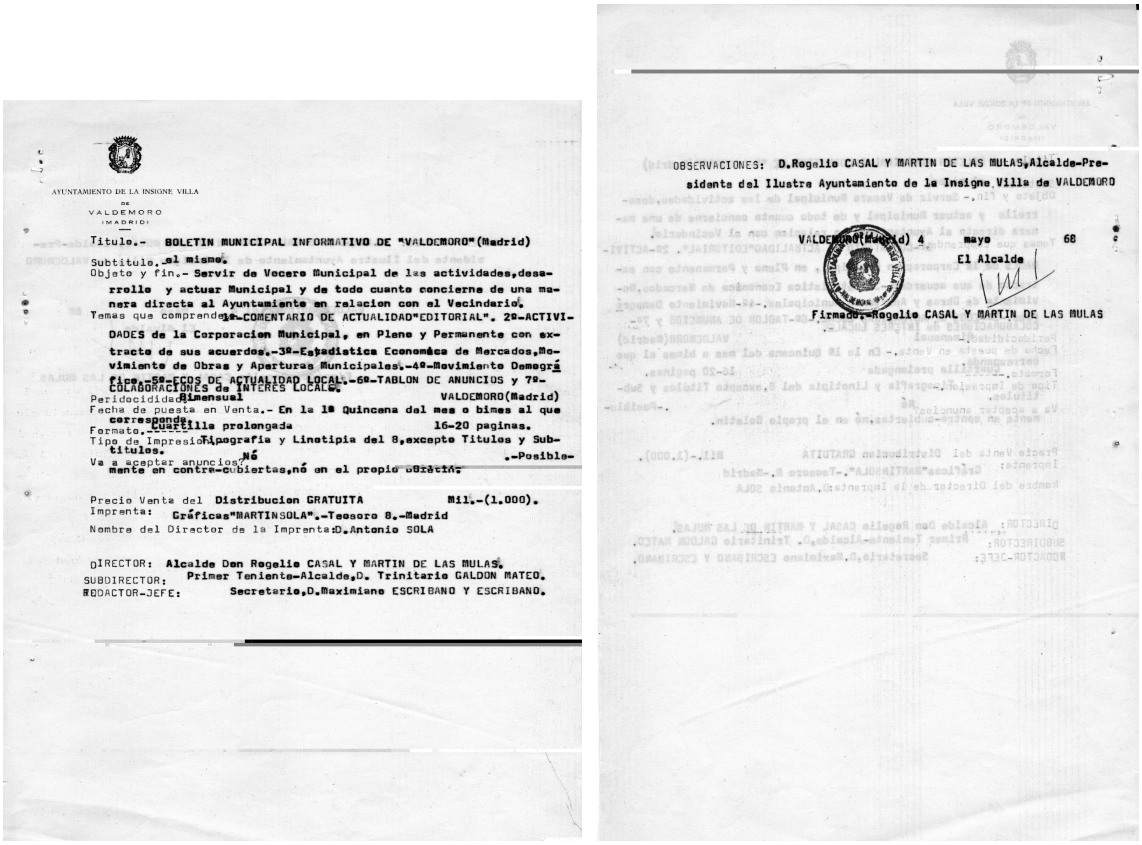
Entre los documentos que se custodian en el Archivo Municipal de Valdemoro figura el expediente de creación y producción así como los diferentes ejemplares de la primera publicación editada por el Consistorio en el año 1968 cuya resolución de ponerla en marcha, el 29 de marzo de ese mismo año, fue tomada con la absoluta unanimidad del Pleno presidido entonces por el alcalde D. Rogelio Martín Casal de las Mulas.

El **Boletín Municipal Informativo de Valdemoro,** nombre con el que fue bautizada esta publicación "*nació con el objetivo y fin de servir de vocero Municipal de las actividades, desarrollo y actuar Municipal y de todo cuanto concierne de una manera directa al Ayuntamiento en relación con el Vecindario"*[1].

En esas fechas, a menos de un lustro de la llegada de la democracia a nuestro país, la villa de Valdemoro contaba con una población cercana a los 6.500 habitantes que se informaban de lo que acontecía a través del tablón de anuncios del Ayuntamiento y del ancestral *boca a boca*.

Así, el primer número de **El Boletín Municipal Informativo de Valdemoro** correspondiente a los meses de mayo y junio de 1968, salió a la calle con una tirada de mil ejemplares y un coste de edición de 6.000 pesetas. Se distribuyó de forma gratuita en los centros oficiales para que los vecinos tuvieran acceso a la información que ofrecía, en los primeros días del mes de julio.

[1] Marzo 1968. *Expediente de solicitud de inscripción para la publicación de un Boletín Informativo Municipal*, Archivo Municipal de Valdemoro, sig.1397-42.



AYUNTAMIENTO DE LA INSIGNE VILLA
DE
VALDEMORO
(MADRID)

Titulo.- BOLETIN MUNICIPAL INFORMATIVO DE "VALDEMORO"(Madrid)
Subtitulo.- el mismo.
Objeto y fin.- Servir de Vocero Municipal de las actividades,desarrollo y actuar Municipal y de todo cuanto concierne de una manera directa al Ayuntamiento en relacion con el Vecindario.
Temas que comprende.- 1º-COMENTARIO DE ACTUALIDAD"EDITORIAL". 2º-ACTIVIDADES de la Corporacion Municipal, en Pleno y Permanente con extracto de sus acuerdos.-3º-Estadistica Economica de Mercados,Movimiento de Obras y Aperturas Municipales.-4º-Movimiento Demográfico.-5º-ECOS DE ACTUALIDAD LOCAL.-6º-TABLON DE ANUNCIOS y 7º-COLABORACIONES de INTERES LOCAL.
Periodocidad.- Bimensual VALDEMORO(Madrid)
Fecha de puesta en Venta.- En la 1ª Quincena del mes o bimes al que corresponde.
Formato.- Cuartilla prolongada 16-20 paginas.
Tipo de Impresion.- Tipografia y Linotipia del 8,excepto Titulos y Subtitulos.
Va a acepter anuncios.- Nó .-Posiblemente en contra-cubiertas,nó en el propio boletin.

Precio Venta del Distribucion GRATUITA Mil.-(1.000).
Imprenta: Gráficas"MARTINSOLA".-Tesoro 8.-Madrid
Nombre del Director de la Imprenta:D.Antonio SOLA

DIRECTOR: Alcalde Don Rogelio CASAL Y MARTIN DE LAS MULAS.
SUBDIRECTOR: Primer Teniente-Alcalde,D. Trinitario GALDON MATEO.
REDACTOR-JEFE: Secretario,D.Maximiano ESCRIBANO Y ESCRIBANO.

OBSERVACIONES: D.Rogelio CASAL Y MARTIN DE LAS MULAS,Alcalde-Presidente del Ilustre Ayuntamiento de la Insigne Villa de VALDEMORO

VALDEMORO(Madrid) 4 mayo 68
El Alcalde

Firmado.-Rogelio CASAL Y MARTIN DE LAS MULAS

Figura nº 1. Documento perteneciente al expediente para la creación del Boletín Informativo Municipal en el Ayuntamiento de Valdemoro. Marzo 1969.
Archivo Municipal de Valdemoro.

De la redacción se encargaba el Secretario del Ayuntamiento, que contaba con un colaborador que firmaba con el seudónimo de Yunque, que con un lenguaje grandilocuente y un aire de soflama instaba “a fomentar el espíritu de sacrificio” o indicaba que el destino del valdemoreño “no debe ser otro que el de lograr un Valdemoro grande, intelectual y comercial” a lo que, por supuesto, se añadían las precisas indicaciones para alcanzar ese fin.

La información recogida en sus 16 páginas interiores, impresas en tinta negra sobre papel *couché* mate de 8 gramos, presentada en formato *cuartilla prolongada y* encuadernado *grapado al lomo*[2]*,* estaba encabezada por la presentación-saluda del Alcalde, que recogía un ofrecimiento de participación para que los vecinos aportaran cualquier información que pudiera ser de interés.

En cuanto a los contenidos de los 19 números que se editaron de El **Boletín Municipal Informativo de Valdemoro,** mantuvieron secciones fijas. Junto a las noticias relacionadas

[2]*Ibídem.*

con la actividad municipal, como las correspondientes a los puntos del orden del día y las resoluciones tomadas por la Corporación en las sesiones plenarias celebradas o el *Tablón de anuncios*, en el que aparecían los Bandos, edictos y anuncios municipales, había otras secciones en las que se daba cuenta de las altas y bajas en el padrón, de los matrimonios, de los nacimientos y de las defunciones. Además figuraba la lista de los vecinos que estaban llamados a sortear para incorporarse al desaparecido servicio militar o de los precios de los productos que ofrecía el mercado semanal que se celebraba los viernes en la plaza de la Villa.

El **Boletín Municipal Informativo de Valdemoro**, correspondiente a los meses de Mayo-Junio de 1971, fue el último que se editó siendo alcalde D. Trinitario Galdón Mateo, sin que se conozcan los motivos de su desaparición.

Todas las revistas conservaron la misma portada a color: una fotografía del casco urbano donde se reconocían sus diferentes monumentos, acotada por dos anchas franjas horizontales de color azul cyan. Sobre la franja de la cabecera aparecía, superpuesto a todo color, el escudo de armas de la villa (aprobado oficialmente en el año 1969), y de forma destacada en blanco y con grandes caracteres, **Valdemoro**. En la parte inferior, también en blanco pero con letras más pequeñas, figuraba el nombre de la publicación.

Transcurridos doce años desde la desaparición de la primera publicación institucional en julio de 1983, ve la luz el primer número de **Valdemoro Boletín Informativo Municipal,** revista precursora de **Valdemoro.es** que hoy se reparte mensualmente en todos los hogares de la localidad con un nombre más acorde con la era tecnológica que vive la información en general y también la local.

Valdemoro Boletín Informativo Municipal nace cuando el Partido Socialista Obrero Español en coalición con el Partido Comunista de España, forma gobierno con José Huete López como Alcalde de un municipio que entonces contaba con una población cercana a los 15.000 habitantes. A tenor de las palabras del ex director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro: “El Gobierno local decide poner en marcha una publicación municipal al estilo de las que desde hacía cuatro años se venían publicando en las grandes ciudades del cinturón metropolitano de Madrid, como punto de consolidación democrática, puesto que se estrenaban ayuntamientos, libertad y Constitución. Getafe, Alcorcón, Leganés

y San Sebastián de los Reyes eran municipios gobernados por la izquierda que compartían el propósito de llevar la información al corazón de sus votantes: a sus buzones"[3].

El objetivo era informar a los ciudadanos sobre las cuestiones que más le interesaban ya que no existían entonces secciones locales en los medios escritos, en los informativos de radio o en las dos cadenas de la única televisión que existía, TVE, que trataran la información local. Los primeros cinco números los escribió José Luis Díez Casas, periodista que pertenecía a la Comunidad de Madrid con familia en Valdemoro, y redactor de *Cisneros* y otros medios públicos de la de la extinta Diputación Provincial.

Se editaba sin periodicidad fija, con la cabecera **Valdemoro Boletín Informativo Municipal** y tamaño A-4. Poco a poco las fotografías en blanco y negro y la publicidad se empezaron a abrir un pequeño hueco en una publicación en la que predominaba el texto en la mayoría de sus 16 páginas.

Aunque ha experimentado múltiples cambios, tanto para actualizar sus contenidos a las nuevas realidades como para que su formato se sitúe a la vanguardia del diseño, desde julio de 1983 ha acudido puntual a su cita con los lectores. En el primer número de 1985, **Valdemoro Informativo Municipal** se deshace de la palabra boletín de la cabecera, cambia a un formato tabloide, al estilo de los periódicos de la época y con una abrumadora abundancia de letra.

El número de enero de 1986, año en el que alterna la periodicidad mensual y bimestral, incorpora una característica franja vertical en amarillo que permaneció hasta marzo de 1992 en su portada en la que se destaca un solo tema, aunque dentro mantiene su estructura habitual.

En junio de 1992 con el número 59 en la calle, se instala para siempre el color en las páginas de **Valdemoro Informativo Municipal**, que se edita en un papel de más calidad y en enero-febrero de 1984 se anuncia su carácter bimestral y experimenta ciertas mejoras en la calidad del papel de la portada que además cambia de color en cada edición. Igualmente aumenta cuatro páginas y la tirada con el fin de que llegue a todos los vecinos.

Por otra parte, recupera la tradición de recoger las altas y bajas en el padrón y la lista de los quintos e incorpora una agenda en la que figuran teléfonos de interés e información de

[3]Información facilitada por Edelmiro A. Galván Villamandos, Director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro entre 1983 y 2004.

servicio como plazos, convocatorias e inscripciones, contenidos que pasarán a las páginas de ***El Semanal*** desde que se comienza a publicar en abril de 1998.

Figura nº 2. Selección de ejemplares de las primeras publicaciones municipales editadas en Valdemoro. Elaboración propia.

En noviembre de 1993 ve la luz el número 66 y último tabloide, dando paso al formato que hoy sigue llegando a los hogares valdemoreños, más fácil de buzonear y de hojear. Con el nuevo milenio, en octubre de 2003, **Valdemoro Informativo Municipal** incorpora un nuevo diseño, más moderno tipográfica y estilísticamente que permaneció hasta marzo de 2009 que es actualizado con maquetas de columnas variables entre dos y cuatro y una presentación más minimalista y limpia que equilibra la proporción de fotografías y texto para favorecer su lectura.

Desde marzo de 2003 las publicaciones se ofrecen también en versión digital, que permite acceder a sus contenidos de texto a través de la web municipal incluso antes de que se distribuyan en papel. Un paso más en este sentido se dio en mayo de 2009, fecha desde la cual están disponibles además en formato pdf, que reproduce fielmente la edición impresa.

1.2. Nacimiento de *El Semanal*

Los ciudadanos del siglo XXI están bien informados o quieren estarlo. Aunque se podría pensar que el exceso de información ha saturado la capacidad que una persona tiene para procesar tantos datos (nos han convencido de que necesitamos conocer la última hora de la política

internacional, de los conflictos intergubernamentales, de las crisis económicas mundiales, estar al día de escándalos políticos nacionales y de los éxitos y fracasos deportivos), todavía queda margen suficiente para "digerir" asuntos locales.

Los vecinos quieren saber lo que acontece en su entorno más próximo. Las instituciones municipales entendieron muy pronto esta demanda social que, unida a la obligación de informar y de favorecer la participación de los ciudadanos que tienen las administraciones públicas, llevó a muchos ayuntamientos a sacar la información de los tablones de anuncios y a crear sus propios canales de información.

Valdemoro no fue una excepción y la revista ***El Semanal***, editada por el Ayuntamiento de esta localidad del sur de la Comunidad de Madrid, vio la luz con una clara vocación de servicio público. El objetivo era establecer un canal de comunicación con el ciudadano que cumpliera la doble función de divulgar cada una de las propuestas, programas, actividades y prestaciones que el consistorio pone a disposición de los vecinos, además de incrementar el número de usuarios reales de cada una de estas iniciativas.

Con su publicación (10.000 ejemplares inicialmente) se cubría un vacío informativo que hasta ese momento únicamente estaba ocupado por la radio local, rudimentarios carteles y el aún más primitivo boca a boca, pues la revista decana que editaba el Ayuntamiento (**Valdemoro, Boletín Informativo Municipal,** hoy **Valdemoro.es**) no tenía carácter de agenda sino que, como en la actualidad, difundía los actos y eventos a posteriori, ofreciendo un balance de los mismos y en la que también tiene cabida la opinión de los grupos políticos representados en la Corporación municipal.

En ese contexto comunicativo, en medio de un panorama político bastante crispado –en el que el PSOE, con José Huete a la cabeza, gobernaba por cuarta legislatura consecutiva, esta vez en coalición con IU, a pesar de que el PP había sido el partido más votado- y a un año de unos comicios municipales, la aparición de una nueva revista editada por el Ayuntamiento fue vista con cierta prevención por algunos vecinos y con clara desconfianza por parte de la clase política que sospechaba que ***El Semanal*** sería un medio para potenciar el autobombo del Gobierno municipal[4].

El Semanal, una publicación sencilla de 16 páginas, en formato A-5 y a una tinta, fue el mejor antídoto para estos recelos. La convivencia con el **Boletín Informativo Municipal (BIM)** se

[4]Según declaraciones de Edelmiro A. Galván Villamandos, Director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro en 1998.

solucionó mediante la especialización: *El Semanal* puramente informativo, previo al hecho, y el BIM destinado a reportajes gráficos y de análisis político una vez pasado el hecho.

Desde entonces llega puntual a su cita con los buzones cada viernes y, junto a las convocatorias y eventos que organiza el Ayuntamiento o la información de las sesiones plenarias, aparecen otras informaciones de interés para el ocio de los valdemoreños, como son la cartelera de cine o las reseñas de libros recomendados por la Biblioteca Municipal, además de las farmacias de guardia o la relación de los teléfonos de interés y servicios de emergencias. Además de un reportaje central, éste de carácter eminentemente político.

A través de nuestra investigación hemos podido percibir claramente que una de sus características es la vocación de servicio público que tiene. Los distintos colectivos, grupos y asociaciones que componen el tejido asociativo de la localidad incluyen sus actividades y convocatorias. Es un canal de comunicación abierto, plural y vivo que se consolidó y se convirtió, con la llegada del PP al poder y la asunción de la Alcaldía por D. Francisco Granados Lerena, en el medio más valorado por los vecinos de acuerdo con los estudios demoscópicos de la época.

En ***El Semanal***, al igual que en la mayoría de los medios locales, tiene cabida el empleo, la seguridad ciudadana, los transportes o la defensa del patrimonio y el medio ambiente. Igualmente se ha preocupado por tratar reivindicaciones locales promovidas por los ciudadanos y atendidas por el Gobierno local.

Para no quedarse atrás, *El Semanal* está disponible desde el mes de marzo de 2003 en formato PDF en la página web del ayuntamiento *(www.valdemoro.es*), una decisión, la del acceso *on line* a los contenidos de este medio de comunicación institucional, que permite facilitar la difusión de sus contenidos al público más joven.

Los cambios de diseño, la ampliación de la tirada a los 23.500 ejemplares actuales, la incorporación de una publicidad institucional más atrevida y la impresión en papel reciclado para plasmar la voluntad de conservación del entorno medioambiental de la institución, son algunas de las transformaciones que se han ido incorporando desde que vio la luz el primer número para ir adecuándose a los tiempos.

2.- Metodología

Para desarrollar este proyecto partimos de una evaluación exhaustiva de las fuentes de información primarias, como son todos los números de *El Semanal* publicados desde 1998 que se conservan en el Archivo Municipal de Valdemoro. Ello nos permite analizar la publicación desde

sus orígenes y estudiar su evolución en el tiempo. Asimismo, contamos con el *Manual de Normas de Identidad Corporativa* del Consistorio donde aparecen las relativas a este canal de comunicación institucional, y además con la disposición expresa del equipo de profesionales del Gabinete de Comunicación y Prensa que edita la revista, para facilitarnos todo aquello que pueda ser de interés para este proyecto.

Importantes, al tiempo que clarificadores para nuestro estudio, también son los datos estadísticos, puesto que hemos tenido acceso al resultado de dos encuestas de opinión realizadas entre los vecinos sobre los medios de comunicación que se editan o reparten en Valdemoro, lo que nos permite comparar la efectividad de la revista. Igualmente, disponemos de otros indicadores relativos al acceso de los vecinos a la web municipal, entre ellos los marcadores de las visitas realizadas a ***El Semanal.***

En definitiva, ***El Semanal: la información local en el buzón*** es el título de un trabajo de investigación de carácter exploratorio y descriptivo, que pretende realizar un estudio cualitativo de *El Semanal*, una publicación de carácter institucional que edita el Ayuntamiento de Valdemoro; un municipio situado en la segunda corona metropolitana, al sur de la Comunidad de Madrid, a 27,5 kilómetros de la capital, que cuenta con una población de 65.000 habitantes.

La metodología que vamos a seguir en la investigación la planteamos de manera coherente para poder obtener la mayor información posible relativa al objeto de nuestro estudio y conseguir dar respuesta a las cuestiones iniciales.

Debido al tiempo establecido para nuestra investigación utilizaremos el sistema de triangulación que nos permitirá recolectar datos a través de una serie de informantes y una batería de fuentes para posteriormente comparar y contrastar una explicación con otra.

Al tratarse de una publicación institucional, nuestro punto de partida será el Ayuntamiento de Valdemoro que cuenta con un Archivo Municipal en el que se custodian todos los documentos que genera la institución.

Nuestro interés se centra en las fuentes primarias (deliberadas o involuntarias) y las secundarias que tendríamos disponibles para llevar a cabo el estudio. En un primer estadio del trabajo procederemos a la recogida de datos.

Disponemos de dos encuestas encargadas por la *Fundación Valdemoro siglo XXI* y el Ayuntamiento de Valdemoro al Instituto TNS Demoscopia como fuentes secundarias que nos

aportan datos precisos sobre la aceptación que esta publicación ha tenido entre los vecinos en dos momentos diferentes en el tiempo así como la valoración que los destinatarios hacen de la información que contiene.

A.- Primera encuesta

Características técnicas:

Tipo de encuesta: Telefónica, asistida por ordenador a través del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Universo y ámbito: Conjunto de personas de 18 o más años de edad, de ambos sexos, residentes de derecho en el municipio de Valdemoro.

Muestra: 800 personas, distribuidas aleatoriamente por todo el término municipal. El error estadístico máximo de los datos totales obtenidos con esta muestra (asumiendo los estándares del muestreo aleatorio simple) es de ± 3,5%, en el peor de los casos y con una probabilidad del 95,5%.

Selección de unidades últimas muestrales:

1. Selección aleatoria de teléfonos –hogares entre todos los registrados en la Base General de Teléfonos de Valdemoro-.
2. A nivel de hogar, cumplimentación de cuotas cruzadas de sexo y edad con entrevista a una sola persona residente en estas viviendas.

Trabajo de campo: Realizado por la red de campo de TNS-Demoscopia entre el 1 y el 15 de junio de 2005.

Los entrevistados han respondido igualmente sobre los medios utilizados y preferidos para el acceso a la información local, el conocimiento y valoración de las publicaciones que edita el Ayuntamiento (Valdemoro.es y El Semanal) e incluso nos ofrece los aspectos positivos y negativos de ambas, según los lectores.

B.- Segunda encuesta (Barómetro Socio-político de Valdemoro, abril 2010)

Características técnicas:

Tipo de encuesta: Telefónica, asistida por ordenador a través del sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Universo y ámbito: conjunto de personas de 18 y más años de edad, de ambos sexos, empadronadas y con derecho a voto en el municipio de Valdemoro.

Muestra: 804 personas, distribuidas aleatoriamente por todas las zonas y barrios de la ciudad.

Error muestral: el error estadístico máximo de los datos totales obtenidos con esta muestra (asumiendo los estándares del muestreo aleatorio simple) es de ± 3,5%, en el peor de los casos y con una probabilidad del 95,5%.

Selección de las personas entrevistadas:

1. Selección aleatoria de teléfonos –hogares entre todos los registrados en la Base General de Teléfonos de Valdemoro-.
2. A nivel de hogar, cumplimentación de cuotas cruzadas de sexo y edad con entrevista final a una sola persona residente en esas viviendas.

Trabajo de campo: Realizado entre el 12 y el 16 de abril de 2010 con aplicación de habituales controles de calidad de TNS Demoscopia, incluida la supervisión de un 15% de las entrevistas efectuada mediante escucha on-line de las mismas.

El estudio realizado se centra en los medios de comunicación (impresos, radiofónicos, digitales, TV, boca a boca…) utilizados para obtener información sobre las noticias y la actualidad de Valdemoro (Datos en %).

En una siguiente fase de la recogida de datos nos ha parecido sumamente interesante llevar a cabo entrevistas en profundidad a profesionales relacionados directamente con *El Semanal*, tanto en relación con su producción como con su conservación y custodia.

El fin de dichas entrevistas es ampliar el material que nos permitirá documentar nuestro trabajo. Además, permitirán recabar información relevante con la que será posible profundizar en el conocimiento de nuestro objeto de estudio.

Una de las entrevistas propuestas es a la responsable del Archivo Municipal, cuyas respuestas desvelan al tiempo datos concretos sobre las fuentes que allí se custodian relacionadas con el objeto de nuestro estudio. El cuestionario, una vez obtenidos los datos imprescindibles de su perfil personal y profesional, consistiría en una batería de preguntas generales ampliables a tenor de las respuestas obtenidas en cada una de ellas.

Las preguntas generales serían:

1. **¿Qué tipo de documentos se conservan en el Archivo Municipal?**
2. **¿Cuál es la publicación municipal más antigua de Valdemoro que se conserva en la hemeroteca del Archivo Municipal?**
3. **Hábleme de sus contenidos, periodicidad, aceptación, número de ejemplares, forma de reparto, de qué manera se significaba como publicación municipal**
4. **¿Hay algún estudio, trabajo o documento que se encuentre en el archivo cuyo objetivo específico sea El Semanal?**
5. **En su opinión y desde la perspectiva que da el tiempo ¿qué aportó El Semanal cuando vio la luz en abril del año 1998? ¿Qué aporta hoy?**

6. **Como experta en todo tipo de documentos ¿podría hacer una valoración de cómo ha ido cambiando a lo largo de estos años en contenidos? ¿Considera que la profesionalización de su staff ha supuesto un incremento de la calidad informativa de esta publicación?**
7. **Hablemos de la Imagen Corporativa del Ayuntamiento de Valdemoro ¿cree que es representativa del municipio? ¿Tiene alguna referencia histórica?**
8. **El Archivo Municipal dispone de un espacio en la página web municipal desde el que se dan a conocer algunas de las diferentes actuaciones del departamento que usted dirige, entre ellas los libros de imágenes de Valdemoro. ¿Cómo se canaliza la donación de imágenes al archivo fotográfico?**
9. **¿El Archivo Municipal utiliza El Semanal como canal de comunicación con los vecinos?**

Otra de las entrevistas está dirigida a la actual Directora de Comunicación del consistorio, responsable de las publicaciones municipales y ha permitido conocer el punto de vista de la institución respecto a la edición de estos medios de comunicación. Las preguntas de carácter general buscan respuestas que puedan aportar información de primera mano a las líneas de estudio planteadas en la investigación: *El Semanal* como canal de comunicación (información institucional y de agenda) y la profesionalización del Departamento de Comunicación e Imagen Corporativa del Ayuntamiento de Valdemoro.
Las preguntas generales, tras recabar el perfil profesional de la persona responsable del departamento, serían las siguientes:

1. **¿Cuáles son las responsabilidades del Director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro?**
2. **¿Cuántas personas trabajan en el departamento y qué relación tienen con la publicación de El Semanal?**
3. **¿Cómo describiría El Semanal desde la perspectiva de medio de comunicación?**
4. **¿Cómo se obtiene la información que publica El Semanal? ¿Qué criterios rigen la línea editorial de esta publicación semanal que dirige? ¿Ha cambiado con el tiempo?**
5. **El hecho de que el editor sea el Ayuntamiento de Valdemoro ¿le resta objetividad? En otras palabras ¿por parte del Gobierno ha tenido alguna vez presiones para que se incluyan unas determinadas informaciones en El Semanal en contra de su criterio profesional? ¿Definiría El Semanal como un canal de comunicación abierto, plural y vivo?**
6. **Algunos expertos consideran que para evitar que las publicaciones que editan los ayuntamientos acaben convertidas en medios de propaganda del partido en el Gobierno**

es necesaria la profesionalización del staff ¿Estaría de acuerdo con esta afirmación? ¿Qué cree que ocurriría en caso contrario?

7. ¿Qué cambios se han introducido en la revista desde que es usted su directora? ¿A qué han obedecido esos cambios?

8. Según la Agenda de Medios de Comunicación 2011 de la Comunidad de Madrid hay 71 publicaciones editadas por ayuntamientos de la región ¿conoce alguna que tenga una línea editorial semejante a El Semanal?

9. Háblenos de la Imagen Corporativa del Ayuntamiento. ¿Qué mensaje trasmite el consistorio a través de ella?¿Ha cumplido el fin para el que estaba diseñada?¿ Cómo está presente la Imagen Corporativa del Ayuntamiento en las publicaciones municipales?

10. Nos centramos ahora en las Nuevas Tecnologías y el futuro de las publicaciones institucionales. La web municipal, entre otras funciones, ofrece a los vecinos información de servicio y la agenda de las actividades, tanto de las que organiza el consistorio como de las propuestas de otros colectivos y asociaciones. ¿Cree que valdemoro.es puede hacer peligrar la publicación en papel?

11. ¿Qué porcentaje del presupuesto del departamento se destina a la publicación de El Semanal y a su reparto o buzoneo?

12. Ante la actual situación de crisis ¿se han planteado en algún momento el Gobierno municipal dejar de publicar El Semanal? ¿Algún grupo político en la oposición lo ha pedido públicamente? ¿Utilizan los grupos políticos este canal para publicar sus convocatorias como el resto de asociaciones o colectivos?

13. ¿Con qué herramientas cuenta para medir la vigencia de la publicación por una parte y las visitas a las informaciones que ofrece la web?

14. Hablemos de las campañas institucionales. ¿Con qué criterios se diseñan? ¿Todas se difunden a través de El Semanal?

15. Finalmente ¿Cuáles son a su juicio las circunstancias internas y externas que propiciarían la desaparición de El Semanal?

Con las respuestas de ambas entrevistas, lo siguiente es seleccionar los documentos que someteremos a análisis (ejemplares de *El Semanal*) y lo haremos de la forma más equilibrada posible, teniendo presente siempre las limitaciones del tiempo: reduciremos la selección si observamos que le estamos robando tiempo a la fase siguiente de nuestra investigación.

El análisis de contenidos. Se trata de una técnica de investigación para hacer, a partir de los datos, deducciones válidas y repetibles en su contexto. Esta selección debemos hacerla

ciñéndonos a los objetivos de nuestra investigación; estableceremos un tiempo concreto para el trabajo empírico de recopilación de datos procedentes de nuestras fuentes documentales así como el necesario para llevar a cabo el análisis de los mismos.

El objeto de estudio de nuestro trabajo de investigación son las publicaciones editadas por el Ayuntamiento de Valdemoro y vamos llevar a cabo el estudio de ***El Semanal,*** publicación que se edita en Valdemoro desde el 4 de abril de 1998.

Delimitación temporal.- Centraremos nuestra investigación entre el 4 de abril de 1998 y el 15 de octubre de 2010, fecha en la que se publicó el número 500 de la revista.

Muestra.- El tiempo disponible para realizar nuestro estudio nos impide analizar los 500 ejemplares de El Semanal por lo que hemos elegido una muestra de 50 revistas de El Semanal cuyas características son extrapolables a todos los números de la revista.
El método que hemos considerado más apropiado para seleccionar el espacio muestral es el muestreo subjetivo por decisión razonada del que es una variante el muestreo compensado o equilibrado. Estudiaremos por tanto, comenzando por el número 1, el primer semanal que vio la luz y los otros 49 restantes los hemos determinado aplicando la fórmula del muestreo sistemático K= N/n; donde N es el tamaño del universo y n el tamaño de la muestra. El resultado es 10: 1,11, 21, 31, 41, 51, 61… hasta el 491.

El análisis de los ejemplares seleccionados lo llevaré a cabo desde múltiples perspectivas: diseño; profesionalización (staff, diseñador gráfico, fotógrafo, etc.); secciones (temática), inserciones de campañas institucionales, Imagen Corporativa…

Ficha para la recogida de datos:

De cada uno de los ejemplares seleccionados, elaboramos una ficha con una serie de campos para dar respuesta a los objetivos del estudio:

- La noticia de portada (descripción de la imagen y titular)
- Contraportada
- El número y la fecha así como el de orden del ejemplar objeto del análisis
- El staff
- Noticias de índole político
- Número de impactos de la imagen corporativa
- Secciones de que consta
- Publicidad

- Diseño (si hay alguna variación significativa)
- Observaciones, apartado destinado a anotar aquellas cuestiones que puedan arrojar luz a la investigación.

El objetivo general de este trabajo de investigación es demostrar que *El Semanal* es un canal de comunicación que informa de las actividades y servicios que el Ayuntamiento ofrece a los vecinos, en el que la imagen corporativa de la institución está presente tanto en su diseño como en las campañas institucionales que se incluyen.

En lo que se refiere a los Objetivos específicos persiguen:

1. Analizar la vigencia de *El Semanal*, pese al avance de las nuevas tecnologías y la crisis. Existe www.valdemoro.es como alternativa más económica para que los vecinos conozcan las actividades y los servicios que ofrece el Ayuntamiento donde también hay acceso directo al PDF (Formato de Documento Portátil) de la revista.
2. Establecer el vínculo que existe entre la difusión de la imagen corporativa a través de *El Semanal* y el impacto positivo que causa en los destinatarios de esta publicación.
3. Verificar que existe una relación entre la cualificación profesional del staff y el impacto de la revista.

3.- ESTADO DE LA CUESTIÓN

No existe ninguna investigación anterior sobre esta revista municipal, por lo que al tratarse de un medio de comunicación de ámbito local, enmarcaremos nuestro trabajo dentro de este campo de estudio. Debemos, en primer lugar, delimitar conceptualmente nuestra investigación definiendo qué es la información local, cuál es el valor de la información más próxima al ciudadano, las funciones del periodismo local e incluso precisaremos qué se entiende por periodismo de servicio ya que entre los objetivos de la investigación figura el saber si la publicación cumple con la función para la que fue creada.

Para conseguir nuestros objetivos hemos dividido el campo de estudio en grandes apartados: la información local, la imagen corporativa y los gabinetes de comunicación y prensa.

Al campo de la **información local** nos aproximaremos a través de los estudios y numerosos artículos científicos publicados en los últimos años por el catedrático de Periodismo Xosé López García, en otro tiempo Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la

Universidad de Santiago de Compostela de la que depende un destacado grupo de profesionales que estudia y publica investigaciones sobre diferentes aspectos de la comunicación, en las que también participan otros grupos de trabajo de universidades españolas y extranjeras.

El profesor López García defiende que el ámbito local aparece como un espacio esencial para la democracia y la participación. Es el lugar al que se dirigen muchas miradas en la fase de globalización en la que nos encontramos: se trata de un proceso de retorno de y hacia lo local en un momento en el que hay mucha gente que quiere vivir en un mundo con raíces, con historia, en un lugar y en un tiempo[5].

En uno de sus numerosos trabajos Xosé López reflexiona sobre la prensa local en España de la que dice "ha iniciado en los últimos años un camino que le conduce a la recuperación de los escenarios de proximidad, al refuerzo de las señas de identidad, el cambio de diseño, (…) la diversificación de sus acciones comunicativas (…) y la creación de las ediciones digitales"[6] contradiciendo a los que auguraban que las grandes empresas de comunicación, creadas tras el desembarco del capital en el mundo de la comunicación hace poco más de tres lustros, supondría la desaparición de la prensa mas cercana al ciudadano.

Esta reflexión se confirma en el municipio de Valdemoro donde diferentes medios que abordan la información local editan en papel cabeceras específicas para este y otros municipios próximos y han creado al tiempo ediciones digitales con el fin de abaratar costes que ponen de manifiesto la apuesta de las empresas de comunicación por la información más próxima, la vuelta a la información local[7].

El interés por la información de proximidad es uno de los principales argumentos que los investigadores y académicos esgrimen para augurar un futuro prometedor al periodismo local. Lo próximo tiene interés porque incide en la vida de los ciudadanos y además trata de temas cercanos que forman parte de sus vidas.

---

[5]López García, X. (2001). "La comunicación del futuro se escribe con L de local", *Revista latina de comunicación social* [on line], nº 43. (Consultado el 16/11/2010). Disponible en <http://ull.es/publicaciones/latina/2001/latina/a/68xose.htm>

[6]López García, X. (2009). "La prensa local en España. Redescubrir el valor de la proximidad", *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación* [on line], nº 63. (Consultado el 16/11/2010). Disponible en <http://sociedaddelainformacion.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp>.

[7]López García, X. y Marciá Mercadé, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis.

El factor espacial se entiende en términos de cercanía física y también de proximidad cultural o mental, normalmente unida a la primera, aunque no indefectiblemente. Las investigaciones sobre comunicación realizadas en solitario y los libros y artículos publicados por López García con otros colegas como Juan Marciá Mercadé, profesor de Comunicación Persuasiva en la Universidad San Pablo–CEU, autor de varias obras sobre periodismo regional y local, también nos sirven para contextualizar nuestra investigación[8].

En el ámbito local, es donde el periodismo resulta más humano y más social, al poner en contacto, al relacionar, a quienes informan u opinan, editorializan y dan consejos con un público, además de receptivo, muy activo, que informa a su vez, opina a su vez, recrimina, acepta, valora, aplaude o censura de forma eficaz.

"Los ciudadanos han demandado en el pasado y demandan hoy medios que les informen de lo que les afecta y les preocupa, preferentemente temas de su comunidad. Y son los periodistas especializados en la información local y en los medios de proximidad, quienes mejor les informan"[9].

Son precisamente los destinatarios y usuarios del periodismo local los responsables de su revitalización. Se han convertido en un elemento esencial para que hombres y mujeres puedan disponer de los datos útiles que hagan más fácil su integración como miembros de una comunidad en las localidades donde desarrollan buena parte de su actividad.

En cuanto a la **imagen corporativa** hay que señalar que es del Gabinete de Comunicación del que depende la difusión de la imagen corporativa de la institución. Los estudios de Paul Capriotti,[10] uno de los máximos especialistas en imagen corporativa, nos sirven para contextualizar y poner en valor una de las muchas singularidades que presenta la revista El Semanal y es la de llevar a los hogares de Valdemoro la imagen corporativa del Ayuntamiento.

En los últimos años han cambiado muchas cosas del panorama comunicativo, aunque se mantiene lo esencial que es la necesidad de comunicar algo a alguien a través de un medio; se han segmentado las audiencias, los públicos de los distintos productos, tanto en los escenarios locales como también en los nacionales y supranacionales. Y en esta sociedad de

---

[8]Como por ejemplo *Gente* y *El Buzón* que tienen ediciones especiales (Parla, Pinto y Valdemoro), *Crónica de Madrid* de toda la región o *Entre Pinto y Valdemoro*.
[9] López García, X. y Marciá Mercadé, J. *Op. cit.* p. 115.
[10]Capriotti, P.I (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.

la información globalizada y fragmentada hay una interacción en las personas por muy distintos canales.

Otros conceptos que pueden ayudarnos a resolver nuestros objetivos están relacionados con el editor del medio**: *los Gabinetes de Comunicación y Prensa.*** Desde este aspecto, nos aproximaremos al ámbito de la comunicación en la administración local. Sólo el 5,4% de los ayuntamientos de menos de 20.000 habitantes cuentan con gabinetes de comunicación mientras que el porcentaje se eleva a 69,36% en el caso de los gabinetes de comunicación de ciudades que superan dicha cifra de población[11].

Entre los últimos está incluido el municipio de Valdemoro, editor de *El Semanal.* Será uno más de los apartados que incluiremos: el estudio del Gabinete de Comunicación del Consistorio de Valdemoro del que depende nuestra publicación objeto de estudio, de sus características y peculiaridades.

Partimos del convencimiento de que la profesionalidad y el reconocimiento de la labor que realizan las personas que lo componen, es directamente proporcional a la calidad del trabajo que desde allí se elabora.

Para evitar que las publicaciones que editan los ayuntamientos acaben convertidas en medios de propaganda del partido en el Gobierno es necesario que los gabinetes estén profesionalizados, que al frente de estos medios esté un periodista y no un político que, en muchas ocasiones, carece de la preparación y la objetividad necesaria para alejarse de los terrenos de la propaganda[12].

Esta es una apuesta defendida por diferentes investigadores y académicos como la investigadora Mateos Martín que esgrime las tres razones que a su juicio invitan a plantear las relaciones informativas de una institución, partido o sindicato desde la perspectiva profesional de un periodista que pueda aportar a la organización para la que trabaja un capital profesional técnico especializado (es preciso estar en los medios, cada vez hay mas personas o entidades que quieren estar en los medios y es necesario mantener un ritmo constante de innovación y adaptación de la organización al entorno histórico presente)[13].

---

[11]García Orosa, B. (2005) *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación*.[A Coruña] Netbiblo
[12]López García, X. y Marciá Mercadé, J. (2007). *Op. cit.*
[13]Mateos Martín, C. (2003). Descripción de la estructura funcional del gabinete de prensa político en los entornos informativos locales, en *Revista Latina de Comunicación Social* [on line], nº 54. (Consultado el 18/11/2010). Disponible en <http://ull.es/publicaciones/latina/20035414mateos.htm>

Berta García Orosa apuesta también por la profesionalización de estos gabinetes municipales como medida necesaria a adoptar, además de por la puesta en marcha de la administración electrónica y la incorporación de las nuevas tecnologías, y expone una definición muy concreta del Gabinete de Comunicación y Prensa:

> "Es el departamento interno a la entidad encargado de la planificación, implementación y evaluación de la política de comunicación. La actividad de los gabinetes de comunicación no es sólo un conjunto de mensajes sino una "superestructura", una red de dimensiones espacio-temporales y de magnitud superior que estaría compuesta por la cultura organizacional, la política comunicativa y la identidad corporativa"[14].

Existen autores que consideran a los profesionales que desempeñan su labor dentro de los Gabinetes de Comunicación y Prensa, periodistas al servicio de la publicidad y la propaganda.

El trabajo de una oficina de prensa no es el ejercicio profesional del periodismo, sino una operación de relaciones públicas al servicio de la empresa (…) Los mensajes que elaboran estos seudoperiodistas no son mensajes periodísticos[15] Y tal vez no le falte razón.

4.- *EL SEMANAL*: UN SERVICIO DESTINADO A LOS CIUDADANOS.

Valdemoro es un municipio que mira al futuro pero que se siente orgulloso de su pasado. Durante los tres últimos lustros ha recibido a un importante número de parejas jóvenes, sobre todo procedentes de la capital y localidades de la primera corona metropolitana, que escogieron esta ciudad para establecer su residencia.

Con la idea de consolidar la integración de los recién llegados, se establecieron diferentes estrategias. Una de ellas fue la "caja de bienvenida" con la que eran obsequiados y que contenía, además de un plano de la ciudad, información del patrimonio histórico de la villa y toda la información precisa para facilitar el cambio de domicilio de una familia, un ejemplar de la revista mensual ***Valdemoro.es*** y otro del último número de ***El Semanal***.

Con ese gesto, el Consistorio hizo suya la teoría del profesor López García de que la comunicación local está muy relacionada con la vida cotidiana, con la dinamización

[14]García Orosa, B. (2005).*Op. cit.* p.74
[15] Chicote, J. (2006) *El periodismo de investigación en España* Madrid: Fragua.

sociocultural y con la necesidad de reafirmar la personalidad propia frente a otros pueblos. El autor sostiene también que hoy "mientras avanza la globalización o se multiplican las redes que facilitan la intercomunicación en tiempo real, el valor social de la información de proximidad también aumenta"[16].

La experiencia profesional de Luis Arboledas como redactor de Radio Nacional de España desde 1985 y como jefe de los Servicios Informativos en las sedes de la emisora pública en Sevilla, Granada y Cuenca le otorga una visión más amplia sobre el periodismo local. Profesor asociado en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada discrepa de otros autores y asegura que pese a la importancia que tiene para la comunidad la información más cercana, "el periodismo local está atravesando una serie de crisis muy serias. Uno de los problemas es de concepción de la propia prensa, una pérdida evidente de calidad por culpa de la precariedad laboral (...)"[17]. Esta precariedad, según el doctor Arboledas, "influye desde muchos puntos de vista (…) y debido al afán de lucro de los grupos de comunicación que engloban estos medios (…) las perspectivas de futuro no son nada halagüeñas"[18].

Estas aseveraciones vienen a confirmar algo sobre lo que estamos convencidos y que incluso figura en las Declaraciones Internacionales sobre las que se basan los Códigos Deontológicos del periodismo: los periodistas deben contar con la formación necesaria para el desempeño de su labor profesional pero también con una remuneración digna por su trabajo.

En otro orden de cosas y siguiendo el esquema planteado en el estado de la cuestión, como muchas instituciones públicas, el Ayuntamiento de Valdemoro dispone desde hace algunos años de una imagen corporativa que, partiendo de los elementos simbólicos tradicionales, se muestra de cara al exterior y dentro de la propia organización interna, un ayuntamiento más acorde con los tiempos actuales.

Además de la papelería, los impresos, la señalización, los vehículos oficiales o los uniformes del personal municipal, el diseño de sus publicaciones, Valdemoro.es y *El Semanal*, también el de la página web, se ajustan a la imagen corporativa del Ayuntamiento que, según la definición de Paul Capriotti "se entiende como los mensajes que la organización transmite,

[16]López García, X. (2001). *Op cit.*
[17]Arboledas, L. (2007). *El ombligo del periodista: periodismo local en el siglo XXI*. Granada: Comares.
[18]*Ibídem.*

mediante los que se presenta como entidad, como sujeto social, expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad" y además "permite dotar a una organización de coherencia y criterios generales de actuación"[19].

El Gabinete de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Valdemoro está inmerso en un proceso de transformación para salvar los grandes desafíos que llegan de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación y no quedarse atrás.

Internet se nos ofrece como un recurso de potenciación de los medios locales. Además de permitir formas renovadoras de relación con los usuarios, ha hecho posible que los medios tradicionales puedan multiplicar su capacidad comunicativa.

A los recursos tradicionales de hemerotecas, bibliotecas y archivos que existen para acceder a los datos sobre un medio de comunicación como ***El Semanal***, hoy podemos también profundizar en la información a través de la página web.

4. 1. Un medio de comunicación local, abierto, plural y vivo

El número de publicaciones sobre información local creció exponencialmente en la última década, unas con formato periódico y edición semanal que abordaban la actualidad social, política, deportiva y cultural y que se financiaban con la abultada nómina de promotoras inmobiliarias. Otras, en formato revista y periodicidad quincenal o mensual que trataban aspectos sociales y culturales y contaban con el patrocinio del comercio y la hostelería local.

Los vaivenes económicos, crisis incluidas, amenazaban con dejar a los lectores sin la preciada información local, la que afecta directamente a sus vidas, a los servicios que reciben de los ayuntamientos o a las que marcan sus agendas de ocio y tiempo libre. Hoy, con algunas excepciones, son los consistorios los que mantienen con dificultad ediciones periódicas que, como en el caso de Valdemoro, llegan puntualmente a los hogares.

El Semanal es un medio de comunicación local consolidado, que al tener fundamentalmente carácter de agenda y reflejar mayoritariamente las diferentes convocatorias que se proponen, tiene un alto índice de objetividad, especialmente destacable tratándose de una publicación municipal.

[19]Capriotti, Paul (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.

> "A diferencia del **Boletín Informativo Municipal** (hoy *Valdemoro.es*) en el que los reportajes que aparecen en sus páginas reflejan diferentes actuaciones del gobierno municipal (puesta en marcha de infraestructuras, dotación de nuevos espacios, entrevistas, etc.), *El Semanal* surgía como un accesible tablón de anuncios en que aparecen cada semana aquellas noticias que más le pueden interesar al ciudadano: actividades culturales, deportivas, información de viajes, excursiones, etc. Después de trece años de andadura el tipo de noticias ofrecidas siguen siendo igual de útiles a la mayoría de la población"[20].

Es un medio que ofrece toda la información que pueda resultar de interés para los vecinos en todos los ámbitos, desde un tema concreto que afecta a la localidad y preocupa a los ciudadanos, aunque no tenga vínculo alguno con el Ayuntamiento, hasta cualquier propuesta municipal que pueda ser de su interés. El objetivo fundamental es que se conozcan los servicios que desde las diferentes áreas municipales se ofertan para que los vecinos los utilicen al máximo.

También tienen prioridad para aparecer en sus páginas las actividades que pueden interesar a un mayor número de personas (Ayudas sociales, escolarización, fiestas…) o las dirigidas a los mayores frente a los más jóvenes que hoy utilizan además otros medios de comunicación digitales para acceder a la información municipal.

> "Es el eje vertebrador de la comunicación del municipio y del ayuntamiento. Es el canal fundamental de comunicación del ayuntamiento con los vecinos, de éstos entre sí (merced a la información que ofrece sobre las iniciativas que pone en marcha cada organismo, cada colectivo, cada entidad pública o privada -siempre y cuando no tenga afán de lucro- que puedan resultar de interés para la comunidad) e incluso actúa a modo de herramienta de comunicación interna ya que al ofrecer la radiografía de todos los servicios que cada área ofrece al ciudadano, los trabajadores municipales pueden conocer a través de él cada nueva propuesta que lanzan sus compañeros"[21].

Precisamente el hecho de servir de altavoz para dar a conocer cada propuesta, programa, actividad o prestaciones del consistorio e incrementar el número de usuarios de estas iniciativas, le confiere el carácter de agente dinamizador de la vida social y cultural valdemoreña. Era uno de los fines para el que fue creado y, a tenor de los resultados de las opiniones de los destinatarios del medio, ha venido cumpliendo con creces esta función.

El análisis de las fichas de contenido diseñadas para la recogida de datos nos ofrece resultados tan elocuentes como los cambios de diseño que se han producido desde que el primer ***Semanal*** llegara a los buzones el 4 de abril de 1998 persiguiendo su adaptación a las nuevas tendencias gráficas. Y también, con el objetivo de ganar espacio, se transformó

---

[20]Información facilitada en la entrevista realizada a María Jesús López Portero, Archivera Ayuntamiento de Valdemoro.

[21]Información facilitada en la entrevista realizada a Nuria Martín García, DIRCOM del Ayuntamiento de Valdemoro.

su maqueta a otra más versátil que permitía incluir un mayor número de noticias. Los ejemplares que se repartieron en aquellas fechas conservan respecto a los actuales el mismo formato y la cabecera. En su larga trayectoria se distinguen cuatro etapas bien diferenciadas. En la primera de ellas primaba la información; incluía escasas fotografías, carecía de diseño y de una estructura fija que se adaptaba cada número a las necesidades del espacio que requería el texto. Sus 16 páginas estaban editadas a una tinta, en negro en papel offset de 100 gramos y los anuncios que incluía sobre actividades o puesta en marcha de servicios eran elaborados manualmente por el propio redactor.

La segunda etapa (agosto de 2000) coincidió con la llegada a la alcaldía del PP. El nuevo Equipo de Gobierno, con Francisco Granados Lerena a la cabeza, encargó al entonces Director de Comunicación, Edelmiro A. Galván Villamandos rediseñar ***El Semanal***. Se presentó ante los vecinos con un renovado aspecto, impreso a una tinta azul Pantone 302, el color de la nueva imagen corporativa[22], con el mismo formato pero en papel libre de cloro, con un matiz ahuesado y del mismo gramaje (100gr.) aunque la sensación visual era de más volumen, un diseño renovado así como nuevas secciones.

En esta etapa, que se prolongaría por espacio de una legislatura, se dio más importancia al diseño y a la imagen de la publicación. Para facilitar su lectura se establece la información en secciones y además de las habituales (Información, Juventud, Deportes, Cultura, Ocio y Tiempo Libre o la de Novedades Literarias…) se crea *La semana de un vistazo* a modo de índice y se incluyen en primeras páginas los teléfonos de interés y emergencias así como las farmacias de guardia.

En ***El Semanal*** nº 79 (del 14 al 25 de abril de 2000) se produce una novedad respecto al resto: la utilización de una tercera tinta en la contraportada para la campaña de reciclaje *El futuro es* amarillo, circunstancia que sólo se repetirá en el número 500 de la publicación. Otros hechos reseñables de esta etapa tienen lugar con ***El Semanal*** nº 92 (del 8 al 15 de septiembre de 2000) que llega a los buzones retractilado para incluir un díptico y un imán con la información y los teléfonos del nuevo Servicio de Ambulancia Municipal y en el nº 195 (del 28 de febrero al 7 de marzo de 2003) que incorpora un cuadernillo a color en sus páginas centrales sobre el nuevo servicio de retirada de vehículos de la vía publica gestionado por la Policía Local.

[22]Manual de Normas de Identidad Corporativa del Ayuntamiento de Valdemoro.

El incremento del número de colectivos y entidades que forman el tejido asociativo incide de forma directa en la publicación y es una de las características que definen su tercera etapa junto al incremento de las campañas institucionales que se publicitan en sus páginas (Internet al alcance de todos, Concienciación contra el SIDA, reciclaje, fomento de la lectura, acogida de animales de compañía, etc…). Además se introduce el diseño en la cartelería de las actividades que son incluidas en las páginas de publicidad sustituyendo muchas veces a la noticia (Cine de Verano, Semana del Libro, Fiestas de Carnaval...) otorgándole un aspecto más atractivo.

Los cambios que se producen en la cuarta y última etapa están relacionados el desarrollo de las nuevas tecnologías. A través del portal web municipal (valdemoro.es) los vecinos acceden a la información *on line*, lo que ha permitido volcar cierta información (resultados deportivos, las bases de concursos y de premios literarios…) y liberar espacio en las páginas impresas.

4. 2. Un medio de comunicación valorado por los vecinos

El *Semanal* de Valdemoro es la publicación que todo vecino lee para estar al corriente de lo que le interesa en su municipio y así lo reflejan los estudios de penetración de los distintos medios de comunicación en la población valdemoreña, en los que siempre obtiene el primer puesto con una diferencia abrumadora respecto al segundo (*Valdemoro.es*, la publicación mensual del Ayuntamiento) y mayor aún en relación con los siguientes.

En junio de 2005, a los siete años de su publicación, se hizo el primer estudio sobre el conocimiento, valoración y grado de credibilidad de los medios de comunicación institucionales y privados, encargado por la Fundación Valdemoro siglo XXI. En relación a la pregunta telefónica realizada a 800 vecinos mayores de 18 años por el Instituto TNS Demoscopia sobre los medios más utilizados y preferidos para acceder a la información local, los entrevistados posicionaban a ***El Semanal*** en primer lugar (80,8%), en segundo lugar el Boletín Informativo Municipal (38,9%) y a mucha distancia, en tercer y cuarto lugar, la revista *Consumo* (9,2%) y las conversaciones con la familia (7,8%).

En el análisis de estas mismas preferencias por edad, se observaba la tendencia de los jóvenes a informarse a través ***El Semanal*** y en lo relativo al análisis por comportamiento electoral, existía ya una preferencia clara por esta publicación en todos los electores, independientemente del partido al que habían votado.

Además de ser el más conocido entre los vecinos, la publicación objeto de nuestro estudio también resultó ser la más valorada con un 98,2% y una nota media de 7,7, independientemente del tramo de edad consultado.

Y finalmente, entre los aspectos positivos mencionados, tres de los 4 primeros hacían referencia a la información que aporta la revista al lector: información completa (27,1%), todo en general (20,3%), información variada (15,3%). Al contrario ocurría cuando se solicitaban los aspectos negativos. La respuesta no sabe/no contesta alcanzó un 63,3%.

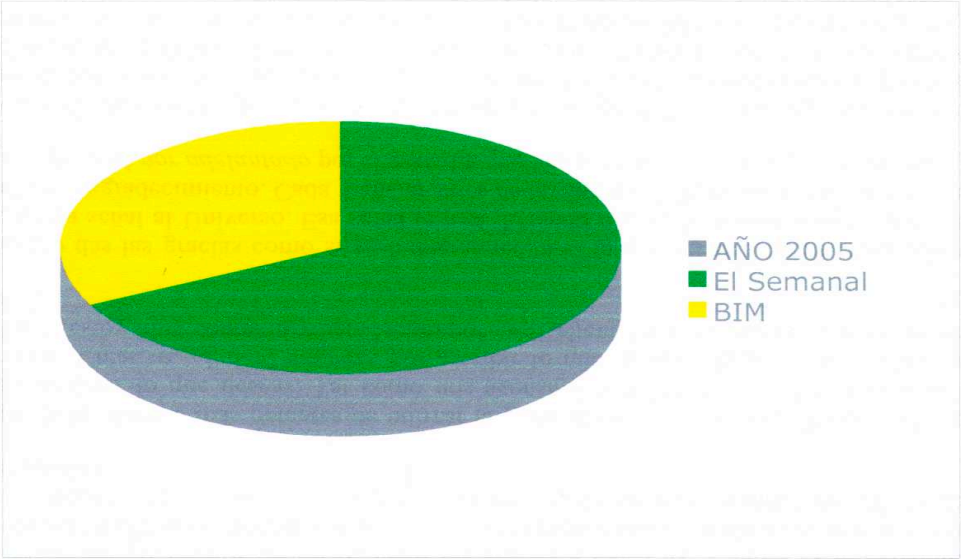
En un segundo sondeo realizado en el mes de abril de 2010[23] en el que se preguntaba de nuevo a los vecinos sobre cuales eran los medios utilizados para informarse sobre las noticias y la actualidad del municipio, los resultados volvieron a confirmar la gran aceptación de esta publicación de carácter institucional.

El Semanal volvía a ser el preferido entre los medios impresos por el 68,3% de los encuestados; en segundo lugar figuraba *Valdemoro.es* (BIM) y como tercer medio, la página web municipal www.valdemoro.es.

El análisis de estas preferencias por comportamiento electoral desvelaron que los votantes del PP son los que mostraron una mayor preferencia (71,6%) seguidos de los votantes de IU (65,0%) y el POSE (59%), aunque por encima de estos tres grupos estaban los que manifestaron no haber votado en las elecciones de 2007 que, en un 75%, reconocieron informarse a través de *El Semanal.*

[23] Fuente: Encuesta Instituto TNS Demoscopia.(Barómetro socio-político de Valdemoro).Abril/2010

MEDIO PREFERIDO POR LOS VECINOS PARA INFORMARSE (%)



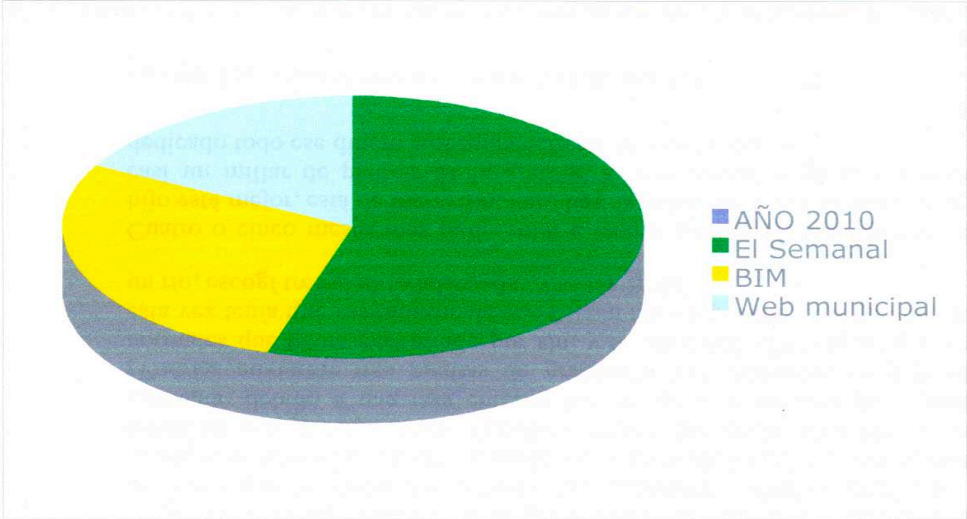


Gráfico nº 1.- Medios preferidos por los vecinos de Valdemoro para informarse, según las encuestas realizadas en 2005 y 2010.
Elaboración propia.

4. 3. Difusor de la imagen corporativa del Ayuntamiento

Como muchas otras instituciones públicas, el Ayuntamiento de Valdemoro dispone desde hace algunos años de una imagen corporativa que, partiendo de los elementos simbólicos tradicionales, se muestra de cara al exterior y dentro de la propia organización interna como una entidad más acorde con los tiempos actuales.

> "La disparidad de logotipos y nombres, empleados por la administración local de Valdemoro, era frecuente y se acrecentó con los gobiernos del alcalde Huete. Cada director de área, cada concejalía, quería que su nombre figurara en los escritos y folletos que se editaban, incapaces de entender lo de los niveles de emisores de las organizaciones modernas"[24].

El momento oportuno de solucionar ese grave problema de comunicación coincidió con la llegada de Francisco Granados Lerena a la alcaldía (1999). Ese mismo año se encargó a la firma especializada Sendín et Asociados la elaboración de un *Manual de Identidad Corporativa* cuyo fin era actualizar la simbología utilizada hasta ese momento por el Consistorio que se limitaba a la reproducción de su antiguo escudo de armas, para generar una imagen más estable y moderna de la institución, acorde con las nuevas tendencias de marketing.

Otro de los objetivos era dotar a la institución de una imagen de marca que diera unidad a servicios, dependencias, vehículos, personal e instrumentos de comunicación como entiende Paul Caprioti que la define como "mensajes que la organización transmite, mediante los que se presenta como entidad, como sujeto social, expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad" y además "permite dotar a una organización de coherencia y criterios generales de actuación"[25].

La importancia de establecer estos criterios en el seno de la institución fue entendida por la nueva Corporación y por el Departamento de Comunicación encargado de ponerla en marcha. "Queríamos que el ciudadano y los propios trabajadores municipales percibieran a través de algo tan sencillo, directo y fácilmente identificable como un logotipo, todo lo que el Ayuntamiento pone a su disposición y que antes podía resultar un tanto disperso, dificultando así que la ciudadanía tomara conciencia de lo que es el Ayuntamiento y lo que realmente le ofrece"[26].

---

[24]Según declaraciones de Edelmiro A. Galván Villamandos, Director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro entre 1983 y 2004.
[25]Capriotti, Paul (1999). *Op. cit.*
[26]Información facilitada en la entrevista realizada a Nuria Martín García, DIRCOM del Ayuntamiento de Valdemoro.

El *logosímbolo* que representa al Consistorio "se abordó partiendo de los elementos simbólicos tradicionales y estableciendo una identidad que moderniza y ordena la antigua para representar un Ayuntamiento más acorde a los tiempos actuales, una imagen seria y fiel reflejo de una institución moderna, de cara al exterior y en la propia organización interna"[27].

Los autores de la imagen corporativa partieron del escudo más antiguo que data de 1605 y se conserva en la Fuente de la Villa (uno de los monumentos más emblemáticos del municipio). Su rediseño se planteó respetando sus contenidos tradicionales para obtener un escudo más sintético, más fácil de recordar por los ciudadanos y simplifica su reproducción sobre cualquier soporte. Así, conserva el ADN de las armas históricas de la villa: **la corona** (sigue apareciendo pero con dos líneas más sintéticas), **los dos campos** (en el izquierdo un rey y en el derecho un castillo) y **la cadena** (se aplica como un elementote unión entre los dos campos y como elemento diferenciador, simbolizado por tres círculos), conservando los colores predominantes en el escudo antiguo.

Además de figurar en la papelería, impresos, señalización de vehículos oficiales, uniforme del personal municipal o en los actos protocolarios y servir para potenciar el perfil institucional de la alcaldía, la nueva imagen corporativa formó parte del diseño de las publicaciones institucionales tanto impresas (*El Semanal* y *Valdemoro.es*) como digitales (www.valdemoro.es).

El 2 de agoto del año 2000 se reparte el primer número de *El Semanal* que incorpora la nueva imagen corporativa a su diseño. A diferencia de la anterior etapa, en su portada aparece el azul Pantone 302 así como el logotipo del nuevo escudo. Además utiliza diferentes elementos que a partir de entonces serán habituales en las campañas instituciones que ocupan la contraportada o en los bloques de información de páginas interiores como los tres círculos a modo de separación que se incluyen en la publicación.

Sin duda, *El Semanal* ha propiciado la difusión de la imagen corporativa municipal. Cada viernes desde hace más de una década los vecinos reciben en sus buzones una publicación cuya imagen de marca relaciona directamente a su editor, el ayuntamiento, con los servicios, actividades e información que esta institución les ofrece.

[27]Manual de Normas de Identidad Corporativa. Ayuntamiento de Valdemoro.

4. 4. Un vehículo de participación vecinal

Entre las particularidades que presenta *El Semanal* destaca su carácter participativo. Este canal de comunicación entre el Ayuntamiento y los vecinos pone sus páginas a disposición de todos los colectivos, asociaciones y entidades del tejido social para difundir sus actividades y convocatorias.

La información procedente de las diferentes entidades que conforman el tejido asociativo valdemoreño llega directamente a la redacción de *El Semanal* con la necesaria antelación para ser publicitada, a fin de facilitar la participación en las múltiples actividades que estos colectivos realizan a lo largo del curso: talleres, jornadas, seminarios, conferencias, excursiones, etc.

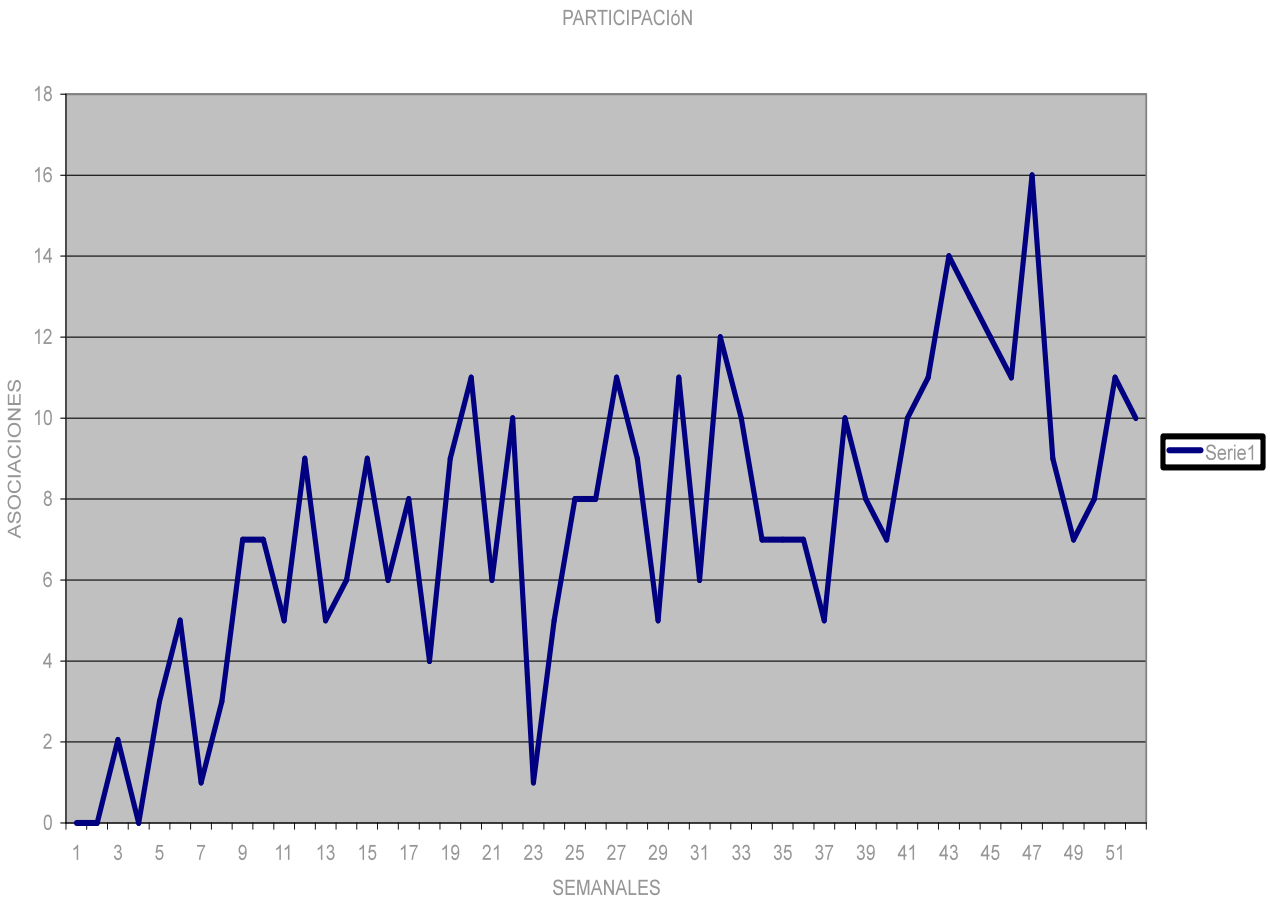


Gráfico nº 2.- Asociaciones y colectivos que semanalmente han publicitado sus actividades. Elaboración propia

Tras el estudio de las fichas elaboradas para la recogida de datos de los números seleccionados en nuestra investigación, elaboramos un gráfico que muestra el índice de participación de las distintas asociaciones y colectivos que han ido surgiendo en el municipio. El gráfico nº 2 indica de manera clara como ha ido creciendo exponencialmente

tanto el tejido asociativo como su aceptación de *El Semanal* como el vehículo idóneo para publicitar sus actividades entre los ciudadanos.

4. 5. Soporte de campañas institucionales y de concienciación

El Semanal reúne todas las características de un medio de comunicación local cuya calidad es en cierta manera responsable de la consolidación de la revista como la preferida por los vecinos para informarse.

Cumple indiscutiblemente una función social y es utilizado por su promotor –el Ayuntamiento de Valdemoro- como canal de difusión de las campañas institucionales que promueve. Estas no se diferencian de cualquier otra campaña de publicidad en el sentido de que surgen por la necesidad de divulgar o difundir una actividad, servicio o prestación –nueva o ya existente- de manera específica con el objetivo de que llegue al mayor número de personas.

Los lectores de *El Semanal* siguieron con mucho interés cada uno de los pasos de la campaña "El futuro es amarillo" cuyo fin era concienciar a los vecinos de la necesidad de separar los residuos susceptibles de ser reciclados. Esta campaña, la primera ideada y diseñada por el Departamento de Comunicación, se presentó en varias entregas y los responsables de la edición no dudaron en incluir el color (amarillo) por primera vez en la historia de la revista, para resaltar la última imagen: el nacimiento de un polluelo.

Este podría ser un ejemplo de las campañas que se ponen en marcha con el fin de obtener la participación de los vecinos para lograr un fin concreto, como es el reciclaje de residuos o promocionar las compras en el municipio a través de campañas de apoyo al comercio local se desarrollan durante las fiestas de Navidad. Fomentar la lectura entre los más pequeños, el uso de Internet entre los jóvenes o la participación en las diferentes aulas de la Universidad Popular de Valdemoro, son objetivos que se plantean a través de campañas institucionales anuales que se publicitan en las páginas de *El Semanal*, Valdemoro.es y la web municipal.

Pero también se hacen otras a modo de recordatorio de los logros realizados, como la puesta en marcha de un hospital en la localidad, o para difundir una imagen de ciudad que todos los vecinos comparten (la web municipal).

La difusión de las campañas de interés social que se promocionan en las páginas de *El Semanal*, independientemente de las informaciones de servicio público que recogen, le

han granjeado la confianza de sus lectores que atribuyen a la "empresa" que está detrás de su edición, las cualidades implícitas de una revista que les garantiza información útil y de calidad.

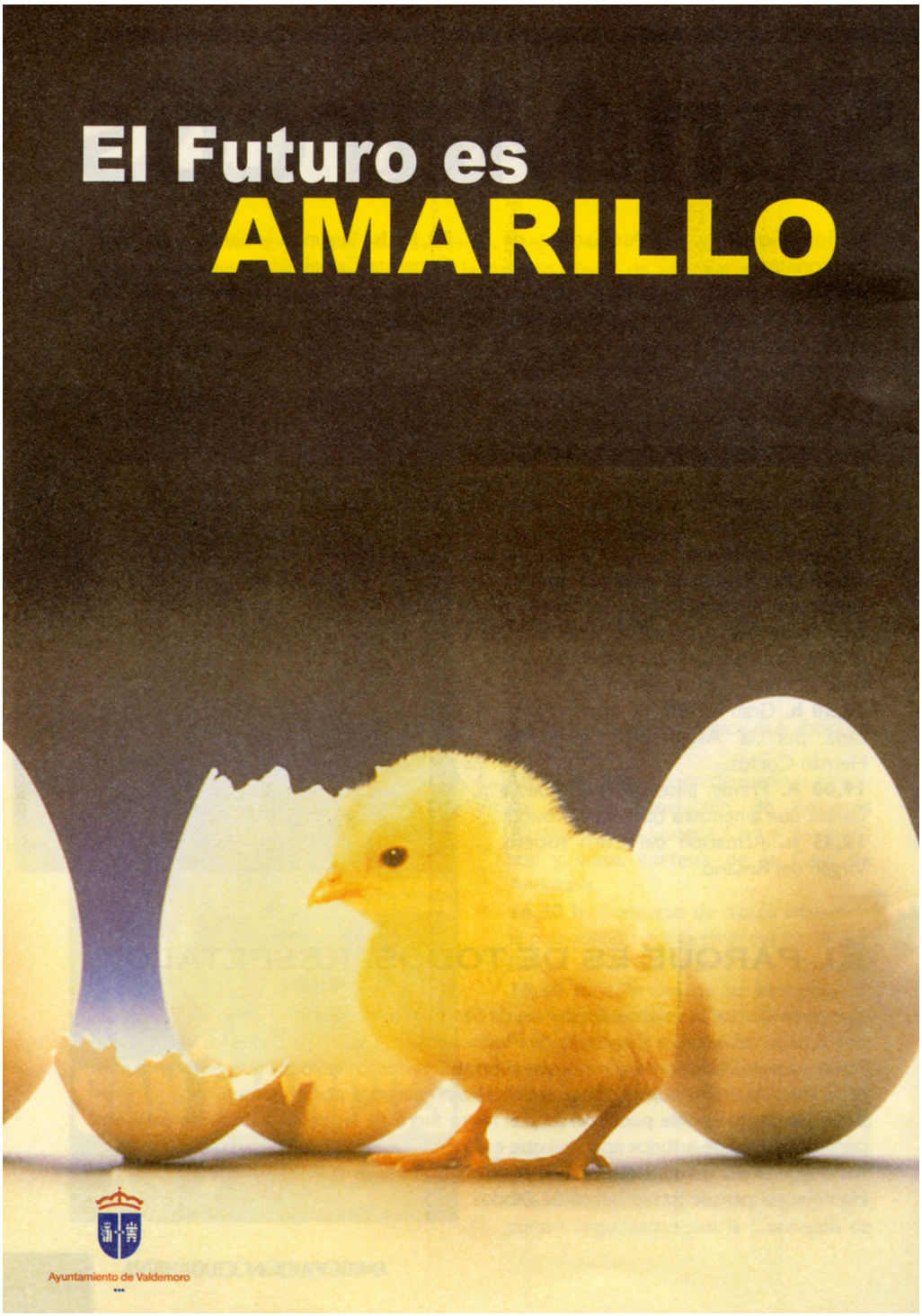


Figura nº 3: Imagen de "El futuro es amarillo". Primera campaña institucional ideada y realizada por el Departamento de Comunicación y publicada en la contraportada de *El Semanal*, nº 79 del 14 al 25 de abril de 2000.

La Directora de Comunicación de quien depende impulsar, determinar las claves y poner en marcha estas campañas de imagen y publicidad otorga un plus de eficacia a *El*

Semanal como medio de difusión de las mismas. "Prácticamente todas, por no decir absolutamente todas, tienen su espacio en *El Semanal* dado que es la publicación por la que los vecinos muestran mayor interés, así que los anuncios que aparecen en ella tienen una mayor rentabilidad, no económica, sino de eficacia e impacto comunicativo"[28].

La publicidad institucional, tal como reflejan las fichas de recogida de datos de los números estudiados, ha ido ganando terreno en las páginas de la revista, tanto en cantidad como en calidad. Los datos revelan que todas las ediciones llevaban publicidad institucional, de una actividad cultural, deportiva o lúdica, o de promoción de un nuevo servicio prácticamente desde que nació *El Semanal*.

> "Este incremento, tanto en calidad como en cantidad, es consecuencia del mayor protagonismo del aspecto gráfico siempre que lo permite el volumen de contenidos. Ahora tendemos a reducir al máximo la repetición de noticias como tales en distintos números; lo normal es que la información salga una o dos veces como máximo y si es necesario publicarla en números sucesivos suele aparecer ya en formato de publicidad"[29].

5. El editor de *El Semanal*: un gabinete de comunicación profesionalizado

El nacimiento y consolidación del Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro coincide con la llegada de la democracia. Los cambios en el sistema político, con la obligación de transparencia por parte de las administraciones públicas recogida en la Constitución y en la nueva legislación de forma explícita, propiciaron la creación de un departamento dentro del organigrama de la administración local encargado de trasladar a la opinión pública los radicales cambios que estaban transformando los municipios.

Eran los años en los que se eliminaron las ventanillas; se transformaron los espacios de atención al público con mostradores para favorecer el trato cara a cara de los funcionarios con los vecinos y se potenciaba el asociacionismo y la participación a través de entidades formativas como las Universidades Populares.

En ese contexto, el Consistorio valdemoreño editó en 1983 el Boletín Informativo Municipal (BIM) que hoy sigue informando mensualmente a los vecinos de la actividad institucional, social y cultural con el nombre de *Valdemoro.es.*

[28]Información facilitada en la entrevista realizada a Nuria Martín García, DIRCOM del Ayuntamiento de Valdemoro.
[29]Ibidem.

Fue el punto de partida de la creación de un Departamento de Prensa, desprovisto de medios y presupuesto, al que sólo estaba vinculado el periodista José Luis Díez Casas responsable de la redacción y maquetación de los seis primeros números de la publicación.

El actual Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro poco tiene que ver con el de aquellos años. Hoy, coordinado por la periodista Nuria Martín García, está formado por tres redactoras, dos diseñadores gráficos, una fotógrafa y un administrativo que hace las veces de auxiliar de redacción.

Elaborar argumentarios, coordinar y supervisar los planes de comunicación y difusión de cada uno de los proyectos municipales y establecer los mensajes de los mismos, establecer también la línea editorial de los contenidos *on line,* poner en marcha las campañas de imagen y publicidad, coordinar eventos y exposiciones sobre la institución, dirigir la escenografía de actos institucionales o señalar las pautas de la comunicación interna son sólo algunos de los cometidos que se llevan a cabo desde el Gabinete de Comunicación.

Su directora, que también gestiona el departamento desde el punto de vista presupuestario, dirige y establece la línea editorial de las dos publicaciones municipales periódicas (*El Semanal* y *Valdemoro.es*).

Concretamente para la elaboración de *El Semanal*, objeto de nuestro estudio "existe una redactora responsable que se ocupa de la recepción, distribución de información y del cierre (estas dos últimas tareas en colaboración directa con la directora). (...) La persona que elabora el texto también es quien maqueta la noticia. Los diseñadores gráficos realizan el diseño global de la publicación y cada una de sus actualizaciones totales o parciales. Ellos son también quienes diseñan la publicidad institucional que aparece en él, contraportadas, anuncios de actividades, etc, además de solucionar problemas concretos de maquetación o de carácter gráfico. La fotógrafa, por su parte, es quien realiza y selecciona las imágenes que aparecen en cada número"[30].

La mecánica de trabajo es siempre la misma. Los jueves y viernes la redacción recibe un avance de la información que remiten por correo electrónico los técnicos de todas las áreas de gestión municipal y entre lunes y martes se completan los contenidos. En

[30]Información facilitada en la entrevista realizada a Nuria Martín García, DIRCOM del Ayuntamiento de Valdemoro.

ocasiones, como sucede en las redacciones de los medios impresos, siempre hay asuntos de última hora que llegan incluso el mismo día del cierre (miércoles), en función del momento en se aprueben o publiquen en los boletines oficiales o pasen por Junta de Gobierno Local, lo que obliga a modificar la maqueta ya cerrada.

Es la directora quien marca la línea editorial y el estilo (con una mezcla de pautas del Libro de Estilo de *El País* y las normas de la RAE), determina contenidos y gestiona los tiempos en que éstos se publican o si es necesario repetirlos con diferentes enfoques y espacio y, en colaboración con la responsable, elabora la planilla y realiza el cierre.

El hecho de que el editor de *El Semanal* sea el Ayuntamiento y el Alcalde encabece el staff de la publicación, no le resta un ápice de objetividad. Así lo entiende Nuria Martín que tras asegurar que la objetividad no existe, manifiesta que *El Semanal* de Valdemoro ha llegado a un nivel de asepsia del que se sienten bastante orgullosos. "Por sus páginas han pasado conferencias de Cayo Lara o Pedro Zerolo organizadas por los grupos municipales de IU y PSOE cuando la Corporación tiene mayoría absoluta del PP, se han publicado llamamientos de Ecologistas en Acción contra iniciativas municipales, pruebas suficientes de la profesionalidad que rige la publicación"[31].

Algunos expertos consideran que para evitar que las publicaciones que editan los ayuntamientos y otras administraciones acaben convertidas en medios de propaganda del partido en el Gobierno, es necesaria la profesionalización del staff[32]. En el Departamento de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro así lo entienden y cada una de las personas que forman parte de él tiene una amplia experiencia previa en su campo, en medios de comunicación de lo más diverso.

La DIRCOM del Ayuntamiento cree que "esa experiencia es la que da credibilidad como profesionales de cara a los políticos cuando les decimos que ofrecer un buen servicio al ciudadano, también desde el punto de vista de la comunicación, es una aportación esencial a su propia imagen como políticos responsables al frente de un Gobierno local que tiene que transmitir transparencia"[33].

---

[31]Ibidem.
[32]López García, Xosé y Marciá Mercadé, Juan (2007). *Op. cit.*
[33]Información facilitada en la entrevista realizada a Nuria Martín García, DIRCOM del Ayuntamiento de Valdemoro.

Atendiendo a la composición del staff, la publicación objeto de nuestro estudio, ha pasado por diferentes etapas hasta el 15 de octubre de 2010, fecha en la que se publicó su número 500, según se desprende del análisis de las fichas de contenido. La primera comprende un periodo de año y medio, desde el nacimiento del medio hasta el cambio de gobierno surgido tras las elecciones europeas, autonómicas y municipales celebradas el 13 de junio de 1999. En ese primer periodo *El Semanal* lo elaboraba un equipo de dos redactores y un fotógrafo coordinado por el Director de Comunicación del Ayuntamiento. Al igual que sucediera en otros periodos pre-electorales, aparece con más asiduidad la imagen de diferentes miembros del Gobierno local ilustrando informaciones en páginas interiores e incluso en portada.

El Semanal desaparece durante seis números aprovechando el periodo estival y vuelve a los buzones el 2 de agosto de 2000 iniciando una segunda etapa con la incorporación al staff de una Jefa de Prensa y un miembro más a la redacción que pasa de tener dos a tres redactores.

En el mes de septiembre del año 2000, coincidiendo con el nº 91 de la revista, se incorpora al equipo un diseñador/maquetador y posteriormente se añade al staff el nombre de la empresa encargada de la impresión. Tras cumplir los 200 números y durante el periodo que va desde junio de 2003 a febrero de 2004, hay un cambio en la dirección y también por parte de los integrantes de la redacción, que finalmente queda constituida por dos redactores además del maquetador y el fotógrafo.

Unos meses después, en junio de 2005, el Ayuntamiento contrata a otro diseñador gráfico que pasa a formar parte del equipo. Con la incorporación de este profesional el departamento adquiere la responsabilidad de llevar a cabo numerosas campañas institucionales (que hasta ese momento realizaban otras empresas), el diseño de la cartelería de las diferentes áreas municipales, los programas de fiestas así como los múltiples elementos (agendas, felicitaciones, programas…) necesarios para realizar la comunicación externa e interna del Consistorio.

Finalmente, en junio de 2007, el personal del Departamento de Comunicación se consolida con la incorporación de un administrativo que hace las veces de auxiliar de redacción. Nuria Martín, DIRCOM del Ayuntamiento, señala una de sus principales funciones.

> "Es el control de calidad del reparto de las publicaciones y más concretamente de El ***Semanal,*** tramitando cada una de las quejas que nos hacen llegar los vecinos, bien a través del buzón de la web municipal, por correo electrónico directo o bien telefónica o presencialmente. Plantea la queja a la empresa distribuidora y transmite por escrito al ciudadano la solución adoptada o los motivos de la incidencia, pidiéndole que contacte de nuevo con el departamento en caso de que ésta no se subsane".[34]

Este celo en la vigilancia y control de la distribución para que llegue puntual cada viernes a todos los hogares de Valdemoro, ha estado siempre en la mente de los responsables del medio durante todos estos años. Conseguirlo ha sido un reto constante, desde que se buzonearon los 10.000 ejemplares del primer número que vio la luz, hasta los 23.000 ejemplares que hoy se reparten.

Conclusiones

Para finalizar y una vez analizados todos los elementos que hemos utilizado en esta investigación llegamos a la conclusión que más allá de la obligación que tienen las entidades locales de hacer llegar a sus ciudadanos la información sobre las actividades municipales, siempre se podrá cuestionar la viabilidad del medio escogido para llevar a cabo este cometido.

Unos verán razonable y justificada la inversión necesaria para editar los 23.500 ejemplares que cada semana se distribuyen en los hogares del municipio. El porcentaje del presupuesto del Departamento de Comunicación que se destina a la publicación de *El Semanal* y a su reparto es cada vez mayor.

Pero no es tanto porque sea cada vez más caro como porque con la crisis se ha recortado considerablemente el presupuesto destinado a comunicación que, desde 2006 a 2011 se ha reducido en un 59%. Si a ello añadimos el crecimiento de población, que conlleva inevitablemente el progresivo aumento de la tirada, el resultado es que si en 2006 y años precedentes el *Semanal* representaba un 14% -décimas arriba o abajo- del presupuesto global del departamento, actualmente está en el 41,5%. La tendencia es que esa proporción siga aumentando porque las previsiones pasan por seguir rebajando el presupuesto de Comunicación.

Por otra parte, los grupos de la oposición critican de forma genérica el gasto del equipo de Gobierno en publicidad y propaganda, pero no han hecho explícitamente una petición para que *El Semanal* se deje de publicar, entre otras razones porque también la utilizan para hacer llegar a los vecinos y vecinas de Valdemoro sus convocatorias (festivales benéficos,

[34]Ibidem.

concursos literarios o de dibujo e incluso conferencias sobre la situación económica o política en las que los ponentes son personas destacadas del partido).

Cuando la crisis ha hundido a un gran número de cabeceras, especialmente las que se ocupaban de la información de proximidad, *El Semanal* ha asumido el papel de "medio refugio para los ciudadanos". Es quizá el motivo de su alto grado de aceptación y la importancia que vecinos y partidos políticos le otorgan. En este sentido la repercusión de las convocatorias, el número de usuarios que responden a las mismas, las llamadas telefónicas que se reciben para ampliar información sobre cuestiones concretas aparecidas en *El Semanal* e incluso las quejas que se producen como consecuencia de algún error publicado, son un magnífico termómetro del funcionamiento y el nivel de penetración de la revista.

A tenor de los resultados que arrojan las encuestas *El Semanal* parece a salvo, de momento. Cada cierto tiempo, generalmente una por legislatura, el Consistorio realiza sondeos de opinión en los que se investiga sobre el grado de penetración de las publicaciones municipales y el nivel de conocimiento e interés que despiertan el resto de medios de comunicación. Asegurado el impacto que tiene entre la ciudadanía (más del 68% de los vecinos utilizan esta publicación para informarse de las actividades que se realizan en el municipio, muy por encima de otros medios impresos, radiofónicos o digitales), y superada la desconfianza lógica de los grupos políticos en la oposición, que temieron cuando vio la luz que el Gobierno municipal pudiera utilizarla como instrumento de propaganda política, se ha consolidado en estos años como una herramienta muy útil, casi siempre independiente, que favorece la integración social y fomenta la participación vecinal, tanto en actividades promovidas desde el Ayuntamiento como por los propios ciudadanos.

También *El Semanal* resulta el medio más directo para contactar con aquellas personas interesadas en participar en un determinado proyecto de difusión del patrimonio documental. En este sentido "han sido relevantes los llamamientos efectuados con motivo de recabar fotografías históricas para editar un catálogo o ilustrar determinados eventos. Pero, sin duda alguna, cuando hubo una respuesta masiva fue con motivo de las últimas nevadas acaecidas en el municipio durante los días 9 y 10 de enero de los años 2009 y 2010 respectivamente. Más de un centenar de vecinos respondieron a la petición que hizo el archivo a través de *El Semanal* remitiéndonos imágenes de las calles, plazas, monumentos y edificios nevados que ya forman parte del fondo fotográfico municipal.

Desde marzo de 2003 el contenido de todos los números editados está a disposición de los valdemoreños en formato Pdf y también puede consultarse un día antes (cada jueves) de que llegue a los buzones de los vecinos y a los edificios municipales esta revista que se imprime desde el verano de 2009 en papel reciclado como una apuesta por el respeto al medio ambiente.

A los recursos tradicionales como hemerotecas, bibliotecas y archivos que están a disposición de los ciudadanos para acceder a los datos sobre un medio de comunicación como *El Semanal,* hoy se puede profundizar en la información que se ha difundido en la revista en los últimos 8 años a través de la página web.

El servicio de estadística que permite conocer minuciosamente las visitas que recibe cada contenido, incluyendo los contenidos de *El Semanal* disponible en la web www.valdemoro.es, confirman un incremento del número de usuarios que acceden a la información *online.* Así, frente a las 61 visitas contabilizadas del número 289 publicado el jueves 9 de junio de 2005, se sitúan las 703 realizadas al número 374 correspondientes al 13 de septiembre de 2007[35].

El Gabinete de Comunicación y Prensa del Ayuntamiento de Valdemoro, desde donde se gestiona la información y contenidos del portal municipal, está inmerso en un proceso de transformación para salvar los grandes desafíos que llegan de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación y no quedarse atrás.

La juventud de la población y la elección de las nuevas tecnologías como medios de información más utilizados (un 73% de los hogares disponen de acceso a Internet)[36] podrían arrojar interrogantes sobre el futuro de los medios impresos, de los que se ocupan de la información nacional y regional, pero también de los que centran su atención en los asuntos locales.

Internet se nos ofrece como un recurso de potenciación de los medios locales que además de permitir formas renovadoras de relación con los usuarios ha hecho posible que éstos puedan multiplicar su capacidad comunicativa.

La Red capta hoy a un tipo de público joven y de mediana edad en cambio *El Semanal* llega a todos los sectores de población y a todas las edades; tampoco tiene el

[35]Fuente: Departamento de Informática Ayuntamiento de Valdemoro.
[36]Fuente: Encuesta Instituto TNS Demoscopia. (Barómetro socio-político de Valdemoro). Abril /2010

inconveniente que presentan otros medios de prensa escrita, que es el tener que ir a buscarlos al quiosco o a cualquier punto de distribución en el caso de los medios gratuitos; *El Semanal* llega al buzón, el vecino ni siquiera tiene que encender el ordenador.

Las circunstancias internas y externas que podrían propiciar la desaparición de *El Semanal* pasarían por el desinterés de los valdemoreños por esta publicación y el hecho de que dejara de ser vista por todos como una herramienta imprescindible de comunicación entre el Ayuntamiento y los vecinos y de éstos entre sí.

Su contrastada utilidad, imparcialidad, actualidad y vitalidad, unida al carácter local y la clara vocación de servicio al ciudadano hacen de *El Semanal* una publicación única a la que ni vecinos ni políticos estarían dispuestos a renunciar. Sólo la progresiva implantación del portal web municipal y el creciente interés de gran parte de la ciudadanía por los contenidos digitales podrían dejar en segundo plano la publicación en papel, que sólo desaparecerá cuando el 100% de los valdemoreños accedan a sus contenidos a través de Internet.

Si pudiéramos mirar a través de una ventana abierta al futuro, quizás viéramos en la Red *El Semanal digital*, con información actualizada y agregadores de RSS (Really Simple Syndication, archivos generados por algunos sitios web que contienen una versión específica de la información publicada en esa web), donde los vecinos se puedan suscribir para que, a través de sus lectores FEEDS, puedan recibir las noticias sin necesidad de entrar en la página y con ello seguir siendo un medio de información y también de participación, ya que estaría integrado con las redes sociales Twitter y Facebook y dispondría de un Comunity Manager encargado de gestionar la comunicación de los vecinos.

Por ultimo y, según la Directora de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro, **"habrán de pasar varias generaciones para que los más jóvenes sean los mayores del futuro y se enteren de la actividad municipal únicamente a través de Internet ya sea por la web o las redes sociales. Ese es el futuro, pero no está aún a la vuelta de la esquina"**.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Domínguez,T. y Caballero Hueso, M. (1997). *Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Arboledas, Luis (2007). *El ombligo del periodista: periodismo local en el siglo XXI*. Granada: Comares.

- Benavides, J. (1993). *El director de comunicación*. Madrid: Edipo.

- Camacho Marquina, I., Función de los gabinetes de comunicación en la administración local. *Revista Latina de Comunicación Social*, [*on line*] nº 44 (Consultado el 17/11/2010), disponible en www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina44septiembre/4403camacho.htm.

- Capriotti, P. (1999). *Planificación de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel.

- Chicote, J. (2006). *El periodismo de investigación en España*. Madrid: Fragua.

- *Cuadernos de Comunicación e Innovación* [on line], nº 63. (Consultado el 16/11/2010). Disponible en <http://sociedaddelainformacion.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp>.

- Fernández Areal, M. (1997). *El público en los medios locales de comunicación.* Vigo: Estudios de periodística. Universidad de Vigo. Diputación de Pontevedra.

- García Orosa, B. (2005). *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación.* [A Coruña]: Netbiblo.

- López García, X. (2001). La comunicación del futuro se escribe con L de local, *Revista latina de comunicación social* [on line], nº 43. (Consultado el 16/11/2010). Disponible en http://ull.es/publicaciones/latina/2001/latina/a/68xose.htm

- López García, X. y Marciá Mercadé, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis.

- López García, X. (2009). La prensa local en España. Redescubrir el valor de la proximidad", *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, nº 63, pp. 78-84.

- Maciá Mercadé, J. (1986) *Los gabinetes de prensa, alternativa profesional*. Madrid: Editorial Ciencia. Fundación Alfredo Brañas.

- Martínez Albertos, J. L. (1997). *El ocaso del periodismo*. Barcelona, CIMS

- Mateos Martín, C. (2003). "Descripción de la estructura funcional del gabinete de prensa político en los entornos informativos locales", en *Revista Latina de Comunicación Social* [on line], nº 54. (Consultado el 18/11/2010). Disponible en <http://ull.es/publicaciones/latina/20035414mateos.htm>.

ANEXO I

Relación de las fichas de estudio elaboradas para la recogida de datos de una selección de 50 números de *El Semanal*.

PRIMERA ETAPA

Semanal nº 1 Del 4 al 10 de abril de 1998 Nº estudio 1

PORTADA
- **Los niños de Valdemoro aprenden a ser ciudadanos (Noticia principal p.6)**
- **Imagen niños jugando entorno a un tablero**

CONTRAPORTADA
- **Noticia con dos fotografías sobre elección de Reinas y Damas**

STAFF
- **Director 2 Redactores 1 Fotógrafo**

CARTA DE PRESENTACIÓN DEL ALCALDE
- **"Hacer llegar la información de las actividades municipales con la mayor celeridad"**
- **"convertirnos en una ventana abierta a la participación"**

CONTENIDOS
- **Páginas monográficas: Empleo/ Educación/S. Sociales/Medio Ambiente/Exposiciones/Convocatorias/Deportes/Agenda/Información Servicios/Farmacias de guardia/Agenda**

PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro/Papel Offset de 100 gr./ 16 páginas
OBSERVACIONES: imagen políticos: no

Semanal nº 11 Del 13 al 19 de junio de 1998 Nº estudio 2

PORTADA
- **El 19 de junio abre sus puertas la piscina de verano (Noticia principal 8 y 9)**
- **Imagen niños nadando vaso de la piscina**

CONTRAPORTADA
- **Composición conminando a los jóvenes a utilizar las papeleras**

STAFF
- **Director 2 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Páginas monográficas: Plenos/ Educación/Cultura/Radio/ Procesión/Deportes/Agenda/Información Servicios/Farmacias de guardia/**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro 16 páginas
OBSERVACIONES: imagen políticos: 1

Semanal nº 21 Del 24 al 30 de octubre de 1998 Nº estudio 3

PORTADA
- **Constituida la Junta Local de Seguridad (Noticia principal 8 y 9) y 10 millones de pesetas de multa a Incoas por delito ecológico (p.3)**
- **Imagen Alcalde y Delegado del Gobierno**

CONTRAPORTADA
- **Escuela Deportiva de Baloncesto**

STAFF
- **Director 2 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Plenos/Información/Consumo/Educación/Salud/Juventud/Asociaciones/Cultura/Deportes/Servicios(Cartelera, farmacias, ofertas de empleo, teléfonos de interés) Tablón.**

PUBLICIDAD Adopción de animales de la perrera

DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro 16 páginas
OBSERVACIONES: imagen políticos: Portada y páginas centrales

Semanal nº 31 Del 23 al 29 de enerode 1999 Nº estudio 4

PORTADA
- **Recogida diaria de contenedores en el casco histórico (Noticia principal 8 y 9)**
- **Imagen Camión recogida de RSU**

CONTRAPORTADA
- **Campaña mantenimiento mobiliario urbano**

STAFF
- **Director 2 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Plenos/Información/Deportes/Información/Educación/Servicios/Juventud/Deportes/ Servicios (Cartelera, farmacias, teléfonos de interés) Tablón.**

PUBLICIDAD Contraportada
DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro 16 páginas
OBSERVACIONES: imagen políticos: 1 foto // Detención de Policía Local

Semanal nº 41 Del 3 al 9 de abril de 1999 Nº estudio 5

PORTADA
- **XII Semana del Libro Infantil y Juvenil (Noticia principal 8 y 9)**
- **Composición libros y niños**

CONTRAPORTADA
- **Información actividad cultural**

STAFF
- **Director 2 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Renta´98/Información/Educación/Teatro/Fotografía/ Juventud/Deportes/ Servicios (Cartelera, farmacias, teléfonos de interés) Tablón.**

PUBLICIDAD Depositar la basura en horario
DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro 16 páginas
OBSERVACIONES: imagen políticos: 1 foto // 1 noticia política (pag 5)
- **Aniversario de El Semanal : "El balance ha sido positivo" "La acogida entre las asociaciones muy buena" "se ha producido un incremento en la participación de las actividades"**
- **3 asociaciones anuncian sus actividades**

Semanal nº 51 Del 12 al 18 de junio de 1999 Nº estudio 6

PORTADA
- **El próximo día todos a votar (Noticia principal pag 2)**
- **Electores repasando el censo en el Colegio Electoral**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio cartel teatro de calle**

STAFF
- **Director 3 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Elecciones/Información/Mayores/Obras/Urbanismo/Deportes/ Juventud/Deportes/ Tablón.**

PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta en negro 16 páginas
OBSERVACIONES:
- **Páginas centrales y dos páginas más dedicadas a información política (Elecciones)**
- **Incrementa el número de asociaciones que anuncian actividades**

Tras las elecciones municipales y un cambio de Gobierno municipal, *El Semanal* desaparece durante seis números aprovechando el periodo estival y vuelve a los buzones el 2 de agosto de

2000 con el mismo formato pero otro papel libre de cloro, color ahuesado, con el mismo gramaje (100gr.) pero sensación de más volumen. El diseño renovado y nuevas secciones.

SEGUNDA ETAPA

Semanal nº 61 Del 26 de noviembre al 2 de diciembre de 1999 Nº estudio 7

PORTADA
- **Adjudicada la auditoría a Price Waterhouse Cooper (1/2 pag 7)**
- **Edificio del Ayuntamiento**

CONTRAPORTADA
- **Campaña apoyo al Comercio Local**

STAFF
- **Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Información (Contra de portada: Staff / Farmacias/teléfonos de interés)/Pág.3 (Recuerda)Plenos/Información/Comercio y Consumo/Fomento y Gestión/Mayores/Deportes/Cultura**

PUBLICIDAD Campaña de apoyo al comercio
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa
IMAGEN CORPORATIVA: Se incorpora al diseño. Contraportada
OBSERVACIONES: No hay políticos. Se consolida la sección de Mayores con actividades. Desaparece el Tablón

Semanal nº 71 Del del 18 al 25 de febrero de 2000 Nº estudio 8

PORTADA
- **Colegio público de El Restón aprobado el proyecto de ejecución (Pag5)**
- **Niños a la entrada de un colegio**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio de Viaje a Fallas**

IMAGEN CORPORATIVA
STAFF
- **Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS
- **Pleno/Comercio y Consumo/Información/Fomento y Gestión/Acción Social/Información/Asociaciones /Deportes/Cultura/**

PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, anuncios, escudo en staff
OBSERVACIONES: No hay imágenes de políticos

En el Semanal número 79 (Del 14 al 25 de abril de 2000) hay una novedad respecto al resto: utiliza una tercera tinta en la contraportada para la campaña El futuro es amarillo. Esta circunstancia sólo se repetirá en el número 500 de la publicación.

Semanal nº 81 del 28 de abril al 5 de mayo de2000 Nº estudio 9

PORTADA
- **Valdemoro en Fiestas en Honor del Cristo de la Salud (8 y 9)**
- **Composición imágenes de fiestas**

CONTRAPORTADA
- **El futuro es amarillo (Recogida RSU)**

IMAGEN CORPORATIVA si. En anuncio
STAFF
- **Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo**

CONTENIDOS

- **Fomento y Gestión/Información/Cultura y participación/Fiestas/Deportes/Información /Cultura**

PUBLICIDAD si
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa Duplica imágenes (19)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, anuncios, escudo en staff
OBSERVACIONES: Incremento número de asociaciones anuncian sus actividades: (7)

Semanal nº 91 del 1 al 8 de septiembre de 2000 Nº estudio 10

PORTADA
- **Cenicienta llenará de Magia las Fiestas Ntra.Sra. del Rosario (8 y 9)**
- **Composición**

CONTRAPORTADA
- **Espectáculo piromusical**

IMAGEN CORPORATIVA si. Anuncios
STAFF
- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador

CONTENIDOS
- **Plenos/Recuerda/Fomento y Gestión/Tráfico y Transportes/Vivienda/Fiestas/Deportes/Información/Mayores /Cultura**

PUBLICIDAD 2
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (19 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, 2 anuncios, escudo en staff
OBSERVACIONES: Incremento número de asociaciones anuncian sus actividades: Casa Andalucía/ Espondilitis/cicloturista/amigos de Julián/de par en par/Valdearte/CCOO

El número 92 (Del 8 al 15 de septiembre de 2000) El Semanal llega a los buzones retractilado para incluir un folleto y un imán con los teléfonos del nuevo servicio de ambulancia municipal.

Semanal nº 101 del 10 al 17 de noviembre de2000 Nº estudio 11

PORTADA
- **Juventud lleva sus monitores a los comedores escolares(8 y 9)**
- **Niños jugando con monitora**

CONTRAPORTADA
- **Cartel anuncio viaje a Túnez**

IMAGEN CORPORATIVA si.
STAFF : Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador
CONTENIDOS
- **Información(Recuerda)/Mujer/Educación/Empleo/Asociaciones/Juventud/Cultura/Deportes/Asociaciones/Ocio y Cultura/Cultura.**

PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff
OBSERVACIONES: Imagen alcalde y dos concejales. Las actividades deportivas y las dedicadas a los mayores tienen una página fija. Cinco asociaciones (Alcoholismo, Ornitológica, Casas de Andalucía y Extremadura)

Semanal nº 111 Del 9 al 16 de febrero de 2001 Nº estudio 12

PORTADA
- **El Condenado por desconfiado El mejor teatro de Morboria en Valdemoro(8)**
- **Protagonista de la obra caracterizado**

CONTRAPORTADA
- **Cartel anuncio Casa de la Juventud San Valentín**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño y anuncio contraportada
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Incluye al impresor

CONTENIDOS

- **Información(Recuerda)/Plenos/Fomento y Gestión Empresarial /Salud/ Cultura/Juventud/asociaciones/Actividades Deportivas/Ocio y Cultura/Cultura.**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (6 Imágenes) Cambia el papel más barato

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, anuncio de contraportada

OBSERVACIONES: Las actividades deportivas y las dedicadas a los mayores tienen páginas fijas. Nueve Asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 121 Del 27 de abril al 4 de mayo de 2001 Nº estudio 13

PORTADA

- **238 nuevas plazas en el aparcamiento de la estación. Se han invertido 73 millones de pesetas (pag.4)**
- **Fotografía de la explanada con estación al fondo**

CONTRAPORTADA

- **Anuncio Oficina Municipal para la Renta 2000**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada

STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)/Plenos/Información/Medio Ambiente/Fomento y Gestión Empresarial / Cultura/Información/Juventud/Deportes Fiestas /Ocio y Cultura/Cultura**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (15 Imágenes)

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, anuncio de contraportada

OBSERVACIONES: Dos imágenes del alcalde en noticias distintas. Cinco asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 131 Del 7 al 14 de septiembre de 2001 Nº estudio 14

PORTADA

- **Valdemoro se llenará de estrellas. Fiestas de Ntra Sra del Rosario(8y9)**
- **Composición con diferentes cantantes**

CONTRAPORTADA

- **Cartel del Día del Niño**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada

STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)/ Información/Educación/Fiestas/Actividades y cursos/Ocio e información /Mayores**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (14 Imágenes)

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada y cartel en interiores

OBSERVACIONES: Imagen del Presidente regional y del alcalde. Tres noticias de inauguraciones a pocas fechas de elecciones. Seis asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 141 Del 16 al 23 de noviembre de 2001 Nº estudio 15

PORTADA

- **Valdemoro celebra el día de la bicicleta (8y9)**
- **Imagen de ciclistas**

CONTRAPORTADA

- **Cartel de Teatro**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada

STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)/ Información/Educación y juventud/Educación y Salud/Información/ Asociaciones/Mayores/Juventud/Deportes/Información/Ocio y Cultura /Cultura**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (9 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada y cartel en interiores
OBSERVACIONES: NO hay políticos. Nueve asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 151 Del 8 al 15 de febrero de 2002 Nº estudio 16

PORTADA

- **Carnaval 2002 Todos a la calle con Don Carnal y Doña Cuaresma(8y9)**
- **Imagen de niño disfraz de Batman**

CONTRAPORTADA

- **Cartel de Festival de Música**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)/ Información/Acción Social, Mujer y Mayor/Información/Cultura/Mayores/Juventud/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (14 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada y cartel en interiores
OBSERVACIONES: NO hay políticos. Seis asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 161 Del 26 de abril al 3 de mayo de 2002 Nº estudio 17

PORTADA

- **Atalaya presenta Electra. El mejor teatro clásico de Valdemoro(15)**
- **Imagen actores durante la representación**

CONTRAPORTADA

- **Portada programa de fiestas del cristo 2002**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)Información/Información /Renta 2001/Educación Vial/Asociaciones/Cultura/Cultura/Información/Juventud/ Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura**
- **PUBLICIDAD no**

DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada y cartel en páginas interiores y contraportada
OBSERVACIONES: NO hay políticos. Ocho asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 171 Del 30 de agosto al 6 de septiembre de 2002 Nº estudio 18

PORTADA

- **Julio Iglesias abre las Fiestas de Septiembre. Concierto en el Polideportivo Municipal (8 y 9)**
- **Imagen Julio Iglesias**

CONTRAPORTADA

- **Portada programa de fiestas del Rosario 2002**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada

STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)Información/Plenos Plenos/Fomento y Gestión Empresarial/Educación/Información /Deportes/Mayores /Ocio e Información/Cultura**

PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (16 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada
OBSERVACIONES: NO hay políticos. Cuatro asociaciones publican sus actividades.

Semanal nº 181 Del 8 al 15 de noviembre de 2002 Nº estudio 19

PORTADA

- **Juegos y debate en las II Jornadas de prevención en Jóvenes(8 y 9)**
- **Composición imágenes jóvenes**

CONTRAPORTADA

- **Anuncio Centro de Empresas**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS

- **Información (Recuerda)Información/Mujer/Obras/Juventud/JuventudInformación/Cultura/Deportes /Deportes Ocio y Cultura/Cultura**

PUBLICIDAD si
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (10 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada.
OBSERVACIONES: Una imagen alcalde. Nueve asociaciones publican sus actividades. Una nueva sección de novedades literarias Biblioteca Municipal

Semanal nº 191 Del 31 de enero al 7 de febrero de 2003 Nº estudio 20

PORTADA

- **Centro Municipal de Asociaciones (4y5)**
- **Maqueta del Centro de Asociaciones**

CONTRAPORTADA

- **Campaña Compra en Valdemoro**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y anuncio contraportada
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS Información (La semana de un Vistazo)/Información/Equipamientos/Formación y Empleo/Mayores y Participación/Juventud/Información/Cultura /Cultura/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura y Cultura.
PUBLICIDAD si
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (11 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, contraportada. OBSERVACIONES: La Semana de un vistazo (índice en pág. 3)

Semanal nº 195 Del 28 de febrero al 7 de marzo de 2003 Nº estudio 21

PORTADA

- **Valdemoro ya está en la Red (5)**
- **Alcalde en la presentación**

CONTRAPORTADA

- **Anuncio de Valdemoro en la red**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff
STAFF

- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS Información/ Pleno/Información/Mujer/Participación/Acción Social/Cultura/Información/Juventud/Deportes/Recuerda/ocio y Cultura/Cultura.
PUBLICIDAD no
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) Cambia el papel
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, cuadernillo
OBSERVACIONES: Imagen político en portada. Seis asociaciones anuncian sus actividades
Amplia a 20 el número de páginas (incluye cuadernillo Policía Local Servicio retirada vehículos)

Semanal nº 200 Del 4 al 11 de abril de 2003 Nº estudio 22

PORTADA
- **El Semanal cumple 200 números .Cinco años informando a los vecinos.**
- **Todas las portadas composición**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio de Valdemoro en la red**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad Semanal e Institucional
STAFF
- Director 1 Jefa de Prensa 3 Redactores 1 Fotógrafo Diseñador/maquetador Impresor

CONTENIDOS Información/Educación/Salud/Mayores/Cultura/Información/Cultura/Información/Deportes /Deportes/Recuerda/Ocio y Cultura y Cultura.
PUBLICIDAD 3 (2 páginas y un faldón)
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (10 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, publicidad
OBSERVACIONES: Inclusión de la campaña de imagen próximas las elecciones.

Semanal nº 211 Del 27 de junio al 5 de septiembre de 2003 Nº estudio 23

PORTADA
- **Pasa el verano en Valdemoro. Teatro de calle, conciertos y exposiciones(4 y5)**
- **Imagen de payasos en un escenario de calle**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio de Valdemoro en la red**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad Semanal e Institucional
STAFF
- Director 1 Redactor 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Cultura/Ayuntamiento/Acción SocialMayores/Cultura/Información/Juventud/Deportes/Recuerda/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES: Desde el 27 de junio hasta el 5 de septiembre.1 Asociación anuncia actividad

Semanal nº 221 Del 7 al 14 de noviembre de 2003 Nº estudio 24

PORTADA
- **III Jornadas de prevención Los jóvenes también contamos(5)**
- **Imagen de jóvenes y el director del Instituto**

CONTRAPORTADA
- **Venta de lotería de navidad**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Director 1 Redactor 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Salud/Prevención/Información/Transporte/Información/ Solidaridad/Mayores/Jóvenes/Deportes/Recuerda/Ocio y Cultura/Concierto
PUBLICIDAD
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, publicidad contraportada

OBSERVACIONES: Cinco asociaciones anuncian su actividad

Semanal nº 231 Del 30 de enero al 6 de febrero de 2004 Nº estudio 25

PORTADA
- **LXXXI campeonato de campo a través. Atletas de toda la región en Valdemoro (5)**
- **Imagen de corredores en el campo**

CONTRAPORTADA
- **Toda la información al alcance de tu mano**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Cambio en la dirección 1 Redactor 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Información/Deportes/Mayores/Mujer/Servicios de l a Ciudad/ Jóvenes /Cultura/Participación/Deportes/Recuerda/Ocio y Cultura/Teatro
PUBLICIDAD Encarte páginas interiores
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, publicidad contraportada
OBSERVACIONES: Ocho asociaciones anuncian su actividad

Semanal nº 241 Del 16 al 23 de abril de 2004 Nº estudio 26

PORTADA
- **Barreras contra el ruido Comienzan obras instalación A-4(5)**
- **Imagen autovía A-4**

CONTRAPORTADA
- **Centro de Empresas**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad contraportada
STAFF
- Directora 2 Redactores (CAMBIAN) 1 Fotógrafo

CONTENIDOS
Información/Sumario/Pleno/Infraestructuras/Hacienda/Cultura/Mayores/Mayores/Participación/Deportes/Deportes/Recuerda/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD Contraportada
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff, publicidad contraportada
OBSERVACIONES: Ocho asociaciones anuncian su actividad

Semanal nº 251 Del 25 de junio al 3 de septiembre de 2004 Nº estudio 27

PORTADA
- **Bolsa de vivienda joven en alquiler(5)**
- **Imagen edificio pisos**

CONTRAPORTADA
- **Centenario de Neruda**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Servicios/Vivienda/Servicios Sociales/Participación/Cultura/Participación/Mayores/Deportes/Deportes /Recuerda/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD
DISEÑO Tamaño 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (13 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES: Once asociaciones anuncian su actividad
Encarte PROGRAMA DE ACTIVIDADES QUEDATE Y DISFRUTA DE VALDEMORO

TERCERA ETAPA

Semanal nº 261 Del 25 de junio al 3 de septiembre de 2004 Nº estudio 28

PORTADA
- **Divertirse sin alcohol. Jornadas prevención jóvenes**
- **Imagen Charla en Instituto**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio exposición 25 años democracia**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Acción Social/Empleo/Educación Participación/Juventud/Mayores/Cultura/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD no
DISEÑO Cambio Diseño (Portada) mismo formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES: Nueve asociaciones anuncian su actividad
CAMBIO DE ASPECTO

Semanal nº 271 Del 28 de enero al 4 de febrero de 2005 Nº estudio 29

PORTADA
- **Valdemoro se ilumina para celebrar sus fiestas**
- **Imagen Fuente de la villa y fuegos artificiales**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio fiestas**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Pleno/Pleno/Formación/Fiestas /Fiestas/Fiestas/Mujer/Mayores/Ocio y Cultura/Cultura.
PUBLICIDAD no
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (8 Imágenes)
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES: Cinco asociaciones anuncian su actividad

Semanal nº 281 Del 15 al 22 de abril de 2005 Nº estudio 30

PORTADA
- **Proyecto Ciudad el futuro de Valdemoro en manos de todos(10 y11)**
- **Imagen presentación del alcalde Centro Actividades Educativas**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio Hospital**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Participación/Juventud/HaciendaMedio Ambiente/educación/Participación/Participación/Cultura/Cultura/Mayores/Deportes/Deportes/ Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro
PUBLICIDAD si
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 20 Páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES: Once asociaciones anuncian su actividad. Imagen políticos 3

Semanal nº 291 Del 24 de junio al 2 de septiembre de 2005 Nº estudio 31

PORTADA
- **Internet al alcance de todos. Campaña gratuita para facilitar su uso(5)**
- **Composición vecinos navegando en internet**

CONTRAPORTADA

- **Anuncio Hospital y concierto Amaral**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS

Información/Sumario/Empleo/Formación/Comercio/Seguridad/Cultura/Cultura/Salud/Juventud/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura PUBLICIDAD si

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (5 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES: seis asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 301 Del 4 al 11 de noviembre de 2005 Nº estudio 32

PORTADA

- **Imágenes contra el sida. Exposición didáctica para todos los públicos (5)**
- **Composición imágenes**

CONTRAPORTADA

- **Lotería Nacional**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Juventud/Educación/Juventud/Acción Social/ Cultura/Cultura/Participación/Participación/Deportes/Deportes/Ocioy Cultura/Teatro PUBLICIDAD si

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (12 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES: 12 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 311 Del 27 de enero al 3 de febrero de 2006 Nº estudio 33

PORTADA

- **Hospital de Valdemoro. La primera piedra marca el inicio de las obras(8/9)**
- **Imagen acto con políticos**

CONTRAPORTADA

- **Anuncio obras**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS

Información/Sumario/Participación/Juventud/Empresa/Cultura/Salud/Salud/Deportes/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro PUBLICIDAD si

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (8 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES: Portada y páginas centrales políticos 10 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 321 Del 7 al 21 de abril de 2006 Nº estudio 34

PORTADA

- **Una feria del libro renovada en la plaza de la Piña (8/9)**
- **Imagen actor cervantino**

CONTRAPORTADA

- **San Marcos**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS
Información/Sumario/Hacienda/Salud/Juventud/Juventud/Cultura/Cultura/Mayores/Deportes/ Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro
PUBLICIDAD si
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (8 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 7 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 331 del 23 al 30 de junio de 2006 Nº estudio 35

PORTADA
- **Refréscate en Valdemoro Llegan las actividades de verano (8/9)**
- **Anuncio**

CONTRAPORTADA
- **Hospital Valdemoro**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Juventud/Acción Social/Juventud/Juventud/Verano/Verano/Mayores/Deportes/Deportes/Cultura/ Ocio y Cultura/Teatro
PUBLICIDAD Cuatro anuncios
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (10 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 7 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 341 del 27 de octubre al 3 de noviembre 2006 Nº estudio 36

PORTADA
- **El hospital avanza firme la estructura del edificio está concluida (5)**
- **Imagen Políticos en obras**

CONTRAPORTADA
- **Campaña acogida perros**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Información tecnológica/Salud/Empleo/Infraestructuras/Cultura/Juventud/Salud/Deportes/ Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro
PUBLICIDAD 1 anuncio
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES Portada política 7 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 351 del 19 al 26 de enero de 2007 Nº estudio 37

PORTADA
- **Justicia y seguridad. La Comunidad anuncia mejoras en Valdemoro (5)**
- **Imagen Políticos firma**

CONTRAPORTADA
- **Campaña acogida perros**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF

- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Seguridad/Juventud/Participación/Cultura/Cultura/ Deportes/Deportes/Deportes/ Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD 1 anuncio
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (10 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES Portada política 5 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 361 del 30 de marzo al 13 de abril de 2007 Nº estudio 38

PORTADA
- **Cámara de Comercio. Valdemoro dispone ya de una oficina territorial (5)**
- **Imagen edificio**

CONTRAPORTADA
- **Cartel feria del libro**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS
Información/Sumario/Mujer/Comercio/Juventud/Mayores/Cultura/cultura/Equipamientos/Educación/Participación/Deportes/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD 4 anuncios
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES Dos anuncios electorales 10 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 371 del 15 al 22 de junio de 2007 Nº estudio 39

PORTADA
- **El mejor cine al aire libre (5)**
- **Imagen personajes sombra**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio verano 2007**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores + 1 Redactor 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS
Información/Sumario/Pleno/Cultura/Juventud/Juventud/Participación/Participación/Cooperación/Acción Social/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD 1 anuncio
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES Dos anuncios electorales 8 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 381 del 26 de octubre al 2 de noviembre de 2007 Nº estudio 40

PORTADA
- **Ayudas para material escolar (5)**
- **Composición bolígrafos y block**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio Valdemoro Ciudad Digital**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 3 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Mujer/Educación/Acción Social/Juventud/Cultura/Cultura/Mayores/Deportes/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD 1 anuncios

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 7 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 391 del 18 al 25 de enero de 2008 Nº estudio 41

PORTADA
- **Biblioteca municipal central. Una fiesta de bienvenida (9)**
- **Composición de libros y personaje D.Quijote**

CONTRAPORTADA
- **Anuncio Carnaval**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo

CONTENIDOS Información/Sumario/Bando/ Educación/ComercioJuventud/Cultura/Cultura/Participación/Deportes/Deportes/Deportes/ Ocio y Cultura/Cultura
PUBLICIDAD 1 anuncio
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 1 foto alcalde 10 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 401 Del 4 al 11 de abril de 2008 Nº estudio 42

PORTADA
- **Ayuda para las familias en la atención a mayores dependientes(5)**
- **Imagen persona mayor con muleta**
- **CONTRAPORTADA Anuncio Feria del Libro**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador 1 Diseñador 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Bando /Acción Social/Juventud/JUVENTUD/Cultura/cultura/Mayores/Deportes/Deportes/Deportes/ocio y Cultura/Cultura.
PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (3 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 11 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 411 Del 13 al 20 de junio de 2008 Nº estudio 43

PORTADA
- **Pinceladas de Valdemoro 17ª edición del Certamen de pintura rápida(5)**
- **Imagen pintor realizando cuadro**
- **CONTRAPORTADA Anuncio Campaña de verano**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF
- Directora 2 Redactores 1 Maquetador + 1 Maquetador +1 Diseñador 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Empresa/Cultura/Salud/Mujer/Juventud/Cultura/Participación/Deportes/ Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Participación /
PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada +1 anuncio en interior
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 14 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 421 Del 24 al 31 de octubre de 2008 Nº estudio 44

PORTADA

- **Valdemoro limpio de olores tras el cierre cautelar de incoas**
- **Imagen rostro respirando aire**
- **CONTRAPORTADA Anuncio Semana del Libro Infantil y JUvenil**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF

- Directora 2 Redactores + Redactor +1 Maquetador + 1 Diseñador+1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS
Información/Sumario/Pleno/Empresas/Comercio/Comercio/Juventud/Cultura/Salud/Deportes/Deportes/Deportes/ocio y Cultura/Cultura.
PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada +1 anuncio en interior
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 1 imagen politico. 13 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 431 Del 18 al 23 de enero de 2009 Nº estudio 45

PORTADA

- **Muestra de fotoperiodismo Reportajes sociales plasmados en imágenes(9)**
- **Fotografía**
- **CONTRAPORTADA campaña contra excrementos caninos**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF

- Directora 2 Redactores + Redactor +1 Maquetador + 1 Diseñador+1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS
Información/Sumario/Educación/EmpresasPrticipación/Juventud/Cultura/cultura/Mayores/Salud/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro.
PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada +1 anuncio en interior
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 12 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 441 Del 27 de marzo al 3 de abril de 2009 Nº estudio 46

PORTADA

- **Primer trámite online volantes y certificados de empadronamiento(5)**
- **Imagen de la página web**
- **CONTRAPORTADA Cartel va de visuales Festival de cortos de animación**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad
STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador+ 2 Fotógrafos + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Vivienda/Innovación/Empresa /Juventud/Cultura/Cultura/Participación/Deportes/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Teatro.
PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada +1 anuncio en interior
DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (7 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES 11 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 451 Del 12 al 19 de junio de 2009 Nº estudio 47

PORTADA

- **El PP vence en las europeas con el 51% de los votos en Valdemoro(5)**
- **Imagen Alcalde votando**
- **CONTRAPORTADA Cartel cine de verano**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador+ 2 Fotógrafos +Auxiliar de redacción

CONTENIDOS

Información/Sumario/Participación/Elecciones/empresa/Tráfico/Juventud/Cultura//Mujer /Deportes//Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Participación.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (11 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES 16 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 461 Del 23 al 30 de octubre de 2009 Nº estudio 48

PORTADA

- **El domingo, Media Maratón(13)**
- **Imagen grupo corriendo**
- **CONTRAPORTADA Lotería nacional navidad**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 1Redactor +1 Maquetador + 1 Diseñador +1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS

Información/Sumario/Urbanismo/Ayuntamiento/Juventud/Juventud/Cultura/Cultura/Patrimonio/Participación/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/ Cultura.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (13 Imágenes) 16 páginas CAMBIO PAPEL RECICLADO

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES 9 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 471 Del 15 al 22 de enero de 2010 Nº estudio 49

PORTADA

- **El Valdemoro más cultural(7)**
- **Mosaico de actividades culturales diferentes**
- **CONTRAPORTADA Campaña Centro de Empresas**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador + 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS

Información/Sumario/Empresa/Movilidad/Juventud/Cultura/Cultura/Cultura//Voluntariado/Participación/deportes/Cultura/Ocio y Cultura/Cultura.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada+ 1 anuncio interior

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (13 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES 7 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 481 del 26 de marzo al 9 de abril de 2010 Nº estudio 50

PORTADA

- **Día forestal mundial (5)**
- **Imagen alcalde plantando un árbol con un grupo de niñños**
- **CONTRAPORTADA Cartel carrera Popular XXVI**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador + 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Medio Ambiente//Juventud/Movilidad/Cultura/Cultura/Mayores/Participación/Deportes/Deportes/Cultura.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada+ 1 anuncio interior

DISEÑO formato 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (13 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES Portada alcalde 8 asociaciones anuncian su actividad.

CUARTA ETAPA:

Cambio de diseño en la cabecera con el objetivo de incluir el escudo para implementar la imagen corporativa en la publicación y consiguientemente con el Ayuntamiento.El diseño de portada elimina elementos visuales innecesarios a fin de conseguir que el diseño sea más *limpio.*

Semanal nº 491 del 11 al 18 de junio de 2010 Nº estudio 51

PORTADA

- **Abre la piscina de verano (9)**
- **Imagen niños dándose un chapuzón en la piscina**
- **CONTRAPORTADA Anuncio Cine de Vernao**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador + 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Pleno/Empleo/Comercio/Juventud/Participación/Deportes/Mayores/Deportes/Deportes/Deportes/Ocio y Cultura/Cultura.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada+ 4 anuncios interior

DISEÑO :CAMBIA LA CABECERA y diseño de portada 1 tinta azul Pantone 302 Colores imagen corporativa (13 Imágenes) 16 páginas

IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,

OBSERVACIONES 11 asociaciones anuncian su actividad.

Semanal nº 500 del 15 al 22 de octubre de 2010 Nº estudio 52

PORTADA

- **Mas avances para el hospital**
- **Imagen doctores con alcalde y consejero**
- **CONTRAPORTADA Anuncio Semanal 500**

IMAGEN CORPORATIVA En diseño, staff y publicidad

STAFF

- Directora 2 Redactores +1 Maquetador + 1 Diseñador + 1 Fotógrafo + Auxiliar de redacción

CONTENIDOS Información/Sumario/Empleo/Salud/Hacienda/Participación/Mayores/Educación/Deporte/Cultura/Ocio y Cultura/Cultura.

PUBLICIDAD 1 anuncio contraportada+ 4 anuncios interior

DISEÑO formato 2 tintas azul y amarilla en cabecera y contraportada Pantone 302 Colores imagen corporativa (8 Imágenes) 16 páginas
IMAGEN CORPORATIVA: Diseño, escudo en staff,
OBSERVACIONES Portada políticos 10 asociaciones anuncian su actividad.

Datos significativos

28 de febrero de 2003 El Semanal está en la web (www.valdemoro.es)

ANEXO II

Trascripción de las entrevistas –preguntas y respuestas- practicadas a la Archivera Municipal (entrevista nº 1) y a la Directora de Comunicación (entrevista nº 2) del Ayuntamiento de Valdemoro.

Entrevista 1.-

María Jesús López Portero, Archivera del Ayuntamiento de Valdemoro

Fecha: Jueves, 14 de abril de 2011.
Lugar: Archivo Municipal. Plaza de la Constitución, 11. Valdemoro

1. ¿Qué tipo de documentos se conservan en el Archivo Municipal?
Fundamentalmente los documentos producidos por la gestión diaria del Ayuntamiento en el ejercicio de sus funciones, pero también aquellas publicaciones que recogen la información generada por el propio Ayuntamiento.

2. ¿Cuál es la publicación municipal más antigua de Valdemoro que se conserva en la hemeroteca del Archivo Municipal?
Un programa de fiestas de 1916. Pero también se conserva una colección de 19 números correspondientes a una publicación que con el nombre de Boletín Informativo Municipal se editó entre abril de 1968 y junio de 1971.
Otras colecciones interesantes de este tipo son los Boletines de Información Municipal publicados ininterrumpidamente desde 1983 hasta la actualidad y el Semanal, desde su aparición en 1998 hasta el día de hoy.

3. Hábleme de sus contenidos, periodicidad, aceptación, número de ejemplares, forma de reparto, de qué manera se significaba como publicación municipal…
La primera de las publicaciones dedicada íntegramente a la información local se estructuraba, según las características enunciadas en la solicitud de inscripción en el registro de la propiedad industrial: en comentarios de actualidad, editorial, actividades de la corporación en el Pleno y la Comisión Municipal Permanente, Acuerdos, Estadísticas de Mercados, Demografía, Anuncios y colaboraciones. Con el tiempo se fueron añadiendo artículos de opinión, colaboraciones de tipo histórico o poético, glosando a personajes o hechos históricos de Valdemoro, inauguraciones de industrias en la localidad, necrológicas de personajes destacados y los precios del mercado semanal.
En un principio no incluiría publicidad pero con el tiempo fueron apareciendo anuncios publicitarios de empresas radicadas en el municipio. La periodicidad era bimestral y desconozco la forma de reparto utilizada. El número de ejemplares eran 1.000 y su distribución gratuita. Su origen estaba ligado, en cierto modo, a seguir uno de los artículos del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Corporaciones Locales que decía que los ayuntamientos menores de 50.000 habitantes y que no fueran capitales de provincia "utilizarán discrecionalmente en cuanto sus medios se lo permitan, análogo sistema de publicación e información de las actividades municipales".
Además, en la exposición de motivos del expediente generado para poner en marcha dicha publicación se justificaba que en el municipio se estaba produciendo una notable expansión industrial "y de ahí que se haga necesario el que el Ayuntamiento se haga con la creación de un medio informativo que ayude a correlacionar y cooperar la Administración con los industriales o empresarios que sitúen sus desarrollos comerciales en dicha zona, con cuya publicación les será más factible la comunicación y conocimiento de cuanto se resuelva por el Ayuntamiento, ya que sin ese elemento difusor no es fácil por no tener el suficiente personal subalterno y de policía para poder hacer llegar las noticias precisas de disposiciones de carácter general que sea necesario difundir para poder así mejor exigir su cumplimento". Desconozco cuál pudiera ser la forma de reparto, quizá estuviera disponible en los edificios municipales y enviado a las empresas más destacadas del municipio.

4. ¿Hay algún estudio, trabajo o documento que se encuentre en el archivo cuyo objetivo específico sea *El Semanal*?
Hasta hoy no se ha llevado a cabo ningún tipo de estudio ni teniendo como objetivo de análisis *El Semanal* ni como fuente documental de carácter primario.

5. En su opinión y desde la perspectiva que da el tiempo ¿qué aportó *El Semanal* cuando vio la luz en abril del año 1998? ¿Qué aporta hoy?

A diferencia del Boletín Informativo Municipal en el que los reportajes que aparecen en sus páginas reflejan diferentes actuaciones del gobierno municipal (puesta en marcha de infraestructuras, dotación de nuevos espacios, entrevistas, etc.), El Semanal surgía como un accesible tablón de anuncios en el que aparecen cada semana aquellas noticias que más le pueden interesar al ciudadano: actividades culturales, deportivas, información de viajes, excursiones, etc. Después de trece años de andadura el tipo de noticias ofrecidas siguen siendo igual de útiles a la mayoría de la población.

6. Como experta en todo tipo de documentos ¿podría hacer una valoración de cómo ha ido cambiando a lo largo de estos años en contenidos? ¿Considera que la profesionalización de su staff ha supuesto un incremento de la calidad informativa de esta publicación?
Parece evidente que la cualificación profesional de las personas responsables de la edición de *El Semanal* ha beneficiado notablemente no sólo la redacción de las noticias sino también el criterio, objetivos y filosofía del proyecto. Esa profesionalización hace que los criterios para publicar o no determinadas noticias sean las que se ajustan a las necesidades de los vecinos evitando la publicación de otras no pertinentes, demasiado exclusivas para un determinado colectivo o improcedentes por su carácter privilegiado. En definitiva pensamos que entre las competencias ejercitadas por el staff profesional se encuentra la ecuanimidad para no alejarse del fin propuesto.

7. El Archivo Municipal dispone de un espacio en la página web municipal desde el que se dan a conocer algunas de las diferentes actuaciones del departamento que usted dirige, entre ellas los libros de imágenes de Valdemoro. ¿Cómo se canaliza la donación de imágenes al archivo fotográfico? ¿El Archivo Municipal utiliza *El Semanal* como canal de comunicación con los vecinos?
Cuando se decide recabar información de los vecinos para un determinado proyecto de difusión del patrimonio documental El Semanal resulta el medio más directo para contactar con aquellas personas interesadas en participar. En este sentido han sido relevantes los llamamientos efectuados con motivo de recabar fotografías históricas para editar un catálogo o ilustrar determinados eventos. Pero, sin duda alguna, cuando hubo una respuesta masiva fue con motivo de las últimas nevadas acaecidas en el municipio durante los días 9 y 10 de enero de los años 2009 y 2010 respectivamente. Más de un centenar de vecinos respondieron a la petición que hizo el archivo a través de *El Semanal* remitiéndonos imágenes de las calles, plazas, monumentos y edificios nevados que ya forman parte del fondo fotográfico municipal.

Entrevista 2.-
NURIA MARTÍN DIRCOM DEL AYUNTAMIENTO DE VALDEMORO.
Fecha: Lunes, 18 de abril de 2011.
Lugar: Ayuntamiento de Valdemoro. Plaza de la Constitución, 11. 28341 Valdemoro

1. ¿Cuáles son las responsabilidades del Director de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro?

- Coordinar el Departamento de Comunicación.
- Gestionar dicho departamento desde el punto de vista presupuestario.
- Marcar las estrategias de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro.
- Elaborar, coordinar y supervisar los planes de comunicación y difusión de cada uno de los proyectos municipales, así como establecer los mensajes de los mismos.
- Dirigir y establecer la línea editorial de las dos publicaciones municipales periódicas (*VALDEMORO.es* Y *SEMANAL*).

- Implantar un nuevo portal web municipal, así como coordinar y gestionar su mantenimiento, estableciendo igualmente la línea editorial de los contenidos *on line*.
- Controlar la imagen corporativa del Ayuntamiento de Valdemoro.
- Elaborar argumentarios.
- Impulsar, determinar las claves, aprobar y poner en marcha campañas de imagen y publicidad.
- Dirigir, supervisar y aprobar todos los proyectos y productos comunicativos (tanto en el ámbito editorial como digital) que parten del Ayuntamiento de Valdemoro.
- Dirigir y coordinar eventos y exposiciones sobre la institución.
- Dirigir y supervisar la escenografía de actos (inauguraciones, primeras piedras, etc.).
- Generar actos para potenciar la presencia de la institución a nivel mediático y ciudadano.
- Coordinar programas de hermanamiento.
- Establecer las pautas de la comunicación interna.
- Dirigir y elaborar la comunicación directa entre la institución y los vecinos.

2. ¿Cuántas personas trabajan en el departamento y qué relación tienen con la publicación de El Semanal?

El Departamento de Comunicación está formado por tres redactoras (Mª Carmen Morillas Jiménez, Ana Peralta Crespo y Silvia Mancebo Pradana), dos diseñadores gráficos (Francisco Arrastia Ibáñez y Andrés Espinosa Bañuelos), una fotógrafa (Cristina Carralón Mejía) y un administrativo (Mª Isabel Soto Mayoral), además de yo misma como directora. Todos ellos tienen relación directa con el *SEMANAL.*

Si bien, salvo circunstancias excepcionales, cada publicación tiene una redactora responsable que se ocupa de la recepción, distribución de información y del cierre (estas dos últimas tareas en colaboración directa con la directora), lo cierto es que todas y cada una de ellas realizan aportaciones al *SEMANAL* y desde su nacimiento todos y cada uno de los redactores que han pasado por el Departamento de Comunicación han elaborado total o parcialmente esta publicación.

La persona que elabora el texto también es quien maqueta la noticia.

Los diseñadores gráficos realizan el diseño global de la publicación y cada una de sus actualizaciones totales o parciales. Ellos son también quienes diseñan la publicidad institucional que aparece en él, contraportadas, anuncios de actividades, etc, además de solucionar problemas concretos de maquetación o de carácter gráfico.

La fotógrafa realiza y selecciona las imágenes que aparecen en cada número.

La administrativo se encarga de la tramitación de los concursos de impresión y distribución de la revista, realiza el *mailing* semanal de la publicación a centros educativos del municipio, otros ayuntamientos de la región, consejerías del Gobierno regional, distintos centros públicos o privados del municipio (clínicas, centros de salud, instalaciones de la Guardia Civil, etc.) y personas que residen en otras ciudades de España y que nos han solicitado expresamente su envío por tener o haber tenido relación con Valdemoro. Igualmente la administrativo colabora como auxiliar de redacción en la recopilación de información y otras necesidades que puedan surgir para la edición de cada número. Con todo, una de sus principales funciones es el control de calidad del reparto de las publicaciones y más concretamente del *SEMANAL,* tramitando cada una de las que nos hacen llegar los vecinos, bien a través del buzón de la web municipal, por correo electrónico directo o bien telefónica o presencialmente. Plantea la queja a la empresa

distribuidora y transmite por escrito al ciudadano la solución adoptada o los motivos de la incidencia, pidiéndole que contacte de nuevo con el departamento en caso de que ésta no se subsane.
Hay que destacar que, por distintas circunstancias el Departamento de Prensa y el de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro colaboran estrechamente pero no son un único departamento, ambos tienen responsables distintos, sin embargo las dos personas que trabajan en el Departamento de Prensa, también realizan su contribución a la publicación que nos ocupa, merced al sistema de retroalimentación que hay entre ambos. Así, en ocasiones, las notas de prensa se convierten en noticias del *SEMANAL* y en otros muchos casos son las noticias del *SEMANAL* las que se transforman en notas de prensa. Así mismo, en circunstancias especiales por necesidades de personal ambos han elaborado noticias directamente para la publicación.
La directora marca la línea editorial y el estilo (con una mezcla de pautas del Libro de Estilo de El País y las normas de la RAE), determina contenidos y gestiona los tiempos en que éstos se publican o si es necesario repetirlos con diferentes enfoques y espacio y, en colaboración con la responsable, elabora la planilla y realiza el cierre. Elabora la información de los plenos y ocasionalmente ciertos contenidos como los presupuestos municipales, los cambios de Gobierno, la información electoral…

3. ¿Cómo describiría El Semanal desde la perspectiva de medio de comunicación?
Es el eje vertebrador de la comunicación del municipio y del ayuntamiento. Es el canal fundamental de comunicación del ayuntamiento con los vecinos, de éstos entre sí (merced a la información que ofrece sobre las iniciativas que pone en marcha cada organismo, cada colectivo, cada entidad pública o privada -siempre y cuando no tenga afán de lucro- que puedan resultar de interés para la comunidad) e incluso actúa a modo de herramienta de comunicación interna ya que al ofrecer la radiografía de todos los servicios que cada área ofrece al ciudadano, los trabajadores municipales pueden conocer a través de él cada nueva propuesta que lanzan sus compañeros.
Al tener fundamentalmente carácter de agenda y reflejar mayoritariamente convocatorias tiene un alto índice de objetividad, especialmente destacable tratándose de una publicación municipal.
El *SEMANAL* de Valdemoro es la publicación que todo vecino lee para estar al corriente de lo que le interesa en su municipio y así lo reflejan los estudios de penetración de los distintos medios de comunicación en la población valdemoreña, en los que siempre obtiene el primer puesto con una diferencia abrumadora respecto al segundo (*VALDEMORO.es*, la publicación mensual del Ayuntamiento) y mayor aún en relación con los siguientes. Nosotros lo elaboramos, los vecinos lo han hecho suyo.

4. ¿Cómo se obtiene la información que publica *El Semanal*? ¿Qué criterios rigen la línea editorial de esta publicación semanal que dirige? ¿Ha cambiado con el tiempo?
Finalizado cada número, cada jueves se envía un correo electrónico a los técnicos de todas las áreas de gestión municipal para recordarles que estamos preparando el siguiente y que nos tienen que pasar la información. A lo largo del jueves y el viernes comienza a llegar un avance de la misma y entre lunes y martes se completan los contenidos. Siempre hay cuestiones de última hora que llegan incluso el día del cierre (miércoles), en función del momento en que se aprueben o se publiquen en los boletines oficiales o pasen por Junta de Gobierno Local. Desgraciadamente y a pesar de los años transcurridos desde que se hizo el número uno y de que todos los trabajadores municipales consideran fundamental que sus actividades se publiquen el *El SEMANAL* lo cierto es que sigue siendo necesario tirar de teléfono y presionar en cada número para que nos envíen la información. Hay áreas en la que ésta fluye fácilmente (Juventud, Participación, Deportes…) y otras en las que la labor de indagación periodística sigue siendo esencial. De esas no voy a poner ejemplos.
La información procedente de asociaciones, colectivos, entidades públicas o privadas del municipio…llega directamente desde sus responsables que ya conocen el día de cierre y la

antelación con la que deben informarnos y llaman por teléfono, mandan correos electrónicos o acuden a la redacción directamente.
Hay ocasiones en que se sigue un tema concreto que afecta a la localidad (INCOAS) y que al no ser convocatoria o agenda somos nosotros los que tenemos que "perseguir" la información, al margen de que la fuente esté dentro o fuera del Ayuntamiento.
El principal criterio es el servicio al ciudadano, ofrecerle toda aquella información que pueda ser de su interés en todos los ámbitos y hacerle llegar todos los servicios y prestaciones que el Ayuntamiento pone a su alcance. El objetivo es que conozca lo que se le ofrece para que lo utilice al máximo. Siempre se da prioridad
- a las actividades organizadas por el Ayuntamiento respecto a otras de particulares u otros organismos públicos o privados,
- a cuestiones que preocupan a toda la población aunque no tengan vínculo alguno con el Ayuntamiento (solución del problema del mal olor procedente de INCOAS, todo l relacionado con la puesta en marcha con el Hospital Infanta Elena…) frente a cualquier propuesta municipal por importante que sea (Presupuesto municipal, ayudas al alquiler de viviendas, etc)
- a las actividades que pueden interesar al mayor número de personas (Feria Barroca, Ayudas sociales, escolarización…) frente a otras que afectan a colectivos concretos (Semana del Mayor, competición de judo, talleres jóvenes)
- a los mayores frente a los más jóvenes, que utilizan además otros medios de comunicación fundamentalmente digitales para acceder a la información municipal
Además de todo ello, el *SEMANAL* de Valdemoro es un potente difusor de la misión de la organización y de la imagen corporativa del Ayuntamiento y actúa como elemento de cohesión en el ámbito municipal y local.
Con el tiempo se ha ido liberando de contenidos políticos y aunque nunca nació como un instrumento al servicio del Gobierno municipal, cada vez es más imparcial y es más una herramienta al servicio de los vecinos. Desde el punto de vista del diseño ha evolucionado muchísimo ya que ha sido objeto de numerosas puestas al día gráficas para adaptarse a las tendencias en este campo.

5. El hecho de que el editor sea el Ayuntamiento de Valdemoro ¿le resta objetividad? En otras palabras ¿por parte del Gobierno ha tenido alguna vez presiones para que se incluyan unas determinadas informaciones en El Semanal en contra de su criterio profesional? ¿Definiría El Semanal como un canal de comunicación abierto, plural y vivo?
Desde luego si algo es el *SEMANAL* es, como tú dices, un medio de comunicación abierto, plural y vivo. La objetividad no existe, como sabemos todos los que nos dedicamos al periodismo y como nos enseñan el primer día de carrera, pero creo sinceramente que El *SEMANAL* de Valdemoro ha llegado a un nivel de asepsia del que nos sentimos bastante orgullosos.
Por sus páginas han pasado conferencias de Cayo Lara o Pedro Zerolo organizadas por los grupos municipales de IU y PSOE cuando la Corporación tiene mayoría absoluta del PP, se han publicado llamamientos de Ecologistas en Acción contra iniciativas municipales… Creo que son pruebas suficientes de la profesionalidad que rige la publicación.
Si alguna vez se ha producido alguna presión ha sido para no publicar alguna información más que para publicar alguna con la que yo no estuviera de acuerdo. Los casos son los que le acabo de mencionar y todos ellos salieron a la luz.

6. Algunos expertos consideran que para evitar que las publicaciones que editan los ayuntamientos acaben convertidas en medios de propaganda del partido en el Gobierno es necesaria la profesionalización del *staff* ¿Estaría de acuerdo con esta afirmación? ¿Qué cree que ocurriría en caso contrario?
No es que esté de acuerdo es que predicamos con el ejemplo. Cada una de las personas del Departamento de Comunicación del Ayuntamiento de Valdemoro tiene una amplia

experiencia previa en su campo en medios de comunicación de lo más diverso y creo que eso nos da una gran credibilidad como profesionales de cara a los políticos cuando les decimos que ofrecer un buen servicio al ciudadano, también desde el punto de vista de la comunicación, es una aportación esencial a su propia imagen como políticos responsables al frente de un Gobierno local que tiene que transmitir transparencia.

7. ¿Qué cambios se han introducido en la revista desde que es usted su directora? ¿A qué han obedecido esos cambios?

Ha habido dos cambios de diseño, como le decía antes, para adaptarlo a las nuevas tendencias gráficas y también para ganar espacio que nos permitiera incluir un mayor número de noticias ya que el anterior diseño resultaba poco versátil. Después se adaptó a la propuesta del manual de identidad corporativa para las publicaciones.

También hemos comenzado a utilizar papel reciclado para su impresión. Es nuestra contribución al desarrollo sostenible y la apuesta por el medio ambiente.

También desde el comienzo de mi etapa la información de las sesiones plenarias se resume más porque era muy extensa y limitaban el espacio para otros contenidos. Ahora se reduce a si los puntos del orden del día se aprueban o no y qué grupos los apoyan, los rechazan o se abstienen. Con eso también hemos ganado en imparcialidad.

La publicidad institucional ha ganado terreno, tanto en calidad como en cantidad, como consecuencia del mayor protagonismo del aspecto gráfico siempre que lo permite el volumen de contenidos. Ahora tendemos a reducir al máximo la repetición de noticias como tales en distintos números; lo normal es que la información salga una o dos veces como máximo y si es necesario publicarla en números sucesivos suele aparecer ya en formato de publicidad.

8. Según la Agenda de Medios de Comunicación 2011 de la Comunidad de Madrid hay 71 publicaciones editadas por ayuntamientos de la región ¿conoce alguna que tenga una línea editorial semejante a El Semanal?

El *SEMANAL* de Valdemoro tiene bastantes similitudes con el *SIETE DÍAS* de Alcobendas aunque esta publicación incluye más contenidos de carácter político que la nuestra; son, esencialmente, reportajes o informaciones que, en nuestro caso, forman parte de los contenidos que se integran en la otra publicación, en *VALDEMORO.es*

9. Háblenos de la Imagen Corporativa del Ayuntamiento. ¿Qué mensaje trasmite el consistorio a través de ella? ¿Ha cumplido el fin para el que estaba diseñada? ¿Cómo está presente la Imagen Corporativa del Ayuntamiento en las publicaciones municipales?

Las publicaciones municipales son uno de los principales medios de difusión de la imagen corporativa, cuyo fin era dotar al Ayuntamiento de una imagen de marca que diera unidad a servicios, dependencias, vehículos, personal, instrumentos de comunicación, etc. Queríamos que el ciudadano y los propios trabajadores municipales percibieran a través de algo tan sencillo, directo y fácilmente identificable como un logotipo todo lo que el Ayuntamiento pone a su disposición y que antes podía resultar un tanto disperso, dificultando así que la ciudadanía tomara conciencia de lo que es el Ayuntamiento y lo que realmente le ofrece.

Igualmente tenía por objetivo actualizar la simbología utilizada hasta ese momento por el Consistorio para generar una imagen más estable y moderna de la institución y también más acorde con las nuevas tendencias de *marketing*.

La imagen corporativa del Ayuntamiento de Valdemoro representa la combinación de respeto por la historia y las raíces y el impulso de iniciativas que den proyección de futuro al municipio que marca la gestión municipal.

10. Nos centramos ahora en las Nuevas Tecnologías y el futuro de las publicaciones institucionales. La web municipal, entre otras funciones, ofrece a los vecinos información de servicio y la agenda de las actividades, tanto de las que organiza el

consistorio como de las propuestas de otros colectivos y asociaciones. ¿Cree que valdemoro.es puede hacer peligrar la publicación en papel?
No, al menos por el momento. Internet capta a un tipo de público joven y de mediana edad pero el *SEMANAL* llega a todos los sectores de población y a todas las edades, sin el inconveniente que tienen otros medios de prensa escrita, que es que hay que ir a buscarlos al quiosco o a cualquier punto de distribución en el caso de los medios gratuitos; pero el *SEMANAL* te llega al buzón, ni siquiera tienes que encender el ordenador.
No es una apreciación optimista, es lo que nos transmite cada vecino que no duda en personarse en el Departamento de Comunicación cuando no recibe puntualmente la publicación.
Habrán de pasar varias generaciones para que los más jóvenes de ahora sean los mayores del futuro y se enteren de la actividad municipal únicamente a través de internet ya sea por la web o las redes sociales. Ese es el futuro pero no está aún a la vuelta de la esquina.

11. ¿Qué porcentaje del presupuesto del departamento se destina a la publicación de El Semanal y a su reparto o buzoneo?
Cada vez mayor pero no es tanto porque el *SEMANAL* sea cada vez más caro como porque con la crisis se ha recortado considerablemente el presupuesto destinado a comunicación que, desde 2006 a 2011 se ha reducido en un 59%. Si a ello añadimos el crecimiento de población, que conlleva inevitablemente el progresivo aumento de la tirada, el resultado es que si en 2006 y años precedentes el *SEMANAL* representaba un 14% -décimas arriba o abajo- del presupuesto global del departamento, actualmente está en el 41,5%. La tendencia es que esa proporción siga aumentando porque las previsiones pasan por seguir rebajando el presupuesto de Comunicación.

12. Ante la actual situación de crisis ¿se han planteado en algún momento el Gobierno municipal dejar de publicar El Semanal? ¿Algún grupo político en la oposición lo ha pedido públicamente? ¿Utilizan los grupos políticos este canal para publicar sus convocatorias como el resto de asociaciones o colectivos?
Lo cierto es que no. Como te decía antes, el presupuesto que se destina a Comunicación cada vez es menor y eso ha repercutido negativamente en la publicación de folletos de todo tipo pero afortunadamente nadie se ha planteado en ningún momento eliminar el *SEMANAL* para reducir gastos.
Los grupos de la oposición critican de forma genérica "el gasto del equipo de gobierno en publicidad y propaganda", como llaman a Comunicación y Prensa pero no han hecho explícitamente una petición en ese sentido, entre otras razones porque ellos también hacen uso de el *SEMANAL* para hacer llegar a los vecinos y vecinas de Valdemoro sus convocatorias (festivales benéficos, concursos literarios o de dibujo e incluso conferencias sobre la situación económica o política en las que los ponentes son personas destacadas del partido).

13. ¿Con qué herramientas cuenta para medir la vigencia de la publicación por una parte y las visitas a las informaciones que ofrece la web?
La repercusión de las convocatorias, el número de usuarios que responden a las mismas, las llamadas telefónicas que se reciben para ampliar información sobre cuestiones concretas aparecidas en el *SEMANAL* e incluso las quejas que se producen como consecuencia de algún error publicado…son un magnífico termómetro del funcionamiento y el nivel de penetración de la revista. No hay nada mejor que estar en una agencia de viajes del municipio cuando publicamos una convocatoria de viajes para mayores; la mayoría de ellos se presenta en la agencia diciendo: "he leído en el *SEMANAL…"* y algunos incluso acuden con él en la mano.
Al margen de esa respuesta tan espontánea y reveladora como poco científica, cada cierto tiempo, generalmente una por legislatura, solemos realizar encuestas en las que se investiga sobre el grado de penetración de las publicaciones municipales y el nivel de

conocimiento e interés que despiertan el resto de medios de comunicación y sistemáticamente es el *SEMANAL* la que ostenta el primer puesto muy por delante de *VALDEMORO.es* y dejando aún más atrás al resto de medios locales.
Por su parte, la página web incluye un servicio de estadísticas que nos permite conocer minuciosamente las visitas que recibe cada contenido, incluyendo, por supuesto, los contenidos del *SEMANAL.*

14. Hablemos de las campañas institucionales. ¿Con qué criterios se diseñan? ¿Todas se difunden a través de El Semanal?
Las campañas institucionales no se diferencian demasiado de cualquier otro tipo de campaña publicitaria, en el sentido de que surgen por la necesidad de divulgar o difundir una actividad, servicio o prestación –nueva o ya existente- de manera específica con el objetivo de que llegue al mayor número de personas; igualmente se crean con el fin de obtener la participación de los vecinos para lograr algún fin concreto (por ejemplo, el reciclaje de residuos, la limpieza de las heces caninas etc.) y también a modo de recordatorio de los logros realizados o para difundir una imagen de la ciudad que compartimos (ej. Cabecera de la web).
Prácticamente todas, por no decir absolutamente todas, tienen su espacio en el *SEMANAL* dado que es la publicación por la que los vecinos muestran mayor interés, así que los anuncios que aparecen él tienen una mayor rentabilidad, no económica, sino de eficacia e impacto comunicativo.

15. Finalmente ¿Cuáles son a su juicio las circunstancias internas y externas que propiciarían la desaparición de *El Semanal*?
Sinceramente no creo que eso vaya a ocurrir, al menos a corto plazo. Sólo el desinterés de los vecinos por la publicación y el hecho de que dejara de ser vista por todos como una herramienta imprescindible de comunicación entre el Ayuntamiento y los vecinos y de éstos entre sí, además de un instrumento para la participación ciudadana podría acabar con ella.
Su contrastada utilidad, imparcialidad, actualidad y vitalidad, unida al carácter local y a la clara vocación de servicio al ciudadano hacen del *SEMANAL* una publicación única de la que dudo que tanto ciudadanos como políticos estén dispuestos a renunciar.
Sólo la progresiva implantación del portal web municipal y el creciente interés de gran parte de la ciudadanía por los contenidos digitales puede dejar en segundo plano la publicación en papel, que sólo podrá desaparecer cuando el 100% de los valdemoreños accedan a sus contenidos a través de internet. No obstante, incluso en esas circunstancias, la publicación seguiría existiendo, lo que cambiaría sería el soporte desde el que los ciudadanos acceden a la misma.